

PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KERAGAMAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KEDAI COFFEE CULTURE JOMBANG

Ari Pradana Putra*

Program Studi Pendidikan Tata Niaga, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya
email: ariputra@mhs.unesa.ac.id

Renny Dwijayanti*

Program Studi Pendidikan Tata Niaga, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya
email: rennydwijayanti@unesa.ac.id

Abstrak

Adanya penelitian yang dilakukan memiliki tujuan guna mengetahui adanya pengaruh kualitas layanan dan keragaman produk terhadap keputusan pembelian pada kedai coffee culture. Jenis penelitian yang dipilih merupakan deskriptif menggunakan pendekatan kuantitatif, jumlah sampel 95 orang menggunakan teknik sampling dengan sampling jenuh yaitu dengan menggunakan semua responden dijadikan sebagai sampel dimana responden yang datang dan melakukan pembelian di kedai coffee culture jombang dan responden berusia 18-40 tahun. Populasi yang diambil merupakan hasil pengamatan yang dilakukan di Kedai Coffeee Culture Jombang selama satu minggu, digunakan angket dan metode wawancara untuk pengumpulan data. Teknik dalam menganalisis data yaitu independent sample t test dan koefisien determinasi dengan aplikasi SPSS 25.0 guna analisis regresi linier berganda. Berdasarkan angket memperoleh dari sampling secara parsial penelitian ini menunjukkan hasil dimana kualitas layanan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian sebesar 0.345, dan keragaman produk memiliki peran secara signifikan kepada keputusan pembelian senilai 0.472. Secara simultan variabel kualitas layanan dan keragaman produk mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan pembelian sebesar 0.237.

Kata kunci : Kualitas layanan; Keragaman produk; Keputusan pembelian

Abstract

The existence of research conducted has the aim of knowing the influence of service quality and product diversity on purchasing decisions at coffee culture shops. The type of research chosen is descriptive using a quantitative approach, the number of samples is 95 people using sampling techniques with saturated sampling, namely by using all respondents as samples where respondents come and make purchases at the coffee culture shop in Jombang and the respondents are 18-40 years old. The population taken is the result of observations made at Kedai Coffeee Culture Jombang for one week, used questionnaires and interview methods for data collection. Techniques in analyzing the data were independent sample t test and coefficient of determination using SPSS 25.0 application for multiple linear regression analysis. Based on the questionnaire obtained from partial sampling, this study shows the results where service quality has a positive effect on purchasing decisions by 0.345, and product diversity has a significant role in purchasing decisions valued at 0.472. Simultaneously, the variable service quality and product diversity has a positive influence on purchasing decisions of 0.237. Keywords: quality of service; product diversity; purchasing decisions

PENDAHULUAN

Seiring berkembangnya pemasaran di era globalisasi seperti sekarang, akan memberikan dampak terhadap perkembangan dan perubahan dari sistem pemasaran konvensional menuju sistem pemasaran digital. Perkembangan dan peningkatan jumlah kompetitor, kemajuan teknologi dan komunikasi, serta majunya pemahaman tentang pemasaran yang lebih baik dan cepat terserap oleh masyarakat memacu para pemasar menjadi lebih kreatif dalam memasarkan produknya. Usaha kedai kopi menjadi peluang usaha yang sudah tidak asing lagi sekarang ini, meningkatnya pertumbuhan penduduk di Indonesia yang menyebabkan besarnya jumlah penduduk Indonesia menjadi target pasar yang lebih besar.

Pertumbuhan usaha dalam bidang kuliner yakni minuman di Indonesia terus menunjukkan perkembangan yang baik, hal tersebut dibuktikan dengan lebih banyak ditemukan kedai atau cafe dengan banyak jenis pemilihan konsep. Dengan begitu menyebabkan peningkatan persaingan dalam dunia usaha. Perkembangan ekonomi di Jombang sekarang sudah menunjukkan perkembangan ke ranah yang sudah jauh lebih membaik. Yang dapat terlihat juga sejalan dengan perkembangan di dunia usaha yang juga lebih baik lagi, karena juga semakin banyak masyarakat yang membuka usaha dan menjalankan serta mengembangkan usahanya. Salah satunya usaha yang menunjukkan perkembangan dengan baik di Jombang adalah cafe dan kedai coffee yang menyajikan minuman kopi dengan berbagai macam jenis dan cara penyajian yang berbeda.

Fakta yang terjadi sekarang usaha di bidang cafe dan kedai coffee sama-sama melakukan persaingan dengan kuat mengenai bagaimana memberikan layanan pada konsumen. Sebelumnya kita menjumpai dalam usaha cafe atau kedai coffee masyarakat hanya menerima pelayanan dari karyawannya saja. Tapi saat ini layanan yang akan dirasakan masyarakat sebagai pelanggan akan lebih bermacam-macam sebagai konsumen.

Saat ini pembeli menjadi lebih berhati-hati serta teliti saat menentukan pilihannya pada saat membeli barang atau jasa Utama, (2015). Mengenai hal ini sebuah cafe atau kedai coffee harus memiliki kualitas pelayan dan keragaman produk yang bisa memuaskan konsumen Nainggolan & Pradhanawati, (2016). dengan begitu semua pembeli akan secara otomatis dapat terpesona guna memilih dan mencobanya secara langsung.

Pelamonia, (2020) mengartikan putusan pembelian adalah penyeleksian pada beberapa opsi pilihan guna dipikirkan kembali saat pembeli mengambil sebuah putusan. Berbicara kembali mengenai keputusan pembelian merupakan langkah interaksi secara psikologis pada penyeleksian lebih dari dua pilihan opsi guna menentukan keputusan pembelian yang juga disertai pola perilaku konsumen.

Kualitas pelayanan mempunyai lebih banyak makna yang bervariasi dan beranekaragam, dimulai dengan pendefinisian yang konvensional sampai dengan yang strategis. Pemaknaan secara konvensional dari kualitas seringnya mendeskripsikan ciri-ciri langsung dari produk itu sendiri, yakni : kinerja, keandalan, mudah dalam penggunaan, estetika. Dalam pemaknaan secara strategis dijelaskan yaitu dimana kualitas merupakan hal yang bisa mencukupi kemauan dan kebutuhan dari pembeli.

Menurut Chandra, (2016) dimana kualitas layanan merupakan manfaat dari adanya keinginan pembeli saat melakukan pembelian, saat terjadinya kegiatan dalam menyediakan kualitas yang diperoleh oleh pembeli dan saat kualitas yang juga diperoleh. Sehingga pengertian kualitas layanan dapat dijabarkan sebagai usaha guna memenuhi kemauan dan kebutuhan pembeli dan juga sebagai kesesuaian dalam menyampaikan pelayanan untuk menyetarakan dengan harapan pembeli tersebut.

Sesuai yang dikemukakan oleh Cronin & Taylor, (1992) bisa disimpulkan bahwasannya kualitas pelayanan merupakan anggapan atau stigma pembeli pada pelayanan yang kemungkinan pembeli dapatkan sesuai dengan apa yang pembeli inginkan. Pelayanan pada permasalahan ini merupakan jasa pelayanan berupa service yang akan diberikan oleh pemasar usaha yang bisa berwujud kemudahan, kemampuan, ketepatan, kecepatan, keramahan, serta hubungan-hubungan komunikasi yang diperlihatkan dengan sifat dan sikap

saat menyampaikan pelayanan pada pembeli Nainggolan & Pradhanawati, (2016).

Kotler & Kevin, (2009) mendefinisikan keragaman produk sebagai sekumpulan dari seluruh produk dan barang yang akan dilakukan penawaran dan penjualan tertentu kepada pembeli. Berdasarkan definisi di atas bisa ditarik simpulan bawasannya keragaman produk merupakan kumpulan yang terdiri atas semua lini produk dan jasa pada jenis produk dan jasa yang dilakukan penawaran dari penjual terhadap pembeli.

Produk makanan dan minuman yang enak, mudah, dan murah pasti memperoleh lebih banyak yang meminati. Lebih baik lagi apabila penetapan harga yang sudah ditawarkan kurang cocok dengan produknya, sehingga pembeli secara tidak langsung pasti lebih berpikir lagi guna kembali membeli produk tersebut Agustina, (2016)

Di Jombang terdapat sejumlah usaha cafe atau kedai coffee yang terus menerus berkembang sesuai dengan berkembangnya kota Jombang sebagai wilayah dengan karakter daerahnya yang padat dan banyak dikunjungi orang sebagai tempat singgah tetap maupun sementara. Menurut Prastika & Sugiono, (2017) guna tetap bisa tahan dan melakukan perkembangan, pebisnis diharuskan bisa menyiptakan keunggulannya sendiri dari layanan, produk, sebagai usaha memberikan kepuasan pembeli serta menjalankan persaingan-persaingan dalam usaha yang seperti hal diatas.

Sebagian masyarakat sekarang lebih memilih membeli kopi di cafe atau kedai coffee daripada membeli di warung kopi yang lain atau sejenisnya, hal ini disebabkan selain karena faktor ekonomi dan taraf hidup yang semakin tinggi, masyarakat juga membutuhkan tempat yang nyaman dan enak untuk santai dan juga berkumpul dengan teman maupun keluarga dengan menikmati kopi khas sehingga di Kedai Coffe Culture Jombang sangat cocok karena memiliki layanan dan keragaman produk yang sesuai dengan keinginan masyarakat.

Penelitian terdahulu memiliki peranan yang penting sebagai kajian-kajian guna kepentingan sebagai dasar menyusun artikel pada penelitian ini. Dimana fungsinya guna memperoleh data mengenai hasil yang sudah dilaksanakan oleh peneliti yang sudah terdahulu.

Dalam hasil penelitian dengan judul Pengaruh Keanekaragaman Produk, Kualitas Pelayanan Dan Store Atmosphere Terhadap Impulse Buying Di Butik CASSANOVA Semarang mengemukakan bahwasannya kualitas pelayanan memberikan pengaruh secara signifikan atau positif pada *impulse buying* di Butik Cassanova Semarang bisa diterima dan keanekaragaman produk memberikan pengaruh secara signifikan atau positif pada *impulse buying* di Butik Cassanova Semarang bisa diterimakan Anggraeni et al., (2016)

Senada dengan penelitian tersebut, pada penelitian yang berjudul Pengaruh Keragaman Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel *Intervening* menjelaskan mengenai hasil uji regresi sederhana menghasilkan hipotesis selanjutnya yang bunyinya “diduga terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen” diterima (Utama dan Ngatno, 2015).

Kedai Coffee Culture yang beralamat di JL. Cak Durasim No.2, Kaliwungu Jombang Jawa Timur berupaya memberikan pelayanan yang baik dalam penanganan konsumen dalam kegiatan penjualan produk. Hal ini sangat didasari oleh *Kedai Coffee Culture* karena memberikan pelayanan terbaik bisa menyediakan suatu kesan yang bisa menyebabkan terciptanya serta memposisikan *Kedai Coffee Culture* dalam hati pembeli yang tentunya juga bisa menunjukkan peningkatan pada penjualan.

Kedai Coffee Culture yang beralamat di JL. Cak Durasim No.2, Kaliwungu Jombang, Jawa Timur, dengan keanekaragaman produknya terutama produk dengan khas Indonesia yang berkualitas, juga dapat menjadi daya ukur dan pertimbangan tersendiri bagi konsumen sehingga akan menentukan keputusan pembelian.

Peneliti memilih *Kedai Coffee Culture* dikarenakan kualitas layanan yang sangat ramah dan berkesan dan juga keragaman yang mengangkat produk lokal Indonesia, meski dengan tempat yang tidak begitu besar pada umumnya kedai-kedai di Jombang tetapi secara penjualan dan daya tarik tersendiri tidak kalah dengan kedai-kedai lainnya.

Berdasarkan uraian diatas peneliti dapat mengambil judul penelitian “Pengaruh Kualitas Layanan Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Kedai Coffee Culture* Jombang”.

H₁ Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian Pada *Kedai Coffee Culture* Jombang

Kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan dan positif kepada keputusan pembelian. Apabila lebih banyak dan baik kualitas pelayanan akan bisa menyebabkan semakin meningkat keputusan pembelian konsumen.

Berbicara mengenai pengertian yang kompleks dari mutu, yakni mengenai suatu hal yang memuaskan atau tidak memuaskan. Dari Parasuraman dalam (Utama, 2015) menetapkan dimana kualitas pelayanan menjadi salah satu harapan dari pelanggan yang muncul pada pra pembelian dalam proses pembelian dengan mengedepankan kualitas pelayanan serta kualitas *output* yang diterima, sehingga menjadi pertimbangan dalam keputusan pembelian. Mengenai indikator dari kualitas pelayanan terdiri atas bukti fisik, kehandalan, daya tahan, jaminan, serta empati.

Menurut (Mulya Firdausy & Idawati, 2017) kualitas layanan bersifat intangibility yang artinya suatu

pelayanan bersifat intangible, tidak dapat dilihat, disentuh, dibaui, dirasakan atau dinikmati sebelumnya dibeli oleh pelanggan, sedangkan ketidakterpisahan berarti layanan produk yang dihasilkan dan dirasakan pada saat yang sama, tapi tidak bisa dipisahkan. Variabilitas, bagaimanapun, berarti layanan yang sangat bervariasi karena tidak standar keluaran yang memiliki variasi yang sangat besar, kualitas dan jenisnya.

Kualitas pelayanan adalah semua kebijakan yang bisa ditawarkan oleh penjual, yang juga dasarnya memiliki sifat yang tidak berwujud secara nyata atau fisik serta belum mampu memberikan kepunyaan suatu produk. Produksi jasa juga mampu melakukan hubungan dengan produk fisik atau tidak.

Hipotesis ini didukung oleh penelitian dari Chandra (2016) dimana adanya variabel kualitas pelayanan yang berpengaruh dengan signifikan serta positif pada keputusan pembelian di Starbucks Coffee Cabang Galaxy Mall Surabaya dengan nilai koefisien yang ditunjukkan adalah positif sebesar 0,170 dan signifikansi sebesar 0,018. Hal tersebut diperoleh atas dasar nilai $Sig (0,018) < sig \alpha (0,05)$.

H₂ Pengaruh Keragaman Produk terhadap Keputusan Pembelian Pada *Kedai Coffee Culture* Jombang

Keragaman produk mempunyai dampak secara signifikan atau pengaruh positif pada keputusan pembelian, sehingga dapat tercipta ketersediaan barang dengan kapasitas dan jenis yang lebih beranekaragam sehingga dapat memberikan banyak varian, apabila penyediaan dalam keragaman produk yang disediakan lebih menunjukkan peningkatan lebih baik maka keputusan pembelian juga akan menunjukkan peningkatan, berbeda lagi apabila keberagaman produk yang disediakan kurang baik akan menyebabkan keputusan pembelian akan ikut menunjukkan penurunan.

Menurut Iyengar dan Lepper dalam Wu et al., (2019) semakin tinggi tingkat keragaman produk, semakin tinggi produk yang dapat dipilih konsumen, konsumen menghadapi terlalu banyak informasi produk, dan menghabiskan lebih banyak waktu dan energi untuk pemrosesan informasi produk dan perbandingan trade-off. Objek belanja yang dilaksanakan oleh konsumen mempengaruhi keragaman produk yang disediakan oleh produsen serta niat pembelian impulsif online konsumen. Saat membeli produk untuk sendiri, keragaman produk berpengaruh negatif pada pembelian impulsif konsumen niat.

Gilbert menyebutkan dimensi keanekaragaman produk yaitu: (a) *Variety*, (b) *Width or Breadth*, (c) *Depth*, (d) *Consistency*, (e) *Balance* (Agustina, 2016).

Hipotesis kedua (H₂) didukung oleh penelitian Prastika & Sugiono (2017) yaitu t hitung (X^2) lebih besar dari t tabel ($4,8204 > 0,000$) yang artinya ada pengaruh yang signifikan antara Kualitas Pelayanan dan Keragaman

Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Leopard Café Way Jepara Lampung Timur.

H₃ Pengaruh Kualitas Layanan dan Keragaman Produk terhadap Keputusan Pembelian Pada Kedai Coffee Culture Jombang

Kualitas pelayanan dan keragaman produk signifikansi dan memiliki pengaruh secara positif dalam keputusan pembelian, jika semakin baik kualitas pelayanan menyebabkan peningkatan pada keputusan pembelian dari konsumen dengan tersedianya barang dengan jumlah dan varian yang lebih banyak juga akan memunculkan banyak opsi pilihan yang dimana keragaman produk disediakan dengan lebih baik sehingga keputusan pada pembelian juga akan menunjukkan peningkatan, dan berbeda apabila keragaman produk yang ada kurang baik dan kurang variatif menyebabkan menurunnya keputusan pembeliannya.

Menurut Belch and Belch dalam (Saidani et al., 2013) dimana keputusan pembelian oleh pembeli secara umum disaksikan sebagai kegiatan yang terdiri atas beberapa langkah-langkah yang dilalui pembeli pada saat melakukan pembelian produk maupun jasa.

Hipotesis ketiga (H₃) didukung oleh penelitian dari Prastika & Sugiono (2017) diaman secara silmutan variabel kualitas pelayanan dan keragaman produk mempunyai pengaruh yang positif serta signifikan pada keputusan pembelian di Leopard Café Way Jepara Lampung Timur. Akan tetapi dalam hasil menunjukan dimana variabel kualitas pelayanan merupakan variabel yang berpengaruh paling dominan terhadap keputusan pembelian. Dengan hasil uji F menunjukan F hitung lebih besar dari F tabel (11,6988 > 3,49). Karena F_h > dari F tabel maka H₀ ditolak dan H_a diterima.

METODE

Penelitian deskriptif merupakan jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini. Sugiyono, (2018) mendefinisikan “penelitian deskriptif adalah penelitian dengan menggambarkan fenomena, hubungan, menguji hipotesis yang diajukan, membuat prediksi kejadian dan memberikan arti atau makna pada suatu masalah yang diteliti”. Dalam penelitian ini digunakan pendekatan kuantitatif yang dimaksudkan agar bisa menyediakan deskripsi mengenai hubungan antara variabel satu dengan yang lainnya dengan dilakukannya pengujian hipotesis.

Teknik pengambilan data dalam penelitian berikut ialah teknik sampling. Teknik sampling adalah penggunaan teknik dengan pangambilan sampel guna memilih sampel yang dipakai dalam kegiatan penelitian, adapapun teknik sampel yang digunakan adalah teknik sampling jenuh yaitu dengan menggunakan semua responden dijadikan sebagai sampel. Jadi sampling yang digunakan dalam penelitian in adalah 95 orang yang pada saat dilakukan survey pada satu hari tersebut saat penulis melakukan penelitiannya. kemudian dianalisis menggunakan teknik analisis data yaitu independent sample t test dan koefisien determinasi.

Tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Lokasi untuk penelitian yaitu di kota Jombang. Terdapat beberapa Indikator, Yaitu :

No	Variabel	Indikator	Skala pengukuran
1.	Kualitas pelayanan	1. Tangibles 2. Reliability 3. Responsiveness 4. Assurance 5. Emptay	Skala Likert
2.	Keragaman produk	1. Variety 2. Width or Breath 3. Depth 4. Consistency 5. Balance	Skala Likert
4.	Keputusan Pembelian	1. Pilihan produk 2. Efisiensi 3. Interaksi 4. Waktu pembelian 5. Transaksi	Skala Likert

(Sumber : Diolah Peneliti, 2020)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik responden didasarkan pada faktor demografi, kemudian dengan kualitas layanan dan keragaman produk pada keputusan pembelian pada Kedai Coffee Culture di Jombang. Data yang terkumpul dari angket responden dilakukan tabulasi data sesuai dengan karakteristik responden. Berdasarkan hasil data yang sudah diperoleh terdapat beberapa karakter yaitu:

No	Karakteristik Responden	Jumlah	
1	Jenis Kelamin	Perempuan Laki-Laki	52 43
	2	Usia	17-25 Tahun 26-35 Tahun
3		Pekerjaan	Pelajar
	Mahasiswa		61
	Swasta		14
	Wirasaha		11
4	Pendidikan Terakhir	SMP	9
		SMA/SMK	73
		Sarjana	13

(Sumber : Diolah Peneliti, 2020)

Hasil data karakteristik responden berasal dari angket penelitian, diringkas dan diambil dari 95 responden. Karakteristik responden berdasarkan demografi menguraikan dan menjelaskan mengenai gambaran identitas responden, identifikasi melalui jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan pendidikan terakhir.

Dalam faktor jenis kelamin, perempuan lebih unggul untuk menentukan keputusan pembelian, hal ini terjadi perempuan memutuskan pembelian di Kedai Coffee Culture untuk menikmati makanan,

bercengkrama, serta berfoto. Dalam faktor usia, rentan usia 17-25 tahun lebih unggul dikarenakan pada usia tersebut banyak anak muda yang lebih banyak memiliki waktu luang dan memerlukan waktu bersantai. Dalam faktor jenis pekerjaan, para mahasiswa lebih dominan dikarenakan terdapat layanan sesuai kebutuhannya dan banyaknya keragaman yang ditawarkan.

Uji Normalitas

	N	Unstandardized Residual
Test Statistic		.082
Asymp. Sig. (2-tailed)		.171 ^c

(Sumber: Diolah Peneliti, 2020)

Nilai asymp, Sig. ditunjukkan pada angka 0.171. angka diatas menunjukkan bahwa lebih dari 0,05. Kesimpulan dari uji normalitas dengan menggunakan angka probabilitas signifikansi yakni $0.171 > 0,05$ maka nilai tersebut menunjukkan residual berdistribusi normal.

Uji Multikolinieritas

Model	Collinearity Statistics Tolerance	VIF
1 (Constant)	.736	1.359
x1	.736	1.359
x2		

(Sumber: Diolah Peneliti, 2020)

Uji multikolinieritas bisa disaksikan melalui hasil nilai tolerance atau disebut juga nilai VIF. Apabila nilai Tolerance menunjukkan nilai yang lebih besar atau mungkin sama dengan 0,1 dan VIF nilainya lebih kecil dari angka 10 hal tersebut menunjukkan tidak terjadinya multikolinieritas. Hasil dari uji multikolinieritas diperoleh angka tolerance 0,736 yang memiliki makna lebih besar dari 0,1 dan nilai VIF 1,359 menunjukkan angka yang lebih kecil dari 10 sehingga dari analisis ini menunjukkan tidak terjadinya multikolinieritas.

Uji Linieritas

Uji linieritas pada hasil dari penelitian disini bisa disaksikan dari devitation from linearty Sig. Apabila angka dari Linearity Sig. Lebih dari 0.05 kesimpulannya analisis dari data diatas linier. Hasil uji linieritas pada variabel X1 ditunjukkan pada nilai $0,7405 > 0.05$ sehingga dari analisis data diatas adalah linier, sedangkan pada hasil analisis data uji linieritas pada variabel X2 diperoleh hasil nilai $0,1793 > 0.05$ sehingga dapat dikatakan linier.

Uji Heteroskedastisitas

Hasil uji heteroskedastisitas pada analisis data penelitian diatas digunakan rank spearman yang bila dikatakan signifikansi > 0.05 diperoleh hasil yakni tidak ada gejala heteroskedastisitas. Pada setiap variabel menunjukkan nilai signifikansi pada variabel X1 $1.533 >$

0.05 dan untuk variabel yang X2 $1.483 > 0.05$ sehingga menunjukkan hasil dimana nilai tersebut dinyatakan heteroskedastisitas. Nilai koefisien determinasi (r^2) yang sudah didapatkan senilai 0.2368 atau 23.68% . sehingga kesimpulannya bisa memberikan hasil yakni kualitas layanan dan keragaman produk dengan bersama-sama bisa memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian senilai 23.68% , dan yang lainnya atau sisanya 76.32 atau 76.32% merupakan keputusan pembelian melalui variabel lainnya.

Pengaruh Kualitas Layanan pada Keputusan Pembelian pada Kedai Coffee Culture

Penelitian yang sudah dilaksanakan guna menjelaskan mengenai pengaruh diatas dilaksanakan uji t dengan hasil dibawah ini:

(Sumber: Diolah Peneliti, 2020)

Berdasar penelitian yang dilakukan, dengan menguji t hitung diketahui bahwa kualitas layanan berpengaruh positif sebesar 34.5% . Hasilnya tersebut diperoleh dari analisis pada nilai t hitung yakni 4.975 dimana angka signifikansi $< 0,05$ yaitu 0.000 maka H1 diterima (koefisien regresi signifikan). Sehingga secara parsial memiliki pengaruh pada keputusan pembelian pada kedai coffee culture. Jombang. Artinya kualitas layanan memiliki signifikan dan berpengaruh secara positif pada keputusan pembelian di Kedai Coffee Culture di Jombang.

Mengenai ini juga sesuai dengan penelitian dari

Model	B	Std. Error	Standar d. Coef	T	Signif.
Constant	13.595	Unstandardized		4.975	.000
X1	.448	Coef	.345	3.464	.001

Arifin & Azhari, (2018) yang menjelaskan hasil yaitu kualitas layanan mempunyai korelasi diantara variabel yang besar yaitu memperoleh hasil analisis regresi yang sederhana memperlihatkan angka koefisien determinasi (R^2) yakni senilai $0,656$ yang menafsirkan pengertian yakni terdapat pengaruh dari variabel X pada variabel Y yakni senilai $65,6\%$ dan selebihnya dipengaruhi dari variabel lainnya.

Kedua sesuai dengan penelitian dari Izzati, (2013) yang menunjukkan hasil angka dari adjusted R^2 pada penelitian didapatkan senilai $0,343$ artinya di Baseball Food Court Universitas Negeri Surabaya kualitas layanan mempunyai pengaruh pada keputusan pembelian konsumen senilai $34,3\%$ dan selebihnya senilai $65,7\%$ disebabkan atau memiliki pengaruh dari variabel yang lainnya.

Pengaruh Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada Kedai Coffee Culture

Hasil yang ditemukan pada penelitian yang telah dilakukan, menunjukkan adanya jawaban dari konsumen dalam angket untuk dilakukan analisis selanjutnya yakni guna mengetahui pengaruh tersebut. Sehingga dilakukan uji t yang hasilnya sebagai berikut:

(Sumber: Diolah Peneliti, 2020)

Berdasar penelitian yang dilakukan, dengan menguji t hitung diketahui bahwa keragaman produk berpengaruh positif sebesar 47.2% dari angka yang ditunjukkan pada thitung diperoleh hasil senilai 4.107 dan angka tersebut pada signifikansi < 0,05 yaitu 0.000 maka H2 diterima (koefisien regresi signifikan). Sehingga dengan cara parsial memiliki pengaruh pada keputusan pembelian di kedai coffee culture Jombang. Artinya keberagaman produk memiliki signifikansi dan berpengaruh secara positif pada keputusan pembelian di Kedai Coffee Culture Jombang.

Mengenai ini juga sesuai dengan penelitian dari Tobing & Sihombing, (2016) yaitu berdasarkan hasil

Model	B	Std. Error	Standard. Coef	T	Sig
Constant	10.353	2.521		4.107	.000
X2	.616	.122	.472	5.049	.000

analisis berganda diperoleh nilai t hitung variabel keragaman produk adalah 5,035 dan ttable bernilai 2,000 sehingga t hitung > t table (5,035 > 2,000) dapat diungkapkan bahwa variabel keragaman produk berpengaruh signifikan secara parsial pada keputusan pembelian konsumen di Hypermarket Carrefour Citra Garden Medan, artinya bahwa keragaman produk yang bervariasi seperti dari jenis ukuran, merek akan mempengaruhi pada keputusan pembelian.

Kedua sesuai pada penelitian yang sudah dilaksanakan Yulianti et al., (2018) dari hasil pengujian hipotesis, diperoleh angka thitung senilai 33,295 dan probabilitas signifikan senilai 0,000. Telah nampak bahwasannya angka probabilitas diatas menunjukkan < 0,05 atau Sig < 0,05 serta hasilnya menjelaskan apabila variabel Keberagaman Produk (X2) dengan cara parsial secara signifikan dan memiliki pengaruh positif pada Keputusan Pembelian (Y). disini artinya Hipotesis 3 (H3) yang menyatakan bahwa “Keberagaman Produk diduga berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y)” telah menunjukkan bukti dan diterima.

Pengaruh Kualitas Layanan dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada Kedai Coffee Culture

Hasil yang menjawab dari yang dilakukan oleh konsumen pada angket dalam penelitian yang sudah dilaksanakan guna memperoleh pengetahuan dari adanya pengaruh diatas dilaksanakan uji f atau secara simultan yang hasilnya Variabel kualitas layanan serta keberagaman produk mempunyai pengaruh yang

bersamaan pada keputusan pembelian di Kedai Coffee Culture Jombang. Telah didapatkan dari angka sig. bahwa ditunjukkan < 0.05. Kesimpulan yang bisa ditarik yakni apabila kualitas layanan dan keberagaman produk dengan simultan berpengaruh pada keputusan pembelian di Kedai Coffee Culture Jombang yaitu uji F didapatkan angka dari fhitung = 13.655 dengan tingkat signifikan senilai 0,000 dikarenakan angka dari sig < dari 0,005 artinya secara simultan variabel kualitas layanan dan keragaman produk mempunyai pengaruh positif pada keputusan pembelian.

Sedangkan dari Ma'rif (2015:14) “Keputusan pembeli tidak hanya berakhir dengan pembelian, namun berlanjut hingga pembelian tersebut menjadi pengalaman bagi konsumen dalam menggunakan produk yang dibeli tersebut. Pengalaman itu akan menjadi bahan pertimbangan untuk pengambilan keputusan pembelian di masa depan”. Sedangkan menurut Kotler dan Keller (2009:226) “Keputusan pembelian adalah suatu tahapan proses keputusan pembelian dimana konsumen pada akhirnya membeli suatu produk atas pemenuhan kebutuhan dan keinginan”.

Dari regresi linier berganda menunjukkan hasil analisis dimana variabel kualitas layanan dan keragaman produk berpengaruh pada keputusan pembelian. Hal ini karena kualitas layanan yang berkesan mempengaruhi keputusan pembelian dan juga keragaman produk yang ditawarkan mempengaruhi keputusan pembelian pada kedai coffee culture di Jombang.

Mengenai ini sesuai pada hasil dari penelitian yang dilaksanakan Boediono et al., (2018) menunjukkan hasil sama yaitu berdasarkan angka pada F hitung diperoleh dengan nilai 41,980 yang tingkat signifikannya senilai 0,000 dan menunjukkan arti < 0,05. Sehingga dari hasilnya menjelaskan bahwa Keragaman Produk (X1) dan Kualitas Layanan (X2) secara bersamaan dapat memberikan pengaruh dengan signifikan pada Keputusan Pembelian (Y) konsumen Sealantwax.

Digunakannya analisis regresi linier berganda guna mengetahui adanya pengaruh diantara variabel bebas atau independen Kualitas Layanan (X1) dan Keragaman Produk (X2) dalam variabel terikat atau dependen Keputusan Pembelian (Y), dengan hasil :

Modell	Koefesiens regresi
(Constanst)	8,473
Kualitas layanan	,181
Keragaman produk	,523

(Sumber: Diolah Peneliti, 2020)

Berdasarkan hasil pengolahan data diatas, diperoleh persamaan regresi berganda yaitu sebagai berikut:

$$Y = 8,473 + 0,181 (X1) + -0,523 (X2) + e$$

SIMPULAN

Dari semua hasil analisis penelitian yang sudah dilaksanakan, maka bisa ditarik beberapa kesimpulan :

Hipotesis yang pertama bisa di terima sehingga terdapat bukti bahwa variabel Kualitas Layanan bisa berpengaruh secara positif pada keputusan pembelian di Kedai Coffee Culture Jombang.

Hipotesis kedua diterima sehingga terbukti bahwa Keragaman Produk dengan bersamaan memberikan atau berpengaruh secara signifikan dan positif pada keputusan pembelian di Kedai Coffee Culture Jombang.

Hipotesis ketiga diterima sehingga terbukti apabila Kualitas Layanan serta Keragaman Produk memberikan pengaruh yakni dengan nilai positif pada keputusan pembelian di Kedai Coffee Culture Jombang.

Saran

Kedai Coffee Culture diusahakan untuk selalu melaksanakan evaluasi mengenai perkembangan di dalam masyarakat untuk dapat menciptakan kepuasan konsumen dengan terus melakukan inovasi keragaman produk sesuai dengan kebutuhan konsumen.

Melaksanakan promosi dengan dilaksanakan tetap dan konsisten serta berkelanjutan secara berkala dapat membangun kepuasan untuk konsumen selain itu selalu mengupgrade fasilitas dan pelayanan di Kedai Coffee Culture.

Untuk peneliti yang selanjutnya dapat juga melaksanakan penelitian sejenis, sehingga diberikan saran agar bisa melakukan dan memilih variabel yang jauh lebih banyak dan luas dalam penelitiannya di Kedai Coffee Culture.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, L. (2016). Pengaruh Suasana Toko Dan Keanekaragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Toserba Maya Di Kec. Randublatung Kab. Blora. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (Jptn)*, 1(1).
- Angraeni, J., Paramita, P. D., & Warsito, M. M. (2016). Pengaruh Keanekaragaman Produk, Kualitas Pelayanan Dan Store Atmosphere Terhadap Impulse Buying Di Butik Cassanova Semarang. *Journal Of Management*, 2(2), 12.
- Arifin, M. Z., & Azhari, P. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Alfamart Kota Palangka Raya. *Jurnal Al-Qardh*, 2(2), 116–123. <https://doi.org/10.23971/Jaq.V2i2.832>
- Boediono, M., Christian, S., & Immanuel, D. M. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sealantwax. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 3(April), 1–10.
- Chandra, T. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Keputusan

- Pembelian Pada Starbucks. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen Issn : 2461-0593*, 5(3), 1–19.
- Cronin, J. J., & Taylor, S. A. (1992). Measuring Service Quality: A Reexamination And Extension. *Journal Of Marketing*, 56(3), 55. <https://doi.org/10.2307/1252296>
- Izzati, M. C. (2013). Pembelian Konsumen Di Baseball Food Court Universitas Negeri Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (Jptn)*, 1–16.
- Kotler, P., & Kevin, L. K. (2009). *Manajemen Pemasaran. Edisi Ke. 13*. Erlangga.
- Mulya Firdausy, C., & Idawati, R. (2017). Effects Of Service Quality, Price And Promotion On Customers' Purchase Decision Of Traveloka Online Airline Tickets In Jakarta, Indonesia. *International Journal Of Management Science And Business Administration*, 3(2), 42–49. <https://doi.org/10.18775/Ijmsba.1849-5664-5419.2014.32.1004>
- Nainggolan, L., & Pradhanawati, A. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Keragaman Produk Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Pelanggan Stove Syndicate Cafe Di Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(4), 531–541.
- Pelamonia, M. (2020). *Pengaruh Knowledge Management Dan Inovasi Berbasis Layanan Terhadap Keberhasilan Bisnis Umkm Kreatif Di Kota Ambon*. 1(2), 161–177.
- Prastika, R. D., & Sugiono. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Leopard Cafe Way Jepara Lampung Timur. *Jurnal Dinamika*, 3(1), 36–47.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta.
- Tobing, F. M., & Sihombing, D. (2016). Pengaruh Lokasi, Keragaman Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Carrefour Citra Garden Medan). *Jurnal Plans : Penelitian Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, 11(2), 149–156. <https://doi.org/10.24114/Plans.V11i2.9610>
- Utama, M. B. (2015). Pengaruh Keragaman Produk Dan Kualitas Pelayanan terhadap Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Gelael Mall Ciputra Semarang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 2(024).
- Wu, Y., Chen, H., & Wang, H. (2019). The Influence Of Product Diversity On Consumers' Impulsive Purchase In Online Shopping Environment. *American Journal Of Industrial And Business Management*, 09(03), 680–698. <https://doi.org/10.4236/Ajibm.2019.93046>