



Pengaruh Kualitas Produk dan Variasi Produk terhadap Keputusan Pembelian Rumah Makan Bakso Margana Cabang Jalan Peta No 91 di Masa Pandemi Covid-19

Ayu Anzila Febriani¹, Nuslih Jamiat²

^{1,2}Universitas Telkom Bandung, Indonesia

E-mail: ayuanzila@student.telkomuniversity.ac.id, anuslihamiat@telkomuniversity.ac.id

Article Info	Abstract
Article History Received: 2023-03-27 Revised: 2023-05-22 Published: 2023-06-10 Keywords: <i>Product Quality;</i> <i>Product Variation;</i> <i>Buying Decision.</i>	The Bakso Margana Restaurant branch at Jalan Peta No. 91 is one of the MSMEs in the city of Bandung. In selling the Bakso Margana Restaurant at Jalan Peta No. 91, there were problems with purchasing decisions that were not appropriate, so the sales were low. Based on the results of the respondents in the initial pre-survey, the purchase decision was influenced by product quality and product variety. The purpose of this study was to find out how much influence product quality and product variety have on purchasing decisions at Bakso Margana Restaurant Jalan Peta No. 91. The method used in this study is a quantitative method with a descriptive research type. The population used in this study is consumers who have purchased products from the Bakso Margana Restaurant, Jalan Peta No. 91 branch, aged 29-38 years with a sample size of 100 respondents. Sampling used in this study, namely, purposive sampling method. Based on the results of the study using descriptive analysis with the help of SPSS for windows software, it shows that the variable Product Quality and Product Variation are included in the fairly good category with a significant simultaneous and partial influence on the Product Purchasing Decision of the Bakso Margana Restaurant, Jalan Peta No. 91.

Artikel Info	Abstrak
Sejarah Artikel Diterima: 2023-03-27 Direvisi: 2023-05-22 Dipublikasi: 2023-06-10 Kata kunci: <i>Kualitas Produk;</i> <i>Variasi Produk;</i> <i>Keputusan Pembelian.</i>	Rumah Makan Bakso Margana cabang Jalan Peta No 91 merupakan salah satu UMKM yang berada di Kota Bandung. Dalam penjualan Rumah Makan Bakso Margana cabang Jalan Peta No 91, terdapat permasalahan pada keputusan pembelian yang tidak sesuai, sehingga penjualannya pun rendah. Berdasarkan hasil responden pada pra survey di awal, keputusan pembelian tersebut dipengaruhi oleh kualitas produk dan variasi produk. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk dan variasi produk terhadap keputusan pembelian pada Rumah Makan Bakso Margana cabang Jalan Peta No 91. Metode yang digunakan pada penelitian ini yaitu, metode kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Populasi yang dipakai pada penelitian ini yaitu, konsumen yang pernah membeli produk Rumah Makan Bakso Margana cabang Jalan Peta No 91 yang berusia 29-38 tahun dengan jumlah sampel 100 responden. Pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini yaitu, metode <i>purposive sampling</i> . Berdasarkan hasil penelitian menggunakan analisis deskriptif dengan bantuan <i>software SPSS for windows</i> menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk dan Variasi Produk termasuk dalam kategori cukup baik dengan pengaruh signifikan secara simultan dan parsial terhadap Keputusan Pembelian produk Rumah Makan Bakso Margana cabang Jalan Peta No 91.

I. PENDAHULUAN

Akhir tahun 2019 tepatnya pada bulan desember, dunia dihebohkan dengan terjadinya kejadian yang membuat banyak masyarakat resah yaitu munculnya virus Covid-19. Wabah ini telah ditetapkan sebagai darurat kesehatan global, bahkan virus Covid-19 ini membuat semua kegiatan sehari-hari masyarakat terhambat. Indonesia merupakan salah satu negara yang terkena dampak pandemi Covid-19. Menurut Purwanto (2020), dampak pandemi Covid-19 tidak hanya berdampak pada sektor manufaktur, tetapi juga terhadap sektor ekonomi global dikarenakan kasus yang terkonfirmasi terus meningkat.

Menurut (Badan Pusat Statistik, 2020), pada triwulan I-2020 perekonomian di Indonesia mengalami penyusutan dibandingkan dengan triwulan sebelumnya mengalami kontraksi sebesar 2,97% dibandingkan capaian triwulan pertama tahun 2019 yang sebesar 5.07%. Data pada triwulan kedua juga mengalami penurunan dengan menunjukkan kontraksi tajam sebesar -5,32%, data pada triwulan kedua ini merupakan data terburuk dibandingkan tahun 1998 pada krisis ekonomi di Indonesia. Data pada triwulan ketiga mengalami kontraksi pertumbuhan sebesar 3,49 %, sedangkan pada triwulan keempat menunjukkan penurunan pertumbuhan sebesar 2,19%. Dampak dari penurunan persentase

perekonomian di Indonesia, salah satunya adalah meningkatnya angka pengangguran dan juga penduduk miskin yang disebabkan karena PHK selama masa pandemi Covid-19.

Menurut Uskara (2019), menyebutkan bahwa pandemi Covid-19 berimplikasi juga terhadap ancaman krisis ekonomi besar yang ditandai dengan terhentinya aktivitas produksi di banyak negara, penurunan tingkat konsumsi masyarakat, hilangnya kepercayaan konsumen, penurunan bursa saham. Sektor UMKM yang mampu bertahan saat permasalahan krisis ekonomi, ternyata menjadi sektor yang paling terdampak pada pandemi Covid-19 ini. Pada masa krisis ekonomi tahun 1998 lalu, UMKM menjadi satu-satunya sektor yang mampu bertahan. Bahkan pada saat krisis ekonomi 1998, UMKM berperan sebagai penyelamat ekonomi nasional ditengah banyaknya industri yang berjatuh, ekspor UMKM justru naik berlipat dengan mendapatkan keuntungan yang tinggi. Namun dengan adanya pandemi Covid-19 diseluruh negara membuat sektor manapun tidak dapat menghindari dari dampaknya. Dampak yang dirasakan oleh para pelaku usaha UMKM yaitu dari pendapatan penjualan yang menurun, kesulitan membayar pinjaman dan membayar listrik, gas dan gaji karyawan, beberapa karyawan di antaranya harus dipecah. Hambatan lain yang dialami UMKM yaitu sulitnya mendapatkan bahan baku, distribusi serta produksi terhambat dan kurangnya pengetahuan tentang cara mengembangkan usahanya.

Industri kuliner menempati urutan sebagai sektor wirausaha (kebutuhan primer) yang paling diminati. Makanan dan minuman merupakan kebutuhan sehari-hari bagi setiap orang. Untuk mengembangkan bisnis ini, membutuhkan kemampuan dan keterampilan untuk mengolah makanan dan minuman sekreatif mungkin agar menonjol dari persaingan sesama bisnis dan menawarkan nilai di mata pelanggan. Sehingga pelanggan memiliki motivasi untuk dapat memilih dalam membeli. Salah satu penghasil kuliner di Indonesia adalah Kota Bandung, kota yang berada di provinsi Jawa Barat. Bandung merupakan contoh salah satu kota yang terdampak dari pandemi Covid-19. Dampak yang dirasakan masyarakat kota Bandung yaitu kehilangan pekerjaan yang membuat mereka beralih profesi menjadi pelaku usaha UMKM. Sektor industri dan sektor kuliner juga mengalami permasalahan utama yaitu penurunan omset yang terbilang sangat drastis dibandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya.

Tabel 1. Data Hasil Penjualan

No	Tahun	Hari	Hasil Pendapatan
1	2018	365	1.277.500.000
2	2019	365	1.022.000.000
3	2020	366	915.000.000
4	2021	365	803.000.000

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2022

Dari Tabel 1 dapat diketahui bahwa Rumah Makan Bakso Margana cabang Jalan Peta No 91 mengalami fenomena penurunan pendapatan secara signifikan. Jika dilihat pendapatan Rumah Makan Bakso Margana cabang Jalan Peta No 91 mengalami fenomena penurunan dari tahun 2019 sebesar 25%, tahun 2020 sebesar 40%, tahun 2021 sebesar 59%. Hal ini menunjukkan bahwa adanya penurunan dari keputusan pembelian dari Rumah Makan Bakso Margana cabang Jalan Peta No 91 tiga tahun terakhir. Rumah Makan Bakso Margana cabang Jalan Peta No 91 juga terpaksa harus mengurangi karyawan sebanyak 3 dari 6 orang karyawan Rumah Makan Bakso Margana cabang Jalan Peta No 91, karena beban operasional yang terus berlanjut sementara perusahaan tidak memiliki pendapatan. Meskipun saat ini negara Indonesia juga telah menerapkan *new normal*, dimana masyarakat dapat beraktivitas di luar rumah dengan menerapkan protokol kesehatan. Rumah Makan Bakso Margana cabang Jalan Peta No 91 masih kesulitan untuk menaikkan kembali profitnya dibandingkan dengan usaha komersial serupa. Sejak diterapkannya *new normal* semakin banyak pesaing baru di sektor kuliner khususnya kuliner bakso di Kota Bandung yang lebih inovatif.

Berdasarkan pada uraian latar belakang, penulis melihat adanya permasalahan pada Kualitas Produk dan Variasi produk di Rumah Makan Bakso Margana cabang Jalan Peta No 91. Oleh karena itu, penulis ingin melakukan penelitian dan riset lebih lanjut. Maka dari itu, penulis bermaksud untuk melakukan penelitian dengan judul "**Pengaruh Kualitas Produk dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Makan Bakso Margana Cabang Jalan Peta Di Masa Pandemi Covid-19**"

II. METODE PENELITIAN

Menurut Sugiyono (2022:2), mengemukakan bahwa metode penelitian diartikan sebagai cara ilmiah untuk memperoleh data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Cara ilmiah yang berarti bahwa penelitian didasarkan pada ciri-ciri keilmuan, yaitu *rasional, empiris dan sistematis*. Dengan begitu penelitian ini lebih terkoordinir

dan mencapai tujuan yang ideal, objek yang dilakukan adalah Rumah Makan Bakso Margana cabang Jalan Peta No 91 dan responden dalam penelitian ini adalah pelanggan yang sudah pernah membeli produk Rumah Makan Bakso Margana cabang Jalan Peta No 91 di kota Bandung. Berdasarkan variabel-variabel yang diteliti, metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, dimana spesialis perlu melihat kebenaran subjek yang diangkat dengan hipotesis saat ini. Sedangkan untuk jenis penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif.

Menurut Sugiyono (2022:8), metode penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan filsafat positivisme yang digunakan untuk mempelajari populasi atau sampel tertentu. Teknik pengambilan sampel dilakukan secara acak, pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan instrumen penelitian, dan analisis data dilakukan secara kuantitatif, statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang ditetapkan. Sedangkan menurut Andi Ibrahim (2018:102), metode penelitian kuantitatif adalah proses menemukan informasi menggunakan data berupa angka sebagai alat untuk analisis data yang kita ketahui. Menurut Sugiyono (2022:58), menjelaskan bahwa metode deskriptif adalah metode yang menggambarkan atau menganalisis hasil penelitian, tetapi tidak digunakan untuk menarik kesimpulan yang lebih luas. Sedangkan menurut Nazir dalam (Andi Ibrahim, 2018), penelitian deskriptif adalah metode untuk meneliti status sekelompok orang, objek, suatu kondisi, sistem pemikiran atau kelas peristiwa pada saat ini. Tujuan dari penelitian deskriptif ini adalah untuk menghasilkan gambaran, laporan atau penyajian yang sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat dan hubungan dari fenomena yang diteliti.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2019:175-176), hasil penelitian dianggap valid jika terdapat kesamaan antara data yang dikumpulkan dengan apa yang sebenarnya terjadi pada subjek penelitian. Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk memperoleh data (metrik) itu valid. Efektif berarti Anda dapat menggunakan alat untuk mengukur apa yang harus Anda pelajari.

Tabel 2. Uji Validitas X1, X2 dan Y

No	Variabel	R hitung	R tabel	Ket.	
1	Kualitas Produk	X1.1	0,716	0,361	Valid
2		X1.2	0,827	0,361	Valid
3		X1.3	0,633	0,361	Valid
4		X1.4	0,463	0,361	Valid
5		X1.5	0,480	0,361	Valid
6		X1.6	0,708	0,361	Valid
7		X1.7	0,448	0,361	Valid
8		X1.8	0,773	0,361	Valid
9		X1.9	0,522	0,361	Valid
10		X1.10	0,536	0,361	Valid
11	Variasi Produk	X2.1	0,503	0,361	Valid
12		X2.2	0,468	0,361	Valid
13		X2.3	0,404	0,361	Valid
14		X2.4	0,796	0,361	Valid
15		X2.5	0,810	0,361	Valid
16		X2.6	0,865	0,361	Valid
17		X2.7	0,507	0,361	Valid
18		X2.8	0,500	0,361	Valid
19	Keputusan Pembelian	Y1	0,673	0,361	Valid
20		Y2	0,612	0,361	Valid
21		Y3	0,612	0,361	Valid
22		Y4	0,890	0,361	Valid
23		Y5	0,825	0,361	Valid
24		Y6	0,786	0,361	Valid
25		Y7	0,836	0,361	Valid
26		Y8	0,605	0,361	Valid
27		Y9	0,742	0,361	Valid
28		Y10	0,658	0,361	Valid
29		Y11	0,776	0,361	Valid
30		Y12	0,850	0,361	Valid

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2022

Berdasarkan pada tabel 3.3 hasil uji validitas kuesioner di atas, terlihat bahwa seluruh variabel yaitu variabel Kualitas Produk (X1), Variasi Produk (X2) dan Keputusan Pembelian (Y) dengan penyebaran pra kuesioner kepada 30 reponden dinyatakan seluruhnya sudah valid dengan nilai r_{hitung} lebih besar dari pada r_{tabel} ($r_{hitung} > r_{tabel}$) yaitu dengan mempunyai nilai r_{tabel} 0,361.

2. Uji Reliabilitas

Pengujian reabilitas ini untuk dapat menunjukkan tingkat reabilitas dengan menggunakan uji *Cronbach's Alpha*. Suatu instrument dinyatakan valid apabila nilai *Cronbach's Alpha* $\geq 0,6$. Berikut adalah rumus untuk menghitung reliabilitas instrumen menggunakan uji *Cronbach's Alpha*.

$$r_{11} = \left(\frac{K}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\Sigma \sigma^2 b}{\sigma^2 t} \right)$$

Keterangan:

r = Koefisien reliabilitas instrument

K = Jumlah butir

$\Sigma \sigma^2 b$ = Jumlah varian total

$\sigma^2 t$ = Varian total

Kriteria dalam pengujian reabilitas adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai $\alpha > r$ tabel maka instrumen penelitian tersebut dikatakan reliabel.
2. Jika nilai $\alpha < r$ tabel maka instrumen penelitian tersebut dikatakan tidak reliabel.

Sehingga, keandalan yang kurang dari 0,6 dianggap buruk, sedangkan keandalan dalam kisaran 0,7 bisa diterima, lalu keandalan yang lebih dari 0,8 adalah baik. Untuk melakukan uji validitas ini, peneliti menggunakan software SPSS (Statistical Package for Social Science). Berikut ini merupakan Tabel dari uji reabilitas yang dilakukan peneliti:

Tabel 3. Uji Reliabilitas X1, X2 dan Y Pada 30 Responden

No	Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
1	Kualitas Produk	0,747	Reliabel
2	Variasi Produk	0,749	Reliabel
3	Keputusan Pembelian	0,783	Reliabel

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2022

Berdasarkan dari hasil uji reliabilitas kuesioner pada tabel 3.4 terlihat bahwa seluruh variabel yaitu variabel Kualitas Produk (X1), Variasi Produk (X2) Dan Keputusan Pembelian (Y) memiliki nilai Cronbach's Alpha $\geq 0,6$ sehingga dapat disimpulkan bahwa kuesioner tersebut mempunyai reliabilitas yang dapat diterima.

B. Analisis Deskriptif

1. Analisis Deskriptif Kualitas Produk (X1)

Analisis Deskriptif merupakan analisis yang digunakan untuk dapat mengetahui gambaran persepsi dari responden terhadap variabel Kualitas produk dan Variasi produk terhadap Keputusan pembelian pada Rumah Makan Bakso Margana cabang Jalan Peta No 91. Data ini diperoleh dari responden yang telah mengisi kuesioner yang sebelumnya telah disebar, pada penelitian ini akan dijabarkan berdasarkan operasional variabel untuk menjawab permasalahan pada rumusan masalah. Berikut ini merupakan hasil pengolahan data dari jawaban responden melalui kuesioner yang telah dibagikan mengenai Kualitas Produk (X1).

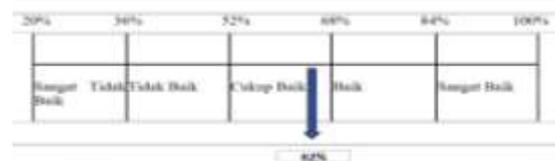
Tabel 4. Rekapitulasi pada Dimensi Variabel Kualitas Produk (X1)

No	Dimensi	Persentase Skor	Kategori
1	Kualitas Rasa	62%	Cukup Baik
2	Kuantitas atau Porsi	64%	Cukup Baik
3	Variasi Menu	58%	Cukup Baik
4	Citra rasa yang khas	64%	Cukup Baik
5	Higienitas atau Kebersihan	66%	Cukup Baik
6	Inovasi	56%	Cukup Baik
Persentase Skor Total		62%	Cukup Baik

S

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2023

Untuk dapat melihat kriteria berdasarkan dari penilaian responden maka dapat dilihat pada pada garis kontinum berikut:



Gambar 1. Garis Kontinum Variabel Kualitas Produk (X1)

(Sumber: Data Olahan Peneliti, 2023)

Pada gambar diatas, menyatakan bahwa variabel Kualitas Produk (X1) memiliki rata-rata persentase sebesar 62% yang letaknya ditunjukkan oleh tanda panah dalam garis kontinum. Angka ini diperoleh dari tanggapan responden melalui 10 pernyataan mengenai variabel Kualitas Produk, menunjukkan bahwa tanggapan responden termasuk dalam rentang 52%-68% yang berarti posisi variabel Kualitas Produk dinilai Kurang sesuai atau kurang puas.

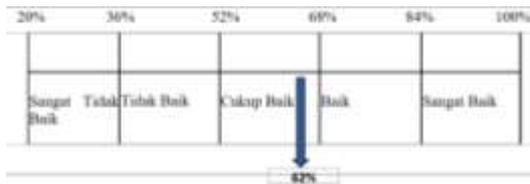
2. Analisis Deskriptif Variasi Produk (X2)

Tabel 5. Rekapitulasi pada Dimensi Variabel Variasi Produk (X2)

No	Dimensi	Persentase Skor	Kategori
1	Variasi Ukuran Produk	65%	Cukup Baik
2	Variasi Harga	63%	Cukup Baik
3	Variasi Tampilan	59%	Cukup Baik
4	Variasi Rasa	58%	Cukup Baik
5	Bahan-bahan	66%	Cukup Baik
Persentase Skor Total		62%	Cukup Baik

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2023

Untuk melihat kriteria berdasarkan penilaian responden maka dapat dilihat pada pada garis kontinum berikut:



Gambar 2. Garis Kontinum Variasi Produk (X2) (Sumber: Data Olahan Peneliti, 2023)

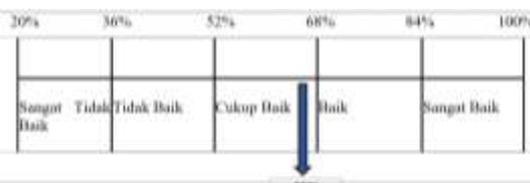
Pada gambar diatas, menyatakan bahwa variabel Variasi Produk (X2) memiliki rata-rata persentase sebesar 62% yang letaknya ditunjukkan oleh tanda panah dalam garis kontinum. Angka ini diperoleh dari tanggapan responden melalui 8 pernyataan mengenai variabel Variasi Produk, menunjukkan bahwa tanggapan responden termasuk dalam rentang 52%-68% yang juga berarti posisi variabel Kualitas Produk dinilai Kurang sesuai atau kurang puas.

Tabel 6. Rekapitulasi Pada Dimensi Variabel Keputusan Pembelian (Y)

No	Dimensi	Persentase Skor	Kategori
1	Pengenalan Masalah	60%	Cukup Baik
2	Pencarian Informasi	65%	Cukup Baik
3	Evaluasi Alternatif	66%	Cukup Baik
4	Keputusan Pembelian	62%	Cukup Baik
5	Perilaku Setelah Pembelian	63%	Cukup Baik
Persentase Skor Total		63%	Cukup Baik

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2023

Untuk melihat kriteria berdasarkan penilaian responden maka dapat dilihat pada pada garis kontinum berikut:



Gambar 3. Garis Kontinum Variabel Keputusan Pembelian (Y) (Sumber: Data Olahan Peneliti, 2023)

Pada gambar diatas, menyatakan bahwa variabel Keputusan Pembelian (Y) memiliki rata-rata persentase sebesar 63% yang letaknya ditunjukkan oleh tanda panah dalam garis kontinum. Angka ini diperoleh

dari tanggapan responden melalui 12 pernyataan mengenai variabel Keputusan Pembelian, menunjukkan bahwa tanggapan responden termasuk dalam rentang 52%-68% yang berarti posisi variabel Keputusan Pembelian dinilai Kurang sesuai ataupun kurang puas.

C. Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Penelitian ini menggunakan pengujian *Kolmogorov Smirnov* untuk menguji normalitas data yang diperoleh. Adapun hasil dari uji normalitas tersebut sebagai berikut:

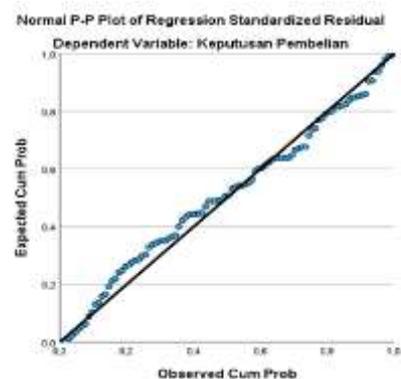
Tabel 7. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
Normal Parameters ^{a,b}		Mean
		Std. Deviation
Most Extreme Differences:		Absolute
		Positive
		Negative
Test Statistics:		
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d		
99% Confidence Interval:		Lower Bound
		Upper Bound

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.
d. This is a lower bound of the true significance.
e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS, 2023

Berdasarkan hasil dari tabel 4.10 diatas, hasil uji normalitas *One Sample Kolmogorov Smirnov Test* memperoleh nilai yang signifikan yaitu 0,283 atau lebih besar dari 0,05 ($0,283 > 0,05$). Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa nilai residual berdistribusi normal. Uji normalitas lainnya yang dapat digunakan yaitu plot grafik, dimana asumsi normalitas berupa titik-titik pada grafik mendekati garis atau sumber diagonal. Hasil dari normalitas P-P Plot sebagai berikut:



Gambar 4. Grafik P-Plot (Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS, 2023)

Jika titik-titik mengikuti dan mendekati garis diagonalnya, maka data berdistribusi normal. Jika data tidak menyebar di sepanjang garis diagonalnya, maka data tidak berdistribusi normal. Pada gambar 4.8 dapat dilihat bahwa titik-titik mengikuti dan mendekati garis diagonalnya, maka dapat disimpulkan bahwa hasil yang diperoleh berdistribusi normal.

2. Uji Multikolinearitas

Untuk mendeteksi ada atau tidaknya gejala multikolinearitas di dalam model regresi berganda ini dengan melihat nilai toleransi dan nilai *Variance Inflation Factor (VIF)*. Jika toleransi kurang dari 0,1 atau VIF lebih besar dari 10 menunjukkan multikolinearitas signifikan. Hasil pengolahan data sebagai berikut:

Tabel 8. Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients		t	Sig.	Tolerance	VIF
1 (Constant)	1.737	2.071		.668	.508		
Kualitas Produk	.388	.189	.317	3.982	<.001	.312	3.210
Variasi Produk	.895	.344	.583	6.667	<.001	.312	3.210

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS, 2023

Dari hasil perhitungan uji multikolinearitas yang ada pada tabel diatas, didapati hasil perhitungan sebagai berikut:

1. Variabel X1 menunjukkan bahwa nilai *tolerance* sebesar 0,312 yang berarti nilai toleransi berada di atas 0,1 ($0,312 \geq 0,1$) dan nilai VIF sebesar 3,210 yang artinya lebih kecil dari 10 ($3,210 \leq 10$). Sehingga variabel X1 dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas.
2. Variabel X2 menunjukkan bahwa nilai nilai *tolerance* sebesar 0,312 yang berarti nilai toleransi berada di atas 0,1 ($0,312 \geq 0,1$) dan nilai VIF sebesar 3,210 yang artinya lebih kecil dari 10 ($3,210 \leq 10$). Sehingga variabel X1 dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Penelitian ini menggunakan uji heteroskedastisitas dengan Uji Glejser. Berikut ini hasil uji dengan bantuan SPSS 29 pada Windows sebagai berikut:

Tabel 9. Hasil Uji Heteroskedastisitas

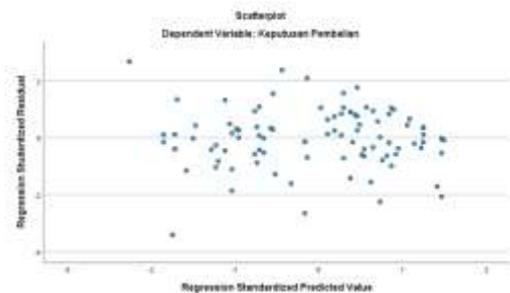
Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients		t	Sig.
1 (Constant)	4.894	1.351		3.623	<.001
Kualitas Produk	.100	.070	.252	1.423	.158
Variasi Produk	-.202	.094	-.382	-2.152	.036

a. Dependent Variable: ABS_RES

Dari hasil perhitungan uji heteroskedastisitas yang ada pada table diatas, didapati hasil perhitungan sebagai berikut:

1. Variabel Kualitas Produk (X1) menunjukkan bahwa nilai signifikansi sebesar 0,158. Dimana nilai tersebut lebih besar dari nilai standar signifikansi yaitu 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk (X1) tidak terjadi heteroskedastisitas.
2. Variabel Variasi Produk (X2) menunjukkan bahwa nilai signifikansi sebesar 0,036. Dimana nilai tersebut lebih besar dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Variasi Produk (X2) tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk melihat apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variabel dan residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model yang baik didapatkan jika tidak terdapat pola tertentu pada grafik. Dengan bantuan SPSS 29 pada Windows, didapatkan hasil pengolahan data sebagai berikut:



Gambar 5. Hasil Uji Heteroskedastisitas Scatterplot (Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS, 2023)

Berdasarkan pada gambar 5 terlihat bahwa titik-titik yang tersebar tidak terdapat pola tertentu seperti mengumpul ditengah, menyempit kemudian melebar ataupun sebaliknya yaitu melebar kemudian menyempit. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadinya heteroskedastisitas.

4. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas yaitu Kualitas Produk dan Variasi Produk terhadap variabel terikat yaitu Keputusan Pembelian yang dilakukan pada 100 responden yang pernah melakukan pembelian di Rumah Makan Bakso Margana cabang Jalan Peta No 91. Bentuk persamaan

regresi linear berganda dinyatakan dalam persamaan matematika, sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan:

- Y = Keputusan Pembelian
- X1 = Perspektif Manfaat,
- X2 = Perspektif Kemudahan
- a = koefisien konstanta
- b = koefisien regresi

Dengan menggunakan bantuan SPSS 29 pada *Windows*, didapat hasil perhitungan regresi linear berganda sebagai berikut:

Tabel 10. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
		B	Std. Error	Beta	Sig.
1	(Constant)	1,797	2,071		,388
	Kualitas Produk	,386	,108	,317	,001
	Variasi Produk	,605	,144	,593	,001

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS, 2023

Berdasarkan hasil pengolahan data pada tabel diatas, dapat dirumuskan model persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = 1,797 + 0,386 X_1 + 0,965 X_2$$

Berdasarkan persamaan tersebut dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Konstanta (α) = 1,797, memiliki nilai positif yang menunjukkan pengaruh yang searah antara variabel independen dan variabel dependen. Hal ini menunjukkan nilai konstanta yaitu jika variabel Kualitas Produk (X1) dan Variasi Produk (X2) = 0. Maka Keputusan Pembelian yaitu 1,797.
2. Koefisien X1 (b_1) = 0,386. Ini menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk juga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada Rumah Makan Bakso Margana cabang Jalan Peta No 91, dengan kata lain yaitu jika variabel Kualitas Produk ditingkatkan sebesar satu satuan, maka Keputusan Pembelian akan bertambah 0,386.
3. Koefisien X2 (b_2) = 0,965. Ini menunjukkan bahwa variabel Variasi Produk juga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada Rumah Makan Bakso Margana cabang Jalan Peta No 91. Dengan kata lain, jika variabel Variasi Produk ditingkatkan sebesar satu

satuan, maka Keputusan Pembelian akan bertambah 0,965.

5. Koefisien Determinasi

Tabel 11. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,874 ^a	,763	,759	3,99916

a. Predictors: (Constant), Variasi Produk, Kualitas Produk

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS, 2023

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan bahwa nilai R sebesar 0,874 dan nilai R² sebesar 0,763. Angka tersebut digunakan untuk melihat besarnya pengaruh Kualitas Produk (X1) dan Variasi Produk (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y). Berikut perhitungannya:

$$KD = r^2 \times 100\%$$

$$KD = 0,763 \times 100\%$$

$$KD = 76,3\%$$

Angka tersebut menunjukkan Koefisien Determinasi (KD) sebesar 76,3%. Hal tersebut juga menunjukkan bahwa pengaruh variabel independen yaitu Kualitas Produk dan Variasi Produk terhadap variabel dependen yaitu Keputusan Pembelian sebesar 76,3% sedangkan sisanya yaitu 23,7% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti penelitian ini.

D. Uji Hipotesis

1. Uji T (Uji Parsial)

Pengujian ini digunakan untuk menguji besarnya pengaruh variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat. Manfaat dari uji T adalah untuk menguji apakah variabel bebas yang terdiri dari Kualitas Produk (X1) dan Variasi Produk (X2) secara parsial berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y) Rumah Makan Bakso Margana cabang Jalan Peta No 91. Untuk menentukan nilai t_{tabel} maka diperlukan adanya derajat bebas dengan rumus:

a) Tingkat ketelitian (α) = 5%

b) Jumlah sampel (n) = 100

c) Jumlah variabel bebas yang digunakan (k) = 2

d) Derajat bebas (df) = a-k = 100-2 = 98

e) $t_{tabel} = t(\alpha/2 ; n-k-1) = (0,025 ; 97) = 1,985$

Uji t yang dilakukan adalah uji dua arah, maka nilai t_{tabel} yang digunakan adalah

1,984. Dalam penelitian ini menggunakan SPSS 29 pada Windows, hasilnya sebagai berikut:

Tabel 12. Hasil Uji T (Uji Parsial)

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	1,797	2,071		,388
	Kualitas Produk	,386	,108	,317	<,001
	Variasi Produk	,985	,144	,593	<,001

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS, 2023

Berdasarkan tabel diatas maka dapat dilihat bahwa:

1. Variabel Kualitas Produk (X1) memiliki t_{hitung} (3,582) > t_{tabel} (1,984) serta Sig α 0,001 < 0,05. Maka H0 ditolak dan H1 diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel Kualitas Produk (X1) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada Rumah Makan Bakso Margana cabang Jalan Peta No 91.
2. Variabel Variasi Produk (X2) memiliki t_{hitung} (6,697) > t_{tabel} (1,984) serta Sig α 0,001 < 0,05. Maka H0 ditolak dan H2 diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel Variasi Produk (X2) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada Rumah Makan Bakso Margana cabang Jalan Peta No 91.

2. Uji F (Simultan)

Kegunaan dari uji F ini adalah untuk menguji apakah variabel Kualitas Produk (X1) dan juga Variasi Produk (X2) secara bersama-sama berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada Rumah Makan Bakso Margana cabang Jalan Peta No 91. Pada penelitian ini diketahui jumlah sampel (n) adalah 100 dan jumlah variabel bebas (k) adalah 2, sehingga diperoleh:

- a) Tingkat kesalahan (α) = 5%
- b) Derajat kebebasan (df) = (k ; n-k)
- c) Derajat bebas pembilang = k-2
- d) Derajat bebas penyebut = n-k = 100-2 = 98
- e) Maka F_{tabel} = 3,09

Tabel 13. Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	5005,244	2	2502,622	156,480	<,001 ^b
	Residual	1551,346	97	15,983		
	Total	6556,590	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Variasi Produk, Kualitas Produk

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS, 2023

Berdasarkan table diatas, dapat dilihat bahwa F_{hitung} adalah 156,480 dengan tingkat signifikan 0,001. Oleh karena itu, pada kedua perhitungan yaitu $F_{hitung} > F_{tabel}$ (156,480 > 3,09) dan tingkat signifikansinya 0,001 < 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa H0 ditolak sedangkan H3 diterima, yang artinya bahwa variabel bebas Kualitas Produk dan Variasi Produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Rumah Makan Bakso Margana cabang Jalan Peta No 91.

E. Hasil Pembahasan

1. Pengaruh Kualitas Produk dan Variasi Produk terhadap Keputusan Pembelian Rumah Makan Bakso Margana cabang Jalan Peta No 91

Berdasarkan hasil uji F yang telah dilakukan diperoleh $F_{hitung} > F_{tabel}$ (156,480 > 3,09) dengan tingkat signifikan 0,001 yang lebih kecil dari 0,05 (0,001 < 0,05). Hasil ini menunjukkan bahwa H0 ditolak dan H3 diterima, artinya variabel independen yang terdiri dari Kualitas Produk dan Variasi Produk secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

2. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Rumah Makan Bakso Margana cabang Jalan Peta No 91

Berdasarkan hasil uji t dalam penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh secara parsial juga terhadap keputusan pembelian Rumah Makan Bakso Margana cabang Jalan Peta No 91. Diketahui bahwa t_{hitung} variabel Kualitas Produk (X1) yaitu sebesar (3,582) lebih besar dari pada t_{tabel} (1,984) dengan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,001 (0,001 < 0,05). Terlihat bahwa nilai t_{hitung} lebih besar dari pada t_{tabel} . Hal ini menunjukkan bahwa H0 ditolak dan H1 diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa semakin baik kualitas produk maka semakin tinggi

pula keputusan pembelian di Rumah Makan Bakso Margana cabang Jalan Peta No 91. Penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Meilaty Finthariasari, Sri Ekowati dan Roy Krisna (2020) memiliki hasil bahwa secara parsial kualitas produk berpengaruh positif dan juga signifikan terhadap keputusan pembelian.

3. Pengaruh Variasi Produk terhadap Keputusan Pembelian Rumah Makan Bakso Margana cabang Jalan Peta No 91

Berdasarkan hasil uji t pada penelitian ini menunjukkan bahwa variasi produk berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian di Rumah Makan Bakso Margana cabang Jalan Peta No 91. Diketahui bahwa t_{hitung} variabel Variasi Produk (X2) yaitu sebesar (6,697) lebih besar dari pada t_{tabel} (1,984) dengan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,001 ($0,001 < 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak H_2 diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa konsumen menilai dengan baik variasi produk yang dijual di Rumah Makan Bakso Margana cabang Jalan Peta No 91. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Aprilia Dian Evasari dan Ahmad Yani (2021) bahwa dalam penelitian ini, hasil variasi produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

IV. SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh penulis terhadap 100 responden mengenai "Pengaruh Kualitas Produk dan Variasi Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Rumah Makan Bakso Margana cabang Jalan Peta No 91". Maka diperoleh beberapa kesimpulan untuk dapat menjawab beberapa rumusan masalah pada penelitian ini. Berikut ini, merupakan kesimpulan yang didapat oleh peneliti sebagai berikut:

1. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Rumah Makan Bakso Margana cabang Jalan Peta No 91

Berdasarkan hasil pada pengujian hipotesis, terdapat nilai uji t yaitu sebesar $3,582 > 1,984$ dengan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$. Hal ini membuktikan bahwa secara parsial variabel Kualitas Produk memiliki pengaruh positif dan signifikan

terhadap Keputusan Pembelian. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa, semakin meningkat Kualitas Produk maka akan mengakibatkan peningkatan pada Keputusan Pembelian pada Rumah Makan Baso Margana cabang Jalan Peta No 91.

2. Pengaruh Variasi Produk terhadap Keputusan Pembelian Rumah Makan Bakso Margana cabang Jalan Peta No 91

Berdasarkan hasil pada pengujian hipotesis, terdapat nilai uji t yaitu sebesar $6,697 > 1,984$ dengan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$. Hal ini membuktikan bahwa secara parsial variabel Variasi Produk memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Dapat ditarik kesimpulan bahwa, semakin meningkat Variasi Produk maka akan mengakibatkan peningkatan pada Keputusan Pembelian pada Rumah Makan Baso Margana cabang Jalan Peta No 91.

3. Pengaruh Kualitas Produk dan Variasi Produk terhadap Keputusan Pembelian Rumah Makan Baso Margana cabang Jalan Peta No 91

Berdasarkan hasil pada pengujian hipotesis, terdapat nilai uji F didapatkan hasil sebesar $156,480 > 3,09$ dan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$. Hal ini membuktikan bahwa secara simultan variabel Kualitas Produk (X1) dan Variasi Produk (X2) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada Rumah Makan Bakso Margana cabang Jalan Peta No 91. Maka H_0 ditolak H_3 diterima. Dapat ditarik kesimpulan bahwa, semakin meningkat Kualitas Produk dan Variasi Produk maka akan mengakibatkan peningkatan pada Keputusan Pembelian pada Rumah Makan Baso Margana cabang Jalan Peta No 91.

B. Saran

Pembahasan terkait penelitian ini masih sangat terbatas dan membutuhkan banyak masukan, saran untuk penulis selanjutnya adalah mengkaji lebih dalam dan secara komprehensif tentang Pengaruh Kualitas Produk dan Variasi Produk terhadap Keputusan Pembelian.

DAFTAR RUJUKAN

Aprilia Dian Evasari, A. Y. (2021). ANALISIS VARIASI PRODUK, KEMASAN DAN MEDIA

- IKLAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KRIPIK "NADASUKA" . *Jurnal Ilmu Manajemen*, 2.
- Armstrong, K. d. (2022). PENGARUH ATRIBUT PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI RUMAH MAKAN AA RAFFI FRIED CHICKEN SINDANGBARANG BOGOR. *Journal of Accounting & Management Innovation*, 53.
- Badan Pusat Statistik. (2020). Ekonomi Indonesia Triwulan I 2020 Tumbuh 2,97 Persen. *Berita Resmi Statistik*, 5.
- Bayu, D. J. (2021). Kontribusi Pengeluaran Konsumen pada Kuartal I-2021. *databoks.katadata.com*.
- Clara Chandra Komala, N. N. (2019). Analisis Kualitas Makanan dan Perceived Value terhadap Kepuasan Konsumen pada Industri Rumah Makan. *Jurnal Riset Inspirasi Manajemen dan Kewirausahaan Volume 3 No. 2*, 59.
- Clercq, J. V. (2016). A three-sector comparative study of the impact of taxation on small and medium enterprises. *Emerald Insight*, 118.
- Dewi Fadila, Z. W. (2021). The Effect of Product Quality, Service Quality, Environment Quality, and Product Assortment on Customer Loyalty trough Customer Satisfaction of BCA Mobile Application. *The Effect of Brand Image, Brand Ambassador and Product Quality on the Purchase Decision of Mustika Ratu Products (Study on Sriwijaya University Students)*.
- Ditamei, S. (2022). Inilah 11 Indikator Kualitas Produk dan Cara Menjaganya. *detikFinance*, 1.
- Dr. Rosnaini Daga, .. (2017). *CITRA, KUALITAS*. Makassar: GLOBAL RESEARCH AND CONSULTING.
- Eddyono. (2020). Pandemi dan Yang Tersingkir: Menakar Urgensi Kebijakan Inklusif Penanganan Covid-19. *Tata Kelola Penanganan COVID-19 di Indonesia: Kajian Awal*.
- Elisabeth Syerin Dean Mavilinda, A. S. (n.d.). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Tolak Angin Pada Masa Pandemi Di Surakarta. 2022.
- Ema Fitriyani, M. F. (2021, Desember 09). *Dirut BRI: UMKM Punya Peran Besar, 97 Persen Serap Tenaga Kerja*. Retrieved from kumparan.com:
<https://kumparan.com/kumparanbisnis/dirut-bri-umkm-punya-peran-besar-97-persen-serap-tenaga-kerja-1x4o7wpXXSX/full>
- Evelyn Amadea, R. S. (2022). The Effect of Product Quality, Service Quality, Environment. *Journal of Economics, Finance and Management Studies Quality, and Product Assortment on Customer Loyalty trough Customer Satisfaction of BCA Mobile Application*, 635.
- Evelyn Amadea, R. S. (2022). The Effect of Product Quality, Service Quality, Environment Quality, and Product Assortment on Customer Loyalty trough Customer Satisfaction of BCA Mobile Application. *Journal of Economics, Finance and Management Studies*, 636.
- Farisa Hasna Nadiya, S. W. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Fashion 3second Di Marketplace (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Fashion 3second Di Kota Semarang).
- Fillah, A. (2020). *Pengaruh Promosi, Harga, Kualitas Produk dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Indihome (Studi Kasus Perumahan Pesona Bali, Bandung)*.
- aya, I. M. (2020). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF DAN KUALITATIF*. Yogyakarta: QUADRANT.
- Karenina, N. P. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Bakso Sonhaji Sony Lampung*.
- Keller, K. d. (2021). PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN PEMASARAN ONLINE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Pada PT. Havindo Pakan Optima). *DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT*, 2.

Sholihah, D. R. (2022). Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) Rebranding. *JURNAL PEMBERDAYAAN MASYARAKAT MADANI*, 15.

Sugiyono. (2022). *METODE PENELITIAN Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: ALFABETA