

PENGARUH VARIASI PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI UMKM KUE KERING 2D TULANG BAWANG BARAT

Margareta Dwi Septiana

22612010028

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variasi produk terhadap keputusan pembelian pada UMKM Kue Kering 2D Tulang Bawang Barat. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan data yang diperoleh dari konsumen UMKM Kue Kering 2D Tulang Bawang Barat. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden yang ditentukan menggunakan rumus Lemeshow. Metode analisis data yang digunakan meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear sederhana, uji hipotesis (uji t), dan uji koefisien determinasi dengan bantuan program SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung sebesar 8,482 yang lebih besar dari t tabel sebesar 1,984 serta nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Selain itu, hasil analisis regresi menunjukkan bahwa semakin baik variasi produk yang ditawarkan, maka semakin tinggi keputusan pembelian konsumen. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,432 menunjukkan bahwa variasi produk mampu menjelaskan keputusan pembelian sebesar 42,3%, sedangkan sisanya sebesar 57,7% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian seperti kualitas produk, promosi, citra merek, metode pembayaran, serta momen tertentu seperti hari raya dan acara khusus. Dengan demikian, variasi produk menjadi salah satu faktor penting dalam meningkatkan keputusan pembelian konsumen pada UMKM Kue Kering 2D Tulang Bawang Barat.

Kata Kunci: Variasi Produk, Keputusan Pembelian, UMKM.

THE INFLUENCE OF PRODUCT VARIETY ON PURCHASING DECISIONS AT THE 2D COOKIE MSME IN WEST TULANG BAWANG

Margareta Dwi Septiana

22612010028

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of product variation on purchasing decisions at UMKM Kue Kering 2D Tulang Bawang Barat. This research employed a quantitative approach, with data collected from consumers of UMKM Kue Kering 2D Tulang Bawang Barat. The sampling technique used was purposive sampling, involving 100 respondents determined using the Lemeshow formula. The data analysis methods included validity testing, reliability testing, classical assumption testing, simple linear regression analysis, hypothesis testing (t-test), and coefficient of determination analysis using SPSS software. The results showed that product variation has a positive and significant effect on purchasing decisions. This is evidenced by the calculated t-value of 8.482, which is greater than the t-table value of 1.984, and a significance value of 0.000, which is lower than 0.05. Furthermore, the regression analysis indicated that the better the product variation offered, the higher the consumers' purchasing decisions. The coefficient of determination (R^2) value of 0.423 indicates that product variation explains 42.3% of purchasing decisions, while the remaining 57.7% is influenced by other factors outside the scope of this study, such as product quality, promotion, brand image, payment methods, and certain occasions such as religious holidays and special events. Therefore, product variation is one of the important factors in increasing consumer purchasing decisions at UMKM Kue Kering 2D Tulang Bawang Barat.

Keywords: Product Variation, Purchasing Decision, UMKM.