

## **Pengaruh Keragaman Produk dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di KKV Tunjungan Plaza Surabaya**

**Meyria Pratiwi**

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, meyria.pratiwi@gmail.com

**Sri Andayani**

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, sri@untag-sby.ac.id

**Ni Made Ida Pratiwi**

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, idapратиwi@untag-sby.ac.id

### **ABSTRACT**

*This study aims to determine the effect of product diversity and product quality on consumer purchasing decisions at a store in Tunjungan Plaza Surabaya. The type of research used is quantitative with data collection through questionnaires distributed to respondents. The sampling method used is Accidental Sampling, where the sample is based on chance, that is, anyone who happens to meet the researcher can be used as a sample. The results showed that product diversity and product quality have a significant influence on consumer purchasing decisions. Product diversity variables, which include variations in product brands, variations in product completeness, variations in product size, variations in product quality, and variations in product design, have an important role in attracting consumer interest in buying. In addition, product quality is also a factor that influences consumer purchasing decisions. Product quality as measured from the aspects of durability, aesthetic value, product performance, and the benefits provided to consumers, has a significant influence on purchasing decisions. Consumers tend to choose products with good quality and can meet their needs. And it must also be tested to determine the effect of influential variables. This research contributes to understanding the importance of product diversity and product quality in the context of consumer purchasing decisions. The findings of this study can be used by retail companies to plan effective marketing strategies, including varied product development, consistency and improved product quality.*

**Keywords:** *Product diversity, Product quality, Consumer purchasing decisions*

### **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh keragaman produk dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen di sebuah toko di Tunjungan Plaza Surabaya. Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan pengumpulan data melalui kuesioner yang disebar kepada responden. Metode sampling yang digunakan adalah Accidental Sampling, dimana sampel adalah berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat dipakai sebagai sampel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keragaman produk dan kualitas produk memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Variabel keragaman produk, yang meliputi variasi merek produk, variasi kelengkapan produk, variasi ukuran produk, variasi kualitas produk, dan variasi desain produk, memiliki peranan penting dalam menarik minat konsumen untuk membeli. Selain itu, kualitas produk juga merupakan faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Kualitas produk yang diukur dari aspek daya tahan,

nilai estetika, kinerja produk, dan manfaat yang diberikan kepada konsumen, memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Konsumen cenderung memilih produk dengan kualitas yang baik dan dapat memenuhi kebutuhan mereka. Dan juga harus di uji untuk mengetahui pengaruh dari variabel – variabel yang berpengaruh. Penelitian ini memberikan kontribusi dalam memahami pentingnya keragaman produk dan kualitas produk dalam konteks keputusan pembelian konsumen. Temuan penelitian ini dapat digunakan oleh perusahaan ritel untuk merencanakan strategi pemasaran yang efektif, termasuk pengembangan produk yang bervariasi, konsistensi dan peningkatan kualitas produk.

**Kata kunci** : *Keragaman produk, Kualitas produk, Keputusan pembelian konsumen*

## **Pendahuluan**

Parameter yang berhubungan pada aspek pertumbuhan perekonomian di era globalisasi yang terjadi mampu mengakibatkan pemenuhan kebutuhan individu manusia terdapat keberagaman, Oleh karena itu dari segi banyaknya kebutuhan yang dimiliki para konsumen pada saat ini membuat pembisnis makin berinovasi untuk pengembangan bisnis di usaha mereka. Maka dari itu para pembisnis di era globalisasi juga memanfaatkannya sebagai pangsa pasar bisnisnya untuk usaha ritel. Pengembangan ini dijadikan sebagai pemanfaatan dasar kebutuhan konsumen yang berfokus memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen yang bertujuan agar memenuhi harapan pembeli. Sehingga di masa saat ini semakin banyak hadirnya gerai ataupun outlet yang tersebar di seluruh Indonesia yang mendirikan toko retail.

Keragaman produk secara umum yakni keragaman yang terdapat pada keseluruhan barang ataupun produk yang dapat diperoleh dari sebuah perusahaan yang dijadikannya penawaran khusus terhadap pelanggan atau konsumen. Keragaman produk difungsikan untuk melakukan pembelian produk dalam memudahkan khususnya bagi pelanggan untuk melakukan pemilihan serta melaksanakan putusan pembelian dengan kesesuaian dalam pemenuhan kebutuhan serta keinginan konsumen. Sehingga dapat disimpulkan yaitu bentuk pada keragaman produk ialah persentase banyaknya mengenai keberagaman atau bermacam-macam produk dengan kelengkapan yang terdapat dari berbagai model ataupun jenis, seperti warna, ukuran, kualitas, bentuk hingga ketersediaannya produk pada sebuah toko. Pengaruh dari keragaman produk mampu terjadi apabila organisasi perusahaan terus mempunyai inovasi khususnya dalam mewujudkan produk terbaru maupun variasi terhadap produk yang telah diproduksinya. Oleh sebab itu keberagaman produk yang ada di KKV store mengangkat dari sebuah fenomena kebutuhan konsumen dengan memberikan suatu tempat yang menyediakan berbagai macam jenis, bentuk, hingga ukuran produk yang akan dibeli.

Store KKV yang ada diTunjungan Plaza menyajikan banyak produk dan merek yang bermacam macam dengan jenis produk lokal hingga import. Sehingga fenomena yang ada di KKV yaitu banyaknya ragam produk luar negeri (*Import*) daripada produk local yang tersedia. Dengan ini membuat produk lokal yang dijual menurun dikarenakan dominan produk import di KKV Tunjungan Plaza. Berikut ini keragaman produk dari toko KKV.

Kualitas produk secara umum ialah sebuah keterampilan ataupun kemampuan yang dimunculkan produk teruntuk memperlihatkan fungsi yang dihasilkannya, hal tersebut memuat keseluruhan bagian reliabilitas, produk serta atribut yang terdapat pada bagian produk terkait. (Kotler dan keller, 2012 dalam Lisa Mahayanti2018). Kualitas adalah acuan dari kebutuhan setiap konsumen dan sebagai unsur dengan bagian penting terhadap perwujudan taraf baik buruknya sebuah produk pembaharuan. Produk dengan kualitas tinggi ialah produk yang mampu diterima dengan senang hati oleh konsumen berkat kesesuaian terhadap keinginan konsumen agar terjadi pembelian.

PT KKV INTERNASIONAL INDONESIA adalah toko retail yang menyediakan berbagai keragaman produk dengan menghadirkan produk produk pada semua merek lokal dan import. KKV ini menyediakan dan memberikan banyak ragam produk seperti Flower, Food Beverage, Make-up and Beauty, Men Fashion, Accecoris,dan Stationery. Sehingga di KKV ini juga dapat mengangkat dari sebuah permasalahan tentang kebutuhan konsumen yang bermacam macam. Dengan memberikan keadaan toko ditempat yang menjual berbagai produk sampai menyediakan jenis barang yang akan dibeli pengunjung.

Outlet ritel KKV ini memiliki gambaran sebuah toko ritel yang banyak sekali pengunjungnya yang datang, toko ini juga sudah mulai tersebar di seluruh Indonesia. Membuat toko ini dari awal di dirikan di Tunjungan Plaza hingga sekarang prospek mereka semakin meningkat. Karena produk yang mereka tawarkan sangat beraneka ragam dan kualitas yang tergolong baik membuat para pengunjung sangat tertarik untuk membelinya.

Maka dari itu yang mendasari pada tindakan dalam mengambil putusan transaksi pembelian yang dilaksanakan oleh pelanggan tidak hanya dengan dasar pada kebutuhan individu, namun terdapat beberapa sumber yang mampu memunculkan tahapan terjadinya putusan dalam proses pembelian dari sebuah toko, tahap ini juga dipengaruhi

oleh dasar tindakan melakukan keputusan pembelian yakni sikap dalam memantapkan terhadap produk yang diinginkan, pola kebiasaan untuk melakukan pembelian, juga melaksanakan proses pembelian ulang di toko yang sama. Akan tetapi KKV ini bukan berarti tokoh ritel yang sangat perfect tokoh ini juga memiliki kekurangan serta kelebihan tersendiri.

Dengan adanya pemaparan dari latar belakang tersebut, peneliti tertarik pada obyek yang diambil yaitu KKV di Tunjungan Plaza Surabaya. Maka perlunya dilakukan penelitian karena dapat ditinjau pada keputusan pembelian yang dilakukan konsumen. Bisa dilihat dari segi peningkatan produk jual yang terjadi dalam sebuah fenomena yang ada di KKV. Oleh karena itu untuk pengembangan outlet KKV maka harus dilakukannya peningkatan dari segi keragaman produk dan kualitas produk. Sehingga peneliti melakukan kajian teori yang lebih mendalam tentang **“Pengaruh Keragaman Produk dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di KKV Tunjungan Plaza Surabaya”**.

### **Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif yang menyajikan secara langsung hakikat hubungan antara peneliti dan responden yang pencariannya menggunakan kuesioner. Menggunakan penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang spesifikasinya sudah sistematis dan terencana dengan hasil yang tetap yang mempunyai tujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel yang dipengaruhi terhadap variabel lainnya. Pada penelitian ini, metode sampling yang digunakan yaitu Accidental sampling. Accidental sampling teknik penentuan sebagai sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat dipakai sebagai sampel. Sehingga penelitian ini mempunyai tujuan penulisan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh variabel (X1) Keragaman produk dan (X2) Kualitas produk terhadap variabel (Y) Keputusan pembelian. Dalam penulisan penelitian ini pihak peneliti melakukan lokasi penelitian di Store KKV Tunjungan Plaza Surabaya. Pengumpulan data pada penelitian menggunakan instrument kuesioner yang dibuat peneliti untuk disebarakan kepada responden yang memenuhi kriteria berdasarkan variabel variabel yang digunakan.

Pengertian Populasi adalah jumlah keseluruhan dari satuan-satuan atau individu-individu yang karakteristiknya hendak diteliti. Menurut Sugiyono dalam (Siyoto sandu & sodik ali, 2015) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas,

obyek atau subjek yang mempunyai kuantitas & karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya untuk dijadikan sampel. Sehingga dalam penelitian ini populasi yang hendak diteliti adalah konsumen yang pernah membeli di KKV Tunjungan Plaza Surabaya.

Skala pengukuran adalah kesepakatan acuan untuk perhitungan skala guna menentukan panjang pendek interval yang telah ditentukan dalam satuan alat ukur. Sehingga alat ini bila digunakan dalam pengukuran penelitian akan menghasilkan data angka angka yang disebut data kuantitatif. Instrumen yang digunakan dalam penelitian adalah kuesioner berupa daftar pernyataan yang diberikan kepada responden secara langsung maupun tidak langsung. Menurut Sugiyono 2017 dalam (Hardani et al., 2020) kuesioner merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. dengan dituliskan pernyataan pernyataan yang dibuat di Gform. Yang akan disebarakan oleh peneliti untuk responden yang memenuhi syarat agar bisa dijadikan sampel penelitian.

## Hasil Dan Pembahasan

### Uji Regresi Linier Berganda

**Tabel 1 hasil Uji Regresi Linier Berganda**

Model	Coefficients <sup>a</sup>						
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	11.591	2.918		3.972	.000		
Keragaman produk {X1}	-.156	.069	-.147	-2.261	.026	.950	1.052
Kualitas produk {X2}	.820	.066	.811	12.467	.000	.950	1.052

a. Dependent Variable: Keputusan pembelian {Y}

Sumber : Data primer (Diolah dari spss 25) 2023

Dari hasil di atas menunjukkan hasil koefisien regresi. Nilai persamaan yang dipakai adalah yang ada pada kolom b koefisien dengan persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2$$

$$Y = 11.591 + (-0,156 X_1) + 0,820 X_2$$

Keterangan :

Y = Keputusan pembelian

$\alpha$  = Nilai konstanta

$\beta$  = Koefisien regresi

X1 = Keragaman Produk

X2 = Kualitas Produk

Dari persamaan regresi data diatas dapat dijelaskan sebagai berikut :

- Nilai konstanta menunjukkan angka sebesar 11.591, dan bernilai positif. Artinya apabila nilai variabel keragaman produk (X1) dan kualitas produk (X2) dianggap nol, maka variabel keputusan pembelian (Y) akan meningkat sebesar 11.591.
- Koefisien regresi variabel keragaman produk (X1) sebesar -0,156. Artinya jika variabel keragaman produk naik sebesar satu satuan dengan asumsi variabel kualitas produk (X2) tetap atau konstan, maka variabel keputusan pembelian (Y) akan mengalami penurunan sebesar -0,156
- Koefisien regresi variabel kualitas produk (X2) sebesar 0,820. Artinya jika variabel kualitas produk meningkat sebesar satu satuan dengan asumsi variabel keragaman produk (X1) tetap atau konstan, maka variabel keputusan pembelian (Y) akan meningkat sebesar 0,820

## Uji Hipotesis

### 1. Uji Parsial (Uji t)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel – variabel bebas Keragaman produk dan Kualitas produk secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel terikat Keputusan pembelian. Dengan tingkat signifikansi adalah (0,05) atau taraf 5%.

**Tabel 1 Hasil Uji t Hipotesis**

Model	Coefficients <sup>a</sup>						
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	11.591	2.918		3.972	.000		

Keragaman produk {X1}	-.156	.069	-.147	-2.261	.026	.950	1.052
Kualitas produk {X2}	.820	.066	.811	12.467	.000	.950	1.052

a. Dependent Variable: Keputusan pembelian {Y}  
Sumber : Data primer (Diolah dari spss 25) 2023

Berdasarkan tabel di atas untuk mencari nilai t tabel yaitu sebagai berikut :

$$Df = n - k$$

N = banyaknya sampel

K = jumlah variabel yang diteliti (variabel bebas dan variabel terikat)

Sehingga dalam penelitian ini nilai  $df = 96 - 2 - 1 = 93$  , dengan nilai signifikan (a) 5% diketahui nilai t sebesar 1.6614 nilai t hitung > t tabel , adapun hasil pengajuan hipotesis dapat disajikan sebagai berikut

- a. Hasil dari uji t menunjukkan bahwa variabel keragaman produk memiliki tingkat signifikan sebesar 0,026 yaitu lebih kecil dari 0,05 dengan nilai koefisien yang bernilai -0,156 menunjukkan pengaruh yang diberikan bersifat negatif terhadap variabel dependen. yang dapat ditunjukkan dengan koefisien t hitung  $-2.261 < 1.6614$  dari t tabel. Bahwa Dari hasil analisis statistik menunjukkan pengaruh nilai yang diberikan negative . Hal ini berarti  $H_a$  ditolak dan  $H_o$  diterima sehingga dapat dikatakan bahwa keragaman produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Sehingga dapat diartikan bahwa konsumen pada dasarnya membeli produk hanya ingin meninjau dari ragam produknya tetapi tetap berfokus pada mutu yang terjamin pada barang yang dibeli.
- b. Hasil dari uji t menunjukkan bahwa variabel kualitas produk memiliki tingkat signifikan sebesar 0,000 yaitu lebih kecil dari 0,05 dengan nilai koefisien yang bernilai 0,820 menunjukkan pengaruh yang diberikan bersifat positif terhadap variabel dependen. yang dapat ditunjukkan dengan nilai t hitung lebih besar dari t tabel. Dengan Nilai koefisien t hitung sebesar  $12.467 > 1.6614$  menunjukkan pengaruh yang bersifat positif terhadap variabel dependen. Hal ini berarti  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak sehingga dapat dikatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

## 2. Uji Simultan(Uji F)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen dalam hal ini Keragaman Produk (X1) Kualitas Produk(X2) secara bersama – sama (Simultan)

berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian (Y).

**Tabel 3 Hasil Uji F Hipotesis**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1313.758	2	656.879	77.847	.000 <sup>b</sup>
	Residual	784.742	93	8.438		
	Total	2098.500	95			

a. Dependent Variable: Keputusan pembelian {Y}

b. Predictors: (Constant), Kualitas produk {X2}, Keragaman produk {X1}

Berdasarkan pada tabel di atas maka untuk mencari nilai Ftabel

Jumlah variabel bebas (K) = 2

Jumlah sampel (n) = 96

Df 1 = dk pembilang = k = 2

Df 2 = dk penyebut = n-k-1= 93

Berdasarkan tabel F pada (a) diketahui nilai Ftabel dengan df pembilang = 2 dan df penyebut = 93 adalah 3,09. Nilai Fhitung > Ftabel , dapat disimpulkan bahwa :

Hipotesis ketiga menunjukkan bahwa variabel kualitas produk memiliki nilai F hitung lebih besar dari F tabel. nilai F hitung sebesar 77,847 > 3,09 dan nilai signifikan 0,000 .Hal ini berarti Ho ditolak dan Ha diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa keragaman produk dan kualitas produk berpengaruh signifikan secara bersama – sama (simultan) terhadap keputusan pembelian pada KKV Store Tunjungan plaza Surabaya.

### 3. Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Uji determinasi (R<sup>2</sup>) digunakan untuk mengetahui kontribusi atau sumbangan yang diberikan oleh sebuah variabel X (bebas) atau lebih terhadap variabel Y (terikat) , disamping untuk melihat kelayakan model regresi . Berikut ini kami sajikan berdasarkan hasil SPSS diperoleh koefisien seperti tabel dibawah ini:

**Tabel 4 Hasil Uji R<sup>2</sup>**

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.791 <sup>a</sup>	.626	.618	2.90484

a. Predictors: (Constant), Kualitas produk {X2}, Keragaman produk {X1}

b. Dependent Variable: Keputusan pembelian {Y}

Sumber: Data primer (diolah dari spss 25) 2023

Berdasarkan output diatas diperoleh hasil uji koefisien determinasi sebesar 0,626 atau 62,6% . Hal ini menunjukkan bahwa kontribusi variabel bebas yaitu keragaman produk (X1) dan kualitas produk (X2) terhadap variabel terikat yaitu keputusan pembelian (Y) pada KKV Store Tunjungan plaza Surabaya sebesar 62,6%. Sedangkan sisanya 37,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti oleh peneliti.

## **Pembahasan**

### **Pengaruh Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian**

Berdasarkan hasil analisis penelitian menunjukkan bahwa keragaman produk tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian secara parsial dengan signifikan sebesar 0,026 yaitu lebih kecil dari 0,05 dengan nilai koefisien yang bernilai -0,156 menunjukkan pengaruh yang diberikan bersifat negatif terhadap variabel dependen. yang dapat ditunjukkan dengan koefisien t hitung  $-2.261 < 1.6614$  dari t tabel. menunjukkan nilai negatif terhadap variabel dependen. Sehingga hipotesis keragaman produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian dan  $H_a$  ditolak. Ini menggambarkan bahwa keragaman produk tidak begitu penting dimata pelanggan dikarenakan faktor dari banyaknya produk membuat calon pembeli merasa bingung dan sulit untuk mengambil sebuah keputusan pembelian

Maka penelitian ini berhasil membuktikan bahwa penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang telah didukung pada tabel terdahulu yaitu “Pengaruh desain produk , Keragaman produk , Dan harga Terhadap keputusan pembelian pada Giyomi shop melalui shopee “

### **Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian**

Berdasarkan hasil analisis penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian secara parsial. memiliki tingkat signifikan sebesar 0,000 yaitu lebih kecil dari 0,05 dengan nilai koefisien yang bernilai 0,820 menunjukkan pengaruh yang diberikan bersifat positif terhadap variabel dependen yang dapat ditunjukkan nilai koefisien t hitung sebesar  $12.467 > 1.6614$  t tabel. Sehingga hipotesis kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian dan  $H_a$  diterima. Hal ini menggambarkan bahwa Kualitas produk merupakan mekanisme wajib di dalam produk agar barang yang dijual dapat

berkualitas dan memberikan manfaat kepada pelanggan agar dapat mengambil keputusan pembelian berdasarkan minat beli dan keinginan pembeli.

Maka penelitian ini mendapat dukungan hasil penelitian dari penelitian yang terdapat di tabel penelitian tabel terdahulu yang diteliti dengan judul "Pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Tas Merek Exsport di Surabaya.

### **Pengaruh Keragaman Produk dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian**

Berdasarkan hasil analisis penelitian menunjukkan bahwa keragaman produk dan kualitas produk memiliki pengaruh secara simultan terhadap Keputusan pembelian. Hal ini terbukti dari nilai F hitung lebih besar dari F tabel. nilai F hitung sebesar 77,847 > 3,09 dan nilai signifikan 0,000. Hal ini berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima sehingga dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh keragaman produk dan kualitas produk secara bersama – sama terhadap keputusan pembelian pada KKV Store Tunjungan plaza Surabaya.

Kemudian dari hasil R square menunjukkan adanya presentase sebesar 62,6% pada kontribusi variabel bebas yaitu keragaman produk (X1) dan kualitas produk (X2) terhadap variabel terikat yaitu keputusan pembelian (Y)

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian kuantitatif dengan metode yang digunakan yaitu Accidental sampling. Penelitian ini bertujuan agar dapat mengetahui dan menganalisis pengaruh Keragaman produk (X1) dan Kualitas Produk (X2) Terhadap keputusan pembelian konsumen Di KKV Tunjungan Plaza Surabaya. Responden penelitian adalah 96 orang konsumen KKV. Dengan data yang dikumpulkan dan diuji menggunakan model regresi linear berganda, maka dapat ditarik kesimpulan.

Keragaman produk pada KKV Tunjungan Plaza Surabaya. Hasil dari Uji t secara parsial menunjukkan bahwa variabel X1 memiliki nilai t hitung yang negatif terhadap variabel dependen, sehingga hipotesis keragaman produk dinyatakan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Artinya keragaman produk jika ditingkatkan maka keputusan pembeli akan menurun dan sebaliknya jika keragaman produk diturunkan maka keputusan pembelian akan meningkat.

Selanjutnya Kualitas produk pada KKV Tunjungan Plaza Surabaya Hasil dari Uji t secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal

ini berarti hipotesis kualitas produk dinyatakan diterima. Diperkuat dengan adanya responden menyatakan sangat setuju dari indikator kenyamanan, produk dari KKV ini sangat dijaga bentuk produknya dengan tidak adanya kecacatan sedikitpun pada barang jual dan segi kehalalan produk KKV ini sudah terverifikasi oleh BPOM dan sudah ada logo halal.

Keragaman produk dan Kualitas produk secara simultan atau secara bersama – sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian di KKV Tunjungan Plaza. Dapat terlihat dari nilai F hitung yang lebih besar dari F tabel dan memiliki nilai yang signifikan. Dengan demikian, hipotesis keragaman produk dan kualitas produk dinyatakan  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

### **Ucapan Terima Kasih**

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT dengan segala karunia-Nya, dan penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak yang telah membantu dalam proses penulisan penelitian ini. Penulis berterima kasih kepada Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang menjadikan tempat untuk mencari ilmu dan semoga ilmu yang penulis dapatkan bermanfaat kelak bagi semua pihak di masa mendatang.

### **Daftar Pustaka**

- Andriani femi. (2021). Pengaruh Iklan Dan Kualitas Pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen Studi Kasus Pada Pengguna Tokopedia di Jabodetabek. *JIMEN Jurnal Inovatif Mahasiswa Manajemen*, 1. <https://jom.universitassuryadarma.ac.id/index.php/jimen/article/download/48/48>
- Chistina Whidya Utami, 2010. *Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Ritel Modern*, Jakarta: Salemba Empat
- daga rosnaini. (2017). *Citra, Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan (Upu hamzah, Ed.; 1st ed., Vol. 1)*. <https://www.researchgate.net/publication/334957485Buku1Citra>  
Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan
- Dahlia ni yani, & Ahwal hasanul. (2021). *Kajian Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Gieselin Food Sukses*

Makmur di Jember. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2. <https://stp-mataram.ejournal.id/JIP/article/download/618/523/>

Dinha, N. O., Maduwinarti, A., & Pujiyanto, A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Tas Merek Export Di Surabaya . *Jurnal Dinamika Administrasi Bisnis* , 6(<https://jurnal.untagsby.ac.id/index.php/adbis/issue/view/410>).  
<https://doi.org/https://doi.org/10.30996/jdab.v6i2.4632>

firty, sesa, sri, kanserina, diana, andayani, & mulyati, juni. (2019). Studi Kasus di Cafe Breechocolaterie. *Jurnal Dinamika Administrasi Bisnis*, 3(<https://jurnal.untagsby.ac.id/index.php/adbis/issue/view/264>).  
<https://doi.org/https://doi.org/10.30996/jdab.v3i1.2346>

Firty, S., Sri, K., Diana, A., & Mulyati, J. (2017). Studi Kasus di Cafe Breechocolaterie. *Jurnal Dinamika Administrasi Bisnis* , 3(<http://jurnal.untagsby.ac.id/index.php/adbis/issue/view/264>).  
<https://doi.org/https://doi.org/10.30996/jdab.v3i1.2346>

Ghozali Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS* (Ghozali Imam & Tejokusumo Abadi, Eds.; 2018th ed., Vol. 9). Undip.

Hardani, Juliana Sukmana, D., & Fardani, R. (2020). Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif (Husnu Abadi, Ed.; 1st ed., Vol. 1). Pustaka Ilmu.  
<https://www.researchgate.net/publication/340021548>

Hendro Yuwono, & Syamswana Yuwana. (2018). Pengaruh kualitas Pelayanan Dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko King Di Malang. *JEM17Jurnal Ekonomi Manajemen*, 2, 331–346.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.30996/jem17.v2i1.1195>

Ilmia nisa. (2022, April 13). Faktor Penting yang Mempengaruhi Kualitas Produk - Vocasia. <https://vocasia.id/blog/faktor-kualitas-produk/>

Indrasari Meithiana. (2019). PEMASARAN & KEPUASAN PELANGGAN (Indrasari meithiana, Ed.; 1st ed.). Unitomo Press.  
<http://repository.unitomo.ac.id/id/eprint/2773>

Khoirul, M., Maduwinarti, A., Pujiyanto, A., & Bisnis, A. (n.d.). Pengaruh Citra Merek, Desain Produk, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Persebaya Store di Surabaya.

mahayanti lisa. (n.d.). Analisis Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Santi Collection Jember.

muchlisin riadi. (2020). Keputusan Pembelian (Pengertian, Dimensi, Jenis dan Proses Tahapan). Kajian Pustaka.  
<https://www.kajianpustaka.com/2020/05/keputusan-pembelian-pengertian-dimensi-jenis-dan-proses-tahapan-pembelian.html>

Nadira Badarudin, 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. *Jurnal EMBA*, 9, 312–322. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/34720/32566>

Nugroho, N., & Akbar Maulana Hutabarat, F. (2020). Aanalisis Kualitas Pada Love Cempe Tempe Cemara Asri -Medan.  
<https://repository.uhn.ac.id/bitstream/handle/123456789/7042/ANALISIS>

Nurmawati. (2018). Perilaku konsumen & Keputusan pembelian (Amirullah, Ed.; 1st ed., Vol. 1). media nusa creative.

Palupi Elfira, Pujiyanto Agung, & Maduwinarti Ayun. (2020). Pengaruh Lokasi, Brend Image, dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian di Warcet Mas Gimbal Ponorogo. *Jurnal Dinamika Administrasi Bisnis*, 6(<https://jurnal.untag-sby.ac.id/index.php/adbis/issue/view/385>).  
<https://doi.org/https://doi.org/10.30996/jdab.v6i1.4058>

- Putri, B., & Wati, C. (2022a). Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas Produk dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Bukalapak (Vol. 2, Issue 1).
- Revita Tiffany. (2022, November 30). Koefisien Korelasi: Pengertian, Rumus, dan Contohnya. Dailysocial.Id.
- Sanaky Mardiani, Saleh, & Titaley.D. (2021). Analisis Faktor-Faktor Penyebab Keterlambatan Pada Proyek Pembangunan Gedung Asrama MAN 1 Tulehu Maluku Tengah. *Jurnal Simetrik*, 11. <https://ejournal-polnam.ac.id/index.php/JurnalSimetrik/article/view/615/453>
- Semarang, M., Hartono, S., & Ay, B. (2019). PENGARUH HARGA, KERAGAMAN PRODUK DAN MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PADA PT. INDEX SUKOHARJO. *EDUNOMIKA SCIENTIFIC JOURNALS*, 03(02), 533. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.29040/jie.v3i02.481>
- siyoto sandu, & sodik ali. (2015). DASAR METODOLOGI PENELITIAN (ayup, Ed.; 1st ed., Vol. 1). Literasi Media Publishing. <https://zenodo.org/record/1117422/files>
- Soetanto prabowo james, septina fanny, & febry timotius. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Keragaman Produk Terhadap keputusan Pembelian pada produk AMONDEU. *Jurnal PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Srart-Up Bisnis*, 5(<https://journal.uc.ac.id/index.php/performa/issue/view/146><https://journal.uc.ac.id/index.php/performa/issue/view/146>). <https://doi.org/https://doi.org/10.37715/jp.v5i1.1303>
- Sudaryono. (2016). MANAJEMEN PEMASARAN Teori & Implementasi (Sigit & Tommy, Eds.; 1st ed.). Penerbit ANDI.
- Sugianto, A., & Rahman, S. (2019). *THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY, PRICE, AND PROMOTION ON PURCHASE DECISION OF SHINYOKU LIGHTS AT CV. SINAR ABADI PEKANBARU*. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 7(2), 174–184. <http://www.ejournal.pelitaindonesia.ac.id/ojs32/index.php/PROCURATIO/index>

SOSIALITA  
Vol... No...(2023)

Susanti, I. Y., & Tjahjono, E. (2019). *PENGARUH BRAND IMAGE, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN* (Studi Kasus Pada Pengguna Produk Eiger Surabaya). *Jurnal Dinamika Administrasi Bisnis* , 1(<https://jurnal.untag-sby.ac.id/index.php/adbis/issue/view/259>).  
<https://doi.org/https://doi.org/10.30996/jdab.v1i1.2282>

Ulfami Paquita. (2020). Pengaruh Desain Produk, Keragaman Produk , dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Online Shop Giyomi Melalui Shoppe. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 08, 701–708.  
<https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/download/32050/29070/>

Yuswanto, W. (2022). Pengaruh Keragaman Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Perusahaan Kecap Segi Tiga Di Kabupaten Majalengka . *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(Vol 11 No 1 (2022): *EQIEN-JURNAL EKONOMI DAN BISNIS*), 920–925.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.34308/eqien.v11i1.73>

# Jurnal\_Pengaruh keragaman produk dan kualitas produk

## ORIGINALITY REPORT

<b>18%</b>	<b>17%</b>	<b>1%</b>	<b>9%</b>
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

## PRIMARY SOURCES

<b>1</b>	<b>ricky07.blogspot.com</b> Internet Source	<b>8%</b>
<b>2</b>	<b>id.wikipedia.org</b> Internet Source	<b>3%</b>
<b>3</b>	<b>Submitted to Forum Perpustakaan Perguruan Tinggi Indonesia Jawa Timur</b> Student Paper	<b>2%</b>
<b>4</b>	<b>republika.co.id</b> Internet Source	<b>1%</b>
<b>5</b>	<b>repository.ubharajaya.ac.id</b> Internet Source	<b>1%</b>
<b>6</b>	<b>eprints.perbanas.ac.id</b> Internet Source	<b>1%</b>
<b>7</b>	<b>adoc.pub</b> Internet Source	<b>&lt;1%</b>
<b>8</b>	<b>repository.wima.ac.id</b> Internet Source	<b>&lt;1%</b>
<b>9</b>	<b>docplayer.info</b> Internet Source	<b>&lt;1%</b>
<b>10</b>	<b>digilib.unila.ac.id</b> Internet Source	<b>&lt;1%</b>

---

11

moam.info

Internet Source

<1%

---

---

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography Off