

**PENGARUH KERAGAMAN PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN  
LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA BABOKK  
BOUTIQUE DI KABUPATEN SUMBAWA**

**Saofi Awalia Sya'rani**

Universitas Teknologi Sumbawa  
opiisyarani@gmail.com

**Hartini**

Universitas Teknologi Sumbawa  
hartini@uts.ac.id

**ABSTRACT**

*Babokk boutique is one of the boutiques in Sumbawa Regency. Babokk boutique is located in the Karang Goreng neighborhood, Brang Bara Village, Sumbawa District, Sumbawa Regency. This research aims to examine the influence of product diversity, service quality and location on purchasing decisions at Babokk Boutique in Sumbawa Regency. In this study the author used a quantitative method with an associative type with data collection techniques through distributing questionnaires. The population in this study were people in the Sumbawa Regency area, people who had visited Babokk Boutique at least once. The sample in the research involved 100 respondents. The data obtained in this research is in the form of numerical data which is then processed using software such as SPSS version 26. The results of this research show that product diversity and location have a positive and significant effect on purchasing decisions at Babokk Boutique in Sumbawa Regency and service quality do not partially influence purchasing decisions at Babokk Boutique in Sumbawa Regency.*

**Keywords** : *Product Diversity, Service Quality, Location, Purchasing Decisions, Babokk Boutique.*

**ABSTRAK**

Babokk boutique merupakan salah satu butik di Kabupaten Sumbawa. Babokk boutique beralamat di lingkungan karang goreng, Kelurahan Brang bara , Kecamatan Sumbawa, Kabupaten Sumbawa. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh Keragaman produk, Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Babokk Boutique di Kabupaten Sumbawa. Pada penelitian ini penulis menggunakan metode kuantitatif dengan jenis asosiatif dengan teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner. Populasi pada

penelitian ini yaitu masyarakat yang berada di wilayah Kabupaten Sumbawa, masyarakat yang pernah berkunjung ke Babokk Boutique minimal 1 kali. Sampel pada penelitian melibatkan 100 responden. Data yang diperoleh dalam penelitian ini berupa data angka yang kemudian di olah dengan menggunakan perangkat lunak seperti SPSS versi 26. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa keragaman Produk dan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Babokk Boutique di Kabupaten Sumbawa dan kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian pada Babokk Boutique di Kabupaten Sumbawa.

**Kata Kunci :** Keragaman Produk, Kualitas Pelayanan, Lokasi, Keputusan Pembelian, Babokk Boutique

## **PENDAHULUAN**

Sekarang ini di dunis bisnis banyak sekali pesaing khususnya dalam dunia fashion, sehingga harus pintar dalam melakukan penentuan lokasi, dan keberagaman serta atribut produk yang akan di pasarkan atau dijual. Persaingan yang ketat membuat pelaku bisnis menyusun strategi agar bisnis yang digelar dapat bertahan. Perkembangan tren fashion sebenarnya tidak terlepas dari beberapa faktor seperti dunia entertainment, media massa, internet hingga dunia bisnis. (Asih, 2023). Babokk boutique merupakan salah satu butik di Kabupaten Sumbawa. Butik ini didirikan oleh Ibu Nurina Pradipta Sari pada tahun 2011. Babokk boutique beralamat di lingkungan karang goreng, Kelurahan Brang bara , Kecamatan Sumbawa, Kabupaten Sumbawa. Berdasarkan dan pra survei yang saya lakukan dengan melakukan wawancara atau kuesioner awal dengan Ibu dinar, mengenai keragaman produk yang terdapat di babokk boutique mengatakan ” Kelengkapan yang di babokk boutique cukup banyak pilihannya, disana juga banyak model tas dan baju yang kualitasnya bagus.” dan dengan beberapa konsumen seperti mbak rini dan ibu ermawati mengatakan bahwa lokasi atau tempat parkir yang tidak cukup luas untuk menampung kendaraan roda 4 dan hanya bisa menampung kendaraan roda 2 dan kualitas beberapa produk kurang bagus dan kurang sesuai dengan harganya. Keputusan pembelian adalah suatu proses pengambilan keputusan konsumen pembelian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk memilih dua atau lebih alternatif produk yang tersedia dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain kualitas, harga, lokasi, promosi,

kemudahan, pelayanan dan lain lain (Riadi,2020). Keragaman produk adalah tersedianya semua jenis produk mulai dari banyaknya jumlah, kesesuaian dengan selera dan keinginan serta ketersediaan produk yang ditawarkan untuk dimiliki, dipakai atau dikonsumsi oleh konsumen yang dihasilkan oleh suatu produsen. Keragaman produk juga menjadi faktor yang menjadi keputusan konsumen dalam berbelanja. Hal ini dapat diartikan bahwa konsumen lebih tertarik dengan keragaman produk yang dijual dan variasi produk yang lengkap dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari konsumen, maka dapat dikatakan bahwa keragaman produk tersebut sangat berhubungan dengan perilaku konsumen itu sendiri yang merupakan sebuah proses dalam melakukan keputusan pembelian. (Perwitasari dkk, 2022). Hal ini Sesuai dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Tyas, (2019) menjelaskan bahwa keberagaman produk ini berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, yang berarti bahwa semakin beragam produk yang dijual oleh suatu butik atau toko maka pembeli akan dengan mudah memilih apa yang mereka inginkan dan menarik pelanggan untuk kembali, penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Fidela,(2020) menyatakan bahwa keragaman produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Namun berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Ulfami dan Saino, (2020) menyatakan bahwa keragaman produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada online shop Giyomi melalui shopee. Begitu juga dengan penelitian Badarudin dkk, (2021) menyatakan bahwa secara parsial keragaman produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada paragon mart Kabupaten Kepulauan Sangihe. Penelitian – penelitian tersebut menunjukkan bahwa masih terdapat gap penelitian antara keragaman produk terhadap keputusan pembelian.Seperti yang dijelaskan pada penelitian Tyas, (2019) dan penelitian Fidela,(2020) menyatakan keragaman produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.Penelitian tersebut tidak sejalan dengan penelitian Ulfami dan Saino,(2020) dan penelitian Badarudin dkk,(2021) menunjukkan bahwa keragaman produk tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini disebabkan karena beberapa produk yang terdapat pada toko dan usaha yang dijalankan tersebut masih kurang lengkap dari segi kualitas, variasi ukuran dan

kelengkapannya. Sehingga itulah yang membuat konsumen yang ingin berbelanja masih kurang puas sehingga menurunkan keputusannya untuk membeli. Kualitas pelayanan merupakan bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan. Apabila pelayanan yang diterima atau yang dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan. (Kotler, 2029). Penelitian yang dilakukan oleh patmala, dan fatihah (2021) menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di UKM Mart Kartika Widya Utama. Sedangkan pada penelitian yang dilakukan oleh Cahya dkk, (2021) menyatakan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada studi kasus roti bakar. Pada penelitian yang dilakukan oleh Ramadani (2019) menyatakan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian handphone di Las Vegas mobile store plaza marina Surabaya. Penelitian – penelitian tersebut menunjukkan bahwa masih terdapat gap penelitian antara kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian. Penelitian yang menunjukkan kualitas pelayanan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian dikarenakan terdapat masalah pada pelayanannya seperti ada karyawan yang masih belum terlalu paham dengan produk yang di jual, dan juga masih kurangnya jumlah karyawan untuk melayani konsumen dalam berbelanja sehingga bisa menimbulkan kekecewaan konsumen terhadap pelayanan yang dilakukan. Selain keragaman Produk dan Kualitas pelayanan, seorang wirausaha perlu memperhatikan lokasi usahanya. Dengan adanya lokasi yang strategis, usaha atau bisnis akan mengalami kemajuan. Kotler dan Armstrong (2018) menyatakan bahwa lokasi adalah berbagai kegiatan perusahaan untuk membuat produk yang dihasilkan atau dijual terjangkau dan tersedia bagi pasar sasaran, dalam hal ini berhubungan dengan bagaimana cara penyampaian produk atau jasa kepada para konsumen dan dimana lokasi yang strategis. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Pratama, (2021) yang membahas mengenai pengaruh lokasi menyebutkan bahwa lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Pada penelitian yang dilakukan oleh Ekasari, dkk (2022) menyatakan bahwa Variabel lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Temuan ini berarti

bahwa lokasi yang baik tidak serta merta meningkatkan keputusan pembelian baja ringan di Loyal Truss, Rogo jampi Banyuwangi. Sama halnya dengan penelitian yang dilakukan oleh Hardikoesoemo & Harjandi (2021) menyatakan bahwa lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada toko Oke listrik Jember. Penelitian – penelitian tersebut menunjukkan bahwa masih terdapat gap penelitian antara lokasi terhadap keputusan pembelian. Penelitian yang menunjukkan lokasi tidak signifikan terhadap keputusan pembelian dikarenakan terdapat masalah yaitu perlu meningkatkan pengantaran pemesanan konsumen untuk kenyamanan konsumen serta lokasi tempat parkir dan kebersihan lingkungan perlu untuk di perhatikan lagi. Dari uraian di atas kita bisa menyimpulkan masalahnya apakah yang menjadi alasan bagi konsumen dapat tertarik untuk berbelanja dan memilih Babokk Boutique sebagai butik pilihannya di banding butik lainnya, apakah karena konsumen melihat keberagaman produk, kualitas pelayanan dan lokasi dari butik tersebut, maka penulis tertarik untuk membuat penelitian di Babokk Boutique Sumbawa Besar dengan judul : Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas pelayanan dan Lokasi terhadap keputusan pembelian pada Babokk Boutique di Kabupaten Sumbawa. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh keragaman produk, kualitas pelayanan dan lokasi terhadap keputusan pembelian pada babokk boutique di Kabupaten Sumbawa.

## **TELAAH LITERATUR**

Menurut Kotler & Armstong (2018) mengatakan bahwa keragaman produk merupakan kumpulan seluruh produk dan barang yang ditawarkan pelaku usaha kepada konsumen. Oleh karena itu, pelaku usaha harus 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. Menurut Kotler, (2019) kualitas pelayanan merupakan betuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterimadengan tigtat pelayanan yang diharapkan. Apabila pelayanan yang diterima atau yang dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Kotler dan Armstrong (2018) menyatakan bahwa lokasi adalah berbagai kegiatan perusahaan untuk membuat produk yang dihasilkan atau dijual

terjangkau dan tersedia bagi pasar sasaran, dalam hal ini berhubungan dengan bagaimana cara penyampaian produk atau jasa kepada para konsumen dan dimana lokasi yang strategis. Keputusan pembelian merupakan pembelian 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 mereka. (Kotler dan Amstrong, 2016).

## **METODOLOGI PENELITIAN**

Pada penelitian ini penulis menggunakan metode kuantitatif dengan jenis asosiatif yaitu penelitian yang bersifat menanyakan hubungan dua variabel atau lebih. Sugiyono (2017) menggambarkan penelitian kuantitatif sebagai jenis penelitian dimana data dikumpulkan dalam bentuk angka dan selanjutnya di analisis menggunakan metode statistik. Data yang di kumpulkan berkaitan dengan pendapat, keyakinan, perilaku, karakteristik, serta hubungan antar variabel. Data yang diperoleh dalam penelitian ini berupa data angka yang kemudian di olah dengan menggunakan perangkat lunak seperti SPSS versi 26. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat sejauh mana pengaruh Keragaman produk, Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian. Populasi adalah suatu wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian di tarik kesimpulannya (Sigiono, 2019) Populasi merupakan seluruh dari subjek eksplorasi. Sehingga populasi penelitian ini adalah semua konsumen yang pernah berbelanja di Babokk Boutique di kabupaten Sumbawa. Metode pengambilan Sample dalam penelitian ini yaitu semua konsumen yang pernah berbelanja di Babokk Boutique di Kabupaten Sumbawa. Sampel pada penelitian ini yaitu anak remaja yang berusia 19 tahun sampai dengan orang dewasa yang berusia 50 tahun. Pada penelitian ini dengan dasar riset kuantitatif menggunakan teknik purposive sampling (non random sampling) dimana peneliti akan menentukan pengambilan sampel dengan cara menetapkan ciri khusus yang sesuai dengan tujuan penelitian sehingga diharapkan dapat memecahkan masalah penelitian. (Sugiyono, 2019). Pada penelitian ini, untuk menentukan jumlah

sampling di tentukan dengan menggunakan rumus Paul Leedy, dikarenakan populasi pada penelitian saya ini belum diketahui Jumlahnya. Berdasarkan hasil perhitungan rumus Paul Leedy di dapat sebesar 100 responden. Sebelum menganalisa pengaruh antar variabel dalam penelitian ini, peneliti terlebih dahulu menguji kelayakan pernyataan dalam kuesioner dengan menggunakan uji validitas dan reliabilitas. Setelah pernyataan dalam setiap variabel kuesioner valid dan reliabel, peneliti menguji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas. Setelah itu melakukan analisis regresi linear berganda, dan melakukan uji parsial (uji t) dan uji koefisien determinasi ( $R^2$ ).

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Memuat hasil dan pembahasan yang merupakan bagian utama artikel ilmiah berisi hasil analisis data, hasil pengujian hipotesis, dapat dilengkapi dengan tabel atau grafik, untuk memperjelas hasil penelitian. Dari hasil uji validitas diketahui bahwa ada 2 pernyataan di variabel keragaman produk yang tidak valid, Variabel kualitas pelayanan memiliki pernyataan yang valid semua, sementara variabel lokasi memiliki 4 pernyataan yang tidak valid dan variabel dependen keputusan pembelian memiliki 1 pernyataan yang tidak valid, jadi setiap pernyataan yang tidak valid tersebut tidak lagi kita pakai dalam kuesioner penelitian, dan dari uji reliabilitas menunjukkan bahwa data yang terkumpul sudah reliabel. Hal ini menunjukkan bahwa instrument dalam penelitian ini dapat di analisa lebih lanjut. Uji asumsi klasik berfungsi untuk menguji ketepatan model, adanya penyimpangan yang terjadi pada model regresi yang nantinya dapat berpengaruh pada proses pengambilan kesimpulan (Ghozali, 2018), Uji asumsi klasik pada penelitian ini antara lain sebagai berikut :

### **Uji Normalitas**

**Tabel 1 Hasil Uji Normalitas**

Keterangan	Unstandardized Residual
Test Statistik	.051
<i>Asymp. Sig. ( 2-tailed)</i>	.200 <sup>c,d</sup>

Sumber: Data diolah, 2023

Berdasarkan tabel diatas hasil uji normalitas yaitu *asymp. Sig ( 2-tailed)* adalah

0,200 yang berarti lebih besar dari 0,05. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa data penelitian ini berdistribusi normal.

#### Uji Multikolinearitas

Tabel 2 Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Keragaman produk	0,783	1.276	Non multikolinearitas
Kualitas Pelayanan	0,725	1.380	Non multikolinearitas
Lokasi	0,851	1.175	Non Multikolinearitas

Sumber data diolah, 2023

Berdasarkan tabel diatas tolerance masing- masing variabel keragaman produk (0,783), kualitas pelayanan ( 0,725), lokasi ( 0,851) yang mana seluruh jumlah yang diperoleh oleh variabel X lebih besar dari 0,10. Sedangkan VIF yaitu variabel keragaman produk (1,276), kualitas pelayanan ( 1,380) dan lokasi (1,175) yang mana jumlah yang diperoleh lebih kecil dari 10,00, maka dapat disimpulkan bahwa data penelitian ini tidak multikolinearitas.

#### Uji Heteroskedastisitas

Tabel 3 Uji Heteroskedastisitas

No.	Variabel	Sig.
1	Keragaman produk	0,228
2	Kualitas Pelayanan	0,737
3	Lokasi	0,172

Sumber data diolah, 2023

Berdasarkan uji diatas dapat dilihat bahwa nilai signifikan variabel keragaman produk (X1) sebesar  $0,228 > 0,05$ , kualitas pelayanan (X2) sebesar  $0,737 > 0,05$  dan lokasi (X3) sebesar  $0,172 > 0,05$ , maka dengan itu dapat disimpulkan variabel keragaman produk (X1), kualitas pelayanan (X2) dan Lokasi (X3) tidak terjadi heteroskedastisitas. Menurut Ghozali (2018), analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui arah dan seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil dari analisis regresi linear berganda akan menguji seberapa besar pengaruh keragaman produk, kualitas pelayanan dan lokasi terhadap keputusan pembelian.

Tabel 4 Analisis Regresi Linear Berganda



No	Variabel	Koefesien	t- hitung	Signifikan
1	Konstanta	17.014	3,152	0,002
2	Keragaman Produk	0,420	2,910	0,004
3	Kualitas pelayanan	0,105	0,851	0,397
4	Lokasi	0,290	3,039	0,003

Sumber : Data diolah, 2023

Maka dari model regresi linear berganda diatas dapat diketahui persamaan regresinya adalah sebagai berikut :

$$Y = 17,014 + (0,420 X1) + (0,105 X2) + (0,290 X3) + e$$

Keterangan :

Y = Keputusan Pembelian

a = Konstanta

X1 = Keragaman Produk

X2 = Kualitas Pelayanan

X3 = Lokasi

Y = Keputusan Pembelian

e = Error term

Dari persamaan tersebut dapat dijelaskan bahwa :

- Nilai dari konstanta sebesar 17,014 menunjukkan bahwa semua nilai variabel independen, maka variabel keputusan pembelian (Y) sebesar 17,014, yang berarti bahwa tanpa adanya pengaruh dari variabel keragaman produk, kualitas pelayanan, dan lokasi maka keputusan pembelian telah mencapai 17,014 satuan.
- Koefesien regresi variabel keragaman produk (X1) sebesar 0,420. Hal ini berarti apabila keragaman produk meningkat sebesar satu satuan maka keputusan pembelian akan meningkat sebesar 0,420 dalam setiap satuannya. Dengan asumsi variabel lain tidak mengalami perubahan atau konstan.
- Koefesiaen regresi variabel kualitas pelayanan (X2) sebesar 0,105. Hal ini berarti apabila kualitas pelayanan meningkat sebesar satu satuan maka keputusan pembelian akan meningkat sebesar 0,105 dalam setiap satuannya. Dengan asumsi variabel lain tidak megalami perubahan atau konstan.
- Koefesiaen regresi variabel lokasi (X3) sebesar 0,290. Hal ini berarti apabila kualitas pelayanan meningkat sebesar satu satuan maka keputusan pembelian

akan meningkat sebesar 0,290 dalam setiap satuannya. Dengan asumsi variabel lain tidak mengalami perubahan atau konstan.

Secara parsial, uji hipotesis dapat dilakukan dengan uji t-test. Menurut Ghazali (2018), uji-t pada dasarnya mengukur sejauh mana pengaruh suatu variabel penjelas atau independen secara individual dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Dalam menguji apakah variabel independen (X1, X2, X3) yaitu keragaman produk, kualitas pelayanan dan lokasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen (Y) yaitu Keputusan pembelian.

Uji parsial ( Uji t)

Tabel 5 Uji t (parsial)

Variabel	Koefesien	t- hitung	Signifikan
Konstanta	17.014	3,152	0,002
Keragaman Produk	0,420	2,910	0,004
Kualitas pelayanan	0,105	0,851	0,397
Lokasi	0,290	3,039	0,003

Sumber : Data diolah,2023

Dari hasil pengujian secara parsial pada tabel 4.5 di atas menunjukkan Nilai Coefesient pada variabel keragaman produk dengan arah positif sebesar 0,420. Nilai thitung  $2,910 > t_{tabel} 1,984$  artinya berpengaruh , nilai sig  $0,004 < 0,05$  yang artinya signifikan.Hasil pengujian tersebut diinterpretasikan bahwa ”keragaman produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Babokk Boutique di Kabupaten Sumbawa” maka persepsi awal peneliti terbukti , dengan kata lain  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, yang berarti hipotesis pertama dalam penelitian ini diterima. Dari hasil pengujian secara parsial pada tabel 4.5 di atas menunjukkan Nilai Coefesient Regresi pada variabel kualitas pelayanan dengan arah positif sebesar 0,105. Nilai thitung  $0,851 < t_{tabel} 1,984$  artinya tidak berpengaruh, nilai sig  $0,397 > 0,05$  yang artinya tidak signifikan. Hasil pengujian tersebut diinterpretasikan bahwa, ”kualitas pelayanan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian pada Babokk Boutique di Kabupaten Sumbawa” maka persepsi awal peneliti tidak terbukti dengan kata lain  $H_0$  diterima dan  $H_2$  ditolak, yang berarti hipotesis kedua

dalam penelitian ini tidak diterima. Dari hasil pengujian secara parsial pada tabel 4.15 di atas menunjukkan Nilai *Coefesient* pada variabel lokasi dengan arah positif sebesar 0,290. Nilai *thitung* 3,039 > *ttabel* 1,984 artinya berpengaruh , nilai sig 0,003 < 0,05 yang artinya signifikan. Hasil pengujian tersebut diinterpretasikan bahwa ”lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Babokk Boutique di Kabupaten Sumbawa” maka persepsi awal peneliti terbukti , dengan kata lain  $H_0$  ditolak dan  $H_3$  diterima, yang berarti hipotesis ke tiga dalam penelitian ini diterima.

#### Uji Koefesien Determinasi

Tabel 4.6 Uji Koefesien Determinansi

<i>Model</i>	<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>
	0,510 <sup>a</sup>	0,260	0,237	3.17171

Sumber : Data diolah,2023

Berdasarkan Tabel 4.6 Dapat diketahui bahwa nilai koefisiensi determinasi terdapat pada nilai *R Square* sebesar 0,260. Hal ini berarti kemampuan variabel bebas , dalam menjelaskan variabel terikat sebesar 26,0% dan sisanya 74,0% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

#### SIMPULAN

Berdasarkan penelitian serta pemecahan masalah pada uraian- uraian sebelumnya, maka penulis mengambil beberapa kesimpulan sebagai berikut :

- 1) Hipotesis pertama menyatakan keragaman produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini di buktikan dengan uji parsial (uji t) yaitu nilai *t hitung* 2,910 > *t tabel* 1,984 dengan nilai sig 0,004 < 0,05 yang artinya bahwa keragaman produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Babokk Boutique di Kabupaten Sumbawa
- 2) Hipotesis kedua menyatakan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini di buktikan dengan

uji parsial (uji t) yaitu nilai t hitung  $0,851 < t \text{ tabel } 1,984$  dan nilai sig  $0,397 > 0,05$  yang artinya kualitas pelayanan tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian pada Babokk Boutique di Kabupaten Sumbawa.

- 3) Hipotesis ketiga menyatakan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini di buktikan dengan uji parsial (uji t) yaitu nilai Coefesient pada variabel lokasi dengan arah positif sebesar 0,290. Nilai t hitung  $3,039 > t \text{ tabel } 1,984$  dengan nilai sig  $0,003 < 0,05$  yang artinya bahwa lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Babokk Boutique di Kabupaten.

### **Saran**

Sesudah melakukan pembhasan atas penelitian yang ada dan beberapa kesimpulan yang dipaparkan, maka berikut ada beberapa saran yang penulis ajukan diantaranya :

- a. Bagi penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperluas variabel-variabel di luar dari penelitian ini, sehingga dapt mengetahui variabel lain yang mempengaruhi keputusan pembelian
- b. Berdasarkan penelitian yang dilakukan, Babokk boutique perlu meningkatkan dan mempertahankan kualitas produk serta keragaman produk yang ada di babokk boutique.
- c. Bagi Butik sebagai objek penelitian. Penelitian ini di harapkan dapat bermanfaat untuk Babokk Boutique dalam meningkatkan penjualan, dan Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan keputusan pembelian konsumen pada Babokk Boutique di Kabupaten Sumbawa.

### **DAFTAR PUSTAKA**

Asih, H. (2023,20 Januari). *Menbedah Pameran Domestik Untuk Fashion*.Di akses pada 24 Oktober 2023, dari <https://ukmindonesia.id/baca-deskripsi-posts/membedah-pameran-domestik-untuk-fashion>.

- Ayuningsih, N., & Andy. (2022). Pengaruh Suasana Toko, Promosi dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Mr. DIY Mall Ramayana . *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* , 1-3.
- fauji, R., & Faddila, S. P. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Johar Futsal Kerawang. *jurnal ubpkarawang*, 37-47.
- Fidela, G. (2021). Pengaruh Keragaman Produk dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Nadhira Napoleon Pekanbaru ( Survei pada konsumen Toko Oleh- Oleh Nadhira Napoleon Outlet Pusat Jendral Sudirman. *Skripsi*, 24-35
- Justika, T. (2021). Pengaruh Atribut Produk, Harga, Promosi, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Tokopedia ( Studi Kasus Mahasiswa Pengguna Tokopedia di Daerah Istimewa Yogyakarta . *Skripsi* , 6-9.
- Nindita, H. (2021,21 Januari).*Bagaimana Indistri Fashion Bertahan Selama Tahun Pandemi 2020*.Diakses pada 25 Oktober 2023,dari <https://tirto.id/bagaimana-industri-fashion-bertahan-selama-tahun-pandemi-2020-f9rt>
- Novianti, S. B., Maruta, I. A., & Mulyati, A. (2022). Pengaruh Harga, Atribut Produk dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Delvation Store Di Surabaya. *Jurnal Seminar Peningkatan Sitas Internasional*, 186-187
- Patmala, H. S., & Fatihah, D. C. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di UKM Mart Kartika Widya Utama. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ekonomi dan Akuntansi*, 1155.
- Pratama, B. F. (2021). Pengaruh Lokasi dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen ( Survei Pada Konsumen Toko Rempah-Rempah Anda Di Solok . *Skripsi*, 1-19.
- Putra, K. E. (2019). Pengaruh Peragaman Produk,Promosi dan Atmosfer Toko Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Sembako Dan Kebutuhan Rumah Tangga Archi Di Kota Semarang . *Skripsi* , 6-20.
- Perwitasari,D.,& Ediyanto. (2022). Pengaruh Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Depot Mandarien Moeslem Kabupaten Situbondo Dengan Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervending. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur*, 425-426.
- Rafli, L. A., Nawangsih, & Ariyono, K. Y. (2022). Pengaruh Keragaman Produk, Lokasi, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko rm22 Store Kecamatan Sukodono Kabupaten Lumajang. *Jurnal Of Organization And Business Manajemet*, 71-78.
- Rakhmania, T. (2020). Pengaruh Persepsi Harga, Keragaman Produk, SuasanaToko,Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Swalayan Serikat Jaya . *Skripsi* , 2- 18.

- Rizal, R., & Hardian, A. (2021 ). Pengaruh Keragaman Produk Terhadap Keputusan pembelian di Gerai Indomaret Mandala By Pass 1 Cabang Medan ( Studi Kasus di Kecamatan Medan Denai, Kota Medan ). *Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen* , 97-100.
- Sanggetang, V., Mandey, S. L., & Moniharapon, S. (2019). Pengaruh Lokasi, Promosi dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada perumahan Kawanua Emerald City Manado . *Jurnal Riset Ekonomi Manajemen Bisnis Ekonomi*, 6-19
- Setyohadi, I. C. (2023). Perancangan Bisnis Vals. *Skripsi*, 1-2 : Universitas Katolik Soegijapranata Semarang
- Sriwindarti. (2020). Pengaruh Persepsi kualitas pelayanan, Brand Image, dan Word of mouth Terhadap Keputusan Pembelian pada Transportasi Online Grabbike di Pororogo.*Skripsi*, 13-14.
- Tarigan, D. L. (2022). Pengaruh Atribut Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Pada Online Shop Juli Boutique Medan. *Skripsi*, 2-8
- Utami,Triani.(2021). Pengaruh Lokasi, Kualitas Pelayanan dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Top Mode Condong, Kauman, Ponorogo. *Skripsi*, 1-10
- Veronika, & Nainggolan, N. P. (2022). Pengaruh Promosi, Atribut Produk dan Loyalitas Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Di Tokopedia. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 371-374.
- Zulaiha, & Dimyati, L. (2023). Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian ( Study Kasus Pada Pengguna Produk Johnson's Baby Di Desa Rantau Kasai Kecamatan Lintang Kabupaten Empat Lawang). *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 11