



**ANALISIS PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN,  
LOKASI DAN KERAGAMAN PRODUK TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN**

(STUDI PADA KOPERASI PEGAWAI REPUBLIK INDONESIA “USAHA  
GOTONG ROYONG” DI LAWANG)

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi persyaratan  
Memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis

Oleh

**RAHMA DINA NOR AINANDIA**

NPM 21801092050



**UNIVERSITAS ISLAM MALANG  
FAKULTAS ILMU ADMINISTRASI  
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS**

**MALANG**

**2023**

## RINGKASAN

Rahma Dina Nor Ainandia 2023, **Analisis Pengaruh Harga, Kualitas, Pelayanan, Lokasi, dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada KPRI UGORO)**. Dosen Pembimbing I: Drs. Ratna Nikin Hardati, M.Si, Dosen Pembimbing II: Khoiriyah Trianti, S.E, M.S.A

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Analisis Pengaruh Harga, Kualitas, Pelayanan, Lokasi, dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada KPRI UGORO). Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel yaitu Simple Random Sampling. Teknik pengumpulan data menggunakan kuisioner dengan sampel berjumlah 100 responden dan teknik analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda serta menggunakan program SPSS 16.

Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa variabel harga, kualitas pelayanan dan keragaman produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan variabel lokasi secara parsial berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Dibuktikan dengan variabel harga terhadap keputusan pembelian dengan nilai signifikan  $0,004 < 0,05$  dan nilai t hitung  $2,943 > t$  tabel  $1,985$ . variabel kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian dengan nilai signifikan  $0,004 < 0,05$  dan nilai t hitung  $2,943 > t$  tabel  $1,985$ . variabel lokasi terhadap keputusan pembelian dengan nilai signifikan  $0,415 > 0,05$  dan nilai t hitung  $0,818 < t$  tabel  $1,985$ . variabel keragaman produk terhadap keputusan pembelian dengan nilai signifikan  $0,001 < 0,05$  dan nilai t hitung  $3,378 > t$  tabel  $1,985$ . Secara simultan (bersama-sama) variabel harga, kualitas pelayanan, lokasi dan keragaman produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  dan nilai F hitung  $110,708 > F$  tabel  $2,71$ .

Kata Kunci : Harga, Kualitas Pelayanan, Lokasi, Keragaman Produk

## SUMMARY

Rahma Dina Nor Ainandia 2023, **Analysis of the Influence of Price, Quality, Service, Location, and Product Diversity on Purchasing Decisions (Study at KPRI UGORO)**. Supervisor I: Drs. Ratna Nikin Hardati, M.Si, Supervisor II: Khoiriyah Trianti, S.E, M.S.A

This study aims to determine the Effect Analysis of Price, Quality, Service, Location, and Product Diversity on Purchasing Decisions (Study at KPRI UGORO). This research uses a quantitative approach with associative research. This research uses a sampling technique, namely Simple Random Sampling. The data collection technique used a questionnaire with a sample of 100 respondents and the data analysis technique used multiple linear regression analysis and used the SPSS 16 program.

The results of this study indicate that the variable price, service quality and product variety partially have a positive and significant effect on purchasing decisions, while the location variable partially has a negative and insignificant effect on purchasing decisions. Evidenced by the price variable on purchasing decisions with a significant value of  $0.004 < 0.05$  and a t count of  $2.943 > t$  table of 1.985. service quality variable on purchasing decisions with a significant value of  $0.004 < 0.05$  and a t count of  $2.943 > t$  table of 1.985. location variable on purchasing decisions with a significant value of  $0.415 > 0.05$  and t count  $0.818 < t$  table 1.985. variable product diversity on purchasing decisions with a significant value of  $0.001 < 0.05$  and t count  $3.378 > t$  table 1.985. Simultaneously (together) the variables of price, service quality, location and product variety have a positive and significant effect on purchasing decisions, this is evidenced by a significance value of  $0.000 < 0.05$  and an calculated F value of  $110.708 > F$  table 2.71.

Keywords: Price, Service Quality, Location, Product Diversity

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Perubahan dunia usaha yang semakin pesat ditandai dengan banyaknya pengusaha yang membuka usahanya di bidang ritel seperti minimarket, toko kelontong, agen makanan dan *online shop*. Pada era modernisasi saat ini, konsumen sangat diuntungkan dengan hadirnya “koperasi konsumen” yang menjual kebutuhan sehari-hari, dalam suasana yang nyaman serta para konsumen bisa memilih dan membawa pulang produk yang diinginkan. Dengan adanya koperasi konsumen ini para konsumen bisa berbelanja sesuai dengan barang yang mereka butuhkan.

Berdasarkan publikasi Kota Malang Dalam Angka (MDA) Tahun 2022, diketahui bahwa nilai Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Atas dasar Harga Berlaku di Kota Malang juga naik dari Rp72,16 triliun rupiah (2020) menjadi Rp 76.62 triliun rupiah (2021). Grosir dan eceran masih menjadi kontributor terbesar PDRB sebesar 29,09% disusul Industri pengolahan sebesar 26,72% dan konstruksi sebesar 12,39%. Dari data tersebut membuktikan bahwa persaingan dalam dunia bisnis semakin ketat setiap harinya.

Berbagai macam toko baik yang kecil maupun yang besar sudah mulai ada di desa desa. Maka dari itu semua toko dituntut harus semakin kreatif dan inovatif dalam memasarkan produknya serta mempertahankan pelanggan. Alasan yang menjadi pertimbangan mengapa peneliti memilih Koperasi

Pegawai Republik Indonesia “Usaha Gotong Royong” yaitu peneliti telah melakukan observasi dengan melakukan pra survei kepada masyarakat desa Sumberporong. Peneliti mengambil 30 orang untuk dijadikan responden, berikut adalah hasil data pra surveinya:

**Tabel 1. Perbandingan KPRI UGORO Dengan Usaha Ritel Lainnya**

NO	KPRI UGORO	INDOMARET / ALFAMART
1	Pembayarannya secara tunai	Pembayaran bisa menggunakan kartu kredit
2	Bisa berhutang	Tidak bisa kredit
3	Barang yang sudah dibeli, jika kurang cocok bisa dikembalikan asalkan ada perjanjian sebelumnya.	Barang yang sudah dibeli tidak bisa di kembalikan lagi
4	Media promosi menggunakan aplikasi WhatsApp.	Media promosi berupa brosur.
5	Barang yang dijual berasal dari produsen langsung, maka KPRI UGORO bisa mengatur harganya dan cenderung lebih murah dibandingkan minimarket lain.	Harga barang sudah ditentukan oleh perusahaan

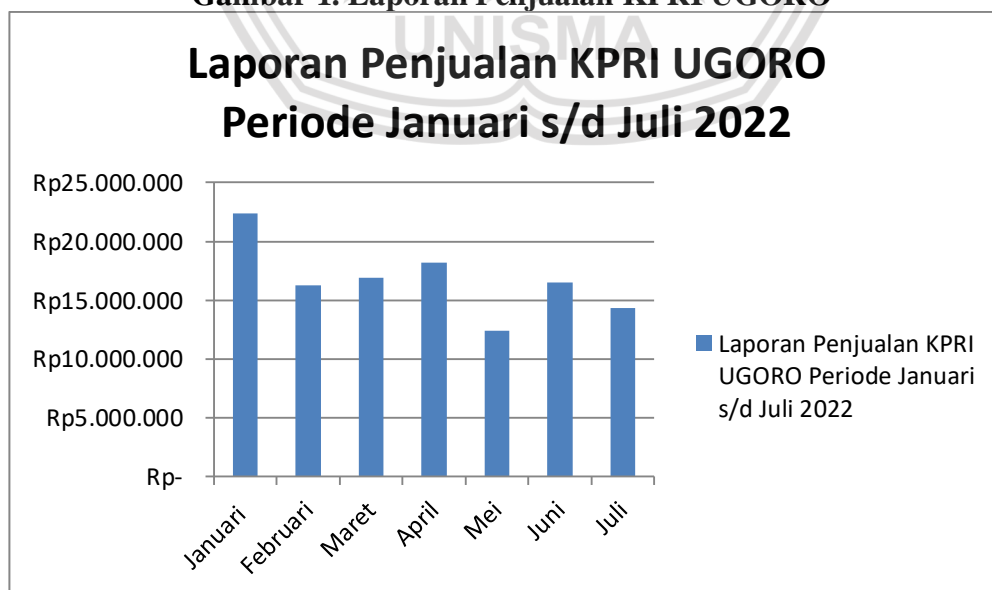
Sumber: Data Diolah

Berdasarkan pada tabel diatas, dapat dilihat beberapa kelebihan dari Koperasi Pegawai Republik Indonesia “Usaha Gotong Royong” dibandingkan dengan usaha ritel lainnya. Pembayaran di KPRI UGORO masih secara tunai, sehingga memudahkan orang tua yang tidak bisa menggunakan teknologi seperti M-banking tetap bisa berbelanja di KPRI UGORO. Jika konsumen tidak membawa uang lebih maka konsumen KPRI UGORO Bisa berhutang. Apalagi jika konsumen tersebut bekerja di RSJ

Wideodiningrat uangnya tidak cukup maka bisa berhutang dan pembayarannya dengan pemotongan gaji. Media promosi di KPRI UGORO menggunakan aplikasi WhatsApp, dimana aplikasi tersebut sering digunakan oleh banyak orang. Dan jangkauannya luas. Selain itu barang yang dijual berasal dari produsen langsung, maka KPRI UGORO bisa mengatur harganya dan cenderung lebih murah dibandingkan minimarket lain, itulah beberapa alasan mengapa para konsumen suka berbelanja di Koperasi Pegawai Republik Indonesia “Usaha Gotong Royong”. Itu pula yang menjadikan KPRI UGORO menjadi objek penelitian oleh peneliti

Alasan Lain yang menjadi pertimbangan, berdasarkan pengamatan peneliti dan juga informasi dari Koperasi Pegawai Republik Indonesia “Usaha Gotong Royong”, bahwa pada tahun 2022 penjualan Koperasi Pegawai Republik Indonesia “Usaha Gotong Royong” mengalami penurunan dibandingkan dengan minimarket lain

**Gambar 1. Laporan Penjualan KPRI UGORO**



Sumber: Data Diolah

dengan adanya hal ini Koperasi Pegawai Republik Indonesia “Usaha Gotong Royong” Hal ini menjadi alasan peneliti untuk menjadikan Koperasi Pegawai Republik Indonesia “Usaha Gotong Royong” sebagai tempat penelitian dan untuk subjek penelitian peneliti memilih masyarakat desa Sumberporong yang sering berbelanja di Koperasi Pegawai Republik Indonesia “Usaha Gotong Royong”.

Koperasi Pegawai Republik Indonesia “Usaha Gotong Royong” atau yang sering disebut KPRI UGORO adalah sebuah koperasi yang menjual berbagai macam kebutuhan konsumen baik itu primer maupun sekunder. Menurut Undang-Undang No. 17 Tahun 2012 tentang Perkoperasian, Koperasi adalah badan hukum yang didirikan oleh orang perseorangan atau badan hukum koperasi, dengan pemisahan kekayaan para anggota sebagai modal untuk menjalankan usaha, yang memenuhi aspirasi dan kebutuhan bersama di bidang ekonomi, sosial, dan budaya sesuai dengan nilai prinsip koperasi. Dilihat dari bidang usaha dan jenis anggotanya koperasi dibedakan menjadi 4 dimana salah satunya adalah koperasi konsumen (Rudianto (2010:5-6)). Koperasi konsumen adalah koperasi dimana anggotanya adalah para pemakai barang akhir (konsumen). Kegiatan koperasi konsumen ini adalah melakukan penjualan dan pembelian. Barang yang mereka pasarkan adalah barang yang dibutuhkan oleh para anggota.

Saat membeli sesuatu para konsumen akan memikirkan beberapa hal diantaranya; barang apa yang akan dibeli, apa manfaatnya, berapa harga barang tersebut serta apa manfaat dari barang tersebut serta faktor- faktor

lainnya yaitu faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologis. (Kotler dan Amstrong 2014:152). Maka dari itu KPRI UGORO dituntut untuk dapat membaca keinginan dari konsumen agar dapat memberikan kepuasan bagi pembelinya sehingga pembeli itu merasa yakin terhadap keputusan yang diambil. Dan tidak merasa kecewa dan ingin datang ke KPRI UGORO kembali. Dengan demikian, akan mudah bertahan dalam menghadapi persaingan bisnis yang ada.

Keputusan pembelian adalah proses menerima dan mengevaluasi informasi tentang produk tertentu (Suryani, 2013:13). Maka dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian adalah suatu tindakan yang dilakukan seseorang untuk membeli dan menggunakan produk yang dipilih dimana dalam penetapan keputusan harus melewati proses pemilihan dari beberapa alternatif produk lainnya. Menurut Kotler dan Keller (2012:192) Keputusan pembelian dipengaruhi oleh psikologi dasar yang berperan penting bagi konsumen untuk memperoleh kepuasan dalam menentukan pilihan. Setiap orang yang akan membeli sesuatu biasanya akan memilih-milih produk yang sesuai dengan karakter dan kepuasan yang akan didapat setelah membeli produk.

Perilaku konsumen melibatkan pemikiran dan perasaan serta tindakan yang mereka lakukan. Konsumen memerlukan pemikiran yang matang dalam melakukan keputusan pembelian dengan membandingkan suatu produk dengan produk lainnya sesuai dengan kebutuhan dan kepuasan mereka. Istilah perilaku konsumen dapat diartikan sebagai perilaku yang ditujukan oleh



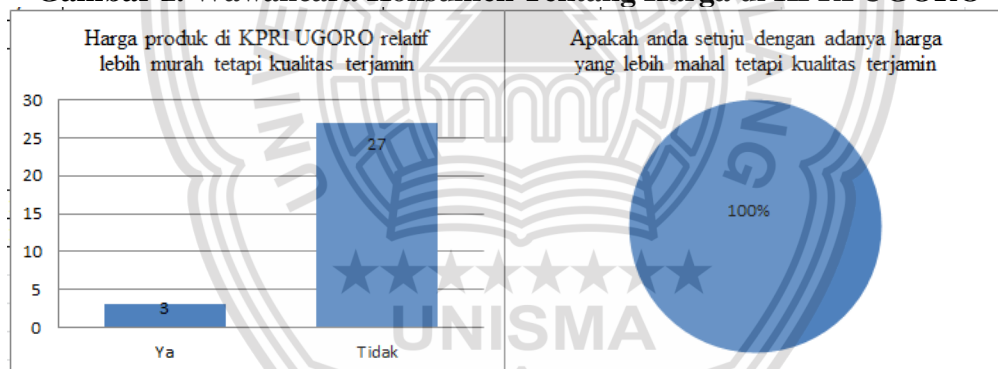
konsumen untuk mendapatkan, membeli, menggunakan dan mengevaluasi produk barang dan jasa yang diharapkan dapat memenuhi kepuasan yang diharapkan (Shiffman dan Kanuk dalam Sumarwan 2003).

Teknologi yang telah berkembang mengakibatkan adanya perubahan dalam segala hal, salah satunya adalah pemasaran. Penting bagi KPRI UGORO untuk memikat konsumen agar mau berbelanja di koperasi tersebut, segala atribut yang dimiliki oleh koperasi merupakan potensi yang dapat digunakan untuk menunjang keberhasilan pemasaran. Selain perilaku konsumen terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian pada suatu koperasi konsumen diantaranya adalah: harga, kualitas pelayanan, lokasi dan keragaman produk.

Ketika konsumen memutuskan untuk membeli suatu produk maka pertimbangan yang pertama dan paling penting adalah tentang harga dan disusul dengan pertimbangan yang lainnya, pertimbangan harga bisa dilakukan dengan cara membandingkan dengan produk atau jasa yang mirip namun dengan merek yang berbeda. Menurut Tjiptono (2008:151) harga adalah satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan penggunaan suatu barang atau jasa. Harga juga dapat menjadi indikator kualitas produk. Konsumen biasanya mengidentikkan harga produk yang mahal mengartikan bahwa kualitas dari suatu produk baik tetapi jika terlalu mahal akan membuat konsumen beralih ke produk lain dengan harga yang murah dengan kualitas yang tidak kalah dari barang mahal tersebut, tetapi apabila harga itu terlalu

murah maka konsumen akan meragukan kualitasnya . hal ini menunjukkan betapa pentingnya keputusan yang diambil oleh koperasi dalam menentukan harga dan juga bahwasannya konsumen akan membeli sesuatu dalam jumlah banyak jika harga yang diberikan tepat dan layak. Harga produk yang terdapat di KPRI UGORO lebih terjangkau daripada minimarket atau perusahaan sejenis KPRI UGORO dengan kualitas produk yang sesuai dengan harganya. Dalam hal ini konsumen KPRI UGORO ingin barang yang dijual KPRI UGORO dalam hal kualitas dinaikkan lagi meskipun harganya lebih mahal. Hal ini bisa dibuktikan dengan hasil wawancara pra survey saya kepada 30 orang responden seperti berikut:

**Gambar 2. Wawancara Konsumen Tentang Harga di KPRI UGORO**



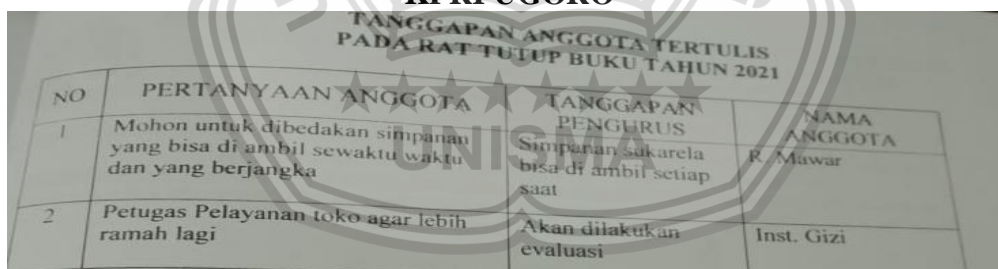
Sumber: Data Diolah

Dari hasil diatas dapat diketahui ada 27 responden tidak setuju dengan harga yang ada di KPRI UGORO telah sesuai dengan kualitas yang diinginkan konsumen. Selanjutnya dari semua konsumen yang tidak setuju yaitu 27 responden mereka ingin adanya perubahan harga di KPRI UGORO meskipun lebih mahal tetapi kualitasnya terjamin.

Faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah kualitas pelayanan. Pelayanan yang baik membuat konsumen merasakan bahwa

mereka yang diprioritaskan dan diistimewakan oleh koperasi. Oleh karena itu dalam persaingan, koperasi juga perlu mengutamakan pelayanan yang berkualitas kepada konsumen agar tetap membeli di koperasi dan koperasi tidak kehilangan pelanggan. Menurut Kotler (2019) mendefinisikan kualitas pelayanan adalah bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan oleh konsumen. Jika pelayanan yang diterima konsumen sesuai dengan harapannya atau ekspektasinya maka kualitas pelayanannya di anggap baik dan memuaskan. Pelanggan yang merasa puas akan kembali lagi dan melakukan pembelian ulang dikarenakan pelanggan merasa dilayani dengan sebaik mungkin. KPRI UGORO memberikan pelayanan sesuai dengan prosedur yang dijanjikan dengan menghindari kesalahan - kesalahan yang fatal.

**Gambar 3. Review Anggota KPRI UGORO Mengenai Pelayanan Di KPRI UGORO**



NO	PERTANYAAN ANGGOTA	TANGGAPAN PENGURUS	NAMA ANGGOTA
1	Mohon untuk dibedakan simpanan yang bisa di ambil sewaktu waktu dan yang berjangka	Simpanan sakarela bisa di ambil setiap saat	R. Mawar
2	Petugas Pelayanan toko agar lebih ramah lagi	Akan dilakukan evaluasi	Inst. Gizi

Sumber: Data Diolah

Para anggota dan juga beberapa konsumen juga menganggap pelayanan yang diberikan oleh karyawan kurang ramah. Karyawan bagian pelayanan di KPRI UGORO berjumlah 2 - 3 orang disetiap shiftnya dan bertugas di kasir, terkadang membuat konsumen kesulitan untuk mengetahui informasi mengenai harga produk yang ingin dibeli, terdapat beberapa produk yang tidak terlampir label harga maka dari itu untuk mengetahui harga

produk tersebut konsumen perlu bertanya pada pihak kasir atau mengeraskan suaranya agar karyawan menuju konsumen.

Lokasi merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian. Konsep pemasaran memiliki istilah yang disebut bauran pemasaran atau *marketing mix*, yang terdiri dari produk, harga, promosi, dan lokasi. Dalam bauran pemasaran ini, lokasi perusahaan berhubungan langsung dengan pembeli dan konsumen, sehingga disebut juga saluran distribusi perusahaan. Dengan kata lain, lokasi juga merupakan tempat produsen tersebut menjual produknya. Pemilihan lokasi perusahaan yang tepat akan menentukan sukses tidaknya perusahaan di masa yang akan datang (Alma, 2003:103). Berdasarkan teori di atas, dapat disimpulkan bahwa lokasi adalah tempat dimana perusahaan beroperasi dan memproduksi barang dan jasa, dan pilihan tempat usaha menentukan keberhasilan perusahaan (Kotler, 2009:9495). Di kawasan Desa Sumberporong terdapat berbagai toko dan minimarket yang menawarkan kebutuhan sehari-hari, salah satunya KPRI UGORO. Hal ini sangat menguntungkan bagi konsumen untuk memenuhi kebutuhannya sehari-hari.

**Gambar 4. Lokasi KPRI UGORO Sekarang**

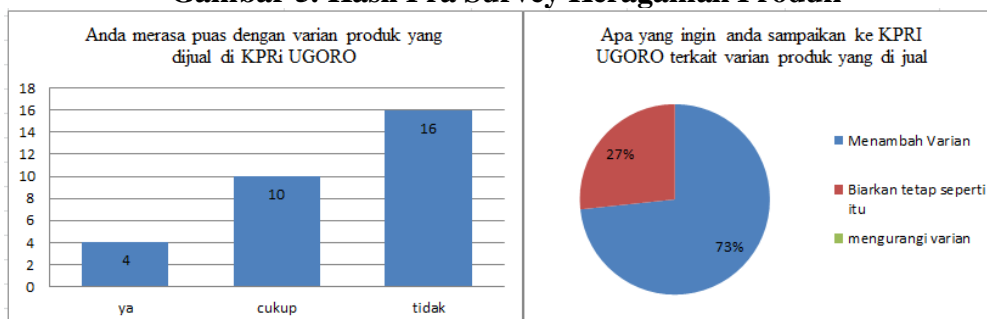


Sumber: Data Diolah

KPRI UGORO saat ini telah mengalami perpindahan lokasi. Lokasi KPRI UGORO sekarang lebih sempit dengan luas 15m x 9m Yang Hanya dapat menampung 1 mobil dan beberapa sepeda motor saja dibandingkan lokasi sebelumnya dengan luas 20m x 15m dan bisa menampung 4 mobil 10 sepeda motor, sebab dari perpindahan lokasi belum diketahui. KPRI UGORO banyak dikunjungi oleh anggota koperasi yang juga merupakan pegawai Rumah Sakit Jiwa Radjiman Wideodiningrat dan masyarakat setempat untuk berbelanja kebutuhan sehari-hari.

Faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah keragaman produk, semakin beragam produk yang ditawarkan maka semakin banyak keinginan konsumen untuk membeli produk ditempat tersebut karena konsumen dapat membeli beberapa produk yang diinginkan dalam 1 tempat saja. Produk yang ada di KPRI cukup bervariasi seperti bahan makanan, kue dan snack, alat tulis, alat mandi, sepatu, mukenah, dan lain sebagainya dapat dibeli di KPRI UGORO, Tetapi jenis barangnya tetap jarang ada perubahan. Dibuktikan dengan data dibawah ini:

**Gambar 5. Hasil Pra Survey Keragaman Produk**



Sumber: Data Diolah

Dari data diatas sebanyak 30 responden kurang puas terhadap varian yang dijual KPRI UGORO, dibuktikan dengan sebanyak 73% responden ingin agar

varian produk di KPRI UGORO ditambah lagi, karena semakin banyak varian maka semakin lengkap barang yang dijual oleh KPRI UGORO, dan konsumen tidak perlu ke unit ritel lain untuk memenuhi kebutuhannya. Keragaman produk adalah sejumlah produk dan barang yang ditawarkan kepada konsumen oleh penjual tertentu (Kotler & Keller, 2009:15). Adanya keragaman produk yang baik, maka koperasi dapat menarik konsumen untuk berkunjung dan melakukan pembelian. Menurut Asep dalam Anggraeni dkk (2016) keragaman produk menciptakan ketersediaan produk dalam jumlah dan jenis yang sangat bervariasi sehingga menimbulkan banyaknya pilihan dalam proses berbelanja.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan beberapa rujukan jurnal untuk dijadikan referensi. Adapun beberapa jurnal yang digunakan yaitu:

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Suhardi (2020) yang memiliki perbedaan pada variabel bebas yang digunakan. Penelitian sebelumnya Suhardi (2020) menggunakan variabel bebas keragaman produk, persepsi harga, dan kualitas pelayanan. Peneliti melakukan pembaruan dengan menggunakan variabel bebas harga, kualitas pelayanan, lokasi, dan keragaman produk. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Iffa (2021) memiliki perbedaan pada variabel bebas yang digunakan, subjek dan objek yang digunakan. Variabel bebas penelitian Iffa (2021) yaitu harga, keragaman produk, kualitas pelayanan dan promosi. Pada penelitian ini terdapat pembaharuan variabel bebas selain harga, keragaman produk, dan kualitas pelayanan yaitu variabel lokasi. Subjek dan objek yang digunakan

pada penelitian sebelumnya yaitu konsumen yang berbelanja di *marketplace* Shopee sedangkan peneliti menggunakan subjek dan objek yaitu konsumen yang berbelanja di KPRI UGORO.

Berdasarkan latar belakang tersebut, Terdapat beberapa aspek seperti Harga, Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Keragaman Produk yang menjadi pertimbangan bagi konsumen untuk memutuskan pembelian suatu produk. Oleh karena hal tersebut peneliti tertarik untuk mengangkat fenomena ini dengan judul penelitian **“Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Keragaman Produk terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Koperasi Pegawai Republik Indonesia “Usaha Gotong Royong”)”**.

## **B. Perumusan Masalah**

Berdasarkan informasi yang telah diuraikan di latar belakang bahwa terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian di KPRI UGORO seperti harga, pelayanan, lokasi dan keragaman produk maka pihak koperasi harus mampu menganalisis faktor- faktor tersebut agar dapat meningkatkan penjualan. Berdasarkan rumusan masalah diatas maka penulis merumuskan permasalahan dalam penelitian ini yaitu :

1. Apakah terdapat pengaruh harga yang signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen di KPRI UGORO?
2. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan yang signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen di KPRI UGORO?

3. Apakah terdapat pengaruh lokasi yang signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen di KPRI UGORO?
4. Apakah terdapat pengaruh keragaman produk yang signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen di KPRI UGORO?
5. Apakah terdapat pengaruh harga, kualitas pelayanan, lokasi dan keragaman produk yang signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen di KPRI UGORO?

### C. Tujuan Penelitian

Dengan memperhatikan permasalahan yang telah diuraikan, maka dapat diuraikan tujuan dalam melakukan penelitian, diantaranya:

1. Mengetahui pengaruh harga yang signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen di KPRI UGORO.
2. Mengetahui pengaruh kualitas pelayanan yang signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen di KPRI UGORO.
3. Mengetahui pengaruh lokasi yang signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen di KPRI UGORO.
4. Mengetahui pengaruh keragaman produk yang signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen di KPRI UGORO.
5. Mengetahui pengaruh harga, kualitas pelayanan, lokasi dan keragaman produk yang signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen di KPRI UGORO.



#### **D. Manfaat Penelitian**

Berdasarkan latar belakang, perumusan masalah serta tujuan dari penelitian ini, maka dapat diambil manfaat sebagai berikut:

1. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi untuk mahasiswa lain terutama bagi mahasiswa administrasi bisnis yang berhubungan dengan pengaruh harga, pelayanan, lokasi, dan keragaman produk terhadap keputusan pembelian. serta dapat menambah pengetahuan dan pemahaman tentang faktor – faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian.
2. Secara praktis, dari hasil Penelitian ini diharapkan bisa menjadi pertimbangan bagi pimpinan KPRI UGORO untuk terus meningkatkan pelayanan dan faktor faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian agar dapat meningkatkan penjualan di KPRI UGORO.

#### **E. Sistematika Pembahasan**

Adapun sistematika penelitian ini akan dibagi menjadi lima bab dengan beberapa sub bab yang saling berkaitan. Sebelum memasuki bab pertama akan terdapat beberapa hal seperti: sampul, halaman judul, persetujuan, pengesahan, pernyataan keaslian, motto, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar dan abstrak.

#### **BAB I : PENDAHULUAN**

Pada bab ini berisi tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika pembahasan.

## **BAB II : TINJAUAN PUSTAKA**

Pada bab ini diuraikan tentang tinjauan pustaka terdahulu dan teori-teori yang relevan dan terkait dengan judul skripsi yaitu pengertian keputusan pembelian, pengertian harga, kualitas pelayanan, lokasi dan keragaman produk, dan hipotesis.

## **BAB III : METODE PENELITIAN**

Pada bab ini memuat secara rinci metode-metode yang digunakan dalam penelitian, jenis penelitian, lokasi penelitian, variabel dan pengukuran, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, teknik analisis data yang digunakan.

## **BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini menguraikan tentang gambaran umum tempat penelitian, meliputi letak geografis, sejarah singkat koperasi dan struktur organisasi. karakteristik responden yang menjadi obyek penelitian, analisis data dan pembahasan.

## **BAB V : PENUTUP**

Pada Bab terakhir ini berisi tentang kesimpulan hasil penelitian dan saran – saran atau rekomendasi. Kesimpulan menyajikan secara ringkas hasil yang diperoleh peneliti berdasarkan analisis dan interpretasi data. Saran dirumuskan berdasarkan hasil penelitian, berisi uraian langkah- langkah apa yang harus diambil oleh pihak – pihak terkait dengan hasil penelitian tersebut.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dari pengaruh Harga (X1), Kualitas Pelayanan (X2), Lokasi (X3), dan Keragaman Produk (X4) terhadap Keputusan Pembelian (Y) maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Dalam variabel harga pertanyaan pada item X1.1 dan X1.2 menjelaskan tentang harga produk di KPRI UGORO dapat dijangkau dan sudah sesuai dengan kualitas barangnya. Daya saing harga di KPRI UGORO sudah sangat bagus dibuktikan dengan pertanyaan pada item X1.3 yang menjadi jawaban dengan rata-rata tertinggi sebesar 4,27. Untuk indikator kesesuaian harga dengan manfaatnya merupakan indikator yang rendah yang memiliki rata-rata sebesar 3,97. harga dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan yang dibuktikan dengan pertanyaan pada item X1.5 dengan jawaban terbanyak adalah sangat setuju” . Berdasarkan hasil pengujian untuk mengetahui pengaruh variabel harga (X1) terhadap keputusan pembelian (Y) dengan cara uji t, maka dapat variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.
2. Dalam kualitas pelayanan terdapat beberapa indikator yaitu berwujud, keandalan, ketanggapan, jaminan dan empati, indikator berwujud di KPRI UGORO sudah baik dimana barang yang dijual sudah ditata dengan rapi dan telah sesuai dengan kategorinya. Rata rata tertinggi

Jawaban responden sebesar 4,24 pada indikator keandalan, dalam hal ini keandalan karyawan di KPRI UGORO sudah baik Pada pertanyaan X2.3 dan X2.4 juga menjelaskan bahwa ketanggapan dan jaminan pegawai KPRI UGORO sudah baik. Hasil uji pada indikator empati merupakan indikator dengan nilai terendah dengan rata-rata sebesar 3,97. Berdasarkan hasil pengujian untuk mengetahui pengaruh variabel kualitas pelayanan (X2) terhadap keputusan pembelian (Y). variabel kualitas pelayanan secara uji parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

3. Akses menuju KPRI UGORO mudah dijangkau serta mudah untuk dilihat hal ini dibuktikan dari pertanyaan X3.1, responden banyak yang menjawab setuju dan X3.2 merupakan item pertanyaan dengan rata rata tertinggi sebesar 4,27 dan responden banyak yang menjawab setuju. Pada pertanyaan X3.3 lalu lintas menuju KPRI UGORO ramai dan terdapat jalur transportasi umum yang melintas di depan KPRI UGORO. Tempat parkir di KPRI UGORO tidak begitu luas dibandingkan dengan lokasi sebelumnya, hal ini bisa dibuktikan dengan hasil rata rata indikator tempat parkir di pertanyaan X3.4 yang rendah sebesar 3,90. Pemilihan lingkungan lokasi juga harus diperhatikan, lokasi yang mendukung dengan barang yang kita jual dapat meningkatkan penjualan, selain itu semakin sedikit persaingan semakin banyak juga peluang menarik pembeli untuk berbelanja di toko KPRI UGORO. Berdasarkan hasil pengujian untuk mengetahui pengaruh variabel lokasi (X2) terhadap keputusan pembelian

(Y) dengan cara uji t, maka dapat diperoleh variabel lokasi secara uji parsial berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian.

4. Keragaman produk memiliki 5 indikator yaitu ukuran yang beragam, jenis yang beragam, bahan produk yang beragam, desain yang beragam dan kualitas yang beragam. Ukuran dari produk yang dijual di KPRI UGORO sudah cukup beragam. Rata-rata tertinggi jawaban responden yaitu pada indikator jenis yang beragam sebesar 4,20 dalam hal ini barang yang dijual oleh KPRI UGORO sudah mencakup berbagai jenis barang yang dibutuhkan konsumen. Untuk indikator Desain yang beragam memperoleh nilai rata rata yang rendah daripada semua indikator keragaman produk yaitu sebesar 3,88. Pertanyaan X4.3 dan X4.6 juga menjelaskan bahwa bahan dan kualitas barang yang dijual sudah cukup beragam. Berdasarkan hasil pengujian untuk mengetahui pengaruh variabel keragaman produk (X4) terhadap keputusan pembelian (Y) dengan cara uji t, maka dapat diperoleh variabel keragaman produk secara uji parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.
5. Hasil pengujian hipotesis disimpulkan bahwa harga, kualitas pelayanan, lokasi, dan keragaman produk berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik harga, kualitas pelayanan, lokasi, dan keragaman produk maka akan meningkatkan keputusan pembelian dari konsumen di KPRI UGORO. Berdasarkan Hasil diketahui nilai *adjusted R square* ( $R^2$ ) sebesar 0,823

(82,3%), hal ini berarti adalah harga, kualitas pelayanan, lokasi, dan keragaman produk mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 82,3 % sedangkan sisanya 17,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak ada dalam penelitian ini.

## B. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas dapat dikemukakan beberapa saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi perusahaan maupun bagi pihak-pihak lain. Adapun saran yang diberikan, antara lain :

### 1. Bagi Perusahaan

Dari segi harga berdasarkan hasil olahan kuisisioner frekuensi terendah adalah pada indikator “harga telah sesuai dengan manfaat produknya”. berdasarkan hal tersebut KPRI UGORO dapat mempertahankan harga yang murah dengan mempertimbangkan manfaat dan kualitas dari barang tersebut, sehingga dapat meningkatkan penjualan di KPRI UGORO.

Dari segi kualitas pelayanan berdasarkan hasil olahan kuisisioner frekuensi terendah adalah pada indikator “Empati” Dengan melihat hasil tersebut pegawai di KPRI UGORO telah melayani konsumennya secara adil tetapi diharapkan untuk lebih ramah lagi, lebih tanggap dalam membantu konsumen yang membutuhkan bantuan sehingga konsumen akan merasa lebih puas lagi berbelanja di KPRI UGORO karena merasa diperhatikan.

Dari segi Lokasi berdasarkan hasil olahan kuisisioner frekuensi terendah adalah pada indikator “Tempat Parkir yang Luas dan Aman”. Dengan melihat hasil tersebut maka sebaiknya KPRI UGORO menyediakan lahan parkir yang lebih luas lagi agar konsumen merasa nyaman untuk berbelanja di KPRI UGORO tanpa harus berfikir mencari tempat parkir yang cukup untuk kendaraannya.

Dari segi keragaman produk berdasarkan hasil olahan kuisisioner frekuensi terendah adalah pada indikator “Desain Produk yang Beragam”. Dengan melihat hasil tersebut KPRI UGORO dapat mempertahankan atau bisa juga meningkatkan jenis produk yang dijual selain itu juga KPRI UGORO dapat menambahkan produk yang dijual dengan berbagai macam varian bentuk agar konsumen tidak perlu membeli di toko lain karena di KPRI UGORO telah tersedia.

Berdasarkan hasil Uji F (simultan) bahwa variabel harga (X1), kualitas pelayanan (X2), lokasi (X3), dan keragaman produk (X4) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) maka KPRI UGORO lebih memperhatikan hal-hal yang berhubungan dengan keputusan pembelian dan juga lebih meningkatkan kualitas pelayanan agar dapat secara maksimal mempengaruhi keputusan pembelian.

## 2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu dalam mengerjakan skripsi sebagai acuan atau pelengkap dari penelitian terdahulu dan juga dengan menambah variabel-variabel lainnya ke dalam penelitian tersebut. Serta dijadikan pembeda antara penelitian selanjutnya dan sebelumnya.





## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, Z., & Muhammad, I. H. (2022). Analisis Kualitas Pelayanan Pengiriman Barang terhadap Kepuasan Konsumen pada PT Pos Indonesia (Persero) Regional I Sumatera. *Ilmu Komputer, Ekonomi dan Manajemen (JIKEM)*, 924.
- Alma, B. (2003). *Pemasaran Strategik Jasa Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Amstrong, Gary & Philip, Kotler. (2012) Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit Prenhalindo.
- Anggraeni, J. Patricia, D dan Mukery W. 2016. Pengaruh Keanekaragaman Produk, Kualitas Pelayanan dan Store Atmosphere Terhadap Impulse Buying di Butik Cassanova Semarang. *Jurnal Of Management*. Vol 2, No 2.
- Ansori, P. B., & Fatimah, S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Cardinal Casual pada SKA Mall Pekanbaru. *Apresiasi Ekonomi*, 79.
- Effendi, R. (2020). Pengaruh Lokasi, Citra Merek, dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Bakso Atom Jember . *Undergraduate thesis*.
- Hardiansyah, F., Nuhung, M., & Rasulong, I. (2019). Pengaruh Lokasi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Restoran Singapore Di Kota Makassar. *Jurnal Profitability Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*, 3(1), 90-107.
- Hendro, Y. d. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan keragaman Produk Terhadap Kepuasan Konsumen pada Toko King Malang. *Jurnal Ekonomi Manajemen*. Vol 2, No 1, 331-346.
- Hermawan, A. (2012). *Komunikasi pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. surabaya: Unitomo Press.
- keller, P. K. (2012). *Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas, Jilid 2 Terjemahan oelh BOB Sabran*. MM : Erlangga.
- Kotler , P. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2014). *Principles of Marketing* . New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Kotler, P., & Kevin, L. K. (2007). *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 2*. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, P. (2007) *Marketing Manajemen Edisi 14*, (Global Edition: Pearson Prentice Hall, 2012), hal 314
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, (2016): *Marketing Management*, 15<sup>th</sup> Edition New Jersey: Perason Pretice Hall, Inc.

- Lupiyoadi, R. (2014). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Lutfi, S., & Irwanto, J. (2017). Pengaruh Store Atmosphere, Lokasi dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian pada Pasar Umum Pasirian Lumajang. *Ilmu Manajemen Advantage*, 42.
- Rahayu, E. (2018). Pengaruh Lokasi, Kelengkapan Produk, dan Pelayanan Terhadap Keputusan pembelian Konsumen pada Imam Market Kisaran. *Science and Social Research*.
- Rozi, I. A. (2021). Pengaruh Harga, Keragaman Produk, Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian di Marketplace Shoppe. *Ilmu dan Riset Manajemen*.
- Suhardi, Y., Syachroni, A., Burda, A., & Darmawan, A. (2020). Pengaruh Keragaman Produk, Persepsi Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *STEI Ekonomi*.
- Trisno, S. L., Sepang, J. L., & Soegoto, A. S. (2020). Pengaruh Kelompok Acuan, Persepsi Harga dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda pada CV. Anugerah Mulia Tomohon. *EMBA*.
- Yolandia, S. (2022). Pengaruh Keragaman Produk, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan islami Terhadap Keputusan Pembelian pada TB Isna Tulungagung. *Jurnal Riset Ekonomi*.
- Yuliana. (2017). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, dan Keragaman Produk terhadap keputusan Pembelian Konsumen di Minimarket Riski Muda Gurah.

