

**PENGARUH KERAGAMAN PRODUK DAN CITA RASA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO
NOGIENOSSE DI KOTA POSO**



Skripsi

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Pada
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sintuwu Maroso

Oleh:

CANTIKHA APRILLIA

91911404122070

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS SINTUWU MAROSO
POSO
2023**

CANTIKHA APRILLIA. NPM: 91911404122070. **Pengaruh Keragaman Produk Dan Cita Rasa Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Nogienosse Di Kota Poso.** Dibimbing oleh Bapak Holmes R. Kapuy sebagai pembimbing I dan Bapak Timotius Garatu sebagai pembimbing II.

ABSTRAK

Penelitian dilakukan pada toko Nogienosse di kota Poso dengan tujuan untuk dapat mengetahui pengaruh dari variabel Keragaman Produk Dan Cita Rasa Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Nogienosse. Tehnik sampel yang digunakan yaitu *Probability Sampling* dengan jumlah responden 36 orang. Dalam penelitian ini data yang digunakan telah dianalisis berdasarkan Regresi Linear Berganda melalui uji *Statistical Program For Social Science (SPSS)* versi 25.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa analisis data statistik, Indikator dalam penelitian bersifat valid dan variabelnya bersifat reliabel. Pada pengujian asumsi klasik, model regresi bebas multikolonieritas tidak adanya heteroskedastisitas dan berdistribusi secara normal. Hasil penelitian diperoleh persamaan regresi yaitu $Y = 8,858 + 0,565X_1 + 0,129X_2$. Dengan hasil hipotesis menunjukkan dalam uji F variabel keragaman produk dan cita rasa berpengaruh signifikan dengan nilai F_{hitung} sebesar 35,608, sedangkan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Selanjutnya uji hipotesis yang dilakukan menunjukkan bahwa t_{hitung} variable keragaman produk berpengaruh signifikan dengan nilai $0,000 < 0,05$, sedangkan variabel cita rasa menunjukkan hasil yang signifikan dengan nilai $0,256 > 0,05$. Koefisien determinasi R_{square} berupa kontribusi dari variabel Keragaman Produk dan Cita Rasa terhadap variabel Keputusan Pembelian, hasil R_{square} diperoleh sebesar 0,683 berarti kontribusi pengaruhnya yaitu 68,35% dengan sisanya 31,65% dipengaruhi oleh variabel lain

Kata Kunci : Keragaman Produk, Cita Rasa, Keputusan Pembelian.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
ABSTRAK	iv
HALAMAN PERNYATAAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PIKIR DAN HIPOTESIS.....	8
2.1 Tinjauan Pustaka	8
2.1.1 Keputusan Pembelian	8
2.1.2 Keragaman Produk	9
2.1.3 Cita Rasa	11
2.2 Penelitian Terdahulu	12
2.3 Kerangka Pikir	14
2.4 Hipotesis	15
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	16
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian.....	16
3.2 Metode Penelitian.....	16
3.3 Jenis dan Sumber Data	17

3.4	Teknik Pengumpulan Data	17
3.5	Populasi dan Sampel	18
3.5.1	Populasi.....	18
3.5.2	Sampel.....	18
3.6	Tehnik Analisis Data	19
3.6.1	Uji Validitas	19
3.6.2	Uji Reliabilitas.....	19
3.6.3	Uji Asumsi Klasik	19
3.6.4	Analisis Regresi Linear Berganda	20
3.6.5	Uji Koefisien Determinasi	20
3.6.6	Uji F	21
3.6.7	Uji t	21
3.7	Definisi Operasional.....	21
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		23
4.1	Hasil Penelitian	23
4.1.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	23
4.1.2	Karakteristik Responden.....	23
4.1.3	Hasil Anaisis Data	26
4.2	Pembahasan.....	35
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		39
5.1	Kesimpulan	39
5.2	Saran	40
DAFTAR PUSTAKA		42
LAMPIRAN		46

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perubahan gaya hidup yang terjadi dalam masyarakat mempengaruhi pola konsumsi pangan yang awalnya menggunakan bahan pangan segar beralih menjadi pangan produk olahan beku (*frozen food*). *Frozen food* merupakan produk olahan makanan yang dibekukan agar lebih tahan lama dan mudah dalam penyajiannya (Santoso, Mustaniroh, and Pranowo 2018). Hal ini yang membuat *frozen food* menjadi alternatif tepat pilihan rumah tangga dalam pemenuhan pangan.

Produk *frozen food* yang berbahan dasar daging sekarang sangat beragam dan menyebabkan peningkatan yang sangat pesat terjadi pada konsumsi olahan daging di tingkat nasional. Produk *frozen food* yang berupa olahan daging, saat ini sangat populer dan banyak dicari untuk dikonsumsi, sehingga terjadi peningkatan permintaan terhadap produk *frozen food* yang juga akan berimbas pada kenaikan permintaan terhadap daging ayam dan sapi di pasaran.

Peningkatan permintaan produk *frozen food* saat ini juga sedang terjadi di daerah kota Poso, bisa dilihat dari beberapa daerah di kota Poso yang sudah tersedia toko *frozen food*. Salah satunya toko Nogienosse di Jln. Pulau Sabang Kelurahan Kayamanya, yang saat ini tengah ramai diminati oleh berbagai kalangan. Dengan memanfaatkan situasi saat ini toko Nogienosse mengambil langkah strategis untuk lebih meningkatkan minat konsumen dengan menyediakan berbagai produk olahan *frozen food* dan

berbagai bumbu instan yang mudah untuk disajikan. Diantara toko *frozen food* yang ada di kota Poso, toko Nogienosse merupakan yang terlengkap dengan beragam produk yang disediakan mulai dari produk olahan *frozen food*, berbagai bumbu instan hingga sayuran segar dan minuman kekinian. Berikut beberapa jenis produk yang dijual di toko Nogienosse.

Tabel 1.1

Tabel Jenis Produk

1. Produk <i>frozen food</i> berbagai merek seperti; Fiesta, Okey, Champ, Ashimo, Cidea, Soogod, Lilafood, Sunnygold, dan Kenzler.	9. Beras merah organic dan beras hitam organik.
2. Produk olahan homemade seperti; paruh sapi saos, gulai sapi, rendang, bebek rw, dan lainnya.	10. Tepung terigu, tepung beras, tepung panir, dan tepung serbaguna.
3. Berbagai olahan seafood seperti ikan, udang, cumi dan kerang.	11. Roti tawar, roti burger, roti hotdog, kulit pangsit dan kulit lumpia.
4. Ayam kampung mentah utuh dan filed, daging sapi mentah, slice dan giling.	12. Bubuk minuman dengan berbagai rasa, dan kopi tumbuk.
5. Jamur tiram, jamur enoki, perkedel, dan tofu.	13. Berbagai topping seperti coco chips, coklat pasta, dan topping krim berbagai rasa.
6. Sayuran segar, minyak wijen, biji wijen, keju, bawang goreng, dan cuka.	14. Es cream cheese boba
7. Bumbu instan, dan bumbu masakan homemade.	15. Paket daging BBQ lengkap dengan bumbu dan selada.

8. Cemilan seperti; risol mayo, tape ubi, pizza, sambosa, kebab frozen, dan lainnya.	16. Sewa alat BBQ.
--	--------------------

Maka penelitian ini dilakukan berdasarkan masalah yang sedang terjadi dengan menggunakan variabel Keragaman Produk dan Cita Rasa untuk menilai Keputusan Pembelian.

Keputusan pembelian merupakan kegiatan pemecahan masalah yang dilakukan oleh suatu individu dalam pemilihan alternatif perilaku yang sesuai, dan dianggap sebagai tindakan yang paling tepat dalam membeli yang melalui tahapan proses pengambilan keputusan (Astuti, Ardila, and Lubis 2019). Keputusan pembelian merupakan sikap yang di peroleh oleh seorang konsumen setelah melalui serangkaian proses pengintegrasian dan mengevaluasi berbagai alternatif dalam rangka menetapkan pilihan yang tepat untuk hal yang menjadi kebutuhan dan keputusan pembelian tidak terjadi dengan begitu saja (Sari, M., & Kapuy 2021)

Keputusan pembelian merupakan proses lima tahapan yang akan dilewati oleh konsumen, dimulai dari pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi untuk pemecahan masalah, Keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian yang dimulai jauh sebelum pembelian itu dilakukan dan berdampak lama setelah pembelian (Trisno, Sepang, and Supandi 2020). Dalam berbelanja konsumen akan melihat dari kelengkapan aneka produk dagangan yang ditawarkan, meskipun dengan harga tinggi sekalipun konsumen tetap akan mencari produk yang diinginkan untuk

memenuhi kebutuhannya. Ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi Keputusan pembelian dari seorang konsumen, salah satunya Keragaman Produk.

Keragaman Produk merupakan salah satu elemen penting karena sebagian besar toko umumnya menyediakan layanan dan produk yang sama. Sebagian besar cenderung masih berorientasi lokal, dan belum memperhatikan Keragaman Produk. Dengan adanya Keragaman Produk, akan mendorong sebuah toko dalam menarik minat seorang pelanggan untuk datang berkunjung dan melakukan pembelian (Trisno et al. 2020). Keragaman Produk merupakan salah satu aspek pertimbangan bagi pelanggan dalam memilih toko untuk melakukan pembelian, karena dengan beragamnya produk yang ditawarkan oleh sebuah toko, akan lebih mempermudah seorang pelanggan untuk mencari produk yang diinginkan dan dibutuhkan.

(Semarang, Hartono, and Yani 2019). Menyatakan bahwa Keputusan pembelian yang didasarkan Keragaman Produk berpengaruh secara signifikan. Keragaman Produk memang menjadi salah satu faktor yang berperan penting dalam pengambilan keputusan konsumen. Karena keberagaman produk dapat mempengaruhi pembelian seorang konsumen menyangkut dengan berbagai variasi yang tersedia dan kelengkapan produk yang ditawarkan sebuah toko.

Konsumen dalam memutuskan suatu pembelian, memiliki beberapa kategori yang perlu diperhatikan untuk produk yang diinginkan dan

dibutuhkannya. Selain Keragaman Produk, seorang konsumen juga akan memilih produk makanan yang diinginkan dengan membedakan produk makanan melalui rasa (*taste*).

Cita Rasa merupakan cara pemilihan makanan yang harus dibedakan melalui rasa (*taste*) makanan tersebut. Cita rasa berupa atribut pelengkap dari makanan yang meliputi penampakan, bau, rasa, tekstur, dan suhu (Njoto 2016). Cita Rasa yang merupakan hasil kerjasama dan terbentuk dari kelima macam panca indera manusia yakni penglihatan, perasa, penciuman, peraba dan pendengaran (Indrayani and Syarifah 2020). Hal ini yang akan mempengaruhi Keputusan pembelian dari seorang konsumen berkaitan dengan Cita Rasa dan akan menjadi perbandingan dengan toko lainnya.

Hasil penelitian (Indrayani and Syarifah 2020). Menyatakan bahwa Keputusan pembelian yang didasarkan Cita Rasa berpengaruh secara positif dan signifikan. Hal ini dikarenakan Cita Rasa yang berperan penting dalam pengambilan keputusan dari seorang konsumen. Karena Cita Rasa akan mempengaruhi Keputusan pembelian seorang konsumen dari selera terhadap makanan dan perbandingan dengan toko lainnya, yang juga dipengaruhi oleh panca indera manusia.

Berdasarkan uraian latar belakang permasalahan penelitian diatas, maka judul penelitian ini adalah **Pengaruh Keragaman Produk Dan Cita Rasa Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Nogenosse Di Kota Poso.**

1.2 Rumusan Masalah

- 1.2.1 Apakah Keragaman Produk dan Cita Rasa secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan pembelian pada toko Nogienosse.
- 1.2.2 Apakah Keragaman Produk berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan pembelian pada toko Nogienosse.
- 1.2.3 Apakah Cita Rasa berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan pembelian pada toko Nogienosse.

1.3 Tujuan Penelitian

- 1.3.1 Untuk mengetahui keragaman produk dan cita rasa secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada toko Nogienosse.
- 1.3.2 Untuk mengetahui pengaruh keragaman produk secara parsial terhadap keputusan pembelian pada toko Nogienosse.
- 1.3.3 Untuk mengetahui pengaruh cita rasa secara parsial terhadap keputusan pembelian pada toko Nogienosse.

1.4 Manfaat Penelitian

- 1.4.1 Bagi perusahaan

Dapat memberikan informasi yang diperlukan dan dijadikan sebagai referensi dalam strategi untuk memperoleh keputusan pembelian dan juga memberikan masukan untuk meningkatkan keputusan pembelian pada toko Nogienosse.

1.4.2 Bagi Unsimar

Dapat menambah literature perpustakaan di bidang pemasaran yang terkhusus mengenai keragaman produk dan cita rasa terhadap keputusan pembelian.

1.4.3 Bagi peneliti

Untuk memenuhi tugas akhir dan syarat guna memperoleh gelar sarjana Eonomi S1 pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sintuwu Maroso Poso.

DAFTAR PUSTAKA

- Andi Jamal, Sherwin Ary Busman. 2021. “*Geprek Junior Cabang Pekat Di Kabupaten Sumbawa.*” *Jurnal Manajemen Dan Bisnis* 4:27–34.
- Arsyanti, Nuri Mahdi, and Rahayu Tri Astuti. 2016. “*Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan Dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Pada Toko Online Shopastelle, Semarang).*” *Diponegoro Journal of Management* 5(2):1–11.
- Astuti, Rini, Isna Ardila, and Rodhitur Rahman Lubis. 2019. “*Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Converse The Effect of Promotion and Product Quality on the Purchase Decision of Converse Brand Shoes.*” *Akmami* 2(2):204–19.
- Darmansah, Aprillia, and Sri Yanthy Yosepha. 2020. “*Pengaruh Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Aplikasi Shopee Di Wilayah Jakarta Timur.*” *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen Unsurya* 1(1):15–30.
- Dilasari, Eka Mei, and Gea Yosita. 2020. “*Pengaruh Cita Rasa Dan Promosi Melalui Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Kopi Janji Jiwa Bandar Lampung.*” 1(1):25–40.
- Dwi, Lisa, and Ugy Soebiantoro. 2022. “*Pengaruh Cita Rasa Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mie Ayam Yamin Gubeng Kertajaya Surabaya.*” *Jurnal Manajemen* 12(1):1–10. doi: 10.30656/jm.v12i1.4428.

- Ferdiana Fasha, Anisha, Muhammad Rezqi Robi, and Shindy Windasari. 2022. "Determinasi Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli: Brand Ambassador Dan Brand Image (Literature Review Manajemen Pemasaran)." *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial* 3(1):30–42. doi: 10.38035/jmpis.v3i1.840.
- Ferdinand, Augusty. 2016. *"Metode Penelitian Manajemen, Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi, Tesis, Dan Disertasi Ilmu Manajemen"*. Politeknik Negeri Semarang : Badan Penerbit UNDIP.
- Ghozali, Imam. 2005. *"Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS"*. Edisi Ketiga. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Imawan, Bram. 2021. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Don Pablo Abon Mix." *Performa* 6(4):312–20. doi: 10.37715/jp.v6i4.2553.
- Indrayani, Putri, and Tengku Syarifah. 2020. "Pengaruh Harga, Cita Rasa, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Usaha Kue Pia Fatimah Azzahra Di Kecamatan Tanjung Tiram." *Jurnal Manajemen, Ekonomi Sains* 2(1):57–66.
- Juliandi, A. dan Irfan. 2013. *"Metodologi Penelitian Kuantitatif"*. Medan : Citapustaka Media Perintis.
- Maimunah, Siti. 2020. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Loyalitas Konsumen." *IQTISHADEquity Jurnal MANAJEMEN* 1(2):57–68. doi: 10.51804/iej.v1i2.542.

- Marsella, Dinda Dwi, M. Taufik, and Hartono. 2020. "*Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas Pelayanan Dan Suasana Toko Terhadap Keputusan Pembelian Di Butik Nabila Lumajang.*" *Jobman: Journal of Organization and Business Management* 2(4):236–41.
- Melda, Melda, Eti Arini, and Ade Tiara Yulinda. 2020. "*Pengaruh Keragaman Produk, Cita Rasa Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.*" (JEMS) *Jurnal Entrepreneur Dan Manajemen Sains* 1(2):143–49. doi: 10.36085/jems.v1i2.918.
- Mutiara, Sri, Rahmad Solling Hamid, and Ahmad Suardi. 2020. "*Pengaruh Kualitas Layanan Persepsi Harga Dan Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen.*" *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)* 4(1):411–27. doi: 10.36778/jesya.v4i1.300.
- Njoto, Tommy Kurniawan. 2016. "*Cita Rasa Dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Bumi Anugerah.*" *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis* 1(4):455–63.
- Prakoso, Catur, and Budiono. 2020. "*Pengaruh Promosi Media Sosial Instagram, Store Atmosphere Dan Cita Rasa Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Restoran Ayam Geprek Juara Di Rawamangun.*" *E-Proceeding of Applied Science* 6(2):1334–40.
- Santoso, Imam, S. .. Mustaniroh, and Dodyk Pranowo. 2018. "*Keakraban Produk Dan Minat Beli Frozen Food: Peran Pengetahuan Produk, Kemasan, Dan Lingkungan Sosial.*" *Jurnal Ilmu Keluarga Dan Konsumen* 11(2):133–44. doi: 10.24156/jikk.2018.11.2.133.

- Sari, M., & Kapuy, H. R. 2021. “*Pengaruh Interior Display Dan Customer Experience Terhadap Keputusan Pembelian Di Cafe Butterfly.*” *Jurnal EKOMEN* 21(1):39–46.
- Semarang, Manab, Sri Hartono, and Burhanudin Ahmad Yani. 2019. “*Pengaruh Harga, Keragaman Produk Dan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Pt. Index Sukoharjo.*” *Jurnal Ilmiah Edunomika* 3(02):533–40. doi: 10.29040/jie.v3i02.481.
- Setianingsih, NF :. Nurhadi. 2016. “*Pengaruh Persepsi Harga, Keragaman Produk Dan Suasana Toko Terhadap Keputusan Pembelian.*” *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia (JMBI)* 05(01):82–90.
- Tobing, Fitri Morina, and Dionisius Sihombing. 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):149–56. doi: 10.24114/plans.v11i2.9610.
- Trisno, S. D. L., J. L. Sepang, and A. Supandi. 2020. “*Pengaruh Kelompok Acuan, Persepsi Harga Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Pada Cv . Anugerah Mulia Tomohon the Influence of Reference Groups , Price Perceptions and Product Diversity on Purchasing Decisions of Honda Moto.*” *Jurnal EMBA* 8(4):1091–1100.