
**PENGARUH KETERSEDIAAN DAN KERAGAMAN PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PT SUMBER PERINTIS JAYA
DOLOK MASIHUL**

Susanti^{1*}, Hardi Mulyono², Abd. Rasyid Syamsuri³^{1,2,3} Fakultas Ekonomi, Universitas Muslim Nusantara Al Washliyah, Medan, Indonesia* susanti280404@gmail.com

INFO ARTIKEL	ABSTRAK
<p data-bbox="225 725 547 819">Diterima: 24 Agustus 2021 Direvisi: 30 September 2021 Disetujui: 31 Oktober 2021</p> <p data-bbox="225 1055 547 1211">Kata Kunci: Ketersediaan Produk, Keragaman Produk, Keputusan Pembelian dan Analisis Regresi Linier Berganda</p>	<p data-bbox="572 719 1337 1458">Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh ketersediaan dan keragaman produk terhadap Keputusan pembelian Pada PT. Sumber Perintis Jaya Dolok Masihul. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah konsumen di PT. Sumber Perintis Jaya Dolok Masihul dan memiliki sampel sebanyak 133 orang. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil analisis diperoleh nilai t_{hitung} untuk variabel Ketersediaan Produk (X_1) sebesar 2,586 jika dibandingkan dengan nilai t_{tabel} sebesar 1,656. maka t_{hitung} yang diperoleh lebih besar dari nilai t_{tabel} atau $2,586 > 1,656$. jadi dapat disimpulkan bahwa variabel Ketersediaan Produk (X_1) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Hasil analisis diperoleh nilai t_{hitung} untuk variabel Keberagaman Produk (X_2) sebesar 18,819, jika dibandingkan dengan nilai t_{tabel} yang sebesar 1,656. maka t_{hitung} yang diperoleh lebih besar dari nilai t_{tabel} atau $18,819 > 1,656$, jadi dapat disimpulkan bahwa variabel Keragaman Produk (X_2) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Hasil uji F yang diperoleh nilai F_{hitung} 177,929 $>$ F_{tabel} 2,674, maka H_0 ditolak karena $F_{hitung} > F_{tabel}$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa secara simultan Variabel Ketersediaan Produk (X_1) dan Variabel Keragaman Produk (X_2) berpengaruh nyata terhadap Variabel Keputusan Pembelian (Y).</p>

PENDAHULUAN

Persaingan di era globalisasi akan semakin mengarahkan sistem perekonomian negara manapun ke mekanisme pasar yang lebih baik, pada akhirnya memposisikan pemasar untuk selalu mengembangkan dan merebut pangsa pasar. Dalam melaksanakan pemasaran yang baik, produsen harus mengetahui dahulu apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen, sehingga produk yang ditawarkan akan sesuai dengan permintaan konsumen. Keragaman produk harus diperkirakan oleh pelaku usaha agar membuat keputusan yang tepat mengenai keragaman produk yang ditawarkan, karena dengan adanya keragaman produk akan memberikan kemudahan kepada konsumen untuk memilih dan melakukan keputusan pembelian sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen.

Fenomena penelitian mengenai ketersediaan dan kergaman produk terhadap keputusan pembelian pada PT. Sumber Perintis Jaya Dolok Masihul yaitu rasa kecewa konsumen yang timbul akibat dari produk yang tidak tersedia di toko. Permasalahan keragaman produk dalam artian kelengkapan produk mulai dari merek, ukuran, dan kualitas tersebut setiap saat pada suatu toko. Semakin banyak variasi produk pada suatu toko, maka semakin besar pula dorongan konsumen untuk melakukan keputusan pembelian pada toko tersebut untuk memuaskan keinginan dan kebutuhannya. Fenomena penelitian ini dapat dimuat pada Tabel 1:

Tabel 1.

Keragaman Produk Honda PT. Sumber Perintis Jaya Dolok Masihul

No.	Nama Produk	Penjualan/Unit
1	Honda Vario 150	70
2	Honda Beat	73
3	Honda Beatstreet	66
4	Honda Revo	68
5	Honda Supra 125	57
6	Honda CB 150 R	35
7	Honda CB 250 R	28
8	Honda Scoopy	85
9	Honda CRF	35
10	Honda PXC	53
11	Honda Verza	65
12	Honda Sonic 150	45

Sumber: PT. Sumber Perintis Jaya Dolok Masihul, 2021

Tabel 1. menunjukkan bahwa ada 12 macam variasi produk yang dijual di PT. Sumber Perintis Jaya Dolok Masihul dengan jumlah penjualan pertahun khusus merek Honda sebanyak 680 unit/Tahun. Angka penjualan tertinggi berada pada merek produk yang paling banyak diminati oleh para konsumen adalah Honda scoopy, dengan jumlah penjualan sebanyak 85 unit/Tahun, sedangkan penjualan terendah pada merek produk yang kurang diminati konsumen yang itu honda CB 250 R dengan penjualan hanya 28 unit/ Tahun. Data penjualan sepeda motor di PT. Sumber Perintis Jaya memiliki target penjualan selama 2020 yaitu 670 unit kendaraan sedangkan realisasi penjualan yang diperoleh PT. Sumber Perintis Jaya selama 2020 dari bulan Januari Hingga November sebanyak 680 Unit kendaraan. Data penjualan ini dapat melihat bagaimana keputusan pembelian akan diberikan konsumen disaat terkahir ia telah menentukan keinginannya dalam membeli suatu produk, dengan hal itu sebaiknya sebagai pelaku usaha harus memberikan suatu pelayanan serta loyalitas yang terbaik, sehingga konsumen tidak beralih kepada perusahaan pesaing lainnya.

Menurut Kotler dan Armstrong (2012:8), ketersediaan produk adalah kemampuan perusahaan untuk menjaga persediaan produk ketika terjadi peningkatan permintaan terhadap merek produk. Peneliti mengukur ketersediaan produk dengan indikator sebagai berikut: 1) Produk mudah dilihat, 2) Produk tertata rapi, 3) Ketersediaan Produk, 4) Ketersediaan alat pembayaran, 5) Cash/Kredit. Liwe

(2013:209) mengemukakan bahwa “Keragaman produk adalah kelengkapan produk yang menyangkut kedalaman, luas, dan kualitas produk yang ditawarkan, juga ketersediaan produk tersebut. Peneliti menggunakan indikator dari keragaman produk yang terdiri dari: 1) Ketersediaan produk, 2) Lengkap dengan suku cadang motor, 3) Ketersediaan berbagai merek, 4) Merek yang telah dikenal luas, 5) Ketersediaan variasi ukuran dan bentuk, 6) Jenis produk, 7) Ketersediaan kualitas produk, dan 8) Menyediakan modifikasi

Tjiptono (2015:21) mendefinisikan keputusan pembelian konsumen merupakan sebuah proses dimana konsumen mengenal masalahnya, mencari informasi mengenai produk atau merek tertentu. Sedangkan menurut Kotler dan Keller (2016:194) menyatakan keputusan pembelian konsumen merupakan bagian dari perilaku konsumen yaitu studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan. Thompson (2016:57) ada 4 indikator dalam keputusan pembelian yaitu: 1) Sesuai kebutuhan: pelanggan melakukan pembelian karena produk yang ditawarkan sesuai yang dibutuhkan dan mudah dalam mencari barang yang dibutuhkan. 2) Mempunyai manfaat: produk yang dibeli sangat berarti dan bermanfaat bagi konsumen. 3) Ketepatan dalam membeli produk: harga produk sesuai kualitas produk dan sesuai dengan keinginan konsumen. 4) Pembelian berulang: keadaan konsumen merasa puas dengan transaksi sebelumnya sehingga berniat selalu melakukan transaksi dimasa yang akan datang.

Nilai untuk membeli kembali suatu produk akan muncul ketika pelanggan merasa bahwa produk yang digunakannya bisa memberikan kepuasan terhadap diri pelanggan tersebut. Bila pelanggan puas pada pembelian pertama, maka pembelian berikutnya cenderung akan dilakukan secara berulang-ulang pada satu merek, sehingga pengambilan keputusan tidak lagi diperlukan karena pelanggan telah mengetahui secara mendalam mengenai merek tersebut. PT. Sumber Perintis Jaya merupakan perusahaan penjualan motor yang menawarkan akan produk-produk dengan harga yang sesuai dilengkapi dengan promosi, perusahaan terus mengembangkan dan mengadopsi sistem pemasaran kearah yang lebih baik. Oleh karna itu perusahaan tersebut merupakan salah satu perusahaan penjualan kendaraan bermotor yang mempunyai penjualan dan pelayanan yang baik, dengan memberikan penawaran akan produk-produk dan promosi yang bervariasi yang sesuai dengan tingkat kebutuhan konsumen yang tidak lepas dari penetapan harga yang dilakukan. Berdasarkan latar belakang tersebut peneliti melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Ketersediaan dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Sumber Perintis Jaya Dolok Masihul”.

METODE

Desain penelitian ini menggunakan pendekatan Studi deskriptif. Menurut Sugiyono (2019:29) “Deskriptif kuantitatif yaitu penyelarasan dengan variabel penelitian yang memusatkan pada masalah-masalah aktual dan fenomena yang sedang terjadi pada saat sekarang dengan bentuk hasil penelitian berupa angka-angka memiliki makna”. Penelitian ini akan menjelaskan hubungan mempengaruhi

variabel-variabel yang akan diteliti, yaitu Ketersediaan, Keragaman Produk dan Keputusan Pembelian pada PT. Sumber Perintis Jaya Dolok Masihul.

Pengambilan sampel yang dilakukan pada penelitian ini adalah dengan menggunakan rumus perhitungan Isaac dan Michael (Sugiyono, 2013) sebagai berikut:

$$s = (\lambda^2 \cdot N \cdot P \cdot Q) / (d^2 (N-1) + \lambda^2 \cdot P \cdot Q)$$

Keterangan:

λ^2 dengan dk = 1, taraf kesalahan bias 1%, 5%, 10%.

P = Q = 0,5

d = 0,05

s = Jumlah sampel

N = Jumlah Populasi

λ^2 = Chi kuadrat yang harganya tergantung derajat kebebasan dan tingkat kesalahan. Untuk derajat kebebasan 1 dan kesalahan 10% harga Chi Kuadrat = 2,706 (tabel chi kuadrat) dengan:

P = Peluang benar (0,5)

Q = Peluang salah (0,5)

d = Perbedaan antara rata-rata sampel dengan rata-rata populasi dan perbedaan bias 0,01; 0,05; serta 0,1

Penggunaan rumus Isaac dan Michael ini, menentukan batas toleransi kesalahan (*error tolerance*). Batas toleransi kesalahan ini dinyatakan dalam presentase. Semakin kecil toleransi kesalahan, maka semakin akurat sampel menggambarkan populasi. Misalnya dilakukan penelitian dengan batas toleransi kesalahan 10% (0,1), berarti memiliki tingkat akurasi sebesar 90%. Pada penelitian ini didapatkan populasi sebanyak 260 konsumen yang merupakan konsumen PT. Sumber Perintis Jaya Dolok Masihul, dan ditentukan batas toleransi kesalahan sebesar 10% serta nilai d = 0,05. Maka dapat ditentukan jumlah sampel penelitian sebagai berikut:

$$s = (2,706 \times 260 \times 0,5 \times 0,5) / (0,05^2 \times (260-1) + 2,706 \times 0,5 \times 0,5)$$

$$s = 132,8,$$

Pada perhitungan rumus tersebut, maka dapat ditentukan jumlah sampel dalam pengumpulan data primer yaitu dilakukan terhadap 132,8 sampel, dan di bulatkan menjadi 133 sampel konsumen PT. Sumber Perintis Jaya Dolok Masihul.

Menurut Sugiyono, (2019:79) “Analisis data sebagai proses yang merinci usaha secara formal untuk menemukan tema dan merumuskan hipotesis (ide) seperti yang disarankan dan sebagai usaha untuk memberikan bantuan dan tema pada hipotesis”. Sesuai dengan masalah dan rangkaian hipotesa, metode analisis yang di gunakan untuk membuktikan kebenaran yang di maksud adalah:

1. Metode deskriptif merupakan cara merumuskan dan menafsirkan data yang ada sehingga memberikan gambaran jelas melalui pengumpulan, penyusutan dan menganalisis data sehingga dapat di ketahui gambaran umum perusahaan yang sedang diteliti.
2. Metode analisis kuantatif adalah metode yang di gunakan untuk mengajukan data dalam bentuk angka.

HASIL PENELITIAN

Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

1. Hasil Uji Validitas

Pengujian ini dilakukan untuk menguji kesahihan setiap item pernyataan dalam mengukur variabelnya.. Nilai pengukuran uji validitas yang digunakan dalam penelitian sebesar 0,5, (Ghozali, 2016). Uji validitas ketersediaan produk dapat dimuat pada Tabel 2:

Tabel 2. Hasil Uji Validasi Variabel Ketersediaan Produk

Item Pertanyaan	Corrected Item-Total Correlation	Nilai Pengukuran	Keterangan
Item Pernyataan 1	0.744	0,5	Valid
Item Pernyataan 2	0.890	0,5	Valid
Item Pernyataan 3	0.724	0,5	Valid
Item Pernyataan 4	0.879	0,5	Valid
Item Pernyataan 5	0.722	0,5	Valid

Sumber : Hasil Penelitian, 2021

Berdasarkan Tabel 2 maka dapat dinyatakan bahwa seluruh item pertanyaan untuk variabel Ketersediaan Produk memiliki status valid, karena nilai r_{hitung} (*Corrected Item-Total Correlation*) > 0,5. Hasil uji validitas keragaman produk dapat dimuat pada Tabel 3:

Tabel 3. Hasil Uji Validasi Variabel Keragaman Produk

Item Pertanyaan	Corrected Item-Total Correlation	Nilai Pengukuran	Keterangan
Item Pernyataan 1	0.821	0,5	Valid
Item Pernyataan 2	0.850	0,5	Valid
Item Pernyataan 3	0.966	0,5	Valid
Item Pernyataan 4	0.825	0,5	Valid
Item Pernyataan 5	0.825	0,5	Valid
Item Pernyataan 6	0.892	0,5	Valid
Item Pernyataan 7	0.892	0,5	Valid
Item Pernyataan 8	0.805	0,5	Valid

Sumber : Hasil Penelitian, 2021

Tabel 3 menunjukkan bahwa seluruh item pertanyaan untuk variabel Keragaman Produk memiliki status valid, karena nilai r_{hitung} (*Corrected Item-Total Correlation*) > 0,5. Hasil uji validitas keputusan pembelian dimuat pada Tabel 4:

Tabel 4. Hasil Uji Validasi Variabel Keputusan Pembelian

Item Pertanyaan	Corrected Item-Total Correlation	Nilai Pengukuran	Keterangan
Item Pernyataan 1	0.736	0,5	Valid
Item Pernyataan 2	0.746	0,5	Valid
Item Pernyataan 3	0.857	0,5	Valid
Item Pernyataan 4	0.795	0,5	Valid
Item Pernyataan 5	0.789	0,5	Valid
Item Pernyataan 6	0.788	0,5	Valid
Item Pernyataan 7	0.788	0,5	Valid
Item Pernyataan 8	0.775	0,5	Valid

Sumber : Hasil Penelitian, 2021

Tabel 4 maka menunjukkan bahwa seluruh item pertanyaan untuk variabel Ketersediaan Produk memiliki status valid, karena nilai r_{hitung} (*Corrected Item-Total Correlation*) > 0,5.

2. Hasil Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas dilakukan terhadap butir pernyataan yang termasuk dalam kategori *valid*. Item pernyataan dikatakan andal apabila koefisien *reliabilitas* bernilai positif dan lebih besar dari pada 0,7, (Ghozali, 2016). Adapun hasil dari uji reliabilitas adalah sebagai berikut:

**Tabel 5
Hasil Uji Realibilitas Variabel Penelitian**

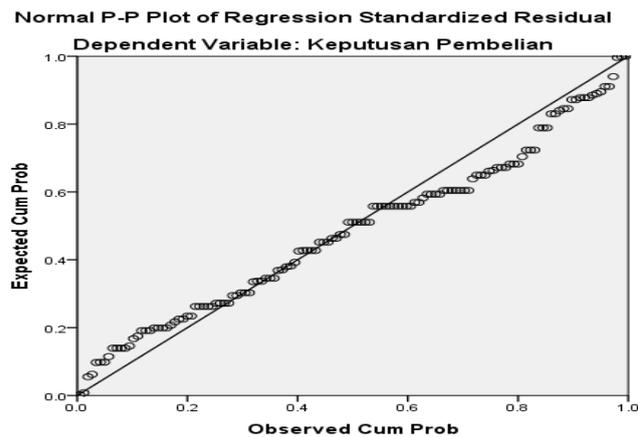
Variabel	Koefesien Realibilitas	Nilai Pengukuran	Keterangan
Ketersediaan Produk (X1)	0.919	0,7	Realibel
Keragaman Produk (X2)	0.964	0,7	Realibel
Keputusan Pembelian (Y)	0.943	0,7	Realibel

Sumber : Hasil Penelitian, 2021

Nilai reliabilitas item pernyataan pada r masing-masing variabel yang sedang diteliti lebih besar dari 0.5. Hasil ini menunjukkan bahwa item pernyataan memiliki keandalan untuk mengukur variabelnya.

3. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data yang diambil dalam penelitian berasal dari populasi yang berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah yang datanya berdistribusi normal atau mendekati normal. Jika data tidak berada disekitar wilayah garis diagonal dan tidak mengikuti garis diagonal atau tidak mengikuti pola sebaran distribusi normal maka akan diperoleh taksiran yang bias.



Gambar 1. Grafik Normal P-Plot
Sumber: Hasil Penelitian, 2021

4. Uji Heteroskodesitas

Uji heteroskodesitas dilakukan untuk menguji suatu model regresi dari perbedaan variance dan residual data yang ada. Dalam penelitian ini uji heteroskodesitas dilakukan dengan Uji Glejser. Hasil uji glejser pada penelitian ini dimuat pada Tabel 6:

**Tabel 6. Hasil Uji Glejser
Coefficients^a**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2.905	1.905		1.525	.130
1 Ketersediaan Produk	-.027	.059	-.040	-.456	.649
Keragaman Produk	-.043	.034	-.111	-1.268	.207

a. Dependent Variable: Abs_Res

Sumber : Hasil Penelitian Tahun, 2021

Berdasarkan data hasil uji glejser dapat diartikan bahwa di dalam analisis regresi tidak terdapat gejala heteroskedastisitas, nilai signifikansi (*p-value*) variabel ketersediaan produk sebesar 0.649 dan keragaman produk sebesar 0,207. Hasil tersebut dengan jelas menunjukkan bahwa tidak ada satupun variabel independen yang signifikan secara statistik mempengaruhi variabel dependen nilai Abs_RES, hal tersebut dikarenakan nilai probabilitas signifikansinya yang diatas 0.05 atau 5%.

Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

1. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Hasil analisis regresi dengan menggunakan SPSS dapat dilihat pada tabel 7:

**Tabel 7. Regresi Linier Berganda
Coefficients^a**

Model	Unstandardized		Standardized	t	Sig.
	Coefficients		Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1.555	2.644		.588	.557
1 Ketersediaan Produk	.211	.082	.118	2.586	.011
Keragaman Produk	.880	.047	.856	18.819	.000

a. Dependent Variabel: Keputusan Pembelian

Sumber : Hasil Penelitian Tahun 2021

Hasil analisis regresi linier berganda pada Tabel 7 menunjukkan bahwa nilai B pada penelitian ini memiliki nilai (*Constant*) sebesar 1.555, Ketersediaan Produk (X_1) adalah 0.211 dan Keragaman Produk (X_2) 0.880.

2. Hasil Uji t (Parsial)

Hasil Uji secara parsial penelitian ini dapat ditunjukkan pada Tabel 8:

**Tabel 8. Hasil Uji t
Coefficients^a**

Model	Unstandardized		Standardized	t	Sig.
	Coefficients		Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1.555	2.644		.588	.557
1 Ketersediaan Produk	.211	.082	.118	2.586	.011
Keragaman Produk	.880	.047	.856	18.819	.000

Dependent Variabel: Keputusan Pembelian

Sumber : Hasil Penelitian Tahun 2021

Hasil uji t pada Tabel 8 menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} Ketersediaan Produk (X_1) adalah 2,586 jika dibandingkan dengan nilai t_{tabel} yang sebesar 1.656. maka t_{hitung} yang diperoleh lebih besar dari nilai t_{tabel} atau $2.586 > 1.656$, kemudian terlihat pula bahwa nilai sig lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05 atau $0,011 < 0,05$, sehingga Ketersediaan Produk (X_1) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y). Hasil t_{hitung} untuk Keberagaman Produk (X_2) sebesar 18.819 jika dibandingkan dengan nilai t_{tabel} yang sebesar 1.656. maka t_{hitung} yang diperoleh lebih besar dari nilai t_{tabel} atau $18.819 > 1.656$, kemudian terlihat pula bahwa nilai sig lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05 atau $0,000 < 0,05$, sehingga Keragaman Produk (X_2) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y)

3. Hasil Uji F (Simultan)

Uji F digunakan untuk mengetahui hasil secara simultan (menyeluruh) Variabel Ketersediaan Produk (X_1) dan Keberagaman Produk (X_2) berpengaruh terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y). Adapun hasil Uji F dapat dimuat pada Tabel 9:

Tabel 8. Hasil Uji F ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	362.670	2	181.335	177.929	.000 ^b
	Residual	132.488	130	1.019		
	Total	495.158	132			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Keragaman Produk, Ketersediaan Produk

Sumber : Hasil Penelitian Tahun 2021

Berdasarkan hasil uji F yang terlihat pada Tabel 9. diperoleh nilai F_{hitung} 177.929 > F_{tabel} 2.674, maka H_0 ditolak karena F_{hitung} > F_{tabel} . Dengan demikian secara simultan Variabel Ketersediaan Produk (X_1) dan Variabel Keberagaman Produk (X_2), berpengaruh nyata terhadap Variabel Keputusan Pembelian (Y).

4. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variansi variabel Independentya. Range nilai dari R^2 adalah 0-1, $0 \leq R^2 \leq 1$ semakin mendekati nol berarti model tidak baik atau variansi model dalam menjelaskan amat terbatas, sebaliknya semakin mendekati satu model semakin baik.

Tabel 10. Koefisien Determinasi Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.856 ^a	.732	.728	1.00952

a. Predictors: (Constant), Keragaman Produk, Ketersediaan Produk

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Hasil Penelitian, 2021

Tabel 10 menunjukkan hasil perhitungan koefisien determinasi pada R Ketersediaan Produk (X_1) dan Variabel Keberagaman Produk (X_2) terhadap Keputusan Pembelian sebesar 0,856 atau 85,6%. Persentase Ketersediaan Produk (X_1) dan Variabel Keberagaman Produk (X_2) terhadap Keputusan Pembelian sebesar 73,2% sedangkan sisanya sebesar 26,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti oleh penelitian ini. *Adjusted R Square* merupakan nilai R^2 menunjukkan koefisien determinasi adalah sebesar 0,728, artinya persentase *Adjusted R Square* (R^2) sebesar 72,8% sedangkan sisanya sebesar 27,2% dijelaskan oleh faktor lain.

Standart Error of The Estimated adalah ukuran kesalahan prediksi. *Standart Error of The Estimated* juga bisa disebut standart deviasi. Dalam penelitian ini nilainya sebesar 1,00%, semakin kecil standar deviasi berarti model semakin baik.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijelaskan, peneliti dapat memberikan kesimpulan yaitu:

1. Ketersediaan Produk berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Keputusan Pembelian.
2. Keragaman Produk berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Keputusan Pembelian.
3. Ketersediaan Produk dan Keragaman Produk berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap Keputusan Pembelian

Keterbatasan

Batasan masalah untuk penelitian ini adalah memfokuskan pada Pengaruh Ketersediaan dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Sumber Perintis Jaya Dolok Masihul.

Implikasi Penelitian

Ketersediaan produk pada PT. Sumber Perintis Jaya Dolok Masihul masih kurang lengkap dan memberikan rasa kurang puas konsumen dalam melakukan pemilihan produk. Dengan demikian, PT. Sumber Perintis Jaya Dolok Masihul harus mengutamakan ketersediaan untuk membantu para konsumen dalam memilih produk dan juga melakukan pembelian. PT. Sumber Perintis Jaya Dolok Masihul juga dapat membantu konsumen dalam membuat keputusan pembelian dengan memberikan pelayanan yang terbaik.

DAFTAR RUJUKAN

- Arthur A. Thompson, M. A. (2016). *Crafting and executing strategy: the quest for competitive advantage, concepts and readings*. New York: McGraw-Hill Education
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8)*. Cetakan ke VIII. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, P dan Armstrong (2012). *Marketing Management*. New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.
- Kotler, P, Keller K (2016): *Marketing Management, 15th Edition* New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.
- Liwe, F. (2013). "Kesadaran Merk, Keragaman Produk dan Kualitas Produk Pengaruhnya terhadap Pengambilan Keputusan Konsumen Membeli di Kentucky Fried Chicken Manado". *Jurnal EMBA*. Vol.1 No.4.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Bandung*: Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.