

**PENGARUH KERAGAMAN PRODUK, MEREK DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA
PT. INDOMARCO ADI PRIMA BENGKULU**



SKRIPSI

Oleh:

ARLINA
NPM.19040025

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS DEHASEN BENGKULU
2022**

PENGARUH KERAGAMAN PRODUK, MEREK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PT. INDOMARCO ADI PRIMA BENGKULU

Oleh

Arlina¹
Ermy Wijaya² dan Nurzam³

RINGKASAN

Mencermati kondisi perekonomian saat ini, kegiatan bisnis menjadi sangat beraneka ragam. Hal tersebut disebabkan oleh banyaknya wirausahawan yang menciptakan berbagai peluang bisnis dalam melakukan persaingan, upaya mempertahankan. Maka, PT. Indomarco Adi Prima cukup menarik perhatian dan minat konsumen membeli produk yang ditawarkan.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh keragaman produk, merek dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada PT. Indomarco Adi Prima Bengkulu. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuesioner dengan instrumen penelitian yakni uji validitas, uji reliabilitas, uji regresi linier berganda, uji koefisien determinasi, uji t, dan uji f, dengan sampel dalam penelitian ini sebanyak 80 orang responden, dengan teknik *accidental sampling*.

Hasil menunjukkan bahwa regresi linier berganda $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$ atau $Y = -1,489 + 0,161(X_1) + 0,069(X_2) + 0,809(X_3) + 1,072$, artinya terjadi hubungan positif atau searah terhadap keputusan pembelian konsumen (Y) di PT. Indomarco Adi Prima. Sedangkan untuk hasil uji persial variabel keragaman produk (X_1) menunjukkan $t_{hitung} 2.641 > t_{tabel} 1.991$ dan sigfinikasi $0,010 < 0,05$, maka hipotesa H_a diterima dan H_o ditolak, berarti keragaman produk (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen (Y) Hasil uji Merek (X_2) menunjukkan nilai $t_{hitung} 1.763 < t_{tabel} 1.991$ dan signifikasi $0,085 > 0,05$, maka hipotesa H_a ditolak dan H_o diterima, berarti merek (X_2) tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen (Y). Hasil uji harga (X_3) menunjukkan $t_{hitung} 16.420 > t_{tabel} 1.991$ dan signifikasi $0,000 < 0,05$, maka hasil dari hipotesa H_a diterima dan H_o ditolak, berarti harga (X_3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen (Y). Kemudian hasil uji simultan, menerima hipotesa atau menerima H_a dan menolak H_o artinya terdapat pengaruh antara keragaman produk (X_1) merek (X_2) dan harga (X_3) terhadap keputusan pembelian konsumen (Y) di PT. Indomarco Adi Prima Bengkulu sebesar 595.615. Hasil uji regresi linier berganda bahwa koefensi regresi anantara keragaman produk (X_1), merek (X_2) dan harga (X_3) bernilai positif, artinya terjadi hubungan positif atau searah terhadap keputusan pembelian konsumen (Y) di PT. Indomarco Adi Prima.

Kata kunci: Keputusan pembelian konsumen, keragaman produk, merek, harga

1. Siswa
2. Pengawas

THE INFLUENCE OF DIFFERENT PRODUCTS, BRANDS AND PRICES ON CONSUMER PURCHASE DECISIONS IN PT. INDOMARCO ADI PRIMA BENGKULU

By

Arlina¹

Ermy Wijaya² and Nurzam³

ABSTRACT

The method used in this study is a questionnaire method with research instruments namely validity test, reliability test, multiple linear regression test, coefficient of determination test, t test, and f test, with the sample in this study as many as 80 respondents, with accidental sampling technique.

The results show that multiple linear regression $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$ or $Y = -1.489 + 0.161(X_1) + 0.069(X_2) + 0.809(X_3) + 1.072$, meaning that there is a positive or unidirectional relationship to consumer purchasing decisions (Y) at PT. Indomarco Adi Prima. Meanwhile, the results of the partial test of the product diversity variable (X1) show tcount 2.641 > ttable 1.991 and a significance of 0.010 < 0.05, then the hypothesis Ha is accepted and Ho is rejected, meaning that product diversity (X1) has a positive and significant effect on consumer purchasing decisions (Y). The results of the Brand test (X2) show a tcount value of 1.763 < ttable 1.991 and a significance of 0.085 > 0.05, then the Ha hypothesis is rejected and Ho is accepted, meaning that the brand (X2) has no effect on consumer purchasing decisions (Y). The results of the price test (X3) show tcount 16,420 > ttable 1,991 and a significance of 0.000 < 0.05, then the results of the Ha hypothesis are accepted and Ho is rejected, meaning that the price (X3) has a positive and significant effect on consumer purchasing decisions (Y). Then the results of the simultaneous test, accept the hypothesis or accept Ha and reject Ho, meaning that there is an influence between product diversity (X1) brand (X2) and price (X3) on consumer purchasing decisions (Y) at PT. Indomarco Adi Prima Bengkulu amounted to 595,615. The results of multiple linear regression test that the regression coefficient between product diversity (X1), brand (X2) and price (X3) is positive, meaning that there is a positive or unidirectional relationship to consumer purchasing decisions (Y) at PT. Indomarco Adi Prima.

Keywords: Consumer purchasing decisions, product diversity, brand, price

1. Student

2. Supervisor