

PENGARUH VARIASI PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SAMBAL INDOFOOD DI SUPERMARKET SARIKAT JAYA GRESIK

Nur Farida, Shokhibatus Saidah

ABSTRACT

Business competition occurs in both service and non-service industries. One of them is complementary food. The competition in this business is a very tight. This industry is a good topic to be discussed, because the complementary food is a necessity for the consumer. One of them is sambal which is a very special meal of Indonesian. One of the sambal product is Sambal Indofood which tries to do a strategy of product variation. This shows that competition among complementary foods is getting tighter.

The purpose of this research is to determine the effect of product variation in Indofood sauce purchase decision. This research was conducted in Supermarket Sarikat Jaya Gresik. This research is explanatory type with quantitative approach. The sample is taken by accidental sampling technique with the total sample of 94 respondents. Data collection methods related to the research problem are conducted by using questionnaire method. The Data collection techniques are using questionnaires.

The result of the research from 94 respondents show that the influence of product variation to purchase decision. From result of regression calculation by using SPSS program version 18.00 for windows, obtained t_{value} counted equal to 6,416 with p value equal to 0.000. Using the significance limit $\alpha = 0.05$ obtained T table of 1.986. From these results then $t_{calculated} > t_{table}$ which means H_0 rejected and H_1 accepted. It means variable product variation has a positive and significant influence in determining purchase decision of Sambal Indofood to consumers in Supermarket Sarikat Jaya Gresik

Keywords : Product Variation, Purchase Decision.

PENDAHULUAN

Demi memenuhi kebutuhan konsumen dalam makanan pelengkap, salah satu produk yang tersedia di Supermarket Sarikat Jaya Gresik diantaranya adalah produk sambal Indofood. Produk sambal Indofood merupakan produk yang menyediakan berbagai macam rasa serta kemasan yang dapat menarik para konsumen, sehingga produk ini menjadi produk pelopor dibidang makanan pelengkap, karena mempunyai berbagai variasi dalam rasa maupun kemasan. Produk yang disediakan sambal Indofood dalam variasi kemasan, diantaranya: kemasan *sachet*, botol plastik 275 ml, botol plastik 140 ml, botol kaca 340 ml maupun ukuran besar yakni galon maupun *jarrcygen*. Selain menyediakan berbagai variasi kemasan, sambal Indofood juga menyediakan berbagai variasi rasa, diantaranya sambal pedas, ekstra pedas, pedas manis, lampung, *seafood*, Bangkok, terasi, balado maupun sambal ijo. Selain sambal Indofood Supermarket Sarikat Jaya Gresik juga menyediakan berbagai macam produk sambal dari berbagai produk, diantaranya Sasa Sambal, Del Monte, ABC dan juga sambal Indofood. Dari berbagai macam rasa dan kemasan yang berbeda masing-masing merek. Sambal Indofood sebagai pelopor sambal dalam kemasan berusaha untuk melakukan inovasi produk dengan menciptakan berbagai macam variasi rasa dan kemasan yang berbeda.

Untuk memenuhi kebutuhan konsumen, Supermarket Sarikat Jaya Gresik menyediakan berbagai macam produk kebutuhan, serta keinginan konsumen dalam kehidupan sehari-hari dengan produk yang lengkap serta harga yang lebih terjangkau. Pihak pengelola Supermarket Sarikat Jaya harus memperhatikan pengembangan

penjualan, karena Supermarket Sarikat Jaya Gresik mempunyai banyak pesaing, salah satunya adalah Supermarket Sumatra yang juga menjual berbagai macam kebutuhan serta keinginan konsumen. Untuk memenangkan persaingan dalam penjualan, sebaiknya Supermarket Sarikat Jaya Gresik melengkapi produk-produk yang dijual kepada masyarakat agar konsumen merasa puas dalam berbelanja. Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh variasi produk terhadap keputusan pembelian sambal Indofood di Supermarket Sarikat Jaya Gresik.

METODE PENELITIAN

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Supermarket Sarikat Jaya Gresik yang beralamatkan di Jalan Raden Ajeng Kartini No. 68, Gapurosukolilo, Kecamatan Gresik, Kabupaten Gresik, Jawa Timur. Sedangkan waktu pelaksanaan penelitian ini pada Bulan Januari sampai dengan Bulan Mei 2017.

Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian eksplanatori. Adapun pendekatan penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Menurut Arikunto (2006:12) mengemukakan bahwa penelitian kuantitatif adalah pendekatan penelitian yang banyak dituntut menggunakan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut, serta penampilan hasilnya dan memerlukan perhitungan yang bersifat matematis tentang hubungan antar variabel dengan menggunakan rumus statistik tertentu, serta menggunakan teknik analisis regresi linear sederhana dibantu dengan program SPSS versi 18.00 *for windows*. Pendekatan kuantitatif digunakan untuk mencari informasi aktual secara

mendetail yang sedang menggejala dan mengidentifikasi masalah-masalah atau untuk mendapatkan justifikasi keadaan dan kegiatan-kegiatan yang sedang berjalan. Pendekatan tersebut digunakan untuk mengetahui pengaruh variasi produk terhadap keputusan pembelian Sambal Indofood.

Definisi Operasional Variabel dan Indikator Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini terdapat dua variabel penelitian, yaitu yang menjadi variabel bebas dalam penelitian ini adalah variasi produk (X). Yang menjadi variabel terikat dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian (Y).

Indikator variabel penelitian dapat diuraikan pada tabel berikut:

Tabel Operasional Variabel

Variabel	Definisi Konseptual	Indikator
Variasi Produk (X)	Variasi produk merupakan suatu hal yang khusus dalam suatu merek atau lini produk yang dapat dibedakan berdasarkan ukuran, harga, penampilan atau atribut lainnya (Fandy Tjiptono, 2008:97)	1. Ukuran 2. Harga 3. Tampilan 4. Ketersediaan Produk
Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian adalah tahap proses keputusan di mana konsumen secara aktual melakukan pembelian produk (Kotler dan Armstrong 2009:227)	1. Pilihan Produk 2. Pilihan Merek 3. Pilihan Penyalur 4. Jumlah Pembelian 5. Waktu Pembelian 6. Metode Pembayaran

Sumber : FandyTjiptono(2008:97), Kotler dan Armstrong (2009:227)

Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan/konsumen

Sambal Indofood di Supermarket Sarikat Jaya Gresik yang berjumlah 1800 konsumen/pelanggan. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 94 responden yaitu pengunjung yang membeli Sambal Indofood di Supermarket Sarikat Jaya Gresik.

Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *Probability Sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Teknik ini ditunjang pula dengan menggunakan metode *accidental sampling*. *Accidental sampling* adalah pemilihan sampel dari siapa saja yang kebetulan ada atau dijumpai (Silalahi, 2011:272). Untuk menentukan jumlah sampel yang akan diambil, maka digunakan rumus Slovin. Diketahui jumlah populasi pengunjung Supermarket Sarikat Jaya Gresik adalah sebesar 1800 orang, maka jumlah sampel dapat dihitung sebagai berikut :

$$\begin{aligned}
 n &= \frac{N}{1+Ne^2} \\
 &= \frac{1800}{1+1800(0,1)^2} \\
 &= \frac{1800}{19} = 94
 \end{aligned}$$

Jadi sampel yang diambil sebesar 94 responden.

Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini yakni dengan menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer dalam penelitian ini didapat dari jawaban responden melalui kuesioner, wawancara dan observasi.

Sumber data sekunder didapat dari studi pustaka, yakni teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan membaca literatur-literatur dan buku-buku yang berkaitan dengan masalah yang dibahas.

Metode Analisis Data

Dalam penelitian ini peneliti ingin mengetahui antara variasi produk (X) terhadap keputusan pembelian (Y) di Supermarket Sarikat Jaya Gresik. Analisis yang digunakan adalah metode *eksplanatif kuantitatif* dimana peneliti tidak terlalu menitikberatkan pada kehandalan data, yang penting dapat menekan data sebanyak-banyaknya dari populasi yang luas.

Uji Validitas dan Reliabilitas

Sebelum instrumen penelitian digunakan untuk mengumpulkan data perlu dilakukan pengujian validitas. Pengujian validitas dalam penelitian ini menggunakan analisis item, yaitu dengan mengkorelasikan skor item dengan skor total yang merupakan jumlah skor item. Teknik korelasi yang digunakan adalah teknik korelasi *product moment*. Skor korelasi dari item ke total akan menunjukkan tingkat sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur penelitian ini dalam melakukan fungsi ukurnya, jika signifikansinya lebih kecil atau sama dengan 3 persen ($r = 0,3$) maka indikator pertanyaan tersebut valid. Sedangkan pengukuran dalam penelitian reliabilitas ini akan dibantu dengan SPSS versi 18.00 *for windows* untuk menguji statistik *Cronbach Alpha* (α). Hasil dari uji statistik *Cronbach Alpha* (α) akan menentukan instrumen yang digunakan dalam penelitian reliabel digunakan atau tidak. Suatu kuesioner dinyatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* (α) > 0,60.

Teknik Analisis Regresi Sederhana

Analisis data menggunakan metode regresi sederhana adalah sebuah alat uji yang digunakan untuk menyelesaikan persoalan matematis dengan menggunakan variabel bebas. Persamaan regresi linier sederhana yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Rumus:

$$Y = a + bX$$

Keterangan :

Y = Variabel Terikat (Variasi Produk)

a = Konstanta

b = Peningkatan atau penurunan variabel dependen yang didasarkan pada perubahan variabel independen

X = Variabel Bebas (Keputusan Pembelian)

Interval

Interval memiliki karakteristik nominal (klasifikasi) dan ordinal (urutan), dan ada *equal intervals* atau menggambarkan *equal spacing between members*. Ukuran interval memiliki sifat nominal dan ordinal, ditambah ukuran dapat menetapkan jumlah jarak antara kategori (Silalahi, 2012:223). Untuk mengkategorikan variabel kedalaman dua kategori maka dapat diketahui terlebih dahulu, baik variabel Y = 12 pertanyaan, sedangkan variabel X = 12 pertanyaan yang masing-masing memiliki empat alternatif pilihan jawaban kode sebagai berikut :

1. STS = Sangat Tidak Setuju = skor 1
2. TS = Tidak Setuju = skor 2
3. S = Setuju = skor 3
4. SS = Sangat Setuju = skor 4

Kemudian untuk menentukan kategori interval sebagai berikut:

1. Membuat Range

$$\text{Range} = \text{nilai maksimal} - \text{nilai minimal}$$

$$= 4 - 1 = 3$$
2. Interval =
$$\frac{\text{Range}}{\text{Kategori yang diinginkan}}$$

$$= \frac{3}{2} = 1,5$$

Dengan demikian penerapan nilai maksimal seluruh pertanyaan adalah 4 dan minimal seluruh pertanyaan adalah 1, maka kategori dapat dilihat jika:

1. Skor responden sebanyak 1-2,5 menunjukkan bahwa jawaban responden berada pada kategori buruk/negatif.
2. Skor responden sebanyak 2,6-4 menunjukkan bahwa jawaban berada kategori baik/positif.

Uji Hipotesis

Dalam hipotesis penelitian ini menggunakan hipotesis alternatif, yakni hipotesis yang menjawab pertanyaan peneliti dan lebih menekankan pada korelasi atau perbedaan kelompok yang dinyatakan dalam bentuk adanya hubungan yang signifikan antara variasi produk dengan keputusan pembelian. Hipotesis dalam penelitian ini adalah terdapat perbedaan antara variasi produk (X) dan keputusan pembelian (Y) dapat berupa H_a atau H_1 .

Uji-t

Untuk mengetahui pengaruh variasi produk terhadap keputusan pembelian Sambal Indofood di Supermarket Sarikat Jaya Gresik dapat menggunakan uji-t, dengan rumus korelasi *person product moment* (Sugiyono, 2011:182) sebagai berikut:

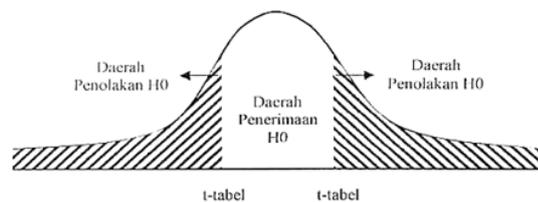
Rumus:

$$t = r \frac{\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan :

- t : Nilai Uji-t
 r : Nilai Korelasi
 n : Besarnya Sampel

Dari rumus diatas, nilai t_{hitung} dibandingkan dengan t_{tabel} (data dari tabel statistik) untuk tingkat kesalahan (α) sebesar 5% dan tingkat kebebasan (dk)- $n-2$, dengan perbandingan tersebut maka kita dapat mengetahui apakah hipotesa peneliti diterima atau tidak.



Sumber : Sugiyono, (2011:182)

Gambar
Distribusi Penerimaan atau Penolakan Hipotesis Uji-t

1. Jika nilai statistik uji, jatuh pada daerah penolakan dimana $t_{hitung} > t_{tabel}$ artinya signifikan, maka H_0 di tolak dan H_1 diterima.
2. Jika uji statistik jatuh pada daerah penerimaan atau diluar daerah penolakan dimana $t_{hitung} < t_{tabel}$ artinya tidak signifikan maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Responden

Responden pada penelitian ini sebanyak 94 orang, yaitu pemilihan sampel dari siapa saja yang kebetulan ada atau dijumpai. Jumlah sampel yang didapat berdasarkan rumus Slovin. Data populasi diperoleh dari bagian pengunjung Supermarket Sarikat Jaya Gresik yang diberi nomor 1 sampai

dengan 94 orang. Setiap responden diberi kuesioner untuk memberikan jawaban atas pertanyaan yang telah disediakan. Analisis deskriptif responden dalam penelitian ini akan mendeskripsikan data karakteristik responden berdasarkan usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan, pekerjaan, daerah tempat tinggal, status tempat tinggal, daerah tempat bekerja, dan alasan membeli Sambal Indofood. Pengungkapan analisis deskriptif responden dalam bentuk data persentase.

1. Karakteristik responden berdasarkan usia

Karakteristik responden berdasarkan usia didapat bahwa responden yang melakukan pembelian Sambal Indofood di Supermarket Sarikat Jaya Gresik sebagian besar pada kisaran usia antara 30-34 tahun yaitu sebanyak 39 orang atau 41,5%, pada kisaran usia antara 35-44 tahun sebanyak 28 orang atau 29,8%, pada kisaran usia antara 25-29 tahun sebanyak 12 orang atau 12,8%, pada kisaran usia antara 45-54 tahun sebanyak 8 orang atau 8,5%, sedangkan untuk responden terkecil kisaran usia antara 17-24 tahun yaitu sebanyak 7 orang atau 7,4%. Hal ini mengidentifikasi bahwa Sambal Indofood di sukai oleh para orang dewasa, karena sambal mempunyai ciri khas yang pedas, oleh karena itu kebanyakan menjadi menu favorit bagi kalangan orang dewasa.

2. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin didapat bahwa mayoritas responden berjenis kelamin perempuan yaitu sejumlah 58 orang atau 61,7%, dan sisanya responden berjenis kelamin laki-laki sejumlah 36 orang atau 38,3%. Hal ini mengidentifikasi bahwa Sambal Indofood di sukai oleh para

perempuan, karena bagi kebanyakan perempuan sangat menyukai rasa pedas.

3. Karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan

Karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan didapat bahwa dari 94 responden sebagian besar tingkat pendidikan responden adalah S-1 yaitu sebanyak 51 orang atau 54,3%, responden yang berpendidikan SLTA sebanyak 27 orang atau 28,7%, sedangkan responden yang berpendidikan Akademi sebanyak 10 orang atau 10,6%, dan responden terkecil dengan tingkat pendidikan S-2 yaitu sebanyak 6 orang atau 6,4%.

4. Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan

Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan didapat bahwa dari 94 responden sebagian besar bekerja sebagai karyawan swasta yaitu sebanyak 28 orang atau 29,8%, responden yang bekerja sebagai ibu rumah tangga sebanyak 26 orang atau 27,7%, responden yang bekerja sebagai pegawai negeri sipil sebanyak 10 orang atau 10,6%, dan responden terkecil pekerjaannya sebagai wirausaha yaitu sebanyak 5 orang atau 5,3%. Hal ini mengidentifikasi bahwa Sambal Indofood di sukai oleh para orang-orang yang berkarir, atau karyawan swasta.

5. Karakteristik responden berdasarkan pendapatan

Karakteristik responden berdasarkan pendapatan didapat bahwa dari 94 responden sebagian besar pendapatan responden sebesar 2 juta – 2,5 juta rupiah yaitu sejumlah 31 orang atau 33,0%, responden berpendapatan > Rp 2,5 juta sebesar 28 orang atau 29,8%, responden yang berpendapatan Rp

- 1,5 juta – 2 juta sebanyak 13 orang atau 13,8%, dan responden terkecil pendapatannya sebesar Rp 500 ribu – 1 juta rupiah sejumlah 4 orang atau 4,3%.
6. Karakteristik responden berdasarkan tempat tinggal
Karakteristik responden berdasarkan tempat tinggal didapat bahwa seluruh responden atau 100% bertempat tinggal di wilayah Gresik. Karena mayoritas konsumen yang mengisi kuesioner adalah warga Gresik.
7. Karakteristik responden berdasarkan status tempat tinggal
Karakteristik responden berdasarkan status tempat tinggal didapat bahwa mayoritas responden bertempat tinggal di rumah sendiri yaitu sebanyak 55 orang atau 58,5%, responden bertempat tinggal di rumah orang tua sebanyak 20 orang atau 21,35 dan sebagian kecil responden sewa/kontrak/kos sebagai tempat tinggal yaitu sebanyak 19 orang atau 20,2%. Hal ini mengidentifikasi bahwa Sambal Indofood di sukai oleh para orang-orang yang mempunyai rumah sendiri, akan tetapi tidak sempat untuk membuat sambal sendiri.
8. Karakteristik responden berdasarkan daerah tempat bekerja
Karakteristik responden berdasarkan daerah tempat bekerja didapat bahwa mayoritas responden bekerja di daerah Gresik yaitu sebanyak 78 orang atau 83,0%, responden yang bekerja di daerah Surabaya sebanyak 13 orang atau 13,8% dan responden terkecil bekerja di daerah Sidoarjo yaitu sejumlah 3 orang atau 3,2%. Hal ini mengidentifikasi bahwa Sambal Indofood di sukai oleh para konsumen yang bekerja di area Gresik, dikarenakan karena mayoritas masyarakat Gresik adalah pekerja.

9. Karakteristik responden berdasarkan alasan membeli Sambal Indofood
Karakteristik responden berdasarkan alasan membeli Sambal Indofood didapat bahwa dari 94 responden sebagian besar alasan responden membeli Sambal Indofood karena rasanya enak yaitu sebanyak 38 orang atau 40,4%, dan sebagian kecil responden membeli Sambal Indofood karena harga terjangkau dan mempunyai banyak variasi yaitu sebanyak 28 orang atau 29,8%. Hal ini mengidentifikasi bahwa Sambal Indofood di sukai karena mempunyai rasa yang enak, hal inilah yang berpengaruh konsumen memilih Sambal Indofood.

Deskripsi Variabel Penelitian Berdasarkan Karakteristik Responden

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner, jumlah pernyataan berupa 12 butir pernyataan untuk variabel X dan variabel Y, jumlah seluruh pernyataan adalah 24 butir. Berikut ditampilkan hasil olahan data primer yang merupakan deskriptif penelitian berdasarkan pernyataan yang telah diberikan:

1. Variabel Variasi Produk
- Deskripsi jawaban responden berdasarkan indikator ukuran bisa diketahui bahwa penilaian responden terhadap indikator ukuran adalah sebesar 3,67, dengan rata-rata tersebut, maka responden setuju dengan pernyataan di atas, dengan pengertian Sambal Indofood memenuhi kebutuhan konsumen terutama pada ukuran dan kemasan, selain itu konsumen lebih menyukai ukuran yang bervariasi.
 - Deskripsi jawaban responden berdasarkan indikator harga bahwa

pernyataan yang diberikan kepada responden ditanggapi dengan baik dan hal ini menunjukkan bahwa responden menganggap harga Sambal Indofood terjangkau dan memberikan kualitas yang terjamin, serta konsumen lebih mementingkan manfaat yang dirasakan. Hal ini bisa dilihat rata-rata indikator harga sebesar 3,49.

- c. Deskripsi jawaban responden berdasarkan indikator tampilan bahwa responden menilai tampilan Sambal Indofood menarik, mempunyai banyak warna, dan bervariasi. Hal ini ditunjukkan dengan penilaian responden terhadap indikator tampilan sebesar 3,4.
 - d. Deskripsi jawaban responden berdasarkan indikator ketersediaan bahwa bisa dikatakan responden setuju dengan pernyataan-pernyataan di atas terkait ketersediaan Sambal Indofood. Mayoritas responden menyatakan bahwa ketersediaan Sambal Indofood terutama di Sarikat Jaya Gresik lengkap dan tersedia berbagai variasi sesuai kebutuhan, untuk rata-rata nilai pada indikator ketersediaan menunjukkan angka 3,50.
2. Variabel Keputusan Pembelian
- a. Deskripsi jawaban responden berdasarkan indikator pemilihan produk bahwa responden memilih Sambal Indofood karena banyak pilihan produk baik dari harga, ukuran maupun kemasan, dan mayoritas responden dengan nilai rata-rata sebesar 3,49.
 - b. Deskripsi jawaban responden berdasarkan indikator pemilihan merek bahwa responden menyatakan bahwa Sambal Indofood merupakan merek Sambal yang sudah dipercaya dan terkenal. Hal ini ditunjukkan dengan nilai rata-rata sebesar 3,28.
 - c. Deskripsi jawaban responden berdasarkan indikator pemilihan penyalur bahwa hasil nilai rata-rata indikator pemilihan penyalur adalah 3,43. Mayoritas responden memilih Sambal Indofood karena memiliki penyaluran yang baik sehingga distribusi produk tidak pernah telat.
 - d. Deskripsi jawaban responden berdasarkan indikator jumlah pembelian bahwa mereka membeli Sambal Indofood sesuai dengan jumlah kebutuhan dan keinginan, untuk rata-rata nilai pada indikator jumlah pembelian menunjukkan angka 3,42.
 - e. Deskripsi jawaban responden berdasarkan indikator waktu pembelian bahwa hasil nilai rata-rata indikator waktu pembelian adalah 3,19. Mayoritas responden membeli Sambal Indofood karena kebutuhan dan berdasarkan pengalaman yang membuat responden akan membeli ulang.
 - f. Deskripsi jawaban responden berdasarkan indikator metode pembayaran bahwa responden dalam melakukan pembelian Sambal Indofood di Sarikat Jaya Gresik disamping menggunakan uang tunai ada juga yang memakai kartu kredit karena Sarikat Jaya melayani transaksi dengan kartu kredit. Hal ini dinyatakan dengan rata-rata nilai indikator 3,15.
3. Deskripsi Variabel
- Berdasarkan tabel di bawah hasil analisis deskriptif variabel variasi produk diperoleh nilai minimum

2,50, nilai maksimum 4,00, mean 3,5331, dan standar deviasi 0,31146. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden memberikan penilaian pada variabel variasi produk dikatakan setuju karena nilai rata-rata 3,5331. Sedangkan hasil analisis deskriptif variabel keputusan pembelian diperoleh nilai minimum 2,33, nilai maksimum 4,00, mean 3,3246, dan standar deviasi 0,36940. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden memberikan penilaian pada variabel keputusan pembelian dikatakan setuju karena nilai rata-rata 3,3246.

Tabel Deskripsi Variabel

Descriptive Statistics					
	N	Min	Max	Mean	Std. Deviation
Variasi Produk	94	2.50	4.00	3.5331	.31146
Keputusan Pembelian	94	2.33	4.00	3.3246	.36940
Valid N (listwise)	94				

Penguji Hipotesis

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

Adapun hasil SPSS versi 18.00 *for windows* untuk uji validitas terhadap instrumen data kuesioner diketahui bahwa nilai setiap item pertanyaan pada variabel variasi produk dan keputusan pembelian pada kolom koefisien korelasi ($r_{hitung} > \text{nilai } r_{kritis} (0,3)$), sehingga setiap item dinyatakan valid serta semua butir pertanyaan tersebut dapat digunakan dan dapat dipercaya. Sedangkan pada uji reabilitas berdasarkan hasil dari uji statistik reliabilitas dengan menggunakan program SPSS *versi 18.00 for windows* terhadap variabel-variabel penelitian yang digunakan, hasilnya dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
Variasi produk	0,758	Reliabel
Keputusan pembelian	0,802	Reliabel

Keterangan dari tabel di atas adalah sebagai berikut:

- Variabel variasi produk (X) dengan nilai *cronbach alpha* 0,758 lebih besar dari 0,60. Jadi variabel variasi produk terbukti reliabel.
- Variabel keputusan pembelian (Y) dengan nilai *cronbach alpha* 0,802 lebih besar dari 0,60. Jadi variabel keputusan pembelian terbukti reliabel.

2. Analisis Regresi Linier Sederhana

Berdasarkan hasil pengolahan data melalui program SPSS *version 18.00 for windows*, dengan menggunakan program analisis regresi sederhana, maka didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana

Coefficientsa						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.995	.365		2.729	.000
	Variasi Produk	.659	.103	.556	6.416	.000

Dari tabel di atas, maka dapat dibuat persamaan regresi linier sederhana sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

$$Y = 0,995 + 0,659X$$

Berdasarkan persamaan regresi di atas dapat dijelaskan bahwa:

- a. Konstanta (a) sebesar 0,995 menyatakan jika variasi produk (X) sama dengan nol maka keputusan pembelian (Y) sebesar 0,995.
- b. Nilai koefisien regresi (b) variabel variasi produk (X) adalah sebesar 0,659 artinya, jika variasi produk (X) berubah satu satuan maka variabel keputusan pembelian (Y) akan berubah 0,659 satuan. Tanda positif pada nilai koefisien regresi melambangkan hubungan yang searah antara X dan Y, artinya peningkatan variabel variasi produk akan menyebabkan kenaikan pada variabel keputusan pembelian.

3. Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi

Untuk mengetahui besarnya pengaruh antara variabel independent terhadap variabel dependent, maka digunakan analisis koefisien korelasi, sedangkan koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat.

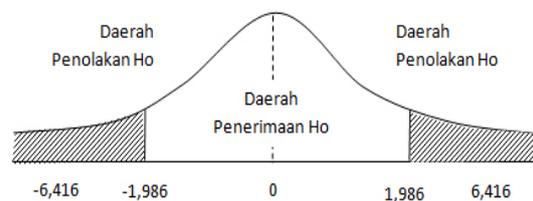
**Tabel
Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.556 ^a	.309	.302	.30870

- a. R sebesar 0,556, artinya kuatnya hubungan antara variabel bebas variasi produk terhadap variabel keputusan pembelian yaitu sebesar 55,6% sehingga dapat dikatakan hubungan variabel X terhadap Y adalah kuat.
- b. nilai *R Square* yang diperoleh adalah sebesar 0,309 atau 30,9%. Angka tersebut memberikan arti bahwa perubahan keputusan pembelian dipengaruhi oleh variasi produk sebesar 30,9%, sedangkan sisanya sebesar 69,1% dipengaruhi faktor lain di luar pembahasan ini.

4. Uji-t (Parsial)

Dari hasil perhitungan regresi dengan menggunakan program SPSS versi 18.00 *for windows*, diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 6,416 dengan tingkat *p value* sebesar 0,000. Dengan menggunakan batas signifikansi $\alpha = 0,05$ didapat t_{tabel} sebesar 1,986. Dari hasil tersebut maka $t_{hitung} > t_{tabel}$ yang artinya H_0 ditolak dan H_1 diterima. Berarti variabel variasi produk mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan dalam menentukan keputusan pembelian Sambal Indofood pada konsumen di Supermarket Sarikat Jaya Gresik.



Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan Ho Uji-t (Variasi Produk)

Pembahasan

Berdasarkan penelitian dan analisis yang peneliti lakukan dengan menggunakan alat bantu SPSS versi 18.000 *for windows*, maka peneliti dapat menyimpulkan hasil dari penelitian ini, sebagai berikut:

1. Hasil dari analisis deskripsi responden yang melakukan pembelian Sambal Indofood di Supermarket Sarikat Jaya Gresik adalah oleh orang dewasa yang berusia antara 30-40 tahun yaitu sebanyak 12 orang atau 12,8%, berjenis kelamin perempuan sebanyak 58 orang atau 61,7%, dan berpendidikan S-1 sebesar 51 orang atau 54,3%, yang sebagian besar berkerja sebagai karyawan swasta 28 orang atau 29,8%, berpenghasilan Rp 2.000.000,- sampai Rp 2.500.000,- perbulan sebanyak 31 orang atau

33,0% dan bertempat tinggal di rumah sendiri, serta berdomisili di kota Gresik, responden juga menyatakan bahwa alasan membeli Sambal Indofood karena mempunyai rasa yang enak sebesar 38 orang atau 40,4%. Sedangkan dalam indikator responden menyatakan bahwa ukuran Sambal Indofood lebih bervariasi sebanyak 3,74%, serta mempunyai harga yang sesuai dengan manfaat yang didapat sebesar 3,53%, dan mempunyai tampilan yang menarik sebesar 3,54% dan ketersediaan selalu lengkap sebesar 3,58%. Responden juga menyatakan bahwa memutuskan pembelian Sambal Indofood karena konsumen ketertarikan yang dilihat dari ukuran, harga, kemasan dan ketersediaan yang dimiliki oleh Sambal indofood sebesar 3,55%, serta responden terpercaya dengan Sambal Indofood karena mempunyai merek yang terkenal sebesar 3,29%, mempunyai penyaluran distribusi yang baik sebesar 3,41%, responden juga membeli Sambal Indofood yang sesuai dengan jumlah keinginan sebesar 3,52% dan metode pembayaran yang modern sebesar 3,24%. Selain itu, variabel variasi produk merupakan variabel yang berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian Sambal Indofood di Supermarket Sarikat Jaya Gresik, hal ini diketahui dari analisis deskriptif variabel variasi produk diperoleh nilai minimum 2,50, nilai maksimum 4,00, mean 3,5331, dan standar deviasi 0,3114 dengan rata-rata 3,5331. Sedangkan, untuk variabel keputusan pembelian diperoleh nilai minimum sebesar 2,33, nilai maksimum sebesar 4,00, mean sebesar 3,3246, dan standar deviasi sebesar 0,36940. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden memberikan pengaruh yang positif.

2. Selain itu, hasil analisis dari pengujian hipotesis secara parsial dengan menggunakan uji-t yang disajikan pada gambar 4.2 dapat diketahui bahwa nilai t_{hitung} lebih besar dari nilai t_{tabel} ($6,416 > 1,986$), dan nilai signifikan hitung ($sig.$) = 0,000 lebih kecil dari $\alpha = 0,05$. Hal ini bermakna keberadaan variasi produk memang secara signifikan mempengaruhi keputusan membeli responden terhadap produk Sambal Indofood. Dalam kondisi ini juga menunjukkan bahwa responden secara umum menginginkan berbagai macam variasi produk yang diproduksi oleh perusahaan Sambal Indofood. Selain itu, hal ini juga didukung oleh keputusan pembelian responden yang juga sebagai konsumen Supermarket Sarikat Jaya Gresik dalam mengkonsumsi makanan pelengkap yaitu Sambal Indofood di Supermarket Sarikat Jaya Gresik benar (terbukti).

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan uraian sebelumnya, maka peneliti dapat menarik beberapa kesimpulan sebagai pembuktian dari hipotesis yang diajukan yaitu sebagai berikut:

1. Sesuai dengan hasil analisis dari pengujian hipotesis secara parsial dengan menggunakan uji-t yang disajikan pada gambar dapat diketahui bahwa nilai t_{hitung} lebih besar dari nilai t_{tabel} , dan nilai signifikan lebih kecil dari α . Maka dalam hal ini keberadaan variasi produk memang secara signifikan mempengaruhi keputusan pembelian produk Sambal Indofood. Dalam kondisi ini juga menunjukkan bahwa responden secara umum menginginkan berbagai macam variasi produk yang diproduksi oleh perusahaan Sambal Indofood.

2. Variabel variasi produk merupakan variabel yang berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian Sambal Indofood di Supermarket Sarikat Jaya Gresik. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden memberikan pengaruh yang positif serta memberikan gambaran bahwa responden menyatakan ketersediaan Sambal Indofood di Supermarket Sarikat Jaya Gresik lengkap dan tersedia berbagai variasi yang sesuai dengan kebutuhan konsumen.

Saran

Berdasarkan kesimpulan yang ada, maka disarankan kepada Supermarket Sarikat Jaya Gresik bahwa:

1. Lebih diperhatikan keseluruhan dari indikator-indikator variasi produk tersebut, karena terbukti bahwa variasi produk mempengaruhi keputusan pembelian, terutama dalam pembelian Sambal Indofood. Pihak Supermarket Sarikat Jaya Gresik juga harus lebih memperhatikan produk Sambal Indofood terutama dalam hal ketersediaan produk yang bervariasi agar para konsumen merasa puas saat berbelanja untuk memenuhi kebutuhan makanan pelengkap.
2. Menetapkan harga yang sesuai dengan spesifikasi dan kualitas produk Sambal indofood yang bermanfaat untuk mengantisipasi persaingan baik dengan sesama Supermarket atau toko klontong lain, yang ada di sekitar lingkungan Supermarket Sarikat Jaya Gresik.

DAFTAR PUSTAKA

Adlina Hafiza. 2014. *Pengaruh Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Snugstore Medan*. Skripsi.

Asri Arafani Erika. 2012. *Pengaruh Difrensiasi Produk Teh Botol Sosro Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Swalayan Diamond Medan*. Skripsi Fakultas Ekonomi. Universitas Sumatra Utara, Medan.

Assauri, Sofjan. 2007. *Manajemen Pemasaran*. PT. Rajawali Pers: Jakarta.

Buchari, Alma. 2005. *Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa*. CV. Alfabeta: Bandung.

Buchari, Alma. 2007. *Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa*. CV. Alfabeta: Bandung.

Buku Pedoman Penulisan Skripsi, Program Studi Manajemen dan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Gresik 2016

Ferdinand, Augusty. 2006. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi Ilmu Manajemen*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang

Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang

<https://www.serbasambal.co.id/sejarah-sambal>.

Isqo, Hayatun. 2015. *Pengaruh Variasi Produk Terhadap Keputusan Volume Penjualan Merek AKO Pada Matahari Departemen Store Lembuswana di Samarinda*.

Jasniko, Wido. 2013. *Pengaruh Atmosfer Toko dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Swalyan Citra Bandar Buat Padang*.

Kotler, Philip, and Keller, K, 2009. *Marketing Management*, Thiereenth

- Edition. Jilid 1, Penerbit Erlangga: Jakarta.
- Kotler, Philip; Armstrong, Garry. 2006. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid 1, Erlangga: Jakarta.
- Kotler, Philip; Armstrong, Garry. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid 1, Erlangga: Jakarta.
- Nuryanti Lena B; Rahman Yunia Anisa. 2008. *Pengaruh Variasi dan Kemasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Teh Kotak Ultrajaya*. Jurnal Strategic. Vol 7. Nomor 14.
- Silalahi, Ulber. 2012. *Metode Penelitian Sosial*. Cetakan Ketiga. PT. Refika Aditama: Bandung.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian*. Cetakan Kesebelas. CV. Alfabeta: Bandung.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian*. Cetakan Kesebelas. CV. Alfabeta: Bandung.
- Suharsimi, Arikunto. 2006. *Prosedur Penelitian*. Rineka Cipta: Jakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Edisi Ketiga, Andi Offset: Yogyakarta
- Widiyanto, Joko. 2012. *SPSS For Windows*. Badan Penerbit: FKIP UMS.