

## **ABSTRAKSI**

### **PENGARUH VARIASI PRODUK, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKAIAN PADA DISTRO GHANY STORE OESAPA KOTA KUPANG**

Keputusan pembelian merupakan kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan penjual. Menurut Indrasari (2019), Keputusan Pembelian merupakan seleksi terhadap dua pilihan alternatif atau lebih dengan kata lain pilihan alternatif harus tersedia bagi seseorang ketika mengambil keputusan. Sebaliknya, jika konsumen tidak mempunyai alternatif untuk memilih dan benar-benar terpaksa melakukan pembelian, maka keadaan tersebut bukan merupakan suatu keputusan.

Variasi produk atau keragaman suatu produk adalah hal yang diperhatikan oleh perusahaan guna untuk meningkatkan kinerja produk, jika produk tersebut tidak beragam maka produk tersebut akan kalah saing dengan produk lain. Menurut Faradisa (2016) variasi produk adalah sesuatu yang wajib bagi perusahaan untuk diperhatikan dan mempertinggi kinerja produk. Bila produk tidak beraneka ragam maka produk pastilah akan kalah saing terhadap produk lainnya.

Kualitas produk adalah karakteristik dari produk dalam kemampuan untuk memenuhi kebutuhan – kebutuhan yang telah ditentukan dan bersifat laten. Menurut Kotler (2007) Produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan kepasar

untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan atau dikonsumsi, yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan.

Menurut Mardia (2021) Harga merupakan sejumlah uang yang dikeluarkan untuk sebuah produk atau jasa, atau sejumlah nilai yang ditukarkan oleh konsumen untuk memperoleh manfaat atau penggunaan atas sebuah produk atau jasa.

Berdasarkan penjelasan diatas tersebut maka dalam penelitian ini peneliti akan membahas mengenai variasi produk, kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pakaian pada distro ghany store oesapa. Dalam penelitian ini metode yang peneliti gunakan adalah metode kuantitatif, dengan teknik pengambilan sampel atau biasa disebut dengan sampling adalah proses menyeleksi sejumlah elemen dari populasi yang diteliti untuk dijadikan sampel. Sehingga diperoleh sampel sebanyak 96 orang konsumen/pelanggan yang membeli pakaian pada distro ghany store oesapa. Teknik analisis data yang peneliti gunakan dalam penelitian ini untuk mengetahui hubungan pengaruh variasi produk, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian, peneliti menggunakan Uji Analisis Regresi Linear Berganda, Uji Parsial (Uji T), Uji Simultan (Uji F) dan Uji koefisien Determinasi ( $R^2$ ). Dari hasil penelitian yang dilakukan, peneliti dapat menyimpulkan bahwa Secara parsial variasi produk, berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pakaian pada distro ghany store oesapa, kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pakaian pada distro ghany store oesapa dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pakaian pada

distro ghany store oesapa. Sedangkan secara simultan variasi produk, kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pakaian pada distro ghany store oesapa. Hal ini dibuktikan dengan perolehan hasil pengujian didapati hasil analisis regresi linear berganda dengan nilai konstan  $a$  sebesar 10,984 sedangkan koefisien regresi  $b^1 = 0.251$ ,  $b^2$  adalah 0.434, dan  $b^3$  adalah 0.074. Dengan demikian persamaan regresi linear berganda yang memperlihatkan pengaruh variasi produk (X1), kualitas produk (X2) dan harga (X3) terhadap keputusan pembelian (Y) adalah sebagai berikut :  $Y = 10,984 + 0,251 X1 + 0,434 X2 + 0,074 X3 + e$ . Selain itu hasil Uji hipotesis pertama yaitu ada pengaruh variasi produk (X1) terhadap keputusan pembelian (Y). Diketahui bahwa untuk variabel variasi produk (X1) ditemukan  $t$  hitung = 2.047 lebih besar  $t$  table = 1,985 dan tingkat Sig. = 0,043. Oleh karena nilai sig. < 0,05 maka  $H_0$  ( $b_1 = 0$ ) ditolak dan  $H_a$  ( $b_1 \neq 0$ ) diterima yaitu variabel variasi produk (X1) berpengaruh positif secara parsial terhadap keputusan pembelian.

Berikutnya hasil Uji hipotesis kedua yaitu ada pengaruh kualitas produk (X2) terhadap keputusan pembelian (Y). Diketahui bahwa untuk variabel kualitas produk (X2) ditemukan  $t$  hitung = 3.789 lebih besar  $t$  table = 1,985 dan tingkat Sig. = 0,001. Oleh karena nilai sig. < 0,05 maka  $H_0$  ( $b_1 = 0$ ) ditolak dan  $H_a$  ( $b_1 \neq 0$ ) diterima yaitu variabel kualitas produk (X2) berpengaruh positif secara parsial terhadap keputusan pembelian (Y).

Dan Hasil uji hipotesis ketiga yaitu tidak ada pengaruh harga (X3) terhadap keputusan pembelian (Y). diketahui bahwa untuk variabel harga (X3) ditemukan  $t$  hitung = 0.844 lebih kecil  $t$  tabel = 1,985 dan tingkat sig = 0.401. oleh

karena nilai sig > 0,05 maka  $H_0$  ( $b_1 = 0$ ) diterima dan  $H_a$  ( $b_1 \neq 0$ ) ditolak yaitu variabel Harga (X3) tidak ada pengaruh terhadap keputusan pembelian (Y).

Untuk hasil pengujian Uji F diadapati F hitung = 12.646 lebih besar F tabel = 3,09 dan tingkat Sig. = 0,001. Oleh karena nilai sig. < 0,05 maka  $H_0$  ( $b_1 = 0$ ) ditolak dan  $H_a$  ( $b_1 \neq 0$ ) diterima yaitu variabel variasi produk (X1) dan variabel kualitas produk (X2) dan harga (X3) berpengaruh positif secara simultan terhadap keputusan pembelian (Y).

Dan terakhir berdasarkan perolehan hasil uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) diatas dapat diketahui besarnya koefisien determinasi  $R^2$  adalah 0.292 atau 29,2%. Hal ini berarti besarnya pengaruh variasi produk, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian adalah 29,2%. Sedangkan pengaruh sebesar 70,8 disebabkan oleh faktor lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**Kata Kunci : Variasi Produk, Kualitas Produk, Harga Dan Keputusan Pembelian.**