

PENGARUH VARIASI PRODUK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KUE KERING TIARA KOTA BENGKULU

Lefi Mardiansyah⁽¹⁾ Sri Ekowati ⁽²⁾

⁽¹⁾⁽²⁾ Universitas Muhammadiyah Bengkulu

sriekowati@umb.ac.id

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of product variation and product quality on purchasing decisions of Tiara Cookies in the city of Bengkulu. This type of research is a type of quantitative descriptive research. The sampling method uses a non probability technique, namely accidental sampling. The number of respondents in this study were 120 respondents. Methods of data collection using a questionnaire. Data analysis techniques using Multiple Linear Regression Analysis Test, Determination Coefficient Analysis, and Partial Test (t test), Simultaneous Test (f test). The results of the study show that partially the Product Variable has a positive effect on the Purchase Decision Variable, H1 is accepted and Product Quality has a positive effect on the Purchase Decision Variable, H2 is accepted. While the f Test of Product Variation (X1) and Product Quality (X2) has a positive influence on Purchase Decision (Y) Tiara Cookies Bengkulu City, so H3 is accepted. Product Variation and Product Quality together have a positive effect on the Purchase Decision of Tiara Cookies, Bengkulu City.

Keywords: Product Variation, Product Quality and Purchase Decision

PENDAHULUAN

Pertumbuhan ekonomi dalam era globalisasi menuntut setiap perusahaan baik yang bergerak dalam bidang industri maupun jasa mampu bersaing dengan perusahaan lainnya. Semakin cerdasnya konsumen dan bertambahnya pilihan produk yang tersedia di pasar, menimbulkan persaingan yang sangat ketat pada produsen dalam usaha untuk memprebutkan perhatian konsumen untuk membeli produknya. Kebutuhan konsumen yang terus meningkat, menjadi peluang bisnis. Hal tersebut menjadi dasar pemikiran para pelaku usaha untuk memenuhi kebutuhan, keinginan, dan harapan konsumen. Sehingga tidak berpaling ke pesaing meski terjadi perubahan. Banyak perusahaan yang berusaha memenangkan persaingan dengan cara memanfaatkan peluang bisnis yang ada dan berusaha menerapkan strategi pemasaran yang tepat dalam rangka menguasai pasar.

Industri pembuatan kue saat ini sudah tidak dapat dipandang sebelah mata, hal ini dikarenakan meningkatnya atmosfer kuliner dan gaya hidup di masyarakat membuat bisnis ini semakin diminati oleh para penggiat makanan. Mulai dari anak-anak hingga dewasa, rasanya agak sulit untuk meninggalkan kebiasaan menyemil kue. Dalam acara dan jamuan makan tertentu, hidangan kue dapat menjadi menu pembuka dan sajian penutup. Selain itu kue yang banyak dijumpai kini tidak lagi hanya seperti nastar dan sejenisnya seperti layaknya aneka kue yang sering dijumpai di hari raya.

Dari waktu ke waktu bisnis kuliner mengalami perkembangan yang pesat, baik dari segi kuantitas maupun kualitasnya. Bisnis kuliner yang berkembang telah berbagai ragam seperti bisnis restoran dan bisnis populer catering (*cafe, coffee shop, toko roti/ bakery dan steak house*). Banyaknya bisnis di bidang kuliner yang kini pada masyarakat, diharapkan mampu meningkatkan perekonomian Indonesia. Akan tetapi dampak yang diakibatkan oleh banyaknya pesaing kuliner yang berkembang, khususnya bisnis restoran. Dalam mengembangkan bisnis makanan, pengusaha tidak cukup hanya mengandalkan barang dan mutu produk yang dijual. Produsen juga perlu menunjukkan nilai tambah yang disediakan untuk pelanggan seperti keuntungan apa yang mampu diperoleh jika menggunakan atau mengkonsumsi produk-produk yang ditawarkan.

Ronan McIior & Paul Humph Rays (2008), berpendapat *product variety is the assortment of alternative and complementary goods available from the retailer. Product variety is important to shoppers because it provides them with the opportunity to compare, contrast and select from among multiple potential solutions that meet their needs* (Variasi produk merupakan berbagai macam pilihan produk dan barang pelengkap yang tersedia di ritel. Variasi produk penting bagi pembeli karena variasi produk memberikan kesempatan bagi pembeli untuk membandingkan, membedakan dan memilih diantara beberapa solusi potensial yang dapat memenuhi kebutuhan pembeli).

Variabel kualitas produk berkaitan dengan upaya mengembangkan “produk” yang tepat bagi pasar sasaran target. Dalam bisnis kuliner hendaknya produk yang dijual harus memiliki kualitas yang baik dan sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen. Kualitas produk yang diharapkan konsumen pecinta kuliner adalah cita rasa yang sesuai dengan kebutuhan konsumen. Kualitas produk yang baik akan dapat mempertahankan usahanya dan mampu bersaing dengan pesaing lainnya. Menurut Kotler (2008:178), keputusan pembelian adalah salah satu tahap dari keseluruhan proses mental dan kegiatan-kegiatan fisik lainnya yang terjadi dalam proses pembelian pada suatu periode dan waktu tertentu serta pemenuhan kebutuhan tertentu atau dengan kata lain merupakan suatu rangkaian tahapan yang diambil oleh seorang konsumen.

Kota Bengkulu juga terkenal dengan makanan (kuliner) mulai dari makanan ringan hingga makanan kaki lima yang sedang menjamur dan ramai dikunjungi konsumen, tentunya pemilik usaha harus mengenali konsumennya agar dapat mengatasi persaingan bisnis makanan. Persaingan ini ditandai dengan semakin banyaknya produsen kuliner dengan variasi produk dan kualitas produk yang bermacam-macam.

Industri rumahan Tiara berada di Jl. Soekarno Hatta 5. Rt.02 Rw.01 No.56 Kota Bengkulu, buka mulai pukul 08.00 WIB sampai 17.00 WIB. Industri rumahan ini menjual berbagai macam aneka kue kering dan makanan ringan lainnya dengan berbagai macam kue seperti kue-kue ringan contohnya kue tat, donat, semprong, sagu, perut punai, kacang siput, nastar, kanstengel, kacang tanah, nastar kurma, dan lain-lain yang banyak diminati berbagai kalangan, khususnya para peningkmak makanan kue. Dengan tempat yang sederhana dan tidak terlalu luas, mampu melayani banyak konsumen setiap harinya.

Berdasarkan hasil observasi awal yang dilakukan kepada beberapa konsumen Kue Kering Tiara Kota Bengkulu, peneliti menemukan terdapat masalah yang dikeluhkan konsumen Kue Kering Tiara Kota Bengkulu seperti variasi produk yang kurang memadai, kemasan produk yang masih kurang menarik, kepercayaan konsumen yang rendah terhadap produk yang ditawarkan. Variasi produk merupakan hal yang harus diperhatikan oleh industri kue untuk meningkatkan kualitas produk, jika produk kue memiliki varian produk yang banyak atau beragam maka produk kue tersebut akan kalah bersaing dengan produk kue industri lainnya. Berdasarkan hasil wawancara kepada beberapa konsumen Kue Kering Tiara Kota Bengkulu selain beberapa masalah diatas konsumen juga mengeluhkan rasa kue yang tidak konsisten atau berubah-ubah setiap konsumen melakukan pembelian, kemudian dari penilaian konsumen mengenai ketahanan produk kue kering Tiara, cenderung tidak sesuai dengan yang diharapkan konsumen. Disaat konsumen membeli kue untuk dijadikan oleh-oleh

dengan waktu perjalanan yang memakan waktu cukup lama, kue tersebut mengalami kerusakan, terdapat jamur yang menandakan bahwa kue tersebut tidak layak untuk dikonsumsi lagi. Dengan berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan diatas, maka saya merasa tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Variasi Produk dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kue Kering Tiara Kota Bengkulu”.

METODE

Populasi Dan Sampel

Menurut Sugiyono (2013), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi penelitian adalah konsumen dari Kue Kering Tiara Kota Bengkulu yang tidak diketahui berapa banyak sebaran populasinya.

Menurut Suharyadi dan Purwanto (2003), sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti. Peneliti menggunakan pertimbangan sendiri secara sengaja dalam memilih anggota populasi yang dianggap dapat memberikan informasi yang diperlukan atau unit sampel yang sesuai dengan kriteria tertentu yang diinginkan oleh peneliti. Metode penarikan sampel yang dilakukan dengan teknik *insidental sampling*. Teknik *insidental Sampling* digunakan jika jumlah dan karakteristik populasi tidak diketahui sebelumnya. Menurut Hair et al., (2010), bahwa banyaknya sampel sebagai responden harus disesuaikan dengan banyaknya indikator yang digunakan pada kuesioner, dengan asumsi $n \times 5$ *observed variabel* (indikator) dan $n \times 10$ *observed variabel* (indikator). Jumlah indikator dalam penelitian ini adalah 12, yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

$$\begin{aligned} \text{Sampel} &= \text{Jumlah Indikator} \times 10 \\ &= 12 \times 10 \\ &= 120 \end{aligned}$$

Maka jumlah sampel dalam penelitian ini ditentukan sebanyak 120 sampel yang terdiri dari konsumen yang berbelanja di Kue Kering Tiara kota Bengkulu.

Teknik Pengumpulan Data

Data yang dibutuhkan dalam penelitian ini dikumpulkan melalui beberapa metode yaitu:

Observasi

Observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Teknik ini digunakan apabila penelitian berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala, dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar, (Sugiyono, 2013). Observasi dilakukan untuk mengetahui keadaan generasi milenial saat ini yang menggunakan produk iphone.

Kuesioner

Menurut Sugiyono (2013), kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya dan jumlah kuisisioner yang akan di sebarakan sebanyak 40 untuk sebagaiantisipasi jika ada kerusakan pada kuisisioner.

Skala pengukuran data dalam penelitian ini adalah skala likert sebagai alat untuk mengukur jawaban, sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang variabel-variabel yang akan diuji dan pada setiap jawaban akan diberi skor.

Tabel 1
Skala Pengukuran

No	Pernyataan	Kriteria	Skor
1	Sangat Setuju	SS	5
2	Setuju	S	4
3	Netral	N	3
4	Tidak Setuju	TS	2
5	Sangat Tidak Setuju	STS	1

Sumber: Sugiyono (2013).

Teknik Analisis Data

Menurut (Sugiyono, 2013), teknik analisis data adalah suatu keadaan untuk meneliti, memeriksa, mempelajari, membandingkan, data yang ada dan membuat indepretasi yang diperlukan. Selain itu, analisis data dapat digunakan untuk mengidentifikasi ada tidaknya masalah.

Analisis Deskriptif

Bagian analisis ini akan membahas mengenai bentuk tanggapan responden terhadap kuesioner yang disebarakan kepada responden. Dari sebaran jawaban responden selanjutnya akan diperoleh satu kecenderungan jawaban responden terhadap jawaban masing-masing variabel akan didasarkan pada nilai rata-rata skor yang selanjutnya akan dikonfirmasi pada tabel interval. Adapun perhitungan rata-rata dari responden menggunakan rumus sebagai berikut:

$$X = \frac{\sum x}{N}$$

Keterangan:

X = Angka rata – rata

N = Jumlah skor

$\sum x$ = Nilai responden

Hasil rata-rata jawaban responden tersebut dikonfirmasi pada interval penelitian menetapkan tentang interval penelitian tersebut. terhitung berdasarkan rumus sebagai berikut:

$$I = \frac{R}{k}$$

Keterangan:

I = Interval

R = Range (nilai tertinggi-nilai terendah)

K = Jumlah kategori

$$I = \frac{5 - 1}{5} = 0.08$$

Setelah besarnya interval diketahui, kemudian dibuat rentan skala sehingga dapat ditentukan kriteria penelitian persepsi responden terhadap variabel-variabel penelitian sebagai berikut:

Tabel 2.
Tanggapan Responen Terhadap Variabel

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
4,20 – 5,00	Sangat Baik
3,40 – 4,19	Baik
2,60 – 3.39	Cukup Baik
1,80 – 2,59	Tidak Baik
1,00 – 1,79	Sangat Tidak Baik

Sumber: Munifah 2021

Analisis Secara Inferensial Menggunakan SPSS

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis kuantitatif dengan menggunakan alat analisis regresi linier berganda adalah suatu analisis yang digunakan oleh peneliti, bila peneliti bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen, bila dua variabel atau lebih variabel sebagai faktor prediktor, sebagaimana dikutip dari Sugiyono, (2013). Persamaan regresi tersebut adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e_i$$

Dimana:

Y = Variabel Dependen (Keputusan Pembelian)

a = Konstanta

b₁ b₂ = Koefisien Regresi

x₁x₂ = Variabel Independen (Variasi Produk dan Kualitas Produk)

e_i = error

Namun untuk memudahkan analisis regresi ganda maka peneliti menggunakan program SPSS dalam pengolahan data.

Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi R² pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah nol dan satu. Nilai R² yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Kelemahan mendasar penggunaan koefisien determinasi adalah bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan kedalam model. Setiap tambahan satu variabel independen, maka R² pasti meningkat tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel independen. Oleh karena itu banyak peneliti menganjurkan untuk menggunakan Adjusted R² pada saat mengevaluasi mana model regresi terbaik. Tidak seperti R², nilai Adjusted R² dapat naik atau turun apabila satu variabel independen ditambahkan kedalam model (Ghozali, 2006).

Uji Hipotesis

Uji Signifikansi dilakukan untuk mengetahui hipotesis yang diajukan bermakna atau tidak maka digunakan perhitungan pengujian signifikansi dengan menggunakan uji F dan uji t. Uji signifikansi pada penelitian ini adalah menguji hubungan langsung dan tidak langsung antara Variasi Produk (X₁) Dan Kualitas Produk (X₂) Terhadap Keputusan Pembelian Kue Kering Tiara Kota Bengkulu.

Uji t (Uji Parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui masing-masing sumbangan variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat, menggunakan uji masing-masing koefisien regresi variabel bebas apakah mempunyai pengaruh yang bermakna atau tidak terhadap variabel terikat. Adapun langkah-langkahnya adalah:

$$t = \frac{bi}{Sbi} \text{ (Sugiyono, 2010)}$$

Keterangan :

t = nilai t hitung
 bi = koefisien regresi
 Sbi = Standar Error

1. Kriteria Pengujian

- H0: apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ H0 diterima Ha ditolak maka tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara Variasi Produk (X_1) dan Kualitas Produk (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y).
Ha: apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ H0 ditolak Ha diterima maka terdapat pengaruh yang signifikan antara Variasi Produk (X_1) dan Kualitas Produk (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y).

Uji F (Uji Simultan)

Uji F digunakan untuk mengetahui ketepatan model penelitian mengenai pengaruh langsung dan tidak langsung Variasi Produk (X_1) dan Kualitas Produk (X_2) sebagai variabel independen terhadap Keputusan Pembelian (Y) sebagai variabel dependen. Adapun langkah-langkahnya adalah:

$$f \text{ test} = \frac{R^2/(K-1)}{(1-R^2)/(N-K)} \quad \text{Sugiyono (2013).}$$

Kriteria Pengujian

- H0: apabila $f_{hitung} > f_{tabel}$ H0 diterima Ha ditolak maka tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara Variasi Produk (X_1) dan Kualitas Produk (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y).
Ha: apabila $f_{hitung} < f_{tabel}$ H0 ditolak Ha diterima maka terdapat pengaruh yang signifikan antara Variasi Produk (X_1) dan Kualitas Produk (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y).

HASIL

Tanggapan Responden Terhadap Variabel Penelitian Variasi Produk

Pada variabel Variasi Produk penilaian dilakukan dengan empat Indikator, Adapun tanggapan responden terhadap variabel Variasi Produk adalah memiliki nilai rata-rata yaitu 3,73. Berdasarkan kriteria penilaian tanggapan responden pada tabel 3.2 menunjukkan bahwa rata-rata pernyataan penilaian responden mengenai variabel Variasi Produk adalah pada kategori baik. Hal ini disebabkan karena produk kue di kue kering tiara selalu memenuhi kebutuhan konsumen, tampilan kemasan produk kue yang menarik dan harga yang ditawarkan juga bermacam-macam. Namun dari semua hal yang telah diuraikan diatas masih terdapat nilai rata-rata yang rendah yaitu 3,09, hal ini terjadi karena masih terdapat beberapa konsumen yang menganggap bahwa produk yang ditawarkan masih belum lengkap dalam hal bentuk dan ukuran yang disediakan di kue kering tiara Kota Bengkulu.

Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Produk

Pada variabel Kualitas Produk penilaian dilakukan dengan lima Indikator. Adapun tanggapan responden terhadap variabel Kualitas Produk adalah memiliki nilai rata-rata 3,84. Berdasarkan kriteria penilaian tanggapan responden pada tabel 3.2 menunjukkan bahwa rata-rata pernyataan penilaian responden mengenai Kualitas Produk adalah pada kategori baik. Hal ini disebabkan karena produk kue kering tiara memiliki bahan baku yang berkualitas baik, sehingga konsumen yakin untuk mengkonsumsinya, juga produk kue kering tiara menjamin kebersihan terhadap produk yang mereka tawarkan dan produk kue kering tiara juga memiliki varian bentuk fisik yang menarik, sehingga dapat membuat daya tarik konsumen untuk membeli. Namun dari semua hal yang telah diuraikan diatas masih terdapat nilai rata-rata yang rendah yaitu 3,07, hal ini terjadi karena kualitas cita rasa kue yang diberikan belum terlalu sesuai dengan spesifikasi yang diharapkan konsumen, sehingga para konsumen beramsusi bahwa cita rasa yang diberikan tidak sesuai dengan yang diharapkan.

Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian

Pada variabel Keputusan Pembelian penilaian dilakukan dengan empat Indikator. Adapun tanggapan responden terhadap variabel Keputusan Pembelian adalah memiliki nilai rata-rata 3,82. Berdasarkan kriteria penilaian tanggapan responden pada tabel 3.2 menunjukkan bahwa rata-rata pernyataan penilaian responden mengenai variabel Keputusan Pembelian ada pada kategori baik. Hal ini disebabkan adanya pembelian ulang yang dilakukan konsumen terhadap kue kering tiara, karena produk kue di Kue Kering Tiara selalu memenuhi kebutuhan konsumen, serta hampir semua konsumen yang membeli kue kering tiara sudah terbiasa makan olahan kue, dan konsumen juga yakin dalam membeli produk kue di kue kering tiara, karena Produk kue Kering Tiara memiliki bahan baku yang berkualitas baik. Namun dari semua hal yang telah diuraikan diatas masih terdapat nilai rata-rata yang rendah yaitu 3,67, hal ini terjadi karena kurangnya rekomendasi yang diberikan kepada orang lain, baik itu teman, saudara, ataupun keluarga dalam membeli kue kering di kue kering tiara kota Bengkulu.

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda yang akan dibahas dalam penelitian ini sehingga penulis bisa menggambarkan mengenai tanggapan responden (Variasi Produk dan Kualitas Produk) terhadap Keputusan Pembelian Kue Kering Tiara Kota Bengkulu. Berdasarkan estemasi regresi linier berganda dengan menggunakan program SPSS Versi 16 *For Windows*, maka diperoleh tabel dibawah ini:

Tabel 3.
Hasil Analisis Regresi Linear Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
1 (Constant)	1.855	.728	
variasi produk	.500	.048	.554
kualitas produk	.314	.038	.444

a. Dependent Variable: keputusan pembelian

Sumber: Output SPSS 16

Dari hasil diatas didapatkan persamaan regresinya adalah sebagai berikut :

$$Y = 1.855 + 0.500 (X_1) + 0.314 (X_2)$$

Berdasarkan persamaan regresi diatas, maka dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Nilai Konstanta 1.855 mempunyai arti bahwa apabila variabel Variasi Produk (X_1), Kualitas Produk (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) sama dengan nol, maka variabel Keputusan Pembelian akan tetap yaitu 1.855 apabila variabel Variasi Produk (X_1) dan Kualitas Produk (X_2) sama dengan nol.
2. Koefisien Regresi X_1 , sebesar 0.500 mempunyai makna jika nilai variabel Variasi Produk (X_1) naik satu satuan maka nilai Keputusan Pembelian (Y) akan naik sebesar 0.500 dengan asumsi variabel Kualitas Produk (X_2) dianggap tetap.
3. Koefisien Regresi X_2 , sebesar 0.314 mempunyai makna jika nilai variabel Kualitas Produk (X_2) naik satu satuan maka nilai variabel Keputusan Pembelian (Y) akan naik sebesar 0.314 dengan asumsi variabel Variasi Produk (X_1) dianggap tetap.
4. Hasil penelitian dalam penelitian yang paling dominan mempengaruhi variable Keputusan Pembelian (Y) adalah Variabel Variasi Produk (X_1) adalah sebesar 0.500.

Koefisien Determinasi (R^2)

Untuk mengetahui besarnya presentase sumbangan pengaruh variabel bebas Variasi Produk (X_1) dan Kualitas Produk (X_2) terhadap variabel terikat Keputusan Pembelian (Y) maka dari perhitungan komputer menggunakan SPSS 16 didapatkan uji koefisien determinasi dapat dilihat pada table sebagai berikut:

Tabel 4.
Nilai Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.866 ^a	.750	.746	1.34849

a. Predictors: (Constant), kualitas produk, variasi produk

b. Dependent Variable: keputusan pembelian

Sumber: Output SPSS 16

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai *Adjusted R square* yang digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen 0,746. Hal ini menunjukkan bahwa sebesar 74,6% Keputusan Pembelian pada Kue Kering Tiara Kota Bengkulu dipengaruhi oleh variasi ketiga variabel independen, yaitu Variasi Produk (X_1), dan Kualitas Produk (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y),

sedangkan sisanya ($100\% - 74,6\% = 25,4\%$) dijelaskan oleh variabel – variabel diluar variabel penelitian ini.

Hipotesis

Uji hipotesis bertujuan untuk mengetahui apakah ada tidaknya pengaruh yang signifikan antara variabel independen Variasi Produk (X_1) dan Kualitas Produk (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) baik secara parsial maupun simultan.

Pengujian Hipotesis Dengan Uji t

Untuk menguji pengaruh variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat digunakan uji t dapat dilihat pada table sebagai berikut :

Tabel 5.
Hasil Pengujian Hipotesis dengan Uji t

Coefficients ^a			
	Model	t	Sig.
1	(Constant)	2.549	.012
	variasi produk	10.398	.000
	kualitas produk	8.335	.000

a. Dependent Variable: keputusan pembelian

Sumber: Output SPSS 16

Melalui perhitungan yang dilakukan dengan menggunakan program SPSS, maka perbandingan antara t_{hit} dengan t_{tab} ($n-k-1$) = $120-2-1 = 117$ (1.657) setiap variabel sebagai berikut :

1. Variasi Produk yaitu $t_{hit} > t_{tab}$ ($10.398 > 1.657$) dan ($\text{sig } \alpha = 0,000 < 0,050$), hal tersebut menyatakan bahwa adanya pengaruh yang signifikan Variasi Produk (X_1) terhadap Keputusan Pembelian Kue Kering Tiara Kota Bengkulu.
2. Berdasarkan uji t_{hit} untuk variabel Kualitas Produk (X_2) yaitu $t_{hit} > t_{tab}$ ($8.335 > 1.657$) dan ($\text{sig } \alpha = 0,000 < 0,050$), hal tersebut menyatakan bahwa adanya pengaruh yang signifikan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Kue Kering Tiara Kota Bengkulu.
3. Dari hasil penelitian variable yang dominan adalah Variabel Variasi Produk (X_1) sebesar 10.398.

Pengujian Hipotesis Dengan Uji F

Dalam penelitian ini pengujian hipotesis dimaksudkan untuk mengukur besarnya pengaruh Variasi Produk (X_1) dan Kualitas Produk (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) maka digunakan uji f. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis Uji anova atau Uji f terlihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 6.
Hasil Pengujian Hipotesis dengan Uji F

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	639.612	2	319.806	175.871	.000 ^a
	Residual	212.755	117	1.818		
	Total	852.367	119			

a. Predictors: (Constant), kualitas produk, variasi produk

b. Dependent Variable: keputusan pembelian

Sumber: Output SPSS 16

Hasil Perhitungan statistik menunjukkan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($175,871 > 2,68$) dan signifikansi sebesar ($0,000 < 0,05$). Karena nilai hitung $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan signifikansi dibawah 0.05 menunjukkan bahwa secara bersama-sama Variasi Produk (X_1) dan Kualitas Produk (X_2) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y). Maka berdasarkan hasil uji simultan dinyatakan bahwa H_3 ditolak dan H_a diterima, artinya antara variabel-variabel bebas yaitu Variasi Produk (X_1) dan Kualitas Produk (X_2) mempunyai pengaruh yang signifikan secara bersama-sama terhadap Keputusan Pembelian (Y).

PEMBAHASAN

Kue Kering Tiara merupakan salah satu usaha yang bergerak dibidang kuliner yang menjual aneka ragam kue. Kue Kering Tiara sudah berdiri selama 5 tahun, sejak tahun 2018 dimana masih beranggotakan sebanyak 2 orang pekerja yang ada pada bagian produksi kue. Ibu Tiara terinspirasi memberikan nama industrinya dari anaknya sendiri yaitu Tiara. Berdasarkan usia rata-rata konsumen yang paling dominan yaitu berusia 26-35 tahun karena konsumen membeli kue untuk kebutuhan acara yang diselenggarakan dirumah seperti acara arisan dan syukuran. Untuk jenis kelamin diketahui karakteristik responden yang dominan adalah perempuan karena konsumen perempuan lebih mengerti tentang makanan kue daripada laki-laki.

Dilihat dari tanggapan responden terhadap variasi produk rata-rata menyatakan baik, hal ini disebabkan karena produk kue di kue kering tiara selalu memenuhi kebutuhan konsumen, tampilan kemasan produk kue yang menarik dan harga yang ditawarkan juga bermacam-macam. Kemudian tanggapan responden terhadap kualitas produk rata-rata menyatakan baik, hal ini disebabkan karena produk kue kering tiara memiliki bahan baku yang berkualitas baik. Dan tanggapan responden terhadap keputusan pembelian rata-rata menyatakan baik, hal ini disebabkan adanya pembelian ulang yang dilakukan konsumen terhadap kue kering tiara, karena produk kue di kue kering tiara selalu memenuhi kebutuhan konsumen, serta hampir semua konsumen yang membeli kue kering tiara sudah terbiasa makan olahan kue. Dengan demikian melalui variasi produk dan kualitas produk yang baik akan menciptakan keputusan pembelian pada Kue Kering Tiara Kota Bengkulu.

Adapun hasil uji hipotesis secara parsial (Uji t) dan uji hipotesis secara simultan (Uji f) dijabarkan sebagai berikut:

Pengaruh Variasi Produk terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa variasi produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian Kue Kering Tiara Kota Bengkulu. Hal ini berarti bahwa semakin banyaknya variasi produk kue yang ditawarkan kue kering tiara, maka keputusan

konsumen untuk membeli kue kering tiara tersebut semakin meningkat. Dengan adanya berbagai macam variasi pada sebuah produk maka konsumen akan merasa berkeinginan untuk melakukan pembelian terhadap produk yang di tawarkan. Tjiptono (2008). Variasi produk sangat penting dalam memasarkan produk karena dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Variasi produk dalam suatu produk merupakan suatu yang terlihat dengan mata dan bersifat menarik sehingga konsumen memiliki keinginan untuk membeli produk tersebut. Variasi produk dapat mempengaruhi keputusan pembelian melalui serangkaian penyediaan produk bervariasi dari segi bahan dan harga. Variasi produk dapat mempengaruhi keputusan pembelian melalui serangkaian penyediaan produk yang bervariasi dari segi ukuran, harga, tampilan dan juga bahan-bahan. Banyaknya pilihan produk yang ditawarkan di suatu industri kue, konsumen pun dapat lebih leluasa dalam memilih berbagai alternative menu atau produk sehingga konsumen pun tidak merasa jenuh atau bosan. Dalam hal ini konsumen menganggap bahwa variasi suatu produk dapat membantu dan mendorong konsumen membuat keputusan pembelian.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian Lisa Safitri, dkk (2016), dan penelitian Nur Farida dan Shokhibatus Saida (2017), menyatakan bahwa variabel variasi produk sangat mempengaruhi sebuah keputusan pembelian konsumen, hal ini menunjukkan bahwa dengan adanya variasi produk maka konsumen merasa banyak pilihan untuk melakukan pembelian suatu produk. Dengan adanya variasi produk maka akan menimbulkan keputusan konsumen untuk melakukan pembelian.

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian Kue Kering Tiara Kota Bengkulu. Hal ini berarti bahwa semakin baik kualitas yang diberikan pada produk kue yang ditawarkan kue kering tiara, maka keputusan konsumen untuk membeli kue kering tiara tersebut semakin meningkat. Dengan adanya produk yang berkualitas maka akan menimbulkan keinginan konsumen untuk melakukan pembelian. Kualitas produk juga sangat penting dalam memasarkan produk karena dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Kualitas produk dalam suatu produk merupakan suatu yang terlihat dengan mata sehingga konsumen memiliki keinginan untuk membeli produk tersebut. Kualitas produk dapat mempengaruhi keputusan pembelian melalui serangkaian penyediaan produk yang berkualitas terutama dari segi bahan produk yang digunakan. Menurut Kotler (2009), konsumen memiliki rasa tertarik untuk membeli suatu produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Namun, hal tersebut dipengaruhi oleh beberapa faktor penunjang terhadap produk itu sendiri yaitu kualitas produk tersebut, model atau variasi produk yang ditawarkan selalu baru, banyaknya pilihan variasi produk, kenyamanan produknya, harga yang menjangkau konsumen, kegiatan promosi yang efektif dan efisien, serta faktor aktifikasi.

Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Bairizki (2017), dan penelitian Setiawan Tri Saputra, dkk (2017), menyatakan bahwa variabel kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian karena Kualitas produk memberikan keyakinan akan mutu dari produk yang dibeli oleh konsumen sehingga dapat memberikan pengaruh pada keputusan pembelian produk tersebut. Mullins, Orville, Larreche, dan Boyd, (2005).

Pengaruh Variasi Produk dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan secara simultan variable variasi produk dan kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian Kue Kering Tiara Kota Bengkulu. Hal ini berarti bahwa semakin baik kualitas dan semakin banyak variasi yang ditawarkan pada produk kue kering tiara, maka keputusan konsumen untuk membeli kue

kering tiara tersebut semakin meningkat. Dengan adanya variasi produk dan kualitas produk yang baik akan menciptakan keputusan pembelian dan meningkatkan penjualan pada Kue Kering Tiara Kota Bengkulu. Hasil penelitian ini mendukung penelitian Shokhibatus Saida (2017) yang berjudul “Pengaruh Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sambal Indofoot di Supermarket Serikat Jaya Gersik” dan Penelitian yang dilakukan oleh Tri Saputra, dkk (2017) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian dan Dampaknya Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Iphone” yang membuktikan bahwa Variasi produk Dan Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian. Dengan banyaknya variasi produk yang ditawarkan dan kualitas produk yang baik maka akan meningkatkan keputusan pembelian kue pada pada Kue Kering Tiara Kota Bengkulu.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan tentang pengaruh Variasi Produk dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kue Kering Tiara Kota Bengkulu, dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Variasi Produk berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian pada Kue Kering Tiara Kota Bengkulu. Hal ini menunjukkan bahwa semakin banyaknya variasi produk kue yang ditawarkan kue kering tiara, maka keputusan konsumen untuk membeli kue kering tiara tersebut semakin meningkat.
2. Kualitas Produk berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian pada Kue Kering Tiara Kota Bengkulu. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas yang diberikan pada produk kue yang ditawarkan kue kering tiara, maka keputusan konsumen untuk membeli kue kering tiara tersebut semakin meningkat.
3. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa Variasi Produk (X_1) dan Kualitas Produk (X_2) berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada Kue Kering Tiara Kota Bengkulu. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas dan semakin banyak variasi yang ditawarkan pada produk kue kering tiara, maka keputusan konsumen untuk membeli kue kering tiara tersebut semakin meningkat.

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, A. David. (2008). *Manajemen Ekuitas Merek. Alih bahasa oleh Aris Ananda* . Jakarta: Mitra Utama.
- Abdullah, Thamrin & Francis Tantri. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers
- Amrullah, Pamasang, S, & Siburian, Saida Zainurossalamia, ZA, (2016), “Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda”. *Jurnal Ekonomi dan ManajemenI*, Vol. 13. No. 2. ISSN print. 1907-3011, ISSN online. 2528-1127. Hal. 2528-1127.
- Andriansyah, Yusuf, Rois Arifin & Afi Rachmat, S, (2013), “Pengaruh Label Halal, Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Teh Racek (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Malang)”. *Jurnal Riset Manajemen Prodi Manajemen*.
- Ariani, Maulida, (2018), “Pengaruh Variasi Produk Terhadap Pembelian Ulang Pada Cafe Vin’z Ice Cream Di Kota Samarinda”. *eJournal Administrasi Bisnis*, Vol. 6. No. 1. ISSN 2355-5408. Hal. 278-287.
- Aryandi, J., & Onsardi, O. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Cafe Wareg Bengkulu. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (Jmmib)*, 1(1), 117-127.

- Bairizki, Ahmad (2017), “Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus Pada Ud Ratna Cake & Cookies)”. *Jurnal Valid*, Vol. 14. No. 2. Hal. 71-86
- Basu Swastha, Hani Handoko. (2011). *Manajemen Pemasaran-Analisis Perilaku. Konsumen*. Yogyakarta : BPFE.
- Belch, G.E and M.A. Belch. (2004). *Advertising And Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective, Sixth Edition, The McGraw Hill/Irwin: New York*
- Dharmmesta, Basu Swastha., Handoko, T. Hani. (2012). *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*. Edisi Pertama. BPFE, Yogyakarta.
- Efnita, Titik, (2017), “Pengaruh Variasi Produk, Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada *Wedding Organizer*”. *Jurnal AdBispreneur*, Vol.2. No. 2. Hal. 107-115.
- Farida, Nur, & Shokhibatus Saidah, (2017), “Pengaruh Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sambal Indofood Di Supermarket Sarikat Jaya Gresik”. *Jurnal Cema Ekonomi*, Vol. 06. No. 02. Hal. 156-168.
- Groover., Mikel, P., (2010). *Fundamental of Modern Manufacturing Materials, Process, and System*.
- Habibah, Ummu & Sumiati, (2016), “Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Di Kota Bangkalan Madura”. *Jurnal Ekonomi & Bisnis*, Vol. 1. No. 1. JEB. 17. Hal. 31- 48.
- Imanullah, M., Onsardi, O., Toyib, R., Hidayat, M. T., Wahyudi, I., Abimanyu, A., & Susanto, A. (2021). Pengenalan Website Sekolah Dasar Muhammadiyah 1 Unggulan Dalam Rangka Meningkatkan Mutu Pembelajaran Dan Promosi Sekolah. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bumi Raflesia*, 4(1), 483-492.
- Irawan & Wijaya, Farid. (2000). *PEMASARAN Prinsip dan Kasus*. Edisi Kedua. BPFE : Yogyakarta.
- Kembaren Muhammad, (2009). *Loyalitas Pelanggan dan Aspek pemasaran produk Jasa*. Erlangga Utama. Malang.
- Khanza, M., Toyib, R. T., & Onsardi, O. (2021). Implmentasi Algoritma Apriori Untuk Meningkatkan Penjualan Handphone di Toko Mardha Cell. *JSAI (Journal Scientific and Applied Informatics)*, 4(2), 221-235.
- Kotler, K. (2009). *Manajemen Pemasaran I*. Edisi ketiga belas. Jakarta: Erlangga
- Kristian, Denny & Rita Widayanti, (2016), “Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Pada Mahasiswa Kampus 1 Universitas Kristen Krida Wacana”. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis*, VOL. 16. NO. 1. Hal. 45-58.
- Lubis Nurhalimah, (2018). Pengaruh Harga, Keberagaman Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Aice Ice Cream. Skripsi. Medan: Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan.
- Mariana, (2015), “Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk”. *eJournal Ilmu Administrasi Bisnis*, , Vol. 3. No. ISSN 2355-5408. 2. Hal. 388-402.
- Michael Stringer & C. Dennis. (2000). *Chilled Foods*. England: TJI Digital padstow comwall.
- Mullins, Orville, Larreche, dan Boyd. (2005). *Marketing Management: A Strategic..Decision Making Approach, 6 th edition*. New York City: McGraw-Hill.
- Munandar, J. A., & Onsardi, O. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menabung Di Bank Sumsel Babel Kcp Tanjung Sakti. (*Jems*) *Jurnal Entrepreneur Dan Manajemen Sains*, 2(1), 43-52.
- Onsardi, O., Ekowati, S., Yulinda, A. T., & Megawati, M. (2022). Dampak Digital Marketing, Brand Image Dan Relationship Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Lina Ms Glow Kota Bengkulu. *Creative Research Management Journal*, 5(2), 10-19.

- Onsardi, O., Wulandari, K., Finthariasari, M., & Yulinda, A. T. (2021). Impact Of Service Marketing On Student Decisions. *JBMP (Jurnal Bisnis, Manajemen dan Perbankan)*, 7(2), 234-254.
- Purwanti Fitria Nurlita, (2015). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Susu Mak Tam Kediri. Skripsi Tidak Diterbitkan. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Surabaya.
- Rahmawati, R., & Onsardi, O. (2022). Korelasi Mutu Pelayanan Dengan Impulse Buying Konsumen UD. Mantan Karyawan Kota Bengkulu. In *Prosiding Seminar Nasional Business Corporate* (Vol. 1, No. 1, Pp. 23-29).
- Safitri, Lisa, Mona & Sri, (2016), "Pengaruh Variasi Produk, Kemasan, Kepercayaan Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Oleh-Oleh Kerupuk Jangek Buk Kai Di Kota Padang". *Jurnal*.
- Sapitri, L., & Onsardi, O. (2021). The Effect of Brand Image and Product Quality toward Wardah Cosmetics Consumers' Loyalty as A Study on Students Management Study Program, Faculty of Economics and Business, Muhammadiyah University of Bengkulu. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi Review*, 1(2), 139-146.
- Saputra, Tri, Kadarisman Hidayat, dan Sunarti, (2017). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian dan Dampaknya Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Iphone. (Survei Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol. 50 No. 6
- Sonatasia, D., Onsardi, O., & Arini, E. (2020). Strategi Meningkatkan Loyalitas Konsumen Makanan Khas Kota Curup Kabupaten Rejang Lebong. (*Jmmib*) *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis*, 1(1).
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Toyib, R., Onsardi, O., & Muntahanah, M. (2020). Promosi Produk Pertanian Dan Kerajinan Menggunakan Website Serta Pembukuan Sederhana di Desa Sido Dadi Kecamatan Arma Jaya Kabupaten Bengkulu Utara. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bumi Rafflesia*, 3(1).
- Tupadela, J., & Onsardi, O. (2020). Pengaruh Pengembangan Karir Dan Promosi Jabatan Terhadap Semangat Kerja Karyawan Perusahaan Daerah Air Minum Kota Bengkulu. (*Jems*) *Jurnal Entrepreneur Dan Manajemen Sains*, 1(2).
- Wicaksono Bagas Rifki, (2016). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Layanan Internet Yang Dimediasi Oleh Minatbeli. Skripsi. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.