

PENGARUH VARIASI PRODUK, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KOPI SULTAN KEDIRI

Ridwan Candra Widakdo, Umi Nadhiroh, Angga Permana Mahaputra

Fakultas Ekonomi Manajemen Universitas Islam Kediri

ridwancandra@gmail.com , uminadhiroh@uniska-kediri.ac.id ,

anggapermana@uniska-kediri.ac.id

Abstract

This research aims to find out the influence of product variations, product quality and price on purchasing decisions at Kopi Sultan Kediri. The analysis techniques used are validity test, reliability test, normality test, hypothesis test, and coefficient of determination test. The population in the study was 1600 people and the sample used was 94 consumers because it used a non-probability sampling technique. The results of research on Sultan Coffee consumers show a correlation between product variation, product quality and price on purchasing decisions for Sultan Kediri Coffee : 1. Product variations have no partial or significant effect on purchasing decisions. 2. Product quality has a partial and significant effect on purchasing decisions. 3. Price has a partial and significant effect on purchasing decisions

Abstraksi

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tentang pengaruh variasi produk, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian pada Kopi Sultan Kediri. Teknik analisis yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji hipotesis, dan uji koefisien determinasi. Populasi dalam penelitian adalah 1600 orang dan sampel yang digunakan 94 konsumen karena menggunakan teknik *non probability sampling*. Hasil penelitian pada konsumen kopi sultan menunjukkan korelasi antara variasi produk, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian Kopi Sultan Kediri : 1. Variasi produk tidak berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap keputusan pembelian. 2. Kualitas produk berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap keputusan pembelian. 3. Harga berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : Variasi Produk, Kualitas Produk dan Harga

PENDAHULAN

Perkembangan *coffeeshop* di Indonesia sangat pesat hal ini dikarenakan masyarakat Indonesia sangat menyukai minuman kopi meminum kopi bahkan sudah menjadi rutinitas yang dilakukan setiap hari oleh masyarakat Indonesia, kandungan kopi itu sendiri yang mengandung kafein sangatlah berguna untuk

tubuh dan meningkatkan energi untuk memulai suatu aktivitas. Oleh sebab itu, tempat untuk meminum kopi pun beragam mulai dari warung kopi, *coffeeshop*, bahkan *mall* pun selalu menyediakan tempat tersendiri untuk para penikmat kopi. Agar bisa bertahan di era gempuran pasar para pengusaha harus dituntut menciptakan strategi yang tepat untuk memenangkan persaingan tersebut salah satunya menciptakan variasi produk yang unik, kualitas produk yang berkualitas dan tentunya diimbangi oleh harga yang terjangkau agar dapat menciptakan keputusan pembelian yang menghasilkan keuntungan.

Di Kota Kediri itu sendiri sejak tahun 2019 mulai muncul beberapa tempat nongkrong atau biasa disebut dengan *coffeeshop* beberapa *coffeeshop* tersebut yang sudah terkenal tentunya *SK Coffee Lab*, *Okui Kediri*, *Homely Coffee* dan salah satunya adalah Kopi Sultan. Pemilik kopi sultan adalah Bapak Ong Deddy beliau sangat suka dengan kopi. Oleh sebab itu, Bapak Ong Doddy mendirikan kopi sultan karena kegemarannya meminum kopi dan hobi nongkrong setiap hari. Kopi Sultan merupakan salah satu kafe pionir di Kota Kediri yang sebelumnya bernama Kopi Bossku.

Konsumen kopi sultan tidak hanya anak remaja melainkan orang tua dan anak-anak pun sangat menyukai produk ini. Maka dari itu, dengan adanya beberapa pelanggan yang berbeda golongan umur kopi sultan tidak bisa hanya mengandalkan satu produk saja karena konsumen akan lebih tertarik dengan beberapa menu yang berbeda dan varian produk yang berbeda juga agar menarik konsumen baru yang dapat meningkatkan keuntungan bagi penjualan kopi sultan. Dengan banyaknya *coffeeshop* yang sudah menjamur di Kota Kediri dan ketatnya persaingan satu sama lain, memilih bahan kopi pun tidak boleh sembarangan dan tentunya harus memiliki karakteristik rasa kopi tersendiri yang sangat mengena oleh konsumen dikarenakan kopi sudah menjadi minuman yang sudah banyak disukai oleh masyarakat pada umumnya.

Kopi sultan terletak di area *Hungry Space* Jalan Patiunus no 16 Kota Kediri. Dengan *brand* baru ini Kopi Sultan menghadirkan varian produk, kualitas produk dan harga yang sangat berbeda dengan *brand* sebelumnya yaitu Kopi Bossku. Menu andalan dari kopi sultan tentunya adalah menu dengan varian kopi dengan harga yang terjangkau mulai dari harga Rp 7.000, tidak hanya itu kopi sultan juga menjual menu dengan varian *non coffea* dengan harga mulai dari Rp 5.000, kopi sultan juga tidak hanya menjual menu berbahan dasar kopi dan teh saja ada juga menu dengan bahan dasar susu atau varian menu *milk based* dengan harga mulai dari Rp 14.000. Selain itu, kopi sultan juga ada menu *signature* yaitu menu dengan rasa-rasa buah atau *beverage* dengan harga mulai Rp 7.000. Variasi produk ini memudahkan konsumen dapat memilih sendiri sesuai selera mereka.

Qin dan Prybu (dalam Yohana *et al*, 2017) mengatakan “konsumen memerlukan pilihan dalam memilih sesuatu makanan atau minuman yang mereka inginkan. Hal ini disebabkan karena konsumen memiliki selera yang berbeda-beda dalam menentukan pilihannya”. Oleh sebab itu, sebuah *coffeeshop* harus memberikan berbagai pilihan menu atau variasi produk agar konsumen menentukan sendiri sesuai dengan selera mereka masing-masing. Berdasarkan hasil observasi peneliti di kopi sultan kediri, alasan peneliti meneliti variasi produk kopi sultan karena variasi produk kopi sultan tidak banyak dan kurang bervariasi. Variasi produk kopi sultan hanya enam macam varian produk yang terdiri dari varian kopi, varian *milk based*, varian *tea*, varian *signature drink*, varian *tea and milk*, varian *beverage* dan varian yakult. Selain itu, dalam penyajiannya tidak ada *topping* dan tidak ada ukuran *cup* yang berbeda di semua varian produk kopi sultan.

Faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian selain varian produk yang beragam, kualitas produk juga berpengaruh menjadi pertimbangan dalam melakukan pembelian untuk membeli suatu produk baru. Karena kualitas produk yang tidak bagus akan membuat konsumen berpikir lagi jika ingin membeli produk tersebut. William J. Stanton (dalam Estu Mahanani, 2018) mengatakan “produsen harus memperhatikan dengan baik produknya. Pada dasarnya suatu produk dapat diklasifikasikan berdasarkan pada daya tahan produk dengan penggunaannya atau wujud produk tersebut. Produk adalah seperangkat atribut, baik berwujud maupun tidak berwujud, termasuk didalamnya masalah warna, harga, nama pabrik, nama baik perusahaan dan pelayanan serta pelayanan pengecer yang diterima oleh pembeli untuk memuaskan keinginannya”. Berdasarkan hasil observasi peneliti, alasan peneliti melakukan penelitian yang berkaitan dengan kualitas produk kopi sultan dikarenakan produk kopi sultan tidak bisa bertahan lebih dari satu hari dan untuk kualitas produk cenderung sama dengan pesaing.

Selain dari variasi produk dan kualitas produk, faktor lain yang juga sangat berpengaruh dalam keputusan pembelian adalah harga. Karena harga yang mahal tidak menjamin konsumen mengalami kepuasan dalam membeli suatu produk baru. Philip Kotler dan Gary Armstrong (dalam Estu Mahanani, 2018) mengatakan ‘harga adalah jumlah semua nilai yang konsumen tukarkan dalam rangka mendapatkan manfaat memiliki atau menggunakan barang atau jasa’. Oleh karena itu, konsumen berani membayar sesuatu produk dengan harapan mendapatkan apa yang mereka harapkan dan sebagian masyarakat sudah beranggapan bahwa harga yang rendah cenderung memiliki variasi itu-itu saja dan kualitas produk yang dibawah rata-rata. Berdasarkan hasil observasi peneliti, alasan peneliti meneliti variabel harga dikarenakan harga di kopi sultan sangat murah tetapi ada beberapa menu yang sedikit mahal.

Faktor lain peneliti meneliti kopi sultan dikarenakan peneliti juga sangat mengemari kopi dan sangat ingin membantu permasalahan yang terjadi di Kopi Sultan yang terkait variabel variasi produk, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian pada kopi sultan dan terkait penelitian terdahulu yang berkaitan dengan variabel-variabel yang diteliti oleh peneliti.

Berdasarkan penelitian terdahulu dari Oktavia Dyah dan Susilo Toto Raharjo (2018) menyatakan "bahwa dari kelima variabel bebas dalam penelitiannya yaitu pengaruh kualitas produk, variasi produk, kesesuaian harga, citra merek dan kesadaran merek dalam upaya meningkatkan keputusan pembelian berpengaruh positif terhadap variabel terikat yaitu keputusan pembelian". Oleh sebab itu, peneliti sangat tertarik dengan melakukan penelitian di Kopi Sultan Kediri tetapi menggunakan variabel yang lebih sedikit yaitu empat variabel yang dalam penelitian sebelumnya menggunakan enam variabel.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian ilmiah lebih lanjut pada salah satu *coffeeshop* di Kota Kediri yaitu Kopi Sultan yang berlokasi di Jalan Patiunus No.16 Kota Kediri (Hungry Space), Maka dari itu peneliti mengajukan usulan dengan judul "**Pengaruh Variasi Produk , Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kopi Sultan Kediri**".

KAJIAN TEORI

Variasi Produk (X1)

Menurut Kotler dan Keller (dalam Aprilia S.C Kojongian *et al*, 2022). Indikator variasi produk yaitu :

1. Ukuran
2. Harga
3. Tampilan
4. Ketersediaan Produk

Kualitas Produk (X2)

Suryati (dalam Jefri *et al*, 2021) mengatakan indikator kualitas produk adalah :

1. *Performance* (kinerja/fungsi produk)
2. *Realibility* (kehandalan suatu produk)
3. *Feature* (fitur)
4. *Durability* (keawetan)

Harga (X3)

Rosvita (dalam Ayu Agustina *et al*, 2016) mengatakan ada 4 indikator yang berpengaruh terhadap harga, yaitu :

1. Keterjangkauan harga
2. Kesesuaian harga dengan kualitas

3. Daya Saing Harga

4. Kesesuaian Harga Dengan Manfaat

Keputusan Pembelian (Y)

Kotler (dalam Aprilia S.C Kojongian, 2022) mengatakan ada 4 indikator keputusan pembelian, yaitu :

1. Keputusan tentang produk
2. Keputusan tentang merek
3. Keputusan tentang saluran
4. Keputusan tentang waktu pembelian

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini pendekatan yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2013) “metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positif, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu. Pengumpulan data menggunakan instrumental penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah diterapkan”.

$n = 94,11$ dibulatkan menjadi 94 responden

HASIL DAN PEMBAHAAN**Karakteristik Responden***Berdasarkan Jenis Kelamin***Tabel 1. Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase
Perempuan	40	42,5 %
Laki-Laki	54	57,5 %
Jumlah	88	100 %

Sumber : Data diolah peneliti, 2023

Dilihat dari tabel 1 diatas maka dapat dilihat bahwa responden dengan jenis kelamin Perempuan yang menjadi responden adalah sebanyak 40 orang atau 42,5%, dari 94 responden. Sedangkan responden dengan jenis kelamin laki-laki adalah sebanyak 54 orang atau 57,5% dari 94 responden. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa konsumen yang berkunjung pada Kopi Sultan Kediri rata-rata adalah berjenis kelamin laki-laki.

*Berdasarkan umur***Tabel 2. Jumlah Responden Berdasarkan Umur**

No	Umur (Tahun)	Jumlah	Presentase
1	17 – 25 Tahun	54	57,4%
2	26 – 35 Tahun	25	26,6%
3	36 – 45 Tahun	10	10,7%
4	>46 Tahun	5	5,3%
	Jumlah	94	100%

Sumber : Data diolah peneliti, 2023

Dilihat dari tabel 2 diatas, maka dapat dijelaskan bahwa responden yang berusia 17-25 tahun sebanyak 54 orang atau 57,4% dari jumlah responden 94 orang, responden yang berusia 26-35 tahun sebanyak 25 orang atau 26,6 dari jumlah responden 94 orang, responden yang berusia 36-46 tahun sebanyak 10 orang atau 10,7% dari jumlah responden 94 orang, dan yang terakhir diatas 46 tahun sebanyak 5 orang atau 5,3% dari jumlah responden 94 orang. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa rata-rata jumlah responden dari konsumen yang berkunjung pada Kopi Sultan Kediri berdasarkan umur rata-rata berumur 17-25 tahun sebanyak

54 orang. Alasan jumlah responden dari usia remaja 17-25 tahun mendominasi dalam penelitian ini karena pada usia ini mayoritas pembeli atau konsumen di Kopi Sultan Kediri karena variasi produk, kualitas produk dan harga yang disediakan sesuai dengan selera remaja usia 20 tahun serta harganya yang relatif murah dengan pilihan menu yang beragam. Sehingga pembeli di usia 17-25 tahun mendominasi pembelian di Kopi Sultan Kediri.

Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Tabel 3. Jumlah Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

No	Pendidikan	Jumlah	Presentase
1	SMP	15	15,9%
2	SMA/SMK	25	26,6%
3	D3	30	31,9
4	S1	20	21,4%
5	Lainnya	4	4,2%
	Jumlah	94	100%

Sumber : Data Diolah (2023)

Berdasarkan tabel 3 diatas maka dapat diketahui jumlah responden yang berada dalam Tingkat Pendidikan SMP sebanyak 15 orang atau 15,9% dari 94 responden, SMA sebanyak 25 orang atau 26.6% dari 94 responden, D3 sebanyak 30 orang atau 31,9% dari 94 responden. S1 sebanyak 20 orang atau 21,4% dari 94 responden, serta lainnya sebanyak 4 orang atau 4,2% dari 94 responden. Dengan demikian, maka dapat disimpulkan bahwa rata-rata responden atau konsumen yang berkunjung pada Kopi Sultan Kediri adalah orang-orang yang mempunyai Tingkat Pendidikan Diploma dan Sarjana sebanyak 50 orang.

Berdasarkan Pekerjaan

Tabel 4. Jumlah Responden Berdasarkan Latar Belakang Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah	Presentase
1	Pelajar/Mahasiswa	54	57,4%
2	PNS/TNI/POLRI	5	5,4%

3	Karyawan Swasta	15	15,9%
4	Wiraswasta	15	15,9%
5	Lain-lain	5	5,4%
	Jumlah	94	100%

Sumber : Data Diolah (2023)

Berdasarkan tabel 4 diatas maka dapat diketahui jumlah responden yang berada dalam Latar Belakang Pekerjaan sebagai Pelajar/Mahasiswa sebanyak 54 orang atau 57,4% dari 94 responden, responden dengan latar belakang pekerjaan sebagai PNS/TNI/POLRI sebanyak 5 orang atau 5,4% dari 94 responden, Karyawan Swasta sebanyak 15 orang atau 15,9% dari 94 responden, Wiraswasta sebanyak 15 orang atau 15,9% dari 94 responden, lainnya sebanyak 5 orang atau 5,4% dari 94 responden. Dengan demikian, maka dapat disimpulkan bahwa rata-rata responden atau konsumen yang berkunjung pada Kopi Sultan Kediri adalah orang-orang yang mempunyai latar belakang pekerjaan sebagai Mahasiswa/Pelajar sebanyak 30 orang.

Deskripsi Variabel

Tabel 5 Rekapitulasi Pilihan Responden Variabel Variasi Produk (X1)

No Angket	Indikator	Jumlah Responden Memilih				
		SS	S	TS	STS	Total
1	X1.1	54	25	10	5	94
2	X1.2	30	44	15	5	94
3	X1.3	45	30	15	4	94
4	X1.4	45	30	15	4	94
5	X1.5	30	44	15	5	94
6	X1.6	54	25	10	5	94
7	X1.7	54	25	10	5	94
8	X1.8	30	44	15	5	94

Sumber : Data Diolah (2023)

Sesuai dengan tabel 5 tersebut, dapat diketahui sebaran nilai angket pada variabel variasi produk mempunyai jawaban yang konsisten pada pilihan setuju dan sangat setuju. Hal ini dapat diartikan jika menurut pandangan konsumen bahwasanya faktor variasi produk yang digunakan oleh Kopi Sultan Kediri menjadi sebuah penentu dalam mempengaruhi minat pembelian masyarakat. Dengan demikian maka penting bagi pihak Kopi Sultan untuk menentukan variasi produk yang digunakan dalam mengembangkan bisnisnya ke depan.

Tabel 6 Rekapitulasi Pilihan Responden Variabel Kualitas Produk (X2)

No Angket	Indikator	Jumlah Responden Memilih				
		SS	S	TS	STS	Total
1	X2.1	47	30	10	7	94
2	X2.2	37	42	10	5	94
3	X2.3	50	25	15	4	94
4	X2.4	37	42	10	5	94
5	X2.5	50	25	15	4	94
6	X2.6	47	30	10	7	94
7	X2.7	47	30	10	7	94
8	X2.8	50	25	15	4	94

Sumber : Data Diolah (2023)

Sesuai dengan tabel 6, dapat diketahui sebaran nilai angket pada variabel kualitas produk memiliki jawaban yang konsisten pada pilihan setuju dan sangat setuju. Hal ini dapat diartikan jika menurut pandangan konsumen bahwasanya faktor kualitas produk menjadi sebuah penentu dalam mempengaruhi minat pembelian masyarakat. Maka dari itu penting bagi pihak Kopi Sultan Kediri untuk mempertahankan kualitas produk yang digunakan dengan harapan menarik minat konsumen baru dan mempertahankan kualitas yang dimiliki.

Tabel 7 Rekapitulasi Pilihan Responden Variabel Harga (X3)

No Angket	Indikator	Jumlah Responden Memilih				
		SS	S	TS	STS	Total
1	X3.1	47	30	10	7	94

2	X3.2	37	42	10	5	94
3	X3.3	50	25	15	4	94
4	X3.4	37	42	10	5	94
5	X3.5	50	25	15	4	94
6	X3.6	47	30	10	7	94
7	X3.7	47	30	10	7	94
8	X3.8	50	25	15	4	94

Sumber : Data Diolah (2023)

Sesuai dengan tabel 7, dapat diketahui sebaran nilai angket pada variabel Harga mempunyai jawaban yang konsisten pada pilihan setuju dan sangat setuju. Hal ini dapat diartikan jika menurut pandangan konsumen bahwasanya faktor Harga menjadi sebuah penentu dalam mempengaruhi minat masyarakat dalam menentukan pilihan. Maka dari itu penting bagi pihak Kopi Sultan Kediri untuk menentukan harga yang sesuai dengan konsumen, hal ini bertujuan untuk menjaga hubungan dengan pelanggan lama dan mencari pelanggan baru.

Tabel 8 Rekapitulasi Pilihan Responden Variabel Keputusan Pembelian

No Angket	Indikator	Jumlah Responden Memilih				
		SS	S	TS	STS	Total
1	Y.1	54	25	10	5	94
2	Y.2	30	44	15	5	94
3	Y.3	45	30	15	4	94
4	Y.4	45	30	15	4	94
5	Y.5	30	44	15	5	94
6	Y.6	54	25	10	5	94
7	Y.7	54	25	10	5	94
8	Y.8	30	44	15	5	94

Sumber : Data Diolah (2023)

Sesuai dengan tabel 8, dapat diketahui sebaran nilai angket pada variabel Keputusan Pembelian mempunyai jawaban yang konsisten pada pilihan setuju dan sangat setuju. Hal ini dapat diartikan jika menurut pandangan konsumen bahwasanya faktor variasi produk, kualitas produk dan harga menjadi sebuah penentu dalam mempengaruhi minat masyarakat dalam keputusan pembelian. Maka dari itu penting bagi pihak Kopi Sultan Kediri untuk menjaga kualitas dan kuantitas, hal ini bertujuan untuk menjaga hubungan dengan pelanggan lama dan mencari pelanggan baru.

Uji Validitas**Tabel 9 Uji Validitas**

No	Variabel	R hitung	Kesimpulan
1	X1.1	0,971	Valid
2	X1.2	0,974	Valid
3	X1.3	0,957	Valid
4	X1.4	0,979	Valid
5	X1.5	0,971	Valid
6	X1.6	0,957	Valid
7	X1.7	0,979	Valid
8	X1.8	0,971	Valid
9	X2.1	0,979	Valid
10	X2.2	0,979	Valid
11	X2.3	0,962	Valid
12	X2.4	0,974	Valid
13	X2.5	0,968	Valid
14	X2.6	0,962	Valid
15	X2.7	0,968	Valid
16	X2.8	0,968	Valid
17	X3.1	0,971	Valid
18	X3.2	0,974	Valid
19	X3.3	0,957	Valid
20	X3.4	0,979	Valid
21	X3.5	0,971	Valid
22	X3.6	0,957	Valid
23	X3.7	0,979	Valid
24	X3.8	0,971	Valid
25	Y1	0,979	Valid
26	Y2	0,979	Valid
27	Y3	0,962	Valid
28	Y4	0,974	Valid
29	Y5	0,968	Valid
30	Y6	0,962	Valid
31	Y7	0,968	Valid
32	Y8	0,968	Valid

Sumber : SPSS V.26

Dari tabel 9 di atas dapat diambil kesimpulan bahwa instrument penelitian yang digunakan dinyatakan valid karena $r_{hitung} > r_{tabel}$.

Uji Reliabilitas

Tabel 10 Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai	Kesimpulan
Variasi Produk (X1)	0,991	Reliabel
Kualitas Produk (X2)	0,993	Reliabel
Harga (X3)	0,993	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0,991	Reliabel

Sumber : SPSS V.26

Berdasarkan Tabel 10, Hasil dari nilai uji reliabilitas tersebut, yang dilakukan pengulangan untuk masing-masing variabel dalam penelitian ini dapat diketahui angka terkecil yaitu $0,991 > 0,60$, yang artinya jika hasil uji reliabilitas memenuhi kriteria. Setelah kuesioner dinyatakan telah memenuhi uji validitas dan reliabilitas, maka kuesioner tersebut dapat digunakan sebagai instrumen dalam penelitian ini.

Uji Normalitas

Uji Kolmogorof Smirnof

Tabel 11 Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		32
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000

	Std. Deviation	.38639148
Most Extreme Differences	Absolute	.154
	Positive	.122
	Negative	-.154
Test Statistic		.154
Asymp. Sig. (2-tailed)		.052 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Sumber : SPSS V.26

Berdasarkan tabel 11, yang diperoleh dari perhitungan dengan menggunakan *softwares pss 26.0 for windows* diketahui nilai sig 0,052 > 0,05. Dari hasil pengujian tersebut maka dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal. Sehingga data layak digunakan dan dilakukan uji selanjutnya.

Uji Hipotesis

Uji t (Uji Parsial)

Tabel 12 Uji t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.235	.136		31.054	.000
	Variasi Produk	-.041	.021	-.422	-1.901	.067
	Harga	-.052	.022	-.528	-2.376	.004
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian						

Excluded Variables ^a					
Model		Beta In	T	Sig.	Partial Correlation
					Collinearity Statistics Tolerance
1	Kualitas Produk	. ^b	.	.000	.
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian					

b. Predictors in the Model: (Constant), Harga, Variasi Produk

Sumber : SPSS V.26

Dapat dilihat pada tabel 12 di atas, diketahui bahwa nilai signifikansi variasi produk sebesar $0,67 > 0,05$, hal ini menunjukkan bahwa tidak ada hubungan antara variasi produk dengan keputusan pembelian pada Kopi Sultan Kediri, sedangkan hasil nilai signifikansi dari harga sebesar $0,04 < 0,05$, dapat diketahui bahwa harga berpengaruh dalam keputusan pembelian pada Kopi Sultan Kediri, sedangkan hasil nilai signifikansi dari kualitas produk sebesar $0.000 < 0,05$, hal ini juga menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh dalam keputusan pembelian pada Kopi Sultan Kediri.

Uji F (Simultan)

Tabel 13 Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	35.372	2	17.686	110.817	.000 ^b
	Residual	4.628	29	.160		
	Total	40.000	31			
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian						
b. Predictors: (Constant), Harga, Variasi Produk						

Sumber : SPSS V.26

Dapat dilihat dalam tabel 13 bahwa nilai signifikansi sebesar $0.000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa hipotesa diterima, hal ini dapat dikatakan bahwa ada pengaruh dalam variasi produk, kualitas produk, serta harga dalam keputusan pembelian pada Kopi Sultan Kediri.

Uji Koefisien Determinasi

Tabel 14 Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.980 ^a	.960	.959	.823
a. Predictors: (Constant), Harga, Variasi Produk, Kualitas Produk				

Sumber : SPSS V.26

Dari tabel di atas diketahui bahwa nilai *Adjusted R Square* (koefisien determinasi) sebesar 0,959 yang artinya pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) sebesar 95,9%.

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variasi produk, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian pada Kopi Sultan Kediri berdasarkan hasil penelitian dan pengolahan data yang telah dilakukan oleh peneliti, maka dapat diringkas sebagai berikut :

1. Tidak ada pengaruh secara parsial variasi produk terhadap keputusan pembelian pada Kopi Sultan Kediri karena nilai sig. $0,67 > 0,05$ maka H_a ditolak dan H_o diterima.
2. Ada pengaruh secara parsial kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada Kopi Sultan Kediri karena nilai sig. $0,000 < 0,05$ maka H_a diterima dan H_o ditolak.
3. Ada pengaruh secara parsial harga terhadap keputusan pembelian pada Kopi Sultan Kediri karena nilai sig. $0,04 < 0,05$ maka H_a diterima dan H_o ditolak.
4. Ada pengaruh secara simultan variasi produk, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian pada Kopi Sultan Kediri karena nilai sig. $0,000 < 0,05$ maka H_a diterima

REFERENSI

Aprilia S.C Kojongian, Tinneke M.Tumbel, dan Oliva Walangitan(2022).

Pengaruh Variasi Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian

Careofyou.id Pada Media sosial Instagram. *Jurnal Ilmu Administrasi*.

Hlm 157-161.[Online]. Tersedia:

<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/productivity/article/view/38676>

Ayu Agustina dan Siti Sunrowiyati(2016). Analisis Faktor Kualitas Produk dan

Harga Guna Meningkatkan Volume Penjualan pada Usaha Genteng

UD Super Blitar. *Jurnal Manajemen*.

Hlm104-114.[Online].Tersedia:

<https://journal.stieken.ac.id/index.php/penataran/article/view/437/520>

Burhanudin Gesi, Rahmat Laan dan Fauziyah Lamaya(2019) Manajemen Dan

Eksekutif. *Jurnal Ekonomi*. Oktober. Hlm 54. [Online]. Tersedia :

<https://ejournal.unmuhkupang.ac.id/index.php/jm/article/view/62/51>

Dwi Warni Wahyuningsih (2019) Pengaruh Variasi Produk , Harga dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Membeli Motor Yamaha N-MAX di Wonogiri. *Jurnal Ekonomi*. Hlm 407-414. [Online] Tersedia:

<https://www.neliti.com/id/publications/301219/pengaruh-variasi-produk-harga-dan-promosi-penjualan-terhadap-keputusan-konsumen>

Estu Mahanani (2018) Pengaruh Citra Merek, Kualitas produk, Harga, dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Matahari Mall. *Jurnal*

Sosial Dan Humaniora. Maret. Hlm. 56. [Online]. Tersedia:

http://repository.upi-yai.ac.id/1922/1/ST_No.097_Bukti_Lap_Jurnal_IKRAITH_Mataharimall.com_Ganjil_2017-18.pdf

Felisa Windy Mamonto, Willem J.F.A Tumbuan dan Mirah H. Rogi (2021)

Analisis Faktor-Faktor Bauran Pemasaran (4P) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Podo Moro Poigar di Era Nornal Baru.

Jurnal Ekonomi Dan Bisnis. April. Hlm. 111. [Online] Tersedia:

<https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/emba/article/download/33281/31477/0>

Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program IBM SPSS 25, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Indra Nurahman, Rd dian Herdiana Utama (2016) Pengaruh Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada pembeli smartphone Nokia Series X di BEC Bandung). *Jurnal Bisnis Manajemen dan Kewirausahaan*.

Hlm. 54-63. [Online] Tersedia:

https://www.researchgate.net/publication/340713586_PENGARUH_VARIASI_PRODUK_TERHADAP_KEPUTUSAN_PEMBELIAN_Survei_pada_pembeli_smartphone_Nokia_series_X_di_BEC_Bandung

- Jefri Dan Herry Widagdo(2021). Pengaruh Kualitas Produk, Lokasi, Citra Merek Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pempek Candy Kapten A.Rivai Palembang. *Jurnal Manajemen*.November. Hlm37-49.[Online]Tersedia:
<https://jurnal.mdp.ac.id/index.php/prmm/article/download/1614/447/>
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller(2016). Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2.Jakarta: PT. Indeks.
- Jessica Clara Lesmana dan Andy(2022). Pengaruh Harga, Variasi Produk dan Kualitas Produk pada Keputusan Pembelian Produk Pakaian Wanita Melalui Shoope (Studi Kasus Di Kota Tangerang). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*.April. Hlm1-13.[Online].Tersedia :
<https://jurnal.buddhidharma.ac.id/index.php/pros/article/view/1347>
- Masnia Mahardi Yanuar, Nurul Qomariah, dan Budi Santoso (2017). Dampak Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Optik Marlin Cabang Jember. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*.Juni. Hlm.64.[Online].Tersedia :
<http://jurnal.unmuhjember.ac.id/index.php/JMBI/article/download/784/623>
- Muchlisin Riadi (2020) Pengembangan Produk (Pengertian , Tujuan , Strategi dan Tahapan) *Jurnal Pemasaran*. [Online] Tersedia :
<https://www.kajianpustaka.com/2020/03/pengembanganproduk.html?m=1>
- Oktavia Dyah Sulistyorini dan Susilo Toto Raharjo(2018). Pengaruh Kualitas Produk, Variasi Produk, Kesesuaian Harga, Citra Merek dan Kesadaran Merek Dalam Upaya Meningkatkan Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Strada Coffe Semarang). *Jurnal Ekonomi*. Hlm 1-11. [Online] Tersedia :
<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/21097>
- Situmorang, James. R. 2011 Metrik Pemasaran Sebagai Alat Untuk Mengukur Kinerja Pemasaran Perusahaan. Universitas katolik parahyangan

Sukmawati, Rina. (2017), "Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Garden Cafe Koperasi Mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta". Skripsi: Universitas Yogyakarta, hlm 56- 58.

Sugiyono, 2013. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Alfabeta. Bandung

Yohana Angel Chrestina, Marjam Desma Rahadhini dan Untung Sriwidodo.

(2017). Pengaruh Keragaman Menu, Kepercayaan Dan Nilai Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*. Juni.

Hlm.273 – 283.[Online].Tersedia:

<https://ejurnal.unisri.ac.id/index.php/Ekonomi/article/download/1667/1471/0>

Zunita Rohmawati. (2018). Kualitas, Harga Dan Keragaman Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Usaha Lily Bakery Lamongan.

JRE: Jurnal Riset Entrepreneurship.Agustus.

Hlm.19-29.[Online].Tersedia :

<http://journal.umg.ac.id/index.php/jre/article/download/418/366> q

MUSYTARI

ISSN : 3025-9495

Neraca Manajemen, Akuntansi Ekonomi

Vol 1 No 5 Tahun 2023

Prefix DOI : 10.8734/mnmae.v1i2.359