

Pengaruh Keragaman Produk, Lokasi, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko rm22store Kecamatan Sukodono Kabupaten Lumajang

La Viola Atikah Rafli¹, Nawangsih², Kurniawan Yunus Ariyono³

Program Studi Manajmen, Institut Teknologi dan Bisnis Widya Gama Lumajang, Indonesia¹²³

Email: la.violarafli@gmail.com¹, lovinawang@gmail.com², ariyonoary45@gmail.com³

INFO ARTIKEL

Volume 5
Nomor 1
Bulan September
Tahun 2022
Halaman 71-78

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh keragaman produk, lokasi, dan promosi terhadap keputusan pembelian di Toko rm22store Kecamatan Sukodono Kabupaten Lumajang. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan tingkat eksplansi asosiatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial keragaman produk dan promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Secara simultan keragaman produk, lokasi, dan promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Toko rm22store Kecamatan Sukodono Kabupaten Lumajang. Keterbatasan penelitian ini adalah hanya meneliti keragaman produk, lokasi, dan promosi sebagai faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian, sedangkan variabel lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian diharapkan dapat diteliti oleh peneliti selanjutnya pada periode selanjutnya.

Kata Kunci: Keragaman Produk, Lokasi, Promosi, dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of product diversity, location, and promotion on purchasing decisions at the rm22store Store Sukodono District Lumajang Regency. This research is a quantitative research with associative level of explanation. The results of this study indicate that partially product variety and promotion have no significant effect on purchasing decisions, while location has a significant effect on purchasing decisions. Simultaneously, product variety, location, and promotion have a significant effect on purchasing decisions at the rm22store Store Sukodono District Lumajang Regency. The limitation of this study is that it only examines product variety, location, and promotion as factors that influence purchasing decisions, while other variables that can influence purchasing decisions are expected to be investigated by further researchers in the next period.

Keywords: Product Variety, Location, Promotion, and Purchase Decision

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi kian hari semakin canggih. Tak bisa dipungkiri hal itu membuat masyarakat, terutama di Kabupaten Lumajang lebih memilih untuk melakukan sebagian bahkan seluruh aktivitasnya dengan teknologi. Aktivitas masyarakat tersebut adalah tampil modis dan *trendy* karena sekarang kebutuhan tersebut menjadi kebutuhan primer bagi mereka, sehingga menjadikannya *trend* (Nathanael, 2013). *Trend* tampil modis dan *trendy* tersebut dikenal dengan “OOTD” atau *Outfit Of The Day*, kegiatan yang menunjukkan gaya aksesoris hingga pakaian yang digunakan sehari-hari maupun pada saat acara tertentu (<https://plus.kapanlagi.com>). Hal ini memengaruhi tingkat konsumsi barang serta persaingan bisnis yang semakin pesat dan ketat, seperti halnya pakaian, sehingga mulai bermunculan toko pakaian yang memanfaatkan kecanggihan teknologi untuk memasarkan produk, khususnya di Kecamatan Sukodono Kabupaten Lumajang. Toko pakaian tersebar dengan merata di beberapa wilayah di Kabupaten Lumajang, salah satunya berada di Kecamatan Sukodono, yaitu Toko rm22store.

Penelitian ini pernah dilakukan oleh Hamdun & Nurhasana (2018) serta Franata (2020) dengan hasil penelitian keduanya didapatkan bahwa keragaman produk, harga, dan promosi memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Namun, penelitian keduanya berbanding terbalik dengan Badarudin, et al. (2021) dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa keragaman produk, lokasi, suasana toko, dan promosi secara simultan ataupun parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Adanya perbedaan dari temuan penelitian ini menunjukkan masih dapat peluang ditelitinya kembali variabel ini.

Peneliti memilih variabel keragaman produk, lokasi, dan promosi dengan alasan ingin mengetahui seberapa besar pengaruh keragaman produk, lokasi, dan promosi terhadap keputusan pembelian pada produk Toko rm22store di Kecamatan Sukodono Kabupaten Lumajang karena dari pandangan peneliti produk Toko rm22store termasuk mampu mengalami pendapatan yang tinggi. Namun, akhir-akhir ini penjualannya mengalami naik-turun atau tidak pasti. Hal itu membuktikan bahwa masih terdapat beberapa hal yang menjadi pertimbangan konsumen, sehingga membuat konsumen perlu berpikir untuk melakukan pembelian di Toko rm22store. Keempat variabel tersebut juga telah mencakup berbagai masalah yang sudah teridentifikasi serta bertujuan untuk menghindari pembahasan yang terlalu luas agar penelitian lebih fokus dan tepat sasaran. Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti berupaya untuk mengetahui pengaruh keragaman produk, lokasi, dan promosi terhadap keputusan pembelian konsumen dengan melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Keragaman Produk, Lokasi, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko rm22store Kecamatan Sukodono Kabupaten Lumajang”**.

Berdasarkan permasalahan di atas dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian, yaitu (1) apakah keragaman produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian di Toko rm22store ? (2) apakah lokasi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian di Toko rm22store ? (3) apakah promosi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian di Toko rm22store ? dan (4) apakah keragaman produk, lokasi, dan promosi berpengaruh secara simultan signifikan terhadap keputusan pembelian di Toko rm22store ? Sesuai dengan permasalahan tersebut, penelitian ini bertujuan (1) untuk mengetahui keragaman produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian di Toko rm22store, (2) untuk mengetahui lokasi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian di Toko rm22store, (3) untuk mengetahui promosi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian di Toko rm22store, dan (4) untuk mengetahui pengaruh keragaman produk, lokasi, dan promosi berpengaruh secara simultan signifikan terhadap keputusan pembelian di Toko rm22store.

Hipotesis

Berdasarkan perumusan masalah dan tujuan dalam penelitian ini, maka hipotesis dikemukakan sebagai berikut :

1. Hipotesis Pertama

H₁ : Terdapat pengaruh keragaman produk secara signifikan terhadap keputusan pembelian di Toko rm22store

2. Hipotesis Kedua

H₂ : Terdapat pengaruh lokasi secara signifikan terhadap keputusan pembelian di Toko

rm22store

3. Hipotesis Ketiga

H_3 : Terdapat pengaruh promosi secara signifikan terhadap keputusan pembelian di Toko rm22store

4. Hipotesis Keempat

H_4 : Terdapat pengaruh keragaman produk, lokasi, dan promosi secara simultan signifikan terhadap keputusan pembelian di Toko rm22store

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Menurut Kurniawan & Puspitaningtyas (2016) penelitian atau pendekatan kuantitatif adalah penelitian yang terstruktur dan dapat digeneralisasikan. Artinya adalah penelitian untuk membuat generalisasi terhadap populasi yang diteliti. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Toko rm22store terhitung sejak bulan Januari-Maret 2022 yang berjumlah 60 responden dengan sampel sebanyak 53 responden yang memiliki kriteria pernah berkunjung ke Toko rm22store. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian adalah *nonprobability sampling*. Menurut Kurniawan & Puspitaningtyas (2016) *nonprobability sampling* adalah teknik pengambilan sampel tidak acak dan subjektif, yakni setiap anggota populasi tidak memiliki peluang yang sama untuk menjadi sampel. Teknik sampling penelitian ini dengan *incidental sampling*. Menurut Kurniawan & Puspitaningtyas (2016) *incidental sampling* merupakan teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan atau *incidental* bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel.

RESULTS AND DISCUSSION

Tabel 1. Deskripsi Responden

Keterangan	Frekuensi	Presentase (%)
Umur (Tahun)		
≤ 17 tahun	7	13,2%
18 – 25 tahun	34	64,2%
26 – 50 tahun	10	18,9%
≥ 50 tahun	2	3,8%
Jenis Kelamin		
Laki-laki	42	79,2%
Perempuan	11	20,8%
Pendidikan Terakhir		
TK	2	3,8%
SD	5	9,4%
SMP	4	7,5%
SMA/SMK	37	69,8%
D3/S1	5	9,4%
Status		
Menikah	12	22,6%
Belum menikah	41	77,4%
Pekerjaan		
Pelajar	7	13,2 %
Mahasiswa	16	30,2 %
Wiraswasta	9	17 %
Pegawai Swasta	4	7,5 %
Pegawai Negeri	1	1,9 %
Lain-lain	16	30,2 %
Penghasilan		

Tidak berpenghasilan	18	34%
≤ 1 juta	17	32,1%
1 juta – 3 juta	15	28,3%
≥ 3 juta	3	5,7%
Wilayah		
Dalam kota	49	92,5%
Luar kota	4	7,5%

Sumber data : Hasil pengolahan data kuesioner dengan SPSS 16

Berdasarkan tabel 1. dapat diketahui bahwa responden terbanyak dibagi menurut beberapa kategori, diantaranya menurut umur ditunjukkan pada rentang 18-25 tahun sebanyak 34 orang (64,2%); berdasarkan jenis kelamin adalah laki-laki sebanyak 42 orang (79,2%); berdasarkan pendidikan terakhir adalah SMA/SMK sebanyak 37 orang (69,8%); berdasarkan status adalah belum menikah sebanyak 41 orang (77,4%); berdasarkan pekerjaan adalah mahasiswa dan lain-lain yang tergolong pekerja kontrak, atlet, serta barista sebanyak 16 orang (30,2%); berdasarkan penghasilan adalah tidak berpenghasilan sebanyak 18 orang (34%); dan berdasarkan wilayah adalah dalam kota sebanyak 49 orang (92,5%).

Tabel 2. Hasil Rekapitulasi Pengujian Validitas

No.	Kuesioner	r_{hitung}	$r_{minimal}$	Signifikansi	Ket
1.	<u>Keputusan Pembelian (Y)</u>				
	- Pernyataan 1	0,383	0,3	0,000	Valid
	- Pernyataan 2	0,484	0,3	0,000	Valid
	- Pernyataan 3	0,614	0,3	0,000	Valid
	- Pernyataan 4	0,621	0,3	0,000	Valid
	- Pernyataan 5	0,478	0,3	0,000	Valid
	- Pernyataan 6	0,511	0,3	0,000	Valid
2.	<u>Keragaman Produk (X₁)</u>				
	- Pernyataan 1	0,686	0,3	0,000	Valid
	- Pernyataan 2	0,756	0,3	0,000	Valid
	- Pernyataan 3	0,878	0,3	0,000	Valid
	- Pernyataan 4	0,865	0,3	0,000	Valid
	- Pernyataan 5	0,865	0,3	0,000	Valid
3.	<u>Lokasi (X₂)</u>				
	- Pernyataan 1	0,678	0,3	0,000	Valid
	- Pernyataan 2	0,823	0,3	0,000	Valid
	- Pernyataan 3	0,680	0,3	0,000	Valid
4.	<u>Promosi (X₃)</u>				
	- Pernyataan 1	0,689	0,3	0,000	Valid
	- Pernyataan 2	0,555	0,3	0,000	Valid
	- Pernyataan 3	0,808	0,3	0,000	Valid
	- Pernyataan 4	0,712	0,3	0,000	Valid

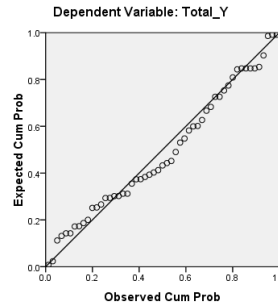
Sumber data : Hasil pengolahan data kuesioner dengan SPSS 16

Tabel 3. Hasil Rekapitulasi Uji Reliabilitas

Variabel	Koefisien Alpha <i>Cronbach's</i>	Skor Reliabilitas	Tingkat Reliabilitas
Keputusan Pembelian (Y)	0,439	0,401 – 0,60	Cukup reliabel
Keragaman Produk (X ₁)	0,866	0,801 – 1,00	Sangat reliabel
Lokasi (X ₂)	0,528	0,401 – 0,60	Cukup reliabel
Promosi (X ₃)	0,582	0,401 – 0,60	Cukup reliabel

Sumber data : Hasil pengolahan data kuesioner dengan SPSS 16

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Gambar 1. Hasil Uji Normalitas

Sumber data : Hasil pengolahan data kuesioner dengan SPSS 16

Berdasarkan gambar 1. di atas menunjukkan bahwa titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal yang menunjukkan pola distribusi normal.

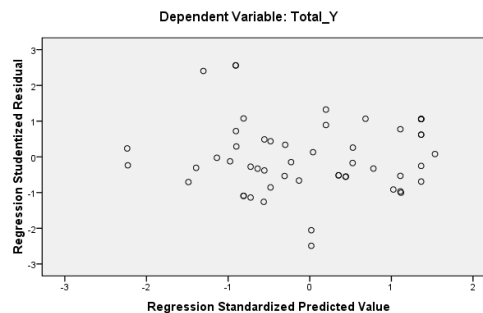
Tabel 4. Hasil Rekapitulasi Pengujian Multikolinieritas

Variabel	Tolerance	VIF
Keragaman Produk	0,491	2,038
Lokasi	0,544	1,839
Promosi	0,431	2,321

Sumber data : Hasil pengolahan data kuesioner dengan SPSS 16

Berdasarkan tabel 4. di atas, menunjukkan nilai VIF <10 dan nilai *tolerance* <1. Jadi, dapat disimpulkan bahwa nilai variabel independen berupa keragaman produk, lokasi, dan promosi yang digunakan dalam penelitian ini tidak menunjukkan adanya tanda-tanda terjadi multikolinieritas.

Scatterplot



Gambar 2. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Sumber data : Hasil pengolahan data kuesioner dengan SPSS 16

Pada gambar 2. di atas menunjukkan tidak terdapat pola yang jelas dari titik-titik tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi tidak memiliki gejala adanya heteroskedastisitas yang menandakan bahwa tidak ada gangguan yang berarti dalam model regresi.

Tabel 5. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
(Constant)	14,061	3.562	
Keragaman Produk	-0,238	0,204	-0,203
Lokasi	0,819	0,317	0,426
Promosi	0,359	0,240	0,277

Sumber data : Hasil pengolahan data kuesioner dengan SPSS 16

Dari tabel di atas diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 14,061 + (-0,238X_1) + 0,819X_2 + 0,359X_3$$

Tabel 6. Hasil Uji t (Uji Parsial)

Model	t	Sig.
(Constant)	3,947	0,000
Keragaman Produk	-1,167	0,249
Lokasi	2,583	0,013
Promosi	1,494	0,142

Sumber data : Hasil pengolahan data kuesioner dengan SPSS 16

Untuk melakukan pengujian t terhadap masing-masing variabel independen, maka diperlukan hasil t_{tabel} . Hasil t_{tabel} pada tingkat signifikansi 5% dengan menggunakan rumus $df (n-k-1) = 53-3-1 = 49$, maka akan diperoleh hasil t_{tabel} sebesar 2,00958.

Tabel 7. Hasil Uji f (Uji Parsial)

Model	F	Sig.
Regression	6,174	0,000

Sumber data : Hasil pengolahan data kuesioner dengan SPSS 16

Untuk melakukan pengujian f terhadap masing-masing variabel penelitian, maka diperlukan hasil f_{tabel} . Hasil f_{tabel} pada tingkat signifikansi 5% dengan menggunakan rumus $df (n-k-1) = 53-3-1 = 49$, maka akan diperoleh hasil f_{tabel} sebesar 2,794.

Tabel 8. Hasil Perhitungan Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square
1	0,524 ^a	0,274

Sumber data : Hasil pengolahan data kuesioner dengan SPSS 16

Berdasarkan hasil perhitungan dengan program SPSS diketahui koefisien determinasi (R^2), yakni sebesar 0,274. Artinya sebesar 27,4% variabel keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel independen, yaitu keragaman produk, lokasi, dan promosi; sedangkan 72,6% variabel keputusan pembelian dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Penelitian ini mungkin dipengaruhi oleh variabel suasana toko, kemasan, dan lain-lain.

Pengaruh Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa keragaman produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Toko rm22store Kecamatan Sukodono Kabupaten Lumajang. Berdasarkan hasil penelitian dapat dinyatakan bahwa hal tersebut sejalan dengan penelitian Badarudin, et al. (2021) yang memiliki hasil penelitian keragaman produk tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Namun, penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Franata (2020) yang memiliki hasil penelitian bahwa keragaman produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.

Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Toko rm22store Kecamatan Sukodono Kabupaten Lumajang. Berdasarkan hasil penelitian dapat dinyatakan bahwa hal tersebut sejalan dengan penelitian Saota, et al. (2021) yang memiliki hasil penelitian bahwa lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Namun, penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Rofiq & Hufrom (2018) dan Badarudin, et al. (2021) yang memiliki hasil penelitian bahwa lokasi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.

Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Toko rm22store Kecamatan Sukodono Kabupaten Lumajang. Berdasarkan hasil penelitian dapat dinyatakan bahwa hal tersebut sejalan dengan penelitian Badarudin, et al.

(2021) yang memiliki hasil penelitian promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Namun, penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Permatasari, et al. (2020) yang memiliki hasil penelitian bahwa promosi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.

Pengaruh Keragaman Produk, Lokasi, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa keragaman produk, lokasi, dan promosi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Toko rm22store Kecamatan Sukodono Kabupaten Lumajang. Berdasarkan tanggapan responden terhadap keputusan pembelian menyatakan bahwa responden rata-rata menjawab sangat setuju dan setuju terhadap keputusan pembelian dan merasa keinginan serta kebutuhannya akan pada keragaman produk, lokasi, dan promosi yang diberikan oleh Toko rm22store terpenuhi. Hal ini didukung penelitian yang dilakukan oleh Listyawati (2017) yang hasil penelitiannya menyatakan bahwa keragaman produk, lokasi, dan promosi berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian.

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh keragaman produk, lokasi, dan promosi terhadap keputusan pembelian di Toko rm22store Kecamatan Sukodono Kabupaten Lumajang. Berdasarkan perumusan masalah, hipotesis penelitian, beserta pembahasan penelitian yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan dalam penelitian ini, yaitu (1) variabel keragaman produk dan promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Toko rm22store Kecamatan Sukodono Kabupaten Lumajang, (2) variabel lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Toko rm22store Kecamatan Sukodono Kabupaten Lumajang, serta (3) secara simultan variabel keragaman produk, lokasi, dan promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Toko rm22store Kecamatan Sukodono Kabupaten Lumajang.

DAFTAR PUSTAKA

- Amira, D. (2021, 02 Desember). Arti OOTD dalam Bahasa Gaul Beserta Jenisnya. *KapanLagi.com*. Diperoleh pada 21 Januari 2022, dari <https://plus.kapanlagi.com/arti-ootd-pengertian-beserta-dengan-jenisnya-6347ff.html>.
- Badarudin, N., Tumbuan, W. J. F. A., & Ogi I. W. J. (2021). Pengaruh Keragaman Produk, Lokasi, Suasana Toko, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Paragon Mart Kabupaten Kepulauan Sangihe. Versi elektronik, *Jurnal EMBA*, 09 (03), 313-322. Diperoleh pada 11 Februari 2022, dari <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/34720>.
- Hamdun & Nurhasana. (2018). Pengaruh Keragaman Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Oppo Smartphone Pada Mahasiswa Universitas Abdurachman Saleh Situbondo. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. 16 (01). Diperoleh pada 22 Januari 2022, dari <https://unars.ac.id/ojs/index.php/Growth/article/view/1484>.
- Kurniawan, A.W., & Puspitaningtyas Z.. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta : Pandida Buku.
- Listyawati, I. H. (2017). Pengaruh Lokasi, Kelengkapan Produk, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Beli Konsumen Di Pamella Empat Yogyakarta. Versi elektronik, *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 04 (02), 50-59. Diperoleh pada 05 Februari 2022, dari <http://jurnal.amaypk.ac.id/index.php/jbma/article/download/65/79>.
- Nathanael, D. (2013). Eksplorasi Denim Dengan Teknik Destruktif, Versi elektronik. *Jurnal Tingkat Sarjana Bidang Senirupa dan Desain*, (01), 01-08. Diperoleh pada 05 Februari 2022, dari <https://media.neliti.com/media/publications/241871-eksplorasi-denim-dengan-teknik-destrukti-5ba88cbf.pdf>.
- Permatasari, I., Nurfarida, I. N., & Suroso, A. (2020). Pengaruh Keragaman Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Joyshop Malang. Versi Elektronik, *Jurnal Riset Mahasiswa Manajemen*. 06 (02), 01-05. Diperoleh pada 22 Januari 2022, dari <https://ejournal.unikama.ac.id/index.php/JRMM/article/view/5224>.

- Rofiq & Hufrom. (2018). "Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Powernoise Store" Studi Kasus Pada Konsumen Powernoise Store Malang, Versi Elektronik, *Jurnal Riset Manajemen Prodi Manajemen*. Diperoleh pada 12 Januari 2022, dari <http://riset.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/view/866>.
- Saota, S., Buulolo, P., & Fau, S. H. (2021). Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di UD. Trialvela Kecamatan Fanayama Kabupaten Nias Selatan. Versi elektronik, *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Nias Selatan*, 04 (02), 135-142. Diperoleh pada 12 Januari 2022, dari <https://jurnal.uniraya.ac.id/index.php/jim/article/view/231>.