

**PENGARUH KEANEKARAGAMAN PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SECARA *ONLINE* VIA *WHATSAPP*
*BUSINESS***

(Studi pada Konsumen Keripik Si Rama-Rama di Bumiayu Kota Malang)

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi persyaratan
memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis

Oleh

DHEA PUTRI NOVID YANTI

NPM 218.01.09.2.017



**UNIVERSITAS ISLAM MALANG
FAKULTAS ILMU ADMINISTRASI
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
MALANG
2021**

MOTTO

“Boleh jadi kamu membenci sesuatu, padahal ia amat baik bagimu, dan boleh jadi (pula) kamu menyukai sesuatu, padahal ia amat buruk bagimu; Allah mengetahui, sedang kamu tidak mengetahui.”

(Q.S Al-Baqarah:216)

***“If you want something you never had
You have to do something you’ve never done”***

(Unknown)

**“Tetap menjadi orang baik
meski tidak diperlakukan dengan baik”**

(Dhea Putri Novid Yanti)

“Susah, Tapi Bismillah”

(Fiersa Besari)

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

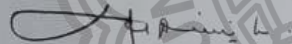
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : DHEA PUTRI NOVID YANTI
NPM : 218.01.09.2017
Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis
Fakultas : Ilmu Administrasi
Universitas : Islam Malang
Judul : "Pengaruh Keanekaragaman Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Via *WhatsApp Business* (Studi Pada Konsumen Kripik Si Rama-Rama di Bumitayu Kota Malang)"

Malang, 15 Desember 2021

Disetujui Oleh:

Dosen Pembimbing I,



Dr. Rini Rahayu Kurniati, M.Si

Pembina Tingkat I
NPP. 196.02.00002

Dosen Pembimbing II,



Dra. Ratna Niken Hardati, M.Si

Pembina Tingkat II
NPP. 194.02.00047



Mengetahui
Ketua Jurusan Administrasi Bisnis

Dadang Krisdianto, S.Sos., M.Si

Penata Muda Tingkat I
NPP. 101203198032173

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI**PENGARUH KEANEKARAGAMAN PRODUK DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SECARA
ONLINE VIA WHATSAPP BUSINESS****(Studi pada Konsumen Keripik Si Rama-Rama di Bumiayu Kota Malang)**

Oleh :

DHEA PUTRI NOVID YANTI

NPM : 21801092017

Telah dipertahankan di depan penguji
pada tanggal 14 Januari 2022
dinyatakan telah memenuhi syarat

Tim Penguji

Dr. Hj. Rini Rahayu Kurniati, M.Si

NPP. 196020002

Ketua**Dra. Ratna Nikin Hardati, M.Si**

NPP. 1940200047

Anggota**Anggota****Dr. Siti Saroh, M.Si**

NPP. 1890200005

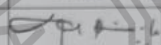
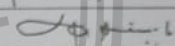
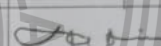
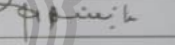
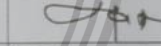
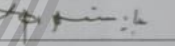
Malang, 14 Januari 2022
Universitas Islam Malang
Fakultas Ilmu Administrasi
Dekan,**Dr. Hj. Rini Rahayu Kurniati, M.Si**

NPP. 196020002

KARTU KONSULTASI

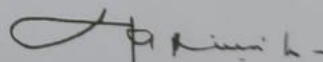
KARTU KONSULTASI

Nama Mahasiswa : DHEA PUTRI NOVID YANTI
 NPM : 218.01.09.2017
 Program Studi : Administrasi Bisnis
 Judul Skripsi : "Pengaruh Keanekaragaman Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Via WhatsApp Business (Studi Pada Konsumen Kripik Si Rama-Rama di Bumiayu Kota Malang)"

No	Tanggal	Keterangan Kegiatan	Tanda Tangan
1	21-10-2021	ACC Judul	
2	05-11-2021	Bimbingan Bab I, II, III	
3	19-11-2021	Revisi Bab I, II, III Penambahan Pemilihan Populasi	
4	23-11-2021	ACC Seminar Proposal	
5	29-11-2021	Pelaksanaan Seminar Proposal	
6	1-11-2021	Bimbingan Kuesioner	
7	11-12-2021	Bimbingan Bab IV, V	
8	14-12-2021	Revisi Bab IV Penambahan Jawaban Responden di Pembahasan	
9	15-12-2021	ACC Sidang	

Malang, 15 Desember 2021

Dosen Pembimbing I

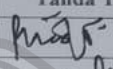
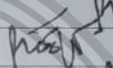
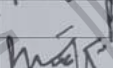
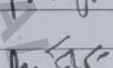
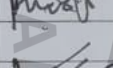
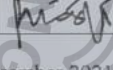
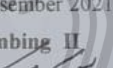
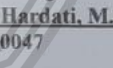


Dr. Rini Rahayu Kurniati, M.Si
 NPP. 196.02.00002

Kartu harap dikembalikan ke Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Negara sebagai Prasyarat Ujian Komprehensif

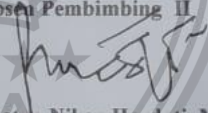
KARTU KONSULTASI

Nama Mahasiswa : DHEA PUTRI NOVID YANTI
 NPM : 218.01.09.2017
 Program Studi : Administrasi Bisnis
 Judul Skripsi : "Pengaruh Keanekaragaman Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Via WhatsApp Business (Studi Pada Konsumen Kripik Si Rama-Rama di Bumiayu Kota Malang"

No	Tanggal	Keterangan Kegiatan	Tanda Tangan
1	13-10-2021	ACC Judul	
2	01-11-2021	Bimbingan Bab I, II, III	
3	23-11-2021	Revisi Bab I, II, III	
4	23-11-2021	ACC Seminar Proposal	
5	29-11-2021	Pelaksanaan Seminar Proposal	
6	15-12-2021	Revisi Setelah Seminar Proposal	
7	15-12-2021	Bimbingan Bab IV, V	
8	17-12-2021	Revisi Bab IV, V	
9	17-12-2021	ACC Sidang	

Malang, 15 Desember 2021

Dosen Pembimbing II


 (Ratna Niken Hardati, M.Si)
 NPP. 194.02.00047

Kartu harap dikembalikan ke Ketua Program
 Studi Ilmu Administrasi Negara sebagai
 Prasyarat Ujian Komprehensif

PERNYATAAN ORISINILITAS SKRIPSI

PERNYATAAN ORISINILITAS SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, didalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh pihak lain untuk mendapatkan karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata dalam naskah skripsi ini didapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh (S-1) dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU) No. 20 Tahun 2003, Pasal 25 ayat 2 dan pasal 70.

Malang, 15 Desember 2021



Dhea Putri Novid Yanti

NPM. 218.01.09.2.017

CURRICULUM VITAE

Nama : Dhea Putri Novid Yanti

Nomor Induk Mahasiswa : 218.01.09.2.017

Tempat dan Tanggal Lahir : Malang, 26 November 1999

Pendidikan :

1. SD Negeri Polehan 04 Malang : 2006 -2012
2. SMP Negeri 07 Malang : 2012 -2015
3. SMK Negeri 06 Malang : 2015 -2018

Pengalaman Organisasi :

1. Sekretaris Karang Taruna Kelurahan Polehan Kec. Belimbing
2. Anggota Karang Taruna Kota Malang
3. Kader Lingkungan Kelurahan Polehan



KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul: **“PENGARUH KEANEKARAGAMAN PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SECARA ONLINE VIA WHATSAPP BUSINESS (Studi pada Konsumen Keripik Si Rama-Rama di Bumiayu Kota Malang)”**. Skripsi ini merupakan tugas akhir yang diajukan untuk memenuhi syarat dalam memperoleh gelar sarjana Ilmu Administrasi Bisnis pada Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Islam Malang. Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Bapak Prof. Dr. H. Maskuri, M.Si selaku Rektor Universitas Islam Malang.
2. Ibu Dr. Hj. Rini Rahayu Kurniati, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Islam Malang sekaligus Dosen Pembimbing I yang telah bersedia membimbing serta memberikan pengarahan dalam penyusunan skripsi ini.
3. Bapak Dadang Krisdianto, S.Sos, M.Si selaku Ketua Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis.
4. Ibu Dra. Ratna Nikin Hardati, M.Si yang selalu bijaksana dan memberikan motivasi kepada penulis sehingga skripsi ini bisa terselesaikan dengan baik dan tepat waktu.
5. Seluruh Dosen Pengampu Mata Kuliah Prodi Administrasi Bisnis yang membekali penulis dengan berbagai ilmu serta pengalamannya selama ini.
6. Kepada Ibu Laily Kamilia selaku pemilik usaha keripik Si Rama-Rama yang telah memberikan tempat dan dukungan kepada peneliti.

7. Kepada ketiga orang tua saya yakni bapak Soemardi yang ada di surga, Ibu Nafiah, Bapak Sukri (ayah sambung), kakak saya Agus, Prisma, dan Feri selalu memberikan kasih sayangnya, dukungan moral dan financial, perhatiannya serta doa-nya yang luar biasa sehingga membuat penulis bisa menyelesaikan skripsi ini.
8. Sahabat-sahabat terdekatku Annisa Hanadha, Riza Dwi, Wahida Intan, Asam Ainul, Fitria Risama, Ernaumi, Nisrina Qotrun, Evita Yuliniar dan Mba Eka Sari yang selalu memberikan waktu, dukunga, bantuan dan selalu setia mendengarkan setiap keluh kesahku.
9. Partner saya Johan Subekti yang telah memberikan waktu, dukungan serta bantuan untuk menyelesaikan skripsi ini.
10. Teman seperjuangan sejak maba di kelas A Sherly, Yesi, Lutfi A dan yang lainnya.
11. Teman-teman Mahasiswa Administrasi Bisnis Angkatan 2018 yang senantiasa mendukung, memotivasi, dan menemani selama masa perkuliahan.
12. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang memiliki andil dalam keberhasilan proses penyusunan skripsi ini.
13. *Last but not least, I wanna thank me for believing in me, I wanna thank me for doing all this hard work, and I wanna thank me for having no days off.*

Penulis menyadari bahwasanya dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Maka dari itu demi kesempurnaan skripsi ini, saran dan kritik yang sifatnya membangun sangat penulis harapkan. Semoga karya skripsi ini bermanfaat dan dapat memberikan sumbangan yang berarti bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

Malang, 15 Oktober 2021

Dhea Putri Novid Yanti

RINGKASAN

Dhea Putri Novid Yanti, 2021, **Pengaruh Keanekaragaman Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Via WhatsApp Business (Studi Pada Konsumen Keripik Si Rama-Rama di Bumiayu Kota Malang)**. Dosen Pembimbing I: Dr. Rini Rahayu Kurniati, M.Si, Dosen Pembimbing II: Dra. Ratna Niki Hardati, M.Si.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh keanekaragaman produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Teknik pengumpulan datanya menggunakan kuesioner. Jumlah sampel sebanyak 67 responden seta menggunakan SPSS 20.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel keanekaragaman produk t_{hitung} variabel keanekaragaman produk (X1) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian secara parsial dibuktikan adalah sebesar 2,638. Nilai t_{hitung} 3,112 > $t_{tabel} = tinv(0,05;64) = 1,670$ dengan nilai signifikan sebesar 0,010 < *probabilitas* 0,05. Variabel kualitas pelayanan (X2) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian secara parsial. Hal ini dibuktikan dari nilai t_{hitung} variabel kualitas pelayanan (X2) adalah sebesar 2,132. Nilai t_{hitung} 2,132 > $t_{tabel} = tinv(0,05;64) = 1,670$ dengan nilai signifikan sebesar 0,037 < *probabilitas* 0,05.

Variabel

Kata Kunci: Keanekaragaman Produk, Kualitas Pelayanan dan Keputusan Pembelian

SUMMARY

Dhea Putri Novid Yanti, 2021, The Effect of Product Diversity and Service Quality on Online Purchase Decisions Via WhatsApp Business (Study on Si Rama-Rama Chips Consumers in Bumiayu, Malang City). Advisor I: Dr. Rini Rahayu Kurniati, M.Si, Advisor II: Dra. Ratna Nikin Hardati, M.Sc.

This study aims to determine the effect of product diversity and service quality on purchasing decisions. This type of research is quantitative research. The data collection technique used a questionnaire. The number of samples as many as 67 respondents and using SPSS 20.

The results of this study indicate that the product diversity variable tcount the product diversity variable (X1) has a significant effect on purchasing decisions partially proven to be 2,638. The value of tcount is $3.112 > ttabel = tinv(0.05;64) = 1.670$ with a significant value of $0.010 < 0.05$ probability. Service quality variable (X2) has a significant effect on purchasing decisions partially. This is evidenced by the t-value of the service quality variable (X2) which is 2.132. The value of tcount is $2.132 > ttabel = tinv(0.05;64) = 1.670$ with a significant value of $0.037 < \text{probability of } 0.05$.

Keywords: *Product Diversity, Service Quality and Purchase Decision*

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

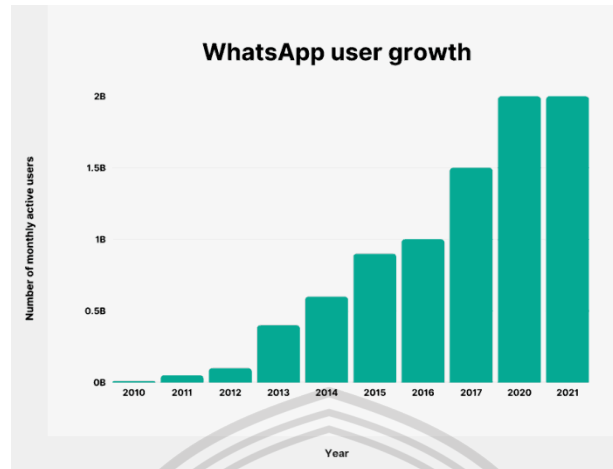
Melihat keadaan perekonomian dan perkembangan ilmu teknologi, banyak memberikan dampak besar bagi seluruh aspek yang sedang terjadi saat ini, Aktivitas bisnis menjadi sangat berbagai macam. Kegiatan tersebut mengakibatkan banyaknya wirausahawan yang menghasilkan berbagai macam peluang bisnis dalam melakukan persaingan. Dengan perkembangan teknologi yang sangat cepat membuat banyak wirausahawan menggunakan teknologi untuk melakukan transaksi jual beli melalui internet. Hal itu disebabkan oleh meningkatnya jumlah pengguna teknologi yang dapat berpotensi untuk meningkatkan proses jual beli.

Perkembangan pengguna internet mendorong terciptanya *online Shopping*. *Online Shopping* yaitu suatu kegiatan jual beli yang memungkinkan konsumen untuk dapat membeli barang atau jasa melalui media internet. *Online Shopping* merupakan pendorong perusahaan untuk menjual suatu produk secara langsung tanpa melalui perantara. Oleh sebab itu, diperlukan sebuah keahlian dalam berwirausaha yang unggul agar dapat memenangkan persaingan serta menghasilkan bisnis yang menguntungkan. Berbagai macam jenis kewirausahaan ikut berpartisipasi dalam persaingan pasar. Dengan munculnya usaha-usaha

kuliner dan berbagai macam platform seperti *Whatsapp* yang semakin berkembang terutama dalam bidang *online shopee*.

Whatsapp Business merupakan aplikasih yang didesain khusus untuk memenuhi kebutuhan bisnis kecil dan menengah. Aplikasi ini digunakan untuk mempermudah penjual agar dapat terhubung dengan pelanggan secara langsung. *Whatsapp Business* dapat menampilkan katalog produk dan layanan serta menggunakan fitur khusus untuk mengotomatiskan, menyortir, dan merespon dengan cepat. *Whatsapp Business* juga dapat membantu bisnis menengah dan besar dalam menyediakan dukungan pelanggan dan mengirim notifikasi penting kepada pelanggan.

Pada umumnya masyarakat menggunakan strategi pemasaran melalui berdagang secara langsung dengan konsumen, tetapi cara tersebut belum begitu efektif untuk meningkatkan minat beli konsumen. Melalui aplikasi *Whatsapp Business* bisa menjadi salah satu strategi marketing yang efektif untuk mengetahui selera pelanggan dan kebutuhan pelanggan dengan menempatkan bisnis di situs jejaring sosial. Jual beli melali *Whatsapp Business* semakin marak dengan meningkatnya jumlah pengguna *Whatsapp* pada setiap tahunya. Berikut data peningkatan pengguna *Whatsapp* yang dikutip dari Backlinko ditulis oleh Brian Dean 19 Oktober 2021 <https://backlinko.com/whatsapp-users>



Gambar 1: Pengguna Aktif Bulanan WhatsApp

Sumber : Data diolah, Backlinko (2021)

Berdasarkan grafik diatas dapat diketahui bahwa pengguna *Whatsapp* setiap tahunnya mengalami peningkatan.

Peneliti melakukan penelitian terhadap Konsumen Keripik Si Rama-Rama yang terletak di Bumiayu Kota Malang. Industri Rumahan Keripik Si Rama-Rama merupakan salah satu usaha yang menerapkan penjualan secara online via *Whatsapp* . Penelitian ini berkaitan dengan fenomena keanekaragam produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian secara *Online Via Whatsapp Business*. Menurut hasil wawancara tanggal 8 November 2021 yang dilakukan secara langsung dengan pemilik usaha, Produk UMKM Keripik Cassava Si Rama-Rama merupakan keripik singkong yang diolah dengan proses yang cukup panjang. Berbeda dengan keripik singkong seperti pada merk Lumba-lumba, pada keripik singkong Si Rama-Rama ini memiliki bentuk dan rasa yang cukup bervariasi. Sedangkan pada kripk singkong Merk Lumba-lumba hanya memiliki rasa manis dan rasa asin pada produknya.

Tabel 1: Variasi Keanekaragaman Produk UMKM SI Rama-Rama

NO	Variasi Produk	Rasa	Kemasan
1	Cassava Si Rama-Rama	1. Balado 2. Jagung Manis 3. Pedas 4. Pizza 5. Keju 7. Super Pedas 6. Original	1 Kg 400 Gram 100 Gram (Bisa Reques)
2	Calladi	1. Jagung Manis 2. Balado	1 Kg 400 Gram 100 Gram (Bisa Reques)
3	Gadungan Singkong	1. Manis 2. Asin	1 Kg 400 Gram
4	Mie Lidi	1. Pedas 2. Asin	1 Kg 400 Gram
5	Emping	1. Pedas 2. Original	1 Kg 400 Gram
6	Opak Gambir	1. Manis	1 Kg 400 Gram
7	Potato Chips	1. Sapi Panggang	1 Kg 400 Gram
8	Pisang	1. Manis 2. Coklat	1 Kg 400 Gram 100 Gram (Bisa Reques)

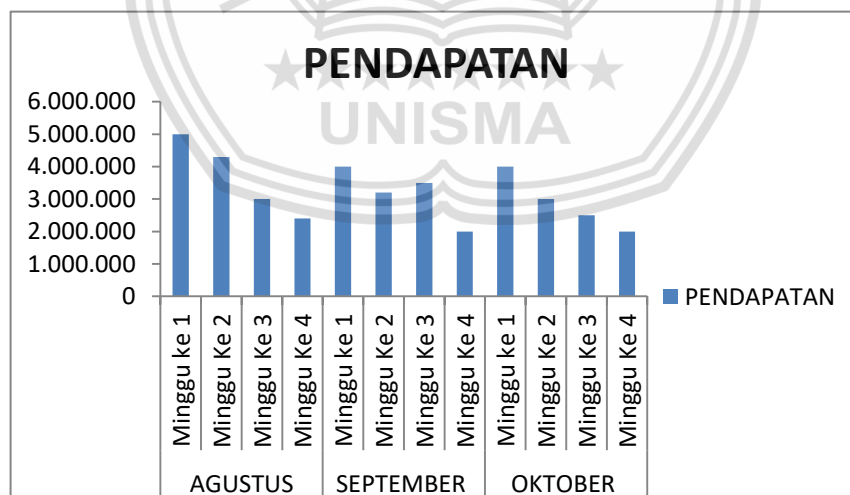
Sumber : UMKM Si Rama-Rama (2021)

Produk Si Rama-Rama Merupakan produk yang berasal dari umbi-umbian alami. Saat ini produk UMKM di Indonesia dipastikan akan semakin berkembang. Hal ini dikarenakan semakin berkembangnya teknologi yang begitu pesat dan juga respon masyarakat terhadap Produk Si Rama-Rama. Produk Si Rama-Rama juga memiliki banyak mitra yang ada di Jawa Timur dari toko-toko kecil hingga Swalayan. Dengan banyaknya mitra yang bekerjasama dengan Si Rama-Rama maka secara otomatis juga membuka lapangan pekerjaan baru bagi masyarakat,

yaitu dengan bertambahnya pengusaha yang berjualan produk Si Rama-Rama yang ada di Indonesia.

Wawancara dengan pemilik UMKM Si Rama-Rama yang dilakukan secara langsung pada 8 November 2021 kasus yang ada pada UMKM Si Rama-Rama adalah adanya oknum yang membuat tiruan dari produk Si Rama-Rama dan menjualnya dengan harga yang lebih murah sehingga perusahaan mengalami penurunan jumlah transaksi, ini jelas membuat risau pemilik usaha Si Rama-Rama. Permasalahan yang terjadi pada UMKM Si Rama-Rama tak lepas dari keputusan pembelian konsumen atas produk yang tersedia di toko Si Rama-Rama.

Berikut adalah grafik penjualan selama tiga bulan terakhir di toko Si Rama-Rama di Bumiayu Kota Malang tahun 2021, sebagai berikut:



Gambar 2: Grafik Pendapatan UMKM Si Rama-Rama Tahun 2021

Sumber : UMKM Si Rama-Rama (2021)

pada grafik diatas dapat disimpulkan bahwa selama tiga bulan terakhir penjualan pada bulan Agustus, September , Oktober pada minggu pertama selalu

mengalami peningkatan sedangkan pada minggu ketiga dan keempat mengalami penurunan.

Menurut Peter and Olson (2013:163) keputusan pembelian merupakan proses integrasi yang digunakan untuk mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih satu diantaranya. Pengambilan keputusan oleh konsumen dalam membeli barang atau jasa tentunya berbeda, tergantung pada jenis pembelian yang diinginkan. Dalam melakukan keputusan pembelian, tentunya dibutuhkan keyakinan dan rasa percaya diri yang kuat dari konsumen. Menurut Utami (2017:63) keputusan pembelian dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu potongan harga, keragaman produk, lokasi dan kualitas pelayanan.

Keanekaragaman produk juga dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Keanekaragaman produk merupakan salah satu faktor yang cukup penting. Konsumen lebih memilih berbelanja di toko yang memiliki beraneka ragam produk. Menurut Asep dan Jeni Anggraeni dkk (2016) keanekaragaman produk merupakan kondisi yang tercipta dari ketersediaan barang dalam jumlah dan jenis yang bervariasi, sehingga menimbulkan banyaknya pilihan dalam proses belanja konsumen.

Disamping memperhatikan keanekaragaman produk pengusaha juga harus berupaya memberikan pelayanan yang baik, sebab pelayanan yang berkualitas merupakan salah satu cara agar menarik konsumen dan memperhatikan konsumen. Pelayanan harus diperhatikan karena dalam memilih suatu produk atau

jasa para konsumen selalu berupaya untuk memaksimalkan nilai yang disarankan. Konsumen akan selalu loyal terhadap perusahaan.

Menurut Lupiyoadi (2006:6) pelayanan yang memiliki kualitas yang baik terhadap konsumen akan menjadi nilai tambah untuk tempat usaha tersebut sehingga konsumen yang awalnya hanya ingin mencoba sesekali membeli, maka akan melakukan pembelian berulang kali ke tempat tersebut.

Penelitian ini juga mengacu pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Dinda Dwi Marsell, dkk (2020) dengan judul “Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas Pelayanan dan Suasana Toko terhadap Keputusan Pembelian di Butik Nabila Lumajang”. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa keragaman produk berpengaruh secara parsial signifikan terhadap keputusan pembelian di Butik Nabila Lumajang. Dari hasil pengujian hipotesis kedua kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial signifikan terhadap keputusan pembelian di Butik Nabila Lumajang. Dari hasil pengujian hipotesis ketiga suasana toko tidak berpengaruh secara parsial signifikan terhadap keputusan pembelian di Butik Nabila Lumajang. Dari hasil pengujian hipotesis keempat keragaman produk, kualitas pelayanan dan suasana toko berpengaruh secara simultan signifikan terhadap keputusan pembelian di Butik Nabila Lumajang. Dengan adanya penelitian tersebut peneliti ingin membuktikan apakah terdapat pengaruh antara keanekaragaman produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian secara *Online Via Whatsapp*, yang mana penulis menghilangkan Suasana toko sebagai variabel independen. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Dinda dkk belum menggunakan keputusan pembelian secara

online. Sehingga pada latar belakang diatas peneliti mengambil judul **“Pengaruh Keanekaragaman Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Secara *Online Via Whatsapp* (Studi pada Konsumen Keripik Cassava Si Rama-Rama di Bumiayu Kota Malang)”**

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian masalah latar belakang diatas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh signifikan antara Keanekaragaman Produk terhadap Keputusan Pembelian Secara *Online Via Whatsapp* Produk Si Rama-Rama di Bumiayu Kota Malang?
2. Apakah ada pengaruh signifikan antara Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Secara *Online Via Whatsapp* Produk Si Rama-Rama di Bumiayu Kota Malang?
3. Adakah pengaruh yang signifikan antara Keanekaragaman Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Secara *Online Via Whatsapp* Produk Si Rama-Rama di Bumiayu Kota Malang.

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh signifikan antara Keanekaragaman Produk terhadap Keputusan Pembelian Secara *Online Via Whatsapp* Produk Si Rama-Rama di Bumiayu Kota Malang.
2. Untuk mengetahui pengaruh signifikan antara Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Secara *Online Via Whatssapp* Produk Si Rama-Rama di Bumiayu Kota Malang.
3. Untuk mengetahui pengaruh yang signifikan antara Keanekaragaman Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Secara *Online Via Whatsapp* Produk Si Rama-Rama di Bumiayu Kota Malang?

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian diatas, maka manfaat penelitian adalah sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

Diharapkan bagi peneliti bahwa dengan adanya penelitian ini dapat menambah wawasan mengenai pengaruh keanekaragaman produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian secara *online* berdasarkan teori yang didapatkan selama masa perkuliahan.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan bagi peneliti selanjutnya dengan adanya penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi untuk permasalahan yang mungkin serupa dan dapat dijadikan sebagai bahan perbandingan.

3. Bagi Pemilik Bisnis

Diharapkan bagi perusahaan dengan adanya penelitian ini dapat memberikan masukan bagi pelaku usaha dan memberikan informasi dalam mengambil keputusan guna menjaga keberlangsungan usaha dalam keanekaragaman produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen.

E. Sistematika Pembahasan

Untuk mempermudah dalam membaca dan mengetahui gambaran umum skripsi, maka peneliti menyusun sistematika pembahasan skripsi yang dibagi menjadi lima bab dan dijelaskan sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini peneliti mengemukakan latar belakang dari judul yang diambil dimana isi dari latar belakang adalah berupa uraian atau deskripsi tentang fakta dan permasalahan maupun kejadian yang akan diteliti. Fakta yang disajikan berasal dari media online, buku dan juga jurnal. Selain latar belakang dalam bab I di uraikan perumusan masalah yang berisi pertanyaan-pertanyaan yang menjadi bahan penelitian, kemudian selanjutnya ada tujuan penulisan yaitu sebagai pernyataan tentang apa yang akan dituju

atau dicapai dari penelitian yang 11 dilakukan. Manfaat penelitian yang merupakan penjelasan mengenai kontribusi dari hasil penelitian. Dalam skripsi ini ada 3 manfaat yaitu bagi peneliti, peneliti selanjutnya maupun bagi perusahaan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini peneliti menyajikan review dari penelitian-penelitian terdahulu yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti yang berasal dari jurnal-jurnal. Selanjutnya peneliti menguraikan teori-teori yang berasal dari buku, menjelaskan setiap variabel-variabel yang ada dalam judul skripsi dan hubungan antar variabel.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini peneliti menjelaskan mengenai rancangan variabel penelitian dan efisiensi operasional dimana hal ini akan digunakan dalam penelitian dan sekaligus melakukan pendefinisian secara operasional. Dalam bab ini memuat penentuan lokasi, waktu penelitian, populasi, sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, instrumen penelitian, dan analisis data.

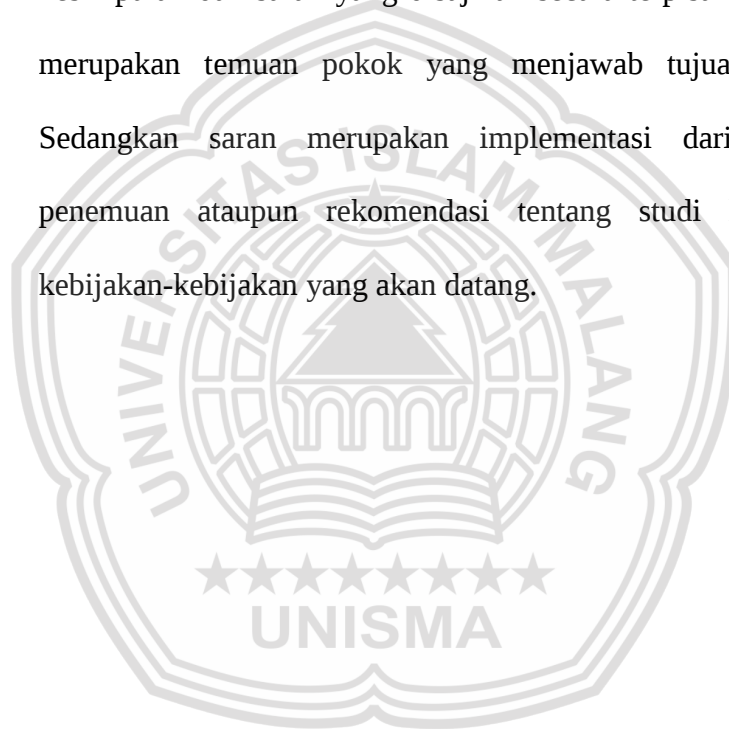
BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menyajikan tentang gambaran umum obyek penelitian yaitu mengenai gambaran umum lokasi penelitian, gambaran umum responden dan penyajian data yaitu mengenai gambaran umum 12 perusahaan yang diteliti, serta hasil pembahasan

mengenai pengaruh sertifikasi halal, harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen melalui keputusan pembelian. Dan juga memuat analisis dan pembahasan masalah yang diteliti.

BAB V : PENUTUP

Bab ini adalah bagian akhir dari skripsi yang menyangkut kesimpulan dan saran yang disajikan secara terpisah. Kesimpulan merupakan temuan pokok yang menjawab tujuan penelitian. Sedangkan saran merupakan implementasi dari penemuan-penemuan ataupun rekomendasi tentang studi lanjutan dan kebijakan-kebijakan yang akan datang.





BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan rumusan masalah, hipotesis dan analisis data melalui bantuan program SPSS 20 mengenai pengaruh Keragaman Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian *Online Via Whatsapp Business* (Studi pada konsumen keripik Si Rama-Rama di Bumiayu, Kota Malang) dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Keanekaragaman Produk (X1)

Berdasarkan hasil uji hipotesis parsial (t) menunjukkan bahwa Keanekaragaman produk secara berpengaruh terhadap keputusan pembelian *Online Via Whatsapp Business* (Studi pada konsumen keripik Si Rama-Rama di Bumiayu, Kota Malang). Hal ini dibuktikan dari dengan nilai signifikan sebesar $0,010 < probabilitas\ 0,05$. Sehingga disimpulkan bahwa Keanekaragaman produk secara berpengaruh terhadap keputusan pembelian *Online Via Whatsapp Business* (Studi pada konsumen keripik Si Rama-Rama di Bumiayu, Kota Malang).

Berdasarkan distribusi jawaban responden terkait pertanyaan seputar keanekaragaman produk, rata-rata tertinggi diperoleh oleh pertanyaan X1.4 varian kelengkapan produk yang ditawarkan UMKM Si Rama-Rama Lengkap maka UMKM Si Rama-Rama menganggap

bahwa keanekaragaman produk berpengaruh dalam meningkatkan keputusan pembelian.

2. Kualitas Pelayanan (X2)

Berdasarkan hasil uji hipotesis parsial (t) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian *online via whatsapp business* (Studi pada konsumen keripik Si Rama-Rama di Bumiayu Kota Malang). Hal ini dibuktikan dari nilai t_{hitung} variabel kualitas pelayanan (X2) adalah sebesar dengan nilai signifikan sebesar $0,037 < \text{probabilitas } 0,05$. Sehingga dapat dijelaskan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian *online via whatsapp business* (Studi pada konsumen keripik Si Rama-Rama di Bumiayu Kota Malang).

Berdasarkan distribusi jawaban responden terkait pertanyaan seputar kualitas pelayanan, dengan rata-rata tertinggi diperoleh oleh X2.3 “Karyawan UMKM Si Rama-Rama sigap dan tanggap memberikan pelayanan dengan cepat” Maka UMKM Si Rama-Rama menganggap bahwa kualitas pelayanan berpengaruh dalam meningkatkan keputusan pembelian.

3. Keanekaragaman Produk (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2)

Berdasarkan uji simultan (F) variabel Keanekaragaman produk dan kualitas pelayanan berpengaruh bersama-sama secara signifikan terhadap keputusan pembelian yang dibuktikan dalam uji signifikan (F) dengan nilai signifikan $0,000 < \text{probabilitas } 0,05$ yang mana lebih kecil

dari 0,05. Hal ini dibuktikan jika keanekaragaman produk dan kualitas pelayanan secara online via *whatsapp business* (Studi pada konsumen keripik Si Rama-Rama di Bumiayu Kota Malang) jika dijalankan secara bersama-sama dan saling berkaitan dengan baik maka akan meningkatkan keputusan pembelian.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian maka diajukan saran yang diharapkan bermanfaat, antara lain:

1. Berdasarkan distribusi frekuensi, pada item pertanyaan X1.3 “Varian ukuran produk yang ditawarkan dalam *Whatsapp Business* UMKM Si Rama-Rama bervariasi” menunjukkan bahwa adanya pilihan responden yang menyatakan netral atau ragu-ragu dibanding dengan pernyataan yang lain dengan jumlah responden 10 atau 14,9%, pada variabel keanekaragaman produk sebaiknya manajemen UMKM Si Rama-Rama dapat memperhatikan varian ukuran produk yang ditawarkan lebih bervariasi sehingga peluang untuk membeli di UMKM Si Rama-Rama semakin besar.
2. Berdasarkan distribusi frekuensi, pada item pertanyaan X2.1 “Karyawan UMKM SI Rama-Rama berpakaian rapi dan sopan” menunjukkan bahwa adanya pilihan responden yang menyatakan netral atau ragu-ragu dibanding dengan pernyataan yang lain dengan jumlah responden 17 atau 17,9%, pada variabel kualitas pelayanan sebaiknya

manajemen UMKM Si Rama-Rama lebih bisa meningkatkan kualitas pelayanan dalam bentuk pemberian seragam kepada karyawan, pemberian pelatihan/*training* agar karyawan lebih tanggap dalam memberikan pelayanan.



DAFTAR PUSTAKA

- Allma, B. (2013). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Armstrong, P. K. (2006). *Prinsip- Prinsip Pemasaran Edisi Keduabelas Jilid 1*. Ciracas, Jakarta: Erlangga .
- Firda, I. J. (2016). Pengaruh Persepsi Keragaman Produk, Persepsi Harga dan Persepsi Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Online. *Ekonomi-Manajemen*.
- Hamdani, L. d. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Hermawan, R. A. (2014). Analisis Pengaruh Harga, Keragaman Produk, Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Fashion ONLINE "Namira Outlet".
- Indrasari, D. M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Indonesia: Unitomo Press.
- Agustina Shinta, M. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Malang: Elektronik Pertama dan Terbesar di Indonesia.
- Jayani, D. H. (2021, Oktober 18). Nilai Transaksi E-Commerce Mencapai Rp 266,3 Triliun pada 2020. *Databoks*.
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/01/29/nilai-transaksi-e-commerce-mencapai-rp-2663-triliun-pada-20>
- Keller, P. K. (2012). *Manajemen Pemasaran Ed.ketiga belas . Jilid 2 .* Erlangga.
- Kotler, P. (2010). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. d. (2007). *Manajemen Pemasaran Jilid 2*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. K. (2007). *Marketing Management*. Jakarta: Erlangga.
- Marwia. (2019). Pengaruh Harga Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Online Shop .
- Meilina Boediono, S. C. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sealantawax. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, Vol 3.
- Penny Rahmawati, M. (2015). Pengaruh Variasi Produk, Harga, dan Costomer Experience Terhadap Keputusan Pembelian ULang Roti Breatdalk Yogyakarta. *Jurnal Ilmu Manajemen*,, Volume 12, Nomor 1.

- Peter, P. d. (2013). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran Edisi 9*. Jakarta: Selemba Empat.
- Pratama, M. Y. (2021). Pengaruh Potongan Harga, Keragaman Produk, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Umi Putra Kecamatan Dukuhturi Kabupaten Tegal.
- Priyanto. (2010). *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*. Yogyakarta: Media Kom.
- Saidah, N. F. (2017). Pengaruh Variasi Produk terhadap Keputusan Pembelian Sambal Indofood di supermarket Sarikat Jaya Gresik. *Jurnal Fakultas Ekonomi*, Vol 06.
- Schiffman, K. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*. Jakarta: PT. Indeks.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2010). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sujana, A. S. (2004). *Paradigma Baru Dalam Manajemen Retail Modern*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Susiana Simamora, R. (2020). Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas, dan Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Shopee Online. *JURNAL ILMIAH KOHESI*, Vol. 4.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Utami, C. (2012). *Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Ritel Modern*. Jakarta: Salemba Empat.
- Utami, C. W. (2010). *Manajemen Retail*. Jakarta: Selemba Empat.
- Yulianti Ogi, A. S. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Keragaman Produk dan Citra Terhadap Keputusan Pembelian Di Matahari Mega Mall Manado. *Jurnal EMBA*, Vol.6 No.4.
- Yusuf, M. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*. Jakarta: Kencana.