

Pengaruh Harga , Kualitas Produk dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dalam Membeli Produk CV Amanah Sentosa Tegal (studi kasus pada toko brebes utara)

Yuni Inda Yani

Program Studi Manajemen ,Fakultas Ekonimi & Bisnis ,Universitas Muhadi Setia Budi Brebes ,Indonesia

Yuniindayani32@gmail.com

Syariefful Ikhwan

Program Studi Manajemen ,Fakultas Ekonimi & Bisnis ,Universitas Muhadi Setia Budi Brebes ,Indonesia

Hendri Sucipto

Program Studi Manajemen ,Fakultas Ekonimi & Bisnis ,Universitas Muhadi Setia Budi Brebes ,Indonesia

hendrisucipto313@gmail.com

Alamat: Kampus

Jl. P Diponegoro KM 2 Wanasari Brebes Jawa Tengah (52252)

Abstract. CV. Amanah Sentosa Tegal is a small company engaged in the distribution sector which provides snack food products. The aim of this research is to determine the influence of price, product quality and product diversity on purchasing decisions for CV Amanah Sentosa Tegal. The approach used in this research is an associative approach. The research population is infinite with a purposive sampling technique, so that a sample of 500 shops is taken. Data analysis techniques in this research use instrumental tests including validity and reliability, classical assumption tests including normality, multicollinearity, heteroscedasticity, multiple linear regression analysis, t test, F test, and determination test. data processing using the software program SPSS (statistical package for the social science) 0.25 for windows. This is evidenced by the tcount value of 0.2646 > ttable of 0.1991 with a significance value of 0.040 < 0.05. Partially, product quality variables influence purchasing decisions at CV Amanah Sentosa Tegal. This is evidenced by the tcount value of 2.086 < ttable of 0.1991 with a significance value of 0.035 > 0.05. And product diversity variables affect purchasing decisions at CV Amanah Sentosa Tegal. This is evidenced by the tcount value of 2.975 < ttable of 0.1991 with a significance value of 0.004 > 0.05. and the price variable is the most dominant variable y. This is evidenced by the Fcount value of 39.450 > Ftable of 2.49

keywords: price, product quality, product diversity and purchasing decisio

Abstrak. CV. Amanah Sentosa tegal adalah sebuah perusahaan kecil bergerak di bidang distribusi yang menyediakan produk snack makanan. Tujuan dari penelitian ini ialah untuk mengetahui pengaruh harga , kualitas produk dan keragaman Produk terhadap keputusan pembelian untuk CV Amanah Sentosa tegal Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini ialah pendekatan asosiatif. Populasi penelitian yaitu infinite dengan teknik purposive sampling, sehingga diambil sampel sebanyak 500 toko. teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan, uji instrumental mencakup, validitas dan reabilitas , uji asumsi klasik mencakup normalitas, multikolinieritas, heterokedasitas , analisis analisis regresi liner berganda, uji t uji F , dan uji determinasi. pengolahan data menggunakan program software SPSS (statustic package for the social science) 0,25 for windows. Hal ini dibuktikan dari nilai t_{hitung} sebesar 0,2646 > t_{tabel} sebesar 0,1991 dengan nilai signifikansi 0,040 < 0,05. Secara parsial variabel kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Keputusan Pembelian CV

Amanah Sentosa tegal . Hal ini dibuktikan dari nilai $t_{hitung} 2,086 < t_{tabel}$ sebesar 0,1991 dengan nilai signifikansi $0,035 > 0,05$. Dan variabel keragaman produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Keputusan Pembelian CV Amanah Sentosa tegal . Hal ini dibuktikan dari nilai $t_{hitung} 2,975 < t_{tabel}$ sebesar 0,1991 dengan nilai signifikansi $0,004 > 0,05$. dan variabel harga merupakan variabel yang paling dominan dengan ini dibuktikan dari nilai F_{hitung} sebesar $39,450 > F_{tabel}$ sebesar 2,49

kata kunci : harga ,kualits produk,keragaman produk dan keputusan pembelian

LATAR BELAKANG

Bisnis sudah menjadi hal yang sering kita didengar , bisnis ialah suatu kegiatan perusahaan mencari laba banyak untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan sebagai makhluk social, dengan menggunakan strategi,inovasi untuk Bersaing dengan perusahaan lainya , adanya teknologi yang canggih memudahkan orang orang dalam berbisnis. Bisnis yang akan dibahas pada penulis berkecimpung dalam dunia distribusi. dengan menyediakan produk yang dimiliki perusahaan, untuk memenuhi kebutuhan pelanggan, Saluran distribusi merupakan saluran pemasaran yang dimiliki oleh perusahaan dalam menyalurkan semua produk yang dimiliki oleh perusahaan. Perusahaan menyediakan distribusi yang baik untuk mendukung penjualan dan pengantaran produk-produk yang dibeli kepada pelanggan sebagai bentuk servis kepada pelanggan(Wijaya & Rahmat Alamsyah Harahap, 2019) C.V. Amanah Sentosa tegal adalah sebuah perusahaan kecil bergerak di bidang distribusi yang menyediakan produk snack makanan. Perusahaan yang di dirikan bapak Heri Santoso sejak tahun 2018, bertempat di Jln.cimahi No.18 kel.Bandung kec.tegal selatan kab.tegal, Seiring berjalannya waktu permintaan pasar terhadap produk perusahaan semakin meningkat dan bervariasi. CV Amanah Sentosa Permasalahan dalam menjalani bisnis adalah permintaan dari pasar setiap periodenya sifatnya tidak konstan, selalu berubah-ubah. Selain itu perusahaan juga menghadapi persaingan dengan perusahaan yang bergerak dalam bidang sejenis dalam rangka memenuhi permintaan pasar. CV Amanah Sentosan Memiliki pelanggan lebih dari 500 toko, yang tersebar di beberapa daerah, yaitu Tegal, Pemalang,Bumiayu,ketanggungan,Brebes.Namun dalam hal ini peneliti mengambil studi kasus di Brebes Utara. Perusahaan dapat memenuhi permintaan pasar dengan kualitas terbaik dan keragaman produk yang bermacam macam serta biaya yang seminimum mungkin (Sutoni & Agustian (Universitas Suryakencana), 2017). penulis mengambil 3 teratas dari responden yang memilih jawaban ya (✓) mengenai faktor faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian yaitu: harga sebanyak 25 orang , kualitas produk sebanyak 20 orang, tampilan toko sebanyak 13 orang,keragaman produk sebanyak 23 orang, dan promosi sebanyak 15 orang . Faktor harga, kualitas produk dan keragaman produk menjadi faktor yang paling

dominan mempengaruhi keputusan pembelian. Berikut ini data hasil observasi awal yang dilakukan pada 30 konsumen CV Amanah Sentosa tegal. Dengan demikian keputusan pembelian konsumen tidak dapat terlepas dari bagaimana konsumen melalui beberapa tahapan dalam proses pengambilan keputusannya yaitu mengetahui masalah yang dihadapi sampai dengan terjadinya transaksi pembelian konsumen serta keputusan pembelian adalah tahap proses keputusan dimana konsumen secara aktual melakukan pembelian produk (Dewi & Suartina, 2022). Berdasarkan dari permasalahan dan informasi yang penulis terima, maka penulis menetapkan judul untuk penelitian ini adalah “Pengaruh Harga ,Kualitas Prodak ,Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dalam Memebeli Produk Cv Amanah Sentosa Tegal”.

KAJIAN TEORITIS

Keputusan pembelian

Keputusan pembelian ialah proses pengambilan keputusan konsumen yang menggabungkan pengetahuan untuk memilih dua atau lebih produk alternatif yang dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti kualitas, harga, lokasi, iklan, dan kemudahan layanan. Sebelum menentukan pilihan, ada beberapa pertimbangan sebelum melakukan Proses keputusan pembelian khusus terdiri dari rangkaian peristiwa berikut: Yaitu, identifikasi kebutuhan, pencarian, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan tindakan keputusan pembelian... [1] menurut tjiptono(2015:21) mendefinisikan keputusan pembelian konsumen merupakan sebuah proses dimana konsumen mengenal masalahnya, mencari informasi mengenai produk atau merk tertentu..[2]sedangkan menurut Kotler dan Keller (2016;194) menyatakan keputusan pembelian konsumen merupakan bagian dari perilaku konsumen studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, dan menggunakan dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. [3] menurut Buchari Alma (2016:96) mengemukakan bahwa keputusan pembelian ialah suatu keputusan yang dipengaruhi oleh ekonomi keuangan, teknologi, politik, budaya, produk, harga, lokasi, promosi, physical evidence, people, proses, sehingga membentuk sikap pada konsumen untuk mengolah segala informasi dan mengambil kesimpulan berupa respon yang muncul produk apa yang akan dibeli[4], Saat seseorang menentukan sesuatu itu artinya dia sudah memutuskan untuk memilihnya, sesuai kebutuhan atau keinginan. Keputusan final yang di ambil oleh pembeli setelah mempertimbangkan pertimbangan tertentu pada saat membeli barang

atau jasa. Jadi atau tidak nya proses transaksi anatar penjual dan pembeli menjadi hal yang biasa sudah menjadi resiko apabila tidak jadi membeli prodak perusahaan .Konsumsi telah menjadi kebutuhan manusia untuk dapat meneruskan kehidupan meski terkadang manusia tidak dapat membedakan mana keinginan dan mana kebutuhan. Nafsu selalu ingin lebih menjadikan manusia condong untuk memenuhi keinginan (Semarang et al., 2019)[5]

Harga adalah hal penting dalam mengambil keputusan pembelian, karena sebelum membeli sebuah produk biasanya seseorang selalu melihat harga produk yang sudah tercantum. Dan bahkan tidak sedikit pula seseorang yang melihat kualitas pada sebuah produk dengan harga (Puspita et al., n.d.) . [6] harga adalah ukuran atau satuan moneter suatu produk barang ataupun jasa lainnya yang ditukar guna mendapatkan hak milik atau pemakaian barang ataupun jasa tersebut (Studi Manajemen et al., 2020).[7]

Menurut Kotler and Keller dalam jurnal penelitian (Cesariana et al., n.d.). kualitas produk adalah keahlian suatu produk untuk memberikan hasil kinerja yang sesuai atau bahkan melebihi apa yang pelanggan harapkan. [8] Menurut Assauri kualitas produk adalah pernyataan tingkat kemampuan dari suatu merek atau produk tertentu dalam melaksanakan fungsi yang diharapkan dan sebagai bahan untuk memenuhi kebutuhan dasar manusia (Santoso et al., 2019).[9] Kualitas ditentukan oleh sekumpulan kegunaan dan fungsinya, termasuk di dalamnya daya tahan, ketidaktergantungan pada produk lain atau komponen lain, eksklusifitas, kenyamanan, wujud luar (warna, bentuk, pembungkusan, dan sebagainya (Tiya et al., 2019).[10]

Keragaman produk menciptakan ketersediaan barang dalam jumlah dan jenis yang sangat variative. Menurut Kotler& Keller keragaman produk adalah kumpulan seluruh produk dan barang yang ditawarkan penjual tertentu kepada pembeli (*Keragaman Produk 1*, n.d.). [11] Sedangkan Menurut Indrasari (2019:29), “Keragaman produk merupakan kumpulan seluruh produk dan barang yang ditawarkan penjual tertentu kepada pembeli”. [12] bahwa keragaman produk merupakan berbagai macam produk yang ditawarkan oleh penjual kepada pembeli dalam satu tempat (Rahma Diantika et al., 2022)[13]

METODE PENELITIAN

Metode penelitian merupakan metode yang di lakukan oleh peneliti dalam rangka mengumpulkan informasi atau data yang bertujuan menggambarkan fakta secara apa adanya . menurut Sugiyono “Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data yang valid dengan tujuan dapat ditemukan, dibuktikan dan dikembangkan

suatu pengetahuan sehingga pada gilirannya dapat digunakan untuk memahami, memecahkan dan mengidentifikasi masalah” (*Metode Penelitian 1*, n.d.).

Jenis Penelitian yang dilakukan peneliti menggunakan jenis penelitian asosiatif kasual dengan menggunakan pendekatan kuantitatif.(buku)penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan penemuan yang dapat dicapai (diperoleh) dengan menggunakan prosedur prosedur statistic atau car acara lain dari kuantifikasi(pengukuran) ,pendekakatan kuantutatif hakikat hubungan diantara variable variable dianalissis dengan menggunakan teori yang objektif (Sujarwenii, 2019) [14].

Menurut kasiram (2008) penelitian kuantitatif adalah suatu proses menemukan pengetahuan yang menggunakan data berupa angka sebagai alat menganalisis keterangan mengenai apa yang diketahui (Sujarwenii, 2019) [15].Brayman (2005) mendefinisikan proses penelitian kuantutatif dimulai dari teori ,hipotesis ,desain penelitian , memilih subjekmengumpulkan data ,menganalisa data ,dan menuliskan kesimpulan (Sujarwenii, 2019) [16].

A. lokasi dan waktu survei

1. Pusat Penelitian Penelitian

Penelitian Ini dilakukan atau bertempat di CV Amanah Sentosa tegal ,Jln,Cimahi no.18 Kel.Bandung Kec.tegal Selatan kab.tegal

2. Waktu Survei
Survei dilakukan pada bulan Februari 2023.

B. Subjek dan Subjek Penelitian

1. Subjek Penelitian Subjek penelitian Toko yang menggunakan Prodak CV Amanah Sentosa tegal

2.objek penelitian

Subjek survei adalah variabel harga, Kualitas Produk, & keragaman Produk yang mempengaruhi keputusan pembelian Prodak CV Amanah Sentosa tegal

C. Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel

Menurut Sugiyono (2019) 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(Puspita et al., n.d.) [17].

Dalam penelitan Hendri sucipto(2019) Penelitian populasi dilakukan apabila peneliti ingin melihat semua liku-liku yang ada di dalam populasi (Kualitas Pelayanan dan Kepuasan

Konsumen terhadap Loyalitas Pelanggan di Toko Mebel Sinar Jaya et al., 2019) [18]

.Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan distributor CV Amanah sentosa yang berada di brebes sejumlah 500 toko.

Sampel merupakan bagian dari populasi tersebut berupa jumlah dan karakteristik data (Studi Manajemen et al., 2020) Sampel yang dipakai dalam penelitian ini ialah konsumen CV Amanah sentosa tegal yaitu toko toko di pasar .Teknik purposive sampling adalah subjek berdasarkan ciri-ciri yang dipandang memiliki hubungan dengan kriteria tertentu berdasarkan tujuan penelitian Responden ialah konsumen prodak CV Amanah Sentosa tegal.

Analisi data

1. Variabel penelitian,

Dalam hal menentukan suatu variabel penelitian, peneliti membagi menjadi dua yaitu terdapat 2 variabel di penelitian ini pokok variabel bebas atau independent variable dan variabel terikat atau dependent variable. variabel yang mempengaruhi ,variabel bebas juga dapat di artikan sebagai suatu kondisi atau nilai yang jika muncul maka akan memunculkan atau mengubah kondisi atau nilai yang lain.variabel independent yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengaruh harga ,kualitas,keragaman produk di CV Amanah Sentosa Tegal.

2. Variabel pengukuran,

Jenis skala pengukuran untuk penelitian ini ialah Jenis skala interval. Untuk mengukur variabel periklanan, harga dan keputusan pembelian diukur menggunakan skala Likert yang dimodifikasi.. dengan lima pilihan jawaban: sangat setuju , setuju, netral , tidak setuju, sangat tidak setuju. Dalam hal pernyataan afirmatif, jawaban dievaluasi sebagai sangat setuju, setuju, netral, tidak setuju, sangat tidak setuju 5,4,3,2,1, komentar negatif sepenuhnya setuju , Setuju, sangat tidak setuju, sangat tidak setuju, peringkat

1, 2, 3, 4,5

Teknik Pengumpulan Data

1. Metode kuisisioner

Kuisisioner adalah Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada para responden untuk dijawab.dalam hal ini pertanyaan yang akan diajukan untuk konsumen CV Amanah Sentosa (Sujarwenii, 2019).

2. Penyusunan kuisisioner

Kuisisioner yang disebarakan meliputi gambaran umum tentang harga produk kualitas produk dan keragaman produk terhadap keputusan pembelian dalam membeli produk cv amanah sentosa tegal yang telah memiliki validitas isi.

3. Teknik pengujian instrument

Instrimen yang memenuhi syarat,maka dilakukannya uji instrumen (uji validitas & Reabilitas) , Uji Asumsi Klasik (Uji Normalitas, Uji Heterokedastisitas , Uji Multikolonieritas) , Analisis Linier Berganda , Uji Hipotesis (Uji T & Uji F) , Uji koefisien Determinasi . penelitian seperti berikut ini :

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilaksanakan dibulan Februari , peneltian ini berada di brebes , objek dalam penelitian ini yaitu Harga , Kualirtas Produk & Keragaman Produk ,keputusan pembelian , responden dalam peneltian ini ialah pembeli dibrebes, hasil data penelitian ini diperoleh dari penyebaran kuisisioner ,

Uji Validitass dan Reabilitas

Guna keprluan uji validitas instrimen saat meneliti menguunakan 65 responden pembeli didistro am clothing brebes , dengan hasil signifikan 0,01 makadari itu bisa diketahi R table=0,317, demikian hasil uji validasi variable .

Tabel Uji Validitas

Variabel	Indikator	R Hitung	R tabel	Keterangan
Harga	HA 1	0.710	0.317	Valid
	HA 2	0.868	0.317	Valid
	HA 3	0.802	0.317	Valid
	HA 4	0.906	0.317	Valid
	HA 5	0.844	0.317	Valid
Promo	PR 1	0.749	0.317	Valid
	PR 2	0.806	0.317	Valid
	PR 3	0.783	0.317	Valid
	PR 4	0.849	0.317	Valid
	PR 5	0.688	0.317	Valid
Keputusan Pembelian	KP 1	0.809	0.317	Valid
	KP 2	0.880	0.317	Valid
	KP 3	0.805	0.317	Valid
	KP 4	0.906	0.317	Valid
	KP 5	0.913	0.317	Valid

Sumber dari hasil olah Out Put SPSS 25.0 (2022)

Dari Hasil Out Put spss 25.0 pada tabel menunjukkan kalau instrumen penelitian terdiri 20 pertanyaan tentang harga produk ,kualitas produk , keragaman produk dan keputusan pembelian. hal ini terbukti kalau hasil uji validitas terlihat semua item variabel memiliki nilai r hitung \geq dari r tabel berdasarkan uji signifikan 0,01 misalnya pada X1 0,785 \geq 0.2796 begitupun seterusnya jadi semua data dari 4 variabel tu Valid , jadi instrumen penelitian layak digunakan untuk data penelitian.

Uji Reabilitas memakai rumus Alpha . Dasar yang diperoleh dari satu instrumen yang terdiri dari beraneka butir pertanyaan yang dapat digunakan,apabila nilai Cronbach Alpha diatas 0,60.

Variabel	cronbach Alpha	keterangan
Harga	0,847	Realiabel
kualitas produk	0,719	Realiabel
Keragaman Prouk	0,842	Realiabel
keputusan Pembelian	0,829	Realiabel

Sumber:hasil out put SPSS 0,25 (2022)

pada tabel dapat dijlaskan bahwa nilai Cronbach's alpha dari Variabel X1 (Harga) sebesar 0,874 variabel X2 (Kulaitas produk) sebesar 0,908 Variabel X3 (Keragaman produk) sebesar 0,884 dan Variabel Y (keputusan Pembelian) sebesar 0,879 Standar Cronbach's alpha tersebut \geq 0,60 ,jadi semua point yang terdapat di kuisisioner tentang Harga produk , kualitas produk, keragaman produk dan keputusan pembelian maka data riset Variabel X 1 , X2 , X3 dan Y bisa dijadikan alat pengumpul data dalam proses penelitian.

.Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		84
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.41788519
	Most Extreme Differences	
	Absolute	.077
	Positive	.077
	Negative	-.065
Test Statistic		.077
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber Spss 25 (2022)

penelitian ini telah memenuhi asumsi yang dikemukakan sebelumnya, sehingga data dalam model regresi penelitian ini cenderung merapat ke garis dan dapat disimpulkan uji normalitas pada variabel penelitian ini berdistribusi normal. selain dengan melihat grafik , untuk menguji keseluruhan data variabel penelitian yang berskala minimal ordinal dengan menggunakan ketentuan uji Kolmogorov;Smirnov pada alpha sebesar 5%. jika nilai signifikansi dari pngujian kolmogoroy-smirnov lebih besar dari 0,05 berarti data normal.

Uji Multikolonieritas

Dasar pengambilan uji multikolonieritas tolerance, jika nilai tolerance $\geq 0,10$ maka artinya tidak terjadi multikolonieritas , melihat VIF jika nilai VIF $\leq 0,10$ artinya terjadi multikolonieritas'

Coefficients

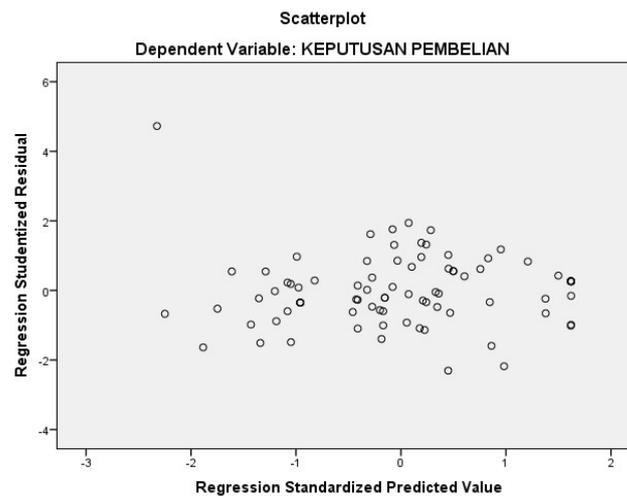
	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
					B	Std. Error
1 (Constant)	3.657	1.451	2.520	.014		
HARGA	.344	.110	3.125	.002	.293	3.407
KUALITAS PRODUK	.183	.129	1.423	.159	.321	3.111
KERAGAMAN PRODUK	.306	.117	2.611	.011	.336	2.977

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

sumber ; hasil data Out Put SPSS 0,25 (2022)

Dari data dapat dinyatakan bahwa pengaruh harga produk ,kualitas produk, dan keragaman produk terhadap keputusan pembelian di CV Amanah Sentosa Tegal mempunyai nilai 0,254 , 0,305 & 0,358 nla tolerance $\geq 0,10$, maka artinya tidak terjadi multikoloniatitas . Uji Heterokedasitisitas

Konsep dasar uji varian tidak seragam ialah bagian dari uji penerimaan model regresi, salah satu syarat yang harus di penuhi oleh model regresi yang baik ialah tidak adanya gejala heterogenitas. Selama masalah disperse tidak seragam berakibat pada keraguan (ketidak akuratan) pada hassil analisis regresi yang dilaksanakan , ciri ciri tidak terjadinya gejala heteroskedastisitas titik titik yang menyebar di atas dan dibawah atau sekitaran angka 0 , titik titik tolak ada di atas atau dibawah ,melebar lalau menyempit dan melebar lagi , penyebaran titik titik tidak berpola .



Sumber ; hasil out put SPSS 0,25 (2022)

Berdasarkan pada gambar di atas terlihat bahwa distribusi data tidak teratur dan tiak membentuk pola tertentu, serta tersebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, sehingga dapat disimpulkan bahwa pada model regresi ini tidak terjadi masalah heterokedastisitas.

Analisis Linear Berganda

Untuk meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen, bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya) dengan formulasi (Sucipto et al., 2021)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.606	.229		2.646	.010
	HG_X1	.192	.092	.245	2.086	.040
	KUP_X2	.266	.124	.252	2.149	.035
	KR_X3	.342	.115	.349	2.975	.004

a. Dependent Variable: KP_Y

Dari hasil tersebut dapat diketahui hubungan antara 3 variabel independent dan variabel dependen yang dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

$$Y = 0,606 + 0,192 + 0,266 + 0,342$$

Yang berarti bahwa :

- a. Kostanta dalam penelitian ini adalah sebesar 0,606 Jika tidak terdapat Harga produk (X1) kualitas produk (X2) dan keragaman produk(X3) maka keputusan pembelian (Y)tidak mengalami perubahan.
- b. Nilai koefisien variabel harga produk (X1) adalah sebesar 0,192 hal ini menyatakan bahwa setiap kenaikan sebesar 1% pada keunggulan produk maka akan meningkatkan keputusan pembelian sebesar 0,192 koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan searah antara harga dengan keputusan pembelian
- c. Nilai koefisien variabel kualitas produk (X2) adalah sebesar 0,266 hal ini menyatakan bahwa setiap kenaikan sebesar 1% pada keunggulan produk maka akan meningkatkan keputusan pembelian sebesar 0,266 koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan searah antara harga dengan keputusan pembelian
- d. Nilai koefisien variabel keragaman produk (X3) adalah sebesar 0,342 hal ini menyatakan bahwa setiap kenaikan sebesar 1% pada keunggulan produk maka akan meningkatkan keputusan pembelian sebesar 0.342 koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan searah antara harga dengan keputusan pembelian

Uji Hipotesis

Uji hipotesis untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel dependen, penelitian ini menggunakan koefisien determinasi (Adjusted R²) (Diantoro et al., 2019). Untuk itu dibawah ini adalah hasil Uji hipotesis yang terdiri dari Uji T dan Uji F

Uji T

Variabel X1 X2 X3 Terhadap Y

Sesuai table di atas X1 di atas menunjukkan bahwa nilai signifikan pengaruh harga (X1) terhadap keputusan pembeli (Y) ialah $0,001 \leq 0,05$ dengan nilai t hitung, Nilai t hitung \geq nilai t table, dengan rumus $t_{table} = t(\alpha/2; n-k-1) = t(0,05/2; 65-2-1) = 1.998$ (dari T tabel) hasil uji t (persial) menunjukkan bahwa Nilai signifikan pengaruh harga (X1) terhadap keputusan pembelian (Y) ialah $0,001 \leq 0,05$ dan nilai t-hitung sebesar 11.418 nilai t-tabel. Maka H01 ditolak dan Ha1 diterima. Dengan kata lain harga merupakan keputusan pembelian.

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.606	.229		2.646	.010
HG_X1	.192	.092	.245	2.086	.040
KUP_X2	.266	.124	.252	2.149	.035
KR_X3	.342	.115	.349	2.975	.004

a. Dependent Variable: KP_Y

Variabe X2 Terhadap Y

1. Sesuai table di atas X1 di atas menunjukkan bahwa nilai signifikan pengaruh harga (X1) terhadap keputusan pembeli (Y) ialah $0,40 \leq 0,05$ dengan nilai t hitung , Nilai t hitung \geq nilai r table , dengan rumus $t_{table} = t(a/2;n-k-1)_{\alpha} = 5\% (0,05 /2 : 84 - 4 - 1. = 0,025 : 79 =1,991$ (X1) terhadap keputusan pembelian (Y) ialah 0,2646 dan nilai t-hitung sebesar 0,1991 nilai t-tabel. Maka HO1 ditolak dan Ha1 diterima. Dengan kata lain harga merupakan keputusan pembelian.
2. (X2) terhadap (Y) ialah $0,35 \leq 0,05$ dengan nilai t hitung , Nilai t hitung \geq nilai r table , dengan rumus $t_{table} = t(a/2;n-k-1)_{\alpha} = 5\% (0,05 /2 : 84 - 4 - 1.) = 0,025 : 79 =1,991$ Nilai signifikan pengaruh kualitas produk (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) ialah 2,086 dan nilai t-hitung sebesar 1,991 nilai t-tabel. Maka HO2 ditolak dan Ha1 diterima. Dengan kata lain harga merupakan keputusan pembelian.
3. (X3) terhadap (Y) ialah $0,004 \leq 0,05$ dengan nilai t hitung , Nilai t hitung \geq nilai r table , dengan rumus $t_{table} = t(a/2;n-k-1)_{\alpha} = 5\% (0,05 /2 : 84 - 4 - 1. = 0,025 : 79 =1,991$ Nilai signifikan pengaruh keragaman produk (X3) terhadap keputusan pembelian (Y) ialah 2,975 dan nilai t-hitung sebesar 1,991 nilai t-tabel. Maka HO1 ditolak dan Ha1 diterima. Dengan kata lain harga merupakan keputusan pembelian,

Uji F (Simultan)

Uji F (simultan) dilakukan untuk mengetahui apakah variabel bebas secara bersama-sama memiliki pengaruh secara signifikan atau tidak terhadap variabel terikat.

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2.099	3	.700	39.450	.000 ^b
	Residual	1.419	80	.018		
	Total	3.518	83			

a. Dependent Variable: KP_Y

b. Predictors: (Constant), KR_X3, KUP_X2, HG_X1

Variabel X1, X2, X3 untuk Y

X1 dan X2 untuk Y, nilai kode 0,05 dan nilai f hitung nilai f-tabel, nilai f-tabel = 3,15, nilai signifikan $0,001 \leq 0,05$ dan nilai f bilangan 99,427 nilai f-tabel 3,15, dapat harga (X1) Dan nilai signifikan pengaruh iklan (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) ialah $0,001 \leq 0,05$ dan f hitung 99.427f. Tabel 3.15 Hal ini menunjukkan bahwa H03 ditolak dan Ha3 diterima. Menunjukkan pengaruh harga (x1) dan promosi (X2) terhadap keputusan pembelian (Y).

Uji koefisien Determinasi (R)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.772 ^a	.597	.582	.13319

a. Predictors: (Constant), KR_X3, KUP_X2, HG_X1

Berdasarkan hasil pengujian koefisien determinasi model summary pada tabel di atas dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (R square) yang diperoleh dalam penelitian ini sebesar 0,579 Hal ini memiliki arti bahwa 59,7 % variabel Keputusan Pembelian dapat dijelaskan oleh variabel independent yaitu harga produk (X1), kualitas produk (X2) dan keragaman produk (X3). Sedangkan nilai *error terms* $\sum = \sqrt{1 - R^2} = 1 - 0,597 = 0,403$ sisanya

sebesar 40,3 % dapat dijelaskan oleh variabel independent lainnya yang tidak diikutsertakan dalam penelitian ini.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Secara parsial variabel Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Keputusan Pembelian CV Amanah Sentosa tegal. Hal ini dibuktikan dari nilai t_{hitung} sebesar $0,2646 > t_{tabel}$ sebesar $0,1991$ dengan nilai signifikansi $0,040 < 0,05$. Secara parsial variabel kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Keputusan Pembelian CV Amanah Sentosa tegal . Hal ini dibuktikan dari nilai t_{hitung} $2,086 < t_{tabel}$ sebesar $0,1991$ dengan nilai signifikansi $0,035 > 0,05$. Dan variabel keragaman produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Keputusan Pembelian CV Amanah Sentosa tegal . Hal ini dibuktikan dari nilai t_{hitung} $2,975 < t_{tabel}$ sebesar $0,1991$ dengan nilai signifikansi $0,004 > 0,05$.
2. Secara simultan harga, Kualitas produk & keragaman Produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada CV Amanah Sentosa tegal . Hal ini dibuktikan dari nilai F_{hitung} sebesar $39,450 > F_{tabel}$ sebesar $2,49$.
3. Variabel Harga (X_1) adalah variabel yang berpengaruh dominan sebesar $0,597$ terhadap keputusan pembelian pada CV Amanah Sentosa tegal.

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Saran untuk perusahaan
Kepada CV Amanah Sentosa tegal adalah mencari pangsa pasar yang baru untuk dijadikan pelanggan tetap.mengadakan promosi / potongan harga untuk deadstock dengan menggunakan metode LIFO agar tidak terjadi penumpukan barang . menjelaskan produk baru secara detail dalam sosialisasi agar menarik pembeli.
2. Saran untuk peneliti selanjutnya
Hasil penelitian ini di harapkan dapat menambah wawasan pengetahuan terkait dengan bisnis distributor. Diharapkan dapat dimanfaatkan sebagai sumber data untuk penelitian lebih lanjut .dan dilakukan berdasarkan variabel lainnya dengan ruang lingkup yang lebih luas lagi.

DAFTAR REFERENSI

- Riadi , M. (2020, mei sabtu). *Keputusan Pembelian (pengertian , Dimensi , Jenis dan Proses Tahapan* Retrieved from www.kajianpustaka.com:https://www.kajianpustaka.com/2020/05/keputusan-pembelian-pengertian-dimensi-jenis-dan-proses-tahapan--pembelian.html?n=1
- Nasution , m. A. (2019). Pengaruh Harga dan kualitas Produk alat Kesehatan. *Jurnal Warta*, 18(1),.
- kotler dan keller (2016:194) . keputusan pembelian <https://www.repository.stei.ac.id>
- Buchari alma (2016:96) ,keputusan pembelian <https://www.repository.stei.ac.id>
- Siregar, Q. r. (2020). Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Online diKota Medan. *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 3(1), 148-159.
- puspita, y. d., rahmawan, g., tinggi, s., & ekonomi surakarta, i. (n.d.). *pengaruh harga, kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian produk garnier influe nce of prices, product quality and brand image on garnier product purchase decisions.*
- studi manajemen, p., ilmiah, k., krishernawan, i., al-anwar jalan raya brangkal no, s., mojokerto, s., & timur, j. (2020). *maker: jurnal manajemen marketplace shopee di mojokerto*. <http://www.maker.ac.id/index.php/maker>
- cesariana, c., juliansyah, f., & fitriyani, r. (n.d.). *model keputusan pembelian melalui kepuasan konsumen pada marketplace: kualitas produk dan kualitas pelayanan (literature review manajemen pemasaran)*. 3(1), 2022. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1>
- santoso, j. b., kunci, k., produk, k., pelayanan, k., harga, k., konsumen, d., & loyalitas, k. (2019). *pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen (studi pada konsumen geprek bensu rawamangun)* (vol. 16, issue 01).
- tiya, m., suari, y., luh, n., sayang telagawathi, w., & yulianthini, n. n. (2019). pengaruh kualitas produk dan desain produk terhadap keputusan pembelian. *bisma: jurnal manajemen*, 5(1).
- semarang, m., hartono, s., & ay, b. (2019). *pengaruh harga, keragaman produk dan merek terhadap keputusan pembelian produk pada pt. index sukoharjo* (vol. 03, issue 02).
- , wijaya, f., & rahmat alamsyah harahap, dan. (2019). medika indonesia medan (distributor alat kesehatan). in *jurnal darma agung: vol. xxvii* (issue 2).
- rahma diantika, a., saputra, m., & ambarwati, d. (2022). *pengaruh keragaman produk, ketersediaan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di hikmah mart jajar wates serdang*. 1(2).
- Sujarwenii, V. Wiratm. (2019). *Metodologi penelitian-bisnis & ekonomi*. Pustakabarupres.
- Sujarwenii, V. Wiratm. (2019). *Metodologi penelitian-bisnis & ekonomi*. Pustakabarupres.
- Sujarwenii, V. Wiratm. (2019). *Metodologi penelitian-bisnis & ekonomi*. Pustakabarupres.
- Puspita, Y. D., Rahmawan, G., Tinggi, S., & Ekonomi Surakarta, I. (n.d.). *Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Garnier*

<https://prin.or.id/index.php/mri/article/view/1874>Influence of Prices, Product Quality and Brand Image on Garnier Product Purchase Decisions.

Sucipto, H., Mukson, & Syaifulloh, M. (2021). Pengaruh Pengembangan Sumber Daya Manusia, Disiplin Kerja dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhadi Setiabudi). *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(3), 797–806.