

PENGARUH VARIASI PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI D'AQUATIC LAMONGAN

Irham Nur Kholis, Diana Juni Mulyati, Ayun Maduwinarti

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

irhamnurkholis101@gmail.com, diana@untag-sby.ac.id, ayunmaduwinarti@untag-sby.ac.id

Abstract

This research focuses on the influence of product variations and service quality on purchasing decisions at the D'aquatic store, Lamongan. This research aims to evaluate the extent to which these two factors influence consumers' decisions when shopping at the store. The background of this research is based on increasingly fierce business competition in the era of globalization, where innovation and effective marketing strategies are the keys to success. Product variety and service quality are considered two crucial elements that can increase customer loyalty and boost sales. This research uses a quantitative approach with data collection methods through questionnaires distributed to D'aquatic customers. The data obtained was analyzed to see the relationship between product variations, service quality and purchasing decisions. The research results show that diverse product variations and good service quality have a significant influence on consumer purchasing decisions. Consumers tend to choose stores with complete products and satisfactory service. This research provides practical implications for D'aquatic management in formulating marketing strategies. By offering a varied range of products and maintaining high service standards, D'aquatic can increase customer satisfaction and loyalty, which in turn can increase sales and market share. In addition, this research also contributes to the marketing literature by confirming the importance of these two factors in the retail business context. Product variety and service quality play an important role in influencing consumer purchasing decisions at the D'aquatic store, Lamongan. Therefore, this store must continue to innovate in offering new products and improving service quality to retain and attract more customers.

Keywords: Product Variations, Service Quality, Purchasing Decisions.

Abstrak

Penelitian ini berfokus pada pengaruh variasi produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di toko D'aquatic, Lamongan. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi sejauh mana kedua faktor tersebut mempengaruhi keputusan konsumen dalam berbelanja di toko tersebut. Latar belakang penelitian ini didasarkan pada persaingan bisnis yang semakin ketat di era globalisasi, dimana inovasi dan strategi pemasaran yang efektif menjadi kunci keberhasilan. Variasi produk dan kualitas pelayanan dianggap sebagai dua elemen krusial yang dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan mendorong penjualan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode pengumpulan data melalui kuesioner yang disebarkan kepada pelanggan D'aquatic. Data yang diperoleh dianalisis untuk melihat hubungan antara variasi produk, kualitas pelayanan, dan keputusan pembelian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variasi produk yang beragam dan kualitas pelayanan yang baik memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Konsumen cenderung memilih toko dengan produk yang lengkap dan pelayanan yang memuaskan. Penelitian ini memberikan implikasi praktis bagi manajemen D'aquatic dalam merumuskan strategi pemasaran. Dengan menawarkan berbagai produk yang bervariasi dan menjaga standar pelayanan yang tinggi, D'aquatic dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan, yang pada gilirannya dapat meningkatkan penjualan dan pangsa pasar. Selain itu, penelitian ini juga berkontribusi pada literatur pemasaran dengan menegaskan pentingnya kedua faktor tersebut dalam konteks bisnis ritel.

Article History

Received: Juli 2024

Reviewed: Juli 2024

Published: Juli 2024

Plagiarism Checker No 234

Prefix DOI : Prefix DOI :
10.8734/Musytari.v1i2.365

Copyright : Author

Publish by : Musytari



This work is licensed under
a [Creative Commons
Attribution-NonCommercial
4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

Variasi produk dan kualitas pelayanan memainkan peran penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen di toko D'aquatic, Lamongan. Oleh karena itu, toko ini harus terus berinovasi dalam menawarkan produk-produk baru dan meningkatkan kualitas pelayanan untuk mempertahankan dan menarik lebih banyak pelanggan Kata Kunci : Variasi Produk, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian	
---	--

Pendahuluan

Di zaman 4.0 sekarang sering dijumpai kompetitor bisnis yang semakin cepat dan memacu perkembangan, pada era ini kita dituntut untuk terus membuat inovasi dan terobosan guna masuk ke dalam persaingan bisnis agar tidak tertinggal dan mati tertindas para pesaing bisnis. Kotler dan Keller (2016) mengemukakan, keinginan melakukan pembelian menggambarkan seberapa jauh pembeli berpeluang dalam melakukan pembelian suatu merek dan jasa, serta potensi pelanggan beralih kepada sebuah merek dari merek.

Dimana setiap usaha bergerak dalam bidang jasa maupun produk akan memiliki tujuan untuk terus berkembang dan maju. Tujuan tersebut bisa tercapai apabila usaha tersebut dapat mempertahankan dan menaikkan laba dari operasional. Hal ini dapat dilakukan dengan melakukan pemasaran, pelayanan, kelengkapan produk dan promosi yang efektif, oleh karena itu dapat meningkatkan penjualan produk dengan konsisten dan terus meningkat. Dengan strategi pemasaran yang tepat dan baik maka peluang keuntungan akan terus meningkat serta posisi perusahaan akan naik dalam pasar persaingan. Dengan demikian laba akan terus bertambah dikarenakan adanya strategi pemasaran yang tepat.

D'aquatic sendiri memiliki berbagai macam jenis pelayanan dimana pelayanan tersebut menjadi keunggulan dari usaha tersebut, diantaranya adalah karyawan yang ramah kepada pelanggan, memberikan edukasi terhadap jenis ikan yang cocok untuk kebutuhan, dan memberikan home service kepada pelanggan yang ingin membuat aquascape dirumahnya, semua itu tidak terlepas dari keinginan untuk mencari pelanggan dan bermain dalam persaingan bisnis, D'aquatic tidak hanya menunggu bola untuk masuk tetapi mereka menjemput bola agar mendapatkan bola yang banyak sehingga mampu eksis didalam bisnis tersebut.

Kualitas layanan yang unggul adalah kunci untuk menjaga loyalitas konsumen dalam membeli produk yang mereka inginkan. 'Tjiptono dan Chandra (2011) mengemukakan, 'mutu servis ialah level kelebihan yang diekspektasikan serta pengelolaan terhadap kelebihan sebagaimana dimaksud untuk menuruti kemauan pembeli

Terdapat hubungan yang kompleks antara variasi produk dan kualitas pelayanan. Jika produk yang ditawarkan memiliki variasi produk yang beragam dan pelayanan yang diberikan memberikan wawasan dan kenyamanan maka konsumen akan merasa tertarik untuk melakukan keputusan pembelian.

Pada penelitian ini, peneliti merujuk pada toko D'aquatic yang berlokasi di Lamongan sebagai subjek penelitian dengan latar belakang popularita yang dimiliki pada kalangan masyarakat. Berbagai faktor akan dievaluasi keterkaitannya dengan konten variasi produk kualitas pelayanan dan keputusan pembelian. Maka dari itu, "Pengaruh Variasi Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di D'aquatic Lamongan' akan digunakan sebagai judul pada penelitian ini.

Hasil penelitian ini akan membantu D'aquatic membuat strategi pemasaran yang lebih baik. Memahami hubungan antara Variasi Produk dan Kualitas Pelayanan dapat membantu mereka meningkatkan daya tarik konsumen dan berdampak positif pada keputusan pembelian pelanggan. Berdasarkan latar belakang diatas maka dari itu peneliti ingin melakukan penelitian dengan judul **"Pengaruh Variasi Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembeli di D'aquatic Lamongan"**.

Metode

Penelitian ini akan menerapkan metodologi kuantitatif dan gaya inkuiri. Sugiyono (2017:8) mengemukakan bahwa metode penelitian kuantitatif ialah pendekatan konvensional dalam penelitian positif yang diterapkan dalam rangka menyelidiki populasi atau sampel tertentu. Mereka melakukan pengujian hipotesis yang sudah dibuat sebelumnya dengan menganalisis data kuantitatif dan statistik.

pada penelitian ini dengan pengukuran tingkat pengaruh Kualitas Pelayanan dan Variasi Produk terhadap Kepuasan Pelanggan D'aquatic Lamongan. Data didapatkan melalui kuesioner elektronik yang akan di distribusikan secara daring melalui media Google Form dengan Purposive sampling yang akan digunakan sebagai metode sampling penelitian ini yang mana peneliti sendiri akan memilih responden dengan standar karakteristik yang sudah dibuat. Analisis data akan dilakukan usai data terkumpul dan diukur dengan skala Likert. Uji vadilitas dan realibilitas akan digunakan sebagai alat penelitian yang dilakukan sebelum penyebaran kuesioner melalui sebuah software SPSS menggunakan tersedianya uji hipotesis secara parsial (uji t). uji asumsi klasik, uji koefisien determinasi (R^2), dan uji simultan (uji F), selain penerapan statistik deskriptif dan analisis regresi linier.

Hasil Dan Pembahasan

Uji Validitas

Guna memahami apakah sebuah kuesioner yang terdapat pada penelitian ini dengan mengumpulkan data dari sampel atau respoden penelitian valid atau tidak, maka uji validitas perlu dilakukan. Adapun asas pengambilan suatu keputusan pada uji ini dapat dilakukan melalui bandingan nilai r hitung bersamaan r tabel di mana suatu pernyataan diterima apabila r tabel lebih kecil pada signifikan 5% ($\alpha = 0.05$).

Tabel 1 Uji Validitas

Variabel		R hitung	R tabel	Kesimpulan
Variasi produk (X1)	X1.1	0,631	0,361	Valid
	X1.2	0,595		Valid
	X1.3	0,734		Valid
	X1.4	0,729		Valid
	X1.5	0,707		Valid
Kualitas Pelayanan (X2)	X2.1	0,775	0,361	Valid
	X2.2	0,531		Valid
	X2.3	0,594		Valid
	X2.4	0,594		Valid
	X2.5	0,635		Valid
Keputusan Pembelian (Y)	Y.1	0,614	0,361	Valid
	Y.2	0,658		Valid
	Y.3	0,781		Valid
	Y.4	0,713		Valid

Sumber: Data Primer (diolah penulis, 2024)

Berdasarkan tabel diatas setiap pernyataan penilaian responden terhadap variabel pilihan pembelian , kualitas pelayanan , dan variasi produk dikatakan valid. Nilai r hitung setiap pernyataan lebih tinggi dibandingkan nilai r tabel.

Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas menurut Ghozali (2013) merupakan suatu metode evaluasi survei yang berbentuk indikator-indikator variabel.

Tabel 4. 1 Uji Reliabilitas

variabel	Cronbach's Alpha	Angka pembanding	Reliabel
Variasi Produk (X1)	0,709	0,600	Reliabel
Kualitas pelayanan (X2)	0,612	0,600	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0,637	0,600	Reliabel

Sumber : Diolah Oleh Peneliti (2024)

Semua butir pernyataan pada kuesioner pada variabel penelitian mampu dianggap konsisten sebagai mana hasil dari tabel 2Ini karena hasil uji reabilitas pada variabel variasi produk, kualitas pelayanan, dan keputusan pembelian masing-masing memiliki alfa Cronbach di atas 0,60.

Analisa Regresi Linier Berganda

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$
$$Y = 2,257 + 0,513X_1 + 0,220X_2 + e$$

Dari persamaan regresi tersebut dapat disimpulkan sebagai berikut:

- Nilai konstanta sebanyak 13,191 menandakan 13,191 akan menjadi pilihan pembelian jika nilai variabel kualitas pelayanan dan varian produk bernilai nol.
- Koefisien regresi $b_1 (X_2) = 0,144$ menunjukkan bahwa variabel variasi produk mempengaruhi keputusan membeli apa dengan baik. Dengan demikian, kenaikan satuan pada variabel variasi produk akan mengakibatkan kenaikan jumlah pembelian (Y) sebanyak 0,144.
- Koefisien regresi $B_2 (X_2)$ sebanyak 0,139 menunjukkan adanya hubungan positif antara ukuran kualitas pelayanan dengan keputusan pembelian. Oleh karena itu, peningkatan satuan pada variabel kualitas pelayanan akan mengakibatkan peningkatan jumlah keputusan pembelian (Y) sebanyak 0,139

Uji Hipotesis

Uji Parsial (t)

Tabel 3 Uji t

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	13.191	.637		20.692	.000		
	x1	.144	.027	.426	5.371	.000	.860	1.162
	x2	.139	.027	.406	5.127	.000	.860	1.162
a. Dependent Variable: y								

Sumber : Diolah Oleh Peneliti (2024)

Rumus $t_{tabel/1} = t_{(a/2:n-k-1)}$

keterangan :

n = banyaknya sampel

k = banyaknya variabel independen

sehingga :

$= 0,05 / 2 : - 2 - 1$

$= 0,025 : 97$

$= 1,660$

Maka hasil hipotesis yang didapat adalah :

- Dengan tingkat signifikansi 0,000, atau di bawah 0,05, nilai t estimasi sebanyak 5,371 di atas nilai t tabel, yakni lebih besar dari 1,660. Dengan mengetahui H_a dapat diterima, kita dapat mengetahui bahwa variabel Y, atau keputusan pembelian, dipengaruhi oleh variabel X_1 .
- Nilai t hitung yang didapat adalah 5,127, yang menunjukkan bahwa t hitung di atas dari nilai t tabel, karena 5,127 di atas dari 1,660. Ditunjukkan bahwa H_a diterima berikut tingkat signifikansi sebanyak 0,000 yang berada di bawah dari 0,05. Ini menggambarkan bahwa variabel X_2 , yaitu kualitas pelayanan, memengaruhi variabel Y, yaitu keputusan pembelian.

Uji Simultan (F)

Uji F digunakan secara bersamaan dalam rangka memperoleh pengetahuan apakah variabel dependen dipengaruhi oleh faktor independen secara bersamaan (Mardiatmoko, 2021).

Tabel 4 Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	23.771	2	11.885	44.015	.000 ^b
	Residual	26.193	97	.270		
	Total	49.963	99			
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian						
b. Predictors: (Constant), kualitas pelayanan x2 variasi produk x1						

Sumber : Diolah Oleh Peneliti (2024)

uji F(simultan) dalam rangka melakukan pencarian terhadap nilai F tabel yaitu :

$$F \text{ tabel} = F(k; n-k)$$

Keterangan

N = total sampel

K = total variabel independen

Maka

$$= 2 ; 100 - 2$$

$$= 2 ; 98$$

$$= 3,09$$

F tabel 3,09, namun F hitungnya adalah 44,015.

Oleh karena itu, nilai signifikan sebesar 0,000 dan F hitung sebanyak 44,015 lebih besar daripada F tabel 3,09, yang menggambarkan bahwa variasi produk dan karakteristik kualitas pelayanan memengaruhi keputusan konsumen untuk membeli barang di D'aquatic Lamongan secara simultan atau gabungan.

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Tujuan dari Uji Koefisien Determinasi (R²) adalah dalam rangka memperoleh pengetahuan seberapa besar kontribusi variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y).

Tabel 5 Uji R²

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.690 ^a	.476	.465	.520
a. Predictors: (Constant), x2, x1				
b. Dependent Variable: y				

Sumber : Diolah Oleh Peneliti (2024)

Hal ini menunjukkan bahwa sekitar 47,6% dari variasi dalam keputusan pembelian produk di D'Aquatic dapat dijelaskan oleh variasi produk dan kualitas pelayanan. Dengan kata lain, variabel keputusan pembelian dipengaruhi sebesar 47,6% oleh variasi produk dan kualitas pelayanan, sementara yang tersisa sekitar 5, dipengaruhi oleh variabel independen lain yang tidak tercakup pada penelitian ini.

Kesimpulan

Fokus penelitian ini ialah dalam rangka memperoleh pengetahuan Pengaruh Variasi Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko D'aquatic Lamongan, Jadi dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk di D'Aquatic Lamongan. Menunjukkan bahwa Variasi Produk yang ditawarkan D'aquatic memancing ketertarikan para pembeli agar melakukan keputusan pembelian di toko tersebut, variasi produk yang ditawarkan sangat bervariasi dari harga termahal samapai harga termurah, dan juga banyak pilihan model untuk produk yang sama sehingga menarik para konsumen untuk melakukan pembelian di toko D'aquatic Lamongan. Sehingga meningkatkan jumlah pilihan produk yang diberikan sehingga

- konsumen di masa depan melakukan keputusan pembelian di toko tersebut
2. Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di toko D'Aquatic Lamongan. Hasil responden menunjukkan bahwa pelanggan merasakan kepuasan terhadap servis yang disediakan para karyawan D'aquatic Lamongan, pelayanan dan pengetahuan yang diberikan sangat membantu para konsumen untuk membeli jenis ikan atau tanaman yang di butuhkan, sehingga konsumen merasa tenang saat membeli ikan atau tanaman di toko D'aquatic Lamongan

Ucapan Terima Kasih

Saya ucapkan terima kasih kepada Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Daftar Pustaka

- Faradisa, I., H, L. B., & Minarsih, M. M. (2016). Analisis Pengaruh Variasi Produk, Fasilitas, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen pada Indonesian. *Journal of Management*, 2(2), 1-13. <http://jurnal.unpand.ac.id/index.php/MS/article/view/517/503>
- Kotler & Keller 2021. (2018). Buku Manajemen Pemasaran Baru.pdf. In *EF Press Digimedia* (Issue April, pp. 1-292).
- Kurniawati, A. D., Maruta, A., & Andayani, S. (2023). Analisis Strategi Pemasaran Mobil Merk Wuling Pada Pt. Putra Perdana Indoniaga Cabang Kenjeran Di Kota Surabaya. *Jurnal Dinamika Administrasi Bisnis*, 9(1), 16-22. <https://doi.org/10.30996/jdab.v9i1.9641>
- Maharani, S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pizza Hut. *IQTISHADEquity Jurnal MANAJEMEN*, 2(1), 10-22. <https://doi.org/10.51804/iej.v2i1.548>
- Nurbaidah, R., Bakti, U., & Isabella, A. A. (2023). Pengaruh Variasi Produk, Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Lampung Banana Foster. *JEBI (Jurnal Entrepreneur Dan Bisnis)*, 2(2), 11-20.
- Pamungkas, B. B., Studi, P., Niaga, A., Ilmu, F., Dan, S., & Politik, I. (2023). *Compass Pada Mahasiswa Pengguna*