

PENGARUH DIVERSIFIKASI PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN

Elsen Forezca¹⁾, Eti Arini²⁾

etiarini@umb.ac.id

^{1),2)}UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH BENGKULU

ABSTRACT

This study aims to 1). know the effect of product diversification on purchasing decisions at Al Basit Bakery. 2). This is to determine the effect of price on purchasing decisions at Al Basit Bakery. 3). To determine the effect of product diversification and price on purchasing decisions at Al Basit Bakery. This type of research is a quantitative approach. The method used in this research is descriptive method. The population in this study were all consumers of Al Basit Bakery. This research uses incidental sampling technique. So that the number of samples used in this study was 60 people. Based on the results of research on the relationship between organizational promotion and product quality with consumer loyalty at Syarah bakery Bengkulu, the following conclusions can be drawn: 1). There is a positive and significant effect of product diversification on purchasing decisions at Al Basit Bakery. 2). There is an effect of price on purchasing decisions at Al Basit Bakery. 3). There is an effect of product diversification and price on purchasing decisions at Al Basit Bakery.

Keywords: The Effect of Product Diversification and Price on Purchasing Decisions

PENDAHULUAN

Diversifikasi produk merupakan upaya yang dilakukan perusahaan untuk mengusahakan atau memasarkan beberapa produk yang sejenis dengan produk yang sudah dipasarkan sebelumnya. Menurut Effendi (1996) mengemukakan bahwa diversifikasi produk didefinisikan sebagai suatu perluasan pemilihan barang dan jasa yang dijual oleh perusahaan dengan jalan menambah produk baru atau jasa ataupun memperbaiki tipe, warna, mode, ukuran, jenis dari produk yang sudah ada dalam rangka memperoleh laba maksimal.

Harga memiliki peranan yang sangat penting dalam mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli produk, sehingga sangat menentukan keberhasilan pemasaran suatu produk. Menurut Kotler dan Armstrong (2001) adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut.

Berdasarkan observasi awal yang dilakukan oleh peneliti di Toko Roti Al Basit, pemilik toko mengeluhkan masalah persaingan harga yang terjadi antara sesama penjual roti di mana sebagian penjual menjual dengan harga yang murah sedangkan menurut pemilik toko harga yang murah tersebut tidak memberikan keuntungan sehingga pemilik toko harus menerapkan berbagai macam cara agar meningkatkan keputusan pembelian pada konsumen.

Observasi yang peneliti lakukan di toko roti al basit dengan pemilik mengatakan bahwa harga jual di hitung dengan harga bahan baku yang digunakan, jika bahan baku naik maka terpaksa harga dinaikkan, tapi masih ada toko roti yang menjual dengan harga murah sehingga menyulitkan untuk melakukan saingan penjualan sehingga volume penjualan menurun.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Toko Roti Al Basit. Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel *incidental*. Teknik sampling *incidental* yang baik digunakan jika jumlah dan karakteristik populasi tidak diketahui sebelumnya. Oleh sebab itu Jumlah indikator dalam penelitian ini adalah 12 yang digunakan untuk mengukur satu variabel terikat dan 2 variabel bebas, sehingga jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 60 konsumen. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda.

HASIL PENELITIAN

Karakteristik Responden

Penyajian data deskriptif penelitian bertujuan untuk melihat deskripsi dari data penelitian dan hubungan antar variabel yang digunakan dalam penelitian. Data deskriptif yang menggambarkan keadaan atau kondisi responden merupakan informasi tambahan untuk memahami hasil-hasil penelitian.

Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Data mengenai responden disini, peneliti mengelompokkan menjadi enam kategori, yaitu 17- 27 tahun, 28- 37 tahun, 38- 47 tahun, 48- 57 tahun, 58- 68 tahun, > 68 tahun. Adapun data mengenai umur pegawai Kantor Camat Talo yang diambil sebagai responden adalah sebagai berikut :

Tabel. 1
Umur Responden

Umur	Frekuensi	Persentase (%)
17-20 Tahun	9	15
21-30 Tahun	25	62,5
31-40 Tahun	15	25
>40 Tahun	11	18,33
Total	60	100 %

Sumber : Hasil Penelitian

Berdasarkan keterangan tabel diatas diketahui jika dilihat dari segi umur konsumen yang diambil sebagai responden. penelitian ini berusia 17 – 20 tahun sebanyak 9 orang atau 15%, responden yang berusia 21 – 30 tahun sebanyak 25 orang atau 62,5%, responden yang berusia 31-40 tahun sebanyak 15 orang atau 25%, responden yang berusia >40 tahun sebanyak 11 orang atau 18,33%.

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Adapun data mengenai jenis kelamin responden penelitian di Usaha Roti Al Basit Bengkulu adalah sebagai berikut :

Tabel. 2
Jenis Kelamin Responden

JenisKelamin	Frekuensi	Persentase (%)
Pria	19	31,66
Wanita	41	68,34
Total	60	100 %

Sumber : Hasil Penelitian

Berdasarkan keterangan pada tabel diatas dapat diketahui tentang jenis kelamin responden yang diambil sebagai responden. Jenis kelamin pria sebanyak 19 orang atau 31,66%, dan wanita sebanyak 41 orang atau 68,34%. Dari keterangan diatas sebagai responden dalam penelitian ini adalah mayoritas wanita.

Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Adapun tingkat pendidikan konsumen Usaha Roti Al-Basit adalah:

Tabel.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Pendidikan	Jumlah	Presentase
SD	7	11,66
SMP	12	20
SMA	31	51,66
Perguruan Tinggi	10	16,66
Total	60	100

Sumber : hasil Penelitian

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa dari 60 jumlah responden, tidak ada karyawan yang berpendidikan SD sebanyak 7 orang (11,66%), berpendidikan SMP, 12 (20%) orang responden, berpendidikan SMA sebanyak 31 orang (51,66%) dan berpendidikan perguruan tinggi sebanyak 10 orang (16,66%).

HASIL PENELITIAN

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan analisis regresi yaitu analisis regresi berganda.

Tabel. 4
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.195	.925		2.374	.020		
	X1	.495	.096	.525	5.139	.000	.141	7.076
	X2	.214	.052	.418	4.091	.000	.141	7.076

a. Dependent Variable: Y

Dari perhitungan komputer yaitu perhitungan dengan SPSS versi 16 *for windows* didapatkan persamaan regresinya adalah :

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2$$

$$Y = 2,195 + 0,495X_1 + 0,214X_2$$

Angka tersebut masing-masing secara ekonomi dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Nilai konstanta 2,195 mempunyai arti bahwa apabila variabel diversifikasi produk (X_1), dan harga (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y), sama dengan nol, maka variabel kinerja akan tetap yaitu 2,195. Hal ini berlaku saat dilaksanakannya penelitian.
2. Koefisien regresi variabel diversifikasi produk (X_1) sebesar mempunyai 0.917 makna bahwa apabila diversifikasi produk (X_1) ditingkatkan satu satuan, maka akan meningkatkan keputusan pembelian (Y) usaha roti Al basit sebesar 0.495 dengan asumsi variabel keputusan pembelian.
3. Koefisien regresi variabel harga (X_2) sebesar - 0.214 mempunyai makna bahwa apabila harga (X_2) ditingkatkan satu satuan, maka akan menurunkan keputusan pembelian (Y) Pada usaha roti Al Basit sebesar 0.214 dengan asumsi variabel harga yang akan berdampak pada keputusan pembelian yang tetap.

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		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.718	1.821		2.042	.044
	Dukungan Organisasi	.160	.061	.264	2.648	.010
	Motivasi	.268	.095	.308	2.812	.006
	Komitmen Organisasi	.247	.080	.271	3.099	.003

a. Dependent Variabel : Kinerja Karyawan

Sumber: Output SPSS

Melalui perhitungan yang dilakukan dengan menggunakan program SPSS, maka perbandingan antara t_{hit} dengan t_{tabel} ($n-k-1$) = $97-3-1 = 93$ (1.985) setiap variabel sebagai berikut :

1. Dukungan organisasi yaitu $t_{hit} > t_{tabel}$ ($2.648 > 1.985$) dan ($\text{sig } \alpha = 0,010 < 0,050$), hal tersebut menyatakan bahwa adanya pengaruh yang signifikan dukungan organisasi (X_1) terhadap kinerja karyawan pada Karyawan Di Hotel Grage Horizon Bengkulu.
2. Berdasarkan uji t_{hit} untuk variabel motivasi (X_2) yaitu $t_{hit} > t_{tabel}$ ($2.812 > 1.985$) dan ($\text{sig } \alpha = 0,006 < 0,050$), hal tersebut menyatakan bahwa adanya pengaruh yang signifikan motivasi terhadap kinerja karyawan pada Karyawan Di Hotel Grage Horizon Bengkulu.
3. Berdasarkan uji t_{hit} untuk variabel komitmen organisasi (X_3) yaitu $t_{hit} > t_{tabel}$ ($3.099 > 1.985$) dan ($\text{sig } \alpha = 0,003 < 0,050$), hal tersebut menyatakan bahwa adanya pengaruh yang signifikan komitmen organisasi terhadap tenaga kinerja karyawan pada Karyawan Di Hotel Grage Horizon Bengkulu.
4. Dari hasil penelitian variable yang dominan adalah Variabel komitmen organisasi (X_3) sebesar 3.099, variable dukungan organisasi (X_1) sebesar 2.648 dan variabel motivasi (X_2) sebesar 2.812.

Pengujian Hipotesis Dengan Uji F

Berikut ini adalah hasil uji f, hasil uji f digunakan untuk mengetahui apakah model dalam penelitian telah layak untuk digunakan. Analisis lebih lanjut mengenai pengujian hipotesis atau tidak, yang mana model dikatakan layak apabila nilai signifikansi $\leq 0,05$, dan model tidak layak untuk analisis selanjutnya bila nilai signifikansi $> 0,05$. Berikut tabel hasil uji F.

Tabel. 6
ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	6411.466	2	3205.733	290.481	.000 ^a
	Residual	1081.524	98	11.036		
	Total	7492.990	100			

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Sumber : Data di olah 2021

Berdasarkan tabel uji hipotesis di atas dapat diketahui nilai F_{sig} untuk variabel pengembangan diversifikasi produk (X_1), dan harga (X_2) yaitu sebesar 0.000 sedangkan nilai t_{tabel} pada tingkat 95% dan signifikansi 5% didapat $F_{sig} = \alpha 0.05$. Jadi dapat disimpulkan bahwa $F_{Sig} < Sig$ ($0.00 < \alpha 0.05$) artinya H_a diterima dan H_0 ditolak, bahwa secara bersama-sama variable diversifikasi produk (X_1), dan harga (X_2) mempunyai berpengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian (Y).

PEMBAHASAN HASIL

Pengaruh diversifikasi produk terhadap keputusan pembelian di Toko Roti Al Basit.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti di Roti Al Basit bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan diversifikasi produk terhadap keputusan pembelian di

Toko Roti Al Basit, artinya jika diversifikasi produk meningkat maka keputusan pembelian juga akan meningkat. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Yengki (2017) Hasil penelitian Yengki (2017) Munandar, J. A., (2021) bahwa bahwa diversifikasi produk dan harga memiliki pengaruh yang parsial berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Kentucky Fried Chicken (KFC) Metropolitan City of Pekanbaru

Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian di Toko Roti Al Basit.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif harga terhadap keputusan pembelian di Toko Roti Al Basit, artinya jika harga meningkat maka akan menurunkan keputusan pembelian konsumen. Hasil ini didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Umi (2015), Sonatasia, D., & Arini, E. (2020), Wulandari, K., Finthariasari, M., & Yulinda, A. T. (2021) bahwa terdapat pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen.

KESIMPULAN

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan diversifikasi produk terhadap keputusan pembelian di Toko Roti Al Basit, artinya jika diversifikasi produk meningkat maka keputusan pembelian juga akan meningkat.
2. Terdapat pengaruh positif harga terhadap keputusan pembelian di Toko Roti Al Basit, artinya jika harga meningkat maka akan menurunkan keputusan pembelian konsumen
3. Terdapat pengaruh diversifikasi produk dan harga terhadap keputusan Pembelian di Toko Roti Al Basit maka jika diversifikasi produk meningkat maka keputusan pembelian juga akan meningkat dan jika harga meningkat maka akan menurunkan keputusan pembelian konsumen

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Manap. 2016. *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Edisi Pertama. Jakarta Mitra Wacana Media.
- Basu Swastha. 2002. *Manajemen Pemasaran. Edisi Kedua*. Cetakan Kedelapan. Jakarta: Penerbit Liberty
- Febria, Wahyuningsih. 2018. *Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cilupbah Shop Palembang*. Diploma thesis. Diploma thesis, Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang.
- Haryati Manurung, “*Pengaruh Diversifikasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Sumatera Utara*”. Universitas Sumatera Utara, 2013.
- Hasan, Ali. 2014. *Marketing dan kasus-kasus pilihan* cetakan 1. Yogyakarta : CAPS
- Inggar, *Kontribusi Suasana Kedai, Diversifikasi Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Aiola Eatery Surabaya*, Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN) > Vol 3, No 1 (2015)
- Lucius Hermawan, *Dilema Diversifikasi Produk: Meningkatkan Pendapatan Atau Menimbulkan Kanibalisme Produk?*, Jurnal Studi Manajemen, Vol. 9, No. 2, Oktober 2015 Universitas Ma Chung
- Ma'ruf. 2005. *Pemasaran Ritel*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama
- Mei Nur. 2015. *Pengaruh Persepsi Konsumen Tentang Resiko, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Toko Online Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta*. Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta

- 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., Wulandari, K., Fintahiasari, M., & Yulinda, A. T. (2021). Impact Of Service Marketing On Student Decisions. *JBMP (Jurnal Bisnis, Manajemen dan Perbankan)*, 7(2), 234-254.
- Primananda. 2010. Faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam membeli rumah.* Skripsi Sarjana, Fakultas Ekonomi,. Universitas Diponegoro, Semarang
- Schiffman dan Kanuk. 2011. **Pemasaran**. Jilid Kedua. Salemba Empat. Jakarta
- 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).
- Umi Wardatus Sa'adah, **Pengaruh Diversifikasi Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Konsumen Toko Zeze Media Balung)**, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember
- Yohanes Dakhi, **Analisis Pengaruh Diversifikasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Paguyuban Bakery And Cake Kabupaten Nias Selatan, Pareto: Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis** Vol. 5 No. 1 Februari 2020