

**ANALISIS PENGARUH VARIASI PRODUK, HARGA DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI
JUMJUM THAI TEA KEDIRI**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (S.M.)
Pada Program Studi Manajemen



OLEH :

ADE LINA

NPM : 19.1.02.02.0253

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI
2023**

Skripsi oleh:

ADE LINA

NPM: 19.1.02.02.0253

Judul:

**ANALISIS PENGARUH VARIASI PRODUK, HARGA DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI
JUMJUM THAI TEA KEDIRI**

Telah disetujui untuk diajukan Kepada

Panitia Ujian/Sidang Skripsi Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri

Tanggal : 11 Juli 2023

Pembimbing I



Dr. Ema Nurzainul H., M.M.

NIDN: 0727127801

Pembimbing II



Sigit Ratnanto, M.M.

NIDN: 0706067004

Skripsi oleh:

ADE LINA

NPM: 19.1.02.02.0253

Judul :

**ANALISIS PENGARUH VARIASI PRODUK, HARGA DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI JUMJUM
THAI TEA KEDIRI**

Telah dipertahankan di depan Panitia Ujian/Sidang Skripsi Program Studi
Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNP Kediri

Pada Tanggal : 18 Juli 2023

Dan Dinyatakan Telah Memenuhi Persyaratan

Panitia Penguji:

1. Ketua : Dr. Ema Nurzainul Hakimah, M.M

2. Penguji I : Bambang Agus Sumantri, M.M

3. Penguji II : Sigit Ratnanto, M.M

Mengetahui,
Dekan FEB

Dr. Subagyo, M.M.
NIDN. 0717066601

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini saya,

Nama : ADE LINA
Jenis Kelamin : Perempuan
Tempat/tgl. lahir : Cirebon, 27 Maret 2001
NPM : 19.1.02.02.0253
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenarnya, bahwa dalam Skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya tulis atau pendapat yang pernah diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara sengaja dan tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.



MOTTO

Tidak ada kesulitan yang tidak ada ujungnya.

Sesudah sulit pasti akan ada kebahagiaan.

“Karena Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan.”

(QS Al-Insyirah: 5-6)

“Ilmu itu lebih baik daripada harta. Ilmu menjaga engkau dan engkau menjaga harta. Ilmu itu penghukum dan harta terhukum. Harta itu kurang apabila dibelanjakan, sedangkan ilmu bertambah bila dibelanjakan.”

(Ali bin Abi Thalib)

Kupersembahkan untuk:

- Allah SWT, atas segala Rahmat dan hidayah-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan tugas akhir (skripsi) dengan baik
- Kedua orang tua dan kakak saya, yang telah memberikan dukungan, motivasi serta doa yang tiada henti, karena tiada kata seindah selain lantunan doa terutama doa dari seorang ibu
- Serta sahabat-sahabat saya, yang telah memberikan dukungan dan dorongan dalam penyusunan skripsi sehingga saya dapat menyelesaikannya dengan baik

ABSTRAK

Ade Lina: Analisis Pengaruh Variasi Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Jumjum Thai Tea Kediri, Skripsi, Manajemen, FEB UN PGRI Kediri.

Kata Kunci: Variasi Produk, Harga, Kualitas Pelayanan dan Keputusan Pembelian.

Bisnis kuliner merupakan bisnis sepanjang masa yang akan terus tumbuh dan berkembang, salah satunya yaitu Jumjum Thai Tea Kediri yang menjual minuman asal Thailand dengan sebutan *Cha Ye*. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh secara parsial dan simultan antara variasi produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen di Jumjum Thai Tea Kediri.

Metode penelitian ini menggunakan kuantitatif kausalitas yang menghubungkan sebab akibat dalam penelitian ini. Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu *Simple Random Sampling* yang berarti sampel diambil secara acak dan sampel yang digunakan sebanyak 40 responden. Pengumpulan data yang digunakan dengan menyebarkan kuesioner serta menganalisis data menggunakan alat bantu *software* SPSS versi 23.

Berdasarkan hasil dari penelitian dapat disimpulkan bahwa variabel variasi produk, harga, dan kualitas pelayanan secara parsial dan simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Jumjum Thai Tea Kediri.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur Kami panjatkan kehadirat Tuhan yang Maha Kuasa, karena hanya atas perkenan-Nya penulis dapat menyelesaikan tugas akhir berupa penyusunan skripsi dengan judul **“ANALISIS PENGARUH VARIASI PRODUK, HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI JUMJUM THAI TEA KEDIRI”**. Penyusunan skripsi ini merupakan bagian rencana penelitian guna sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri.

Pada kesempatan ini diucapkan terimakasih dan penghargaan yang setulus-tulusnya kepada:

1. Bapak Dr. Zainal Afandi, M.Pd. selaku Rektor Universitas Nusantara PGRI Kediri yang selalu memberikan dorongan motivasi kepada mahasiswa.
2. Bapak Dr. Subagyo, M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri.
3. Ibu Restin Meilina, M.M. selaku Ketua prodi Manajemen Universitas Nusantara PGRI Kediri.
4. Ibu Dr. Ema Nurzainul H., M.M. selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan dan arahan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Bapak Sigit Ratnanto, M.M. selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan arahan dalam penyusunan skripsi ini.

6. Segenap Dosen dan Karyawan Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri atas segala dedikasinya selama ini.
7. Orang tua yang telah memberikan semangat, dukungan dan dorongan selama penyusunan skripsi.
8. Bapak Arief selaku pengelola Jumjum Thai Tea Kediri, yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian.
9. Teman-teman yang telah memberikan dukungan dan dorongan selama penyusunan skripsi.
10. Semua pihak yang telah membantu dalam proses pembuatan penelitian ini sehingga dapat selesai secara tepat waktu.

Disadari bahwa penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan, maka diharapkan kritik dan saran-saran yang membangun, dari berbagai pihak sangat diharapkan serta penyusunan skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi kita semua.

Kediri, 14 Juni 2023



ADE LINA

NPM: 19.1.02.02.0253

DAFTAR ISI

HALAMAN DEPAN	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
MOTO	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBA	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	6
C. Pembatasan Masalah	7
D. Rumusan Masalah	7
E. Tujuan Penelitian	7
F. Manfaat Penelitian	8
BAB II KAJIAN TEORI DAN HIPOTESIS	
A. Kajian Teori	10
1. Keputusan Pembelian.....	10
2. Variasi Produk.....	15
3. Harga.....	18
4. Kualitas Pelayanan	22
B. Kajian Hasil Penelitian Terdahulu	27
C. Kerangka Berfikir.....	30
1. Hubungan variasi produk dengan keputusan pembelian.....	30
2. Hubungan Harga dengan keputusan pembelian.....	31

3. Hubungan kualitas pelayanan dengan keputusan pembelian	31
4. Hubungan variasi produk, harga, dan kualitas pelayanan dengan keputusan pembelian	32
D. Kerangka Konseptual	32
E. Hipotesis.....	33

BAB III METODE PENELITIAN

A. Variabel Penelitian	34
1. Identifikasi Variabel Penelitian.....	34
2. Definisi Operasional Variabel.....	35
B. Pendekatan dan Teknik Penelitian	37
1. Pendekatan Penelitian	37
2. Teknik Penelitian	38
C. Tempat dan Waktu Penelitian	38
1. Tempat Penelitian.....	38
2. Waktu Penelitian	38
D. Populasi dan Sampel	39
1. Populasi	39
2. Sampel.....	39
E. Instrumen Penelitian.....	40
1. Pengembangan Instrumen	40
2. Validitas dan Reliabilitas Instrumen	42
F. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	46
1. Sumber Data.....	46
2. Teknik Pengumpulan Data.....	47
G. Teknik Analisis Data.....	48
1. Analisis Deskriptif	48
2. Analisis Kuantitatif	49

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Subjek Penelitian.....	55
1. Gambaran umum Jumjum Thai Tea Kediri	55

2. Visi & Misi Jumjum Thai Tea Kediri	56
B. Gambaran Umum Responden	56
1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	57
2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	57
C. Deskripsi Variabel Penelitian.....	58
1. Distribusi jawaban responden terhadap variable variasi produk (X1)	58
2. Distribusi jawaban responden terhadap variabel harga (X2)	60
3. Distribusi jawaban responden terhadap variabel kualitas pelayanan (X3)	62
4. Distribusi jawaban responden terhadap variabel keputusan pembelian (Y)	64
D. Analisis Data	66
1. Uji Asumsi Klasik	66
2. Analisis Regresi Linier Berganda	70
3. Koefisien Determinan (R^2)	72
4. Uji Hipotesis	73
E. Pembahasan.....	75
1. Pengaruh Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian di Jumjum Thai Tea Kediri	75
2. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Jumjum Thai Tea Kediri.....	76
3. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian di Jumjum Thai Tea Kediri	77
4. Pengaruh Variasi Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian di Jumjum Thai Tea Kediri	77

BAB VSIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	79
B. Saran.....	79

DAFTAR PUSTAKA	82
-----------------------------	-----------

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian terdahulu.....	27
Tabel 3. 1 Tabel Kisi-kisi Kuesioner Penelitian	40
<i>Tabel 3. 2 Pedoman Pemberian Skor.....</i>	<i>42</i>
<i>Tabel 3. 3 Hasil Uji Validasi</i>	<i>43</i>
<i>Tabel 3. 4 Hasil Uji Reliabilitas</i>	<i>45</i>
<i>Tabel 3. 5 Hasil Uji Reliabilitas</i>	<i>46</i>
Tabel 4. 1 Jenis Kelamin Responden	57
Tabel 4. 2 Usia Responden.....	57
Tabel 4. 3 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variasi Produk	58
Tabel 4. 4 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Harga	60
Tabel 4. 5 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Kualitas Pelayanan	62
Tabel 4. 6 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Keputusan Pembelian ...	64
Tabel 4. 7 Hasil Uji Multikolinearitas.....	68
Tabel 4. 8 Hasil Uji Autokolerasi	69
Tabel 4. 9 Analisis Regresi Linier Berganda	71
Tabel 4. 10 Determinan R^2	72
Tabel 4. 11 Hasil Uji – t.....	73
Tabel 4. 12 Hasil Uji – f.....	75

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Proses Keputusan Pembelian	13
Gambar 2. 2 Kerangka Konseptual	32
Gambar 4. 1 Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual	67
Gambar 4. 2 Uji Heteroskedastisitas	70

DAFTAR LAMPIRAN

1. Kisi-kisi Instrumen Penelitian.....	85
2. Tabulasi dan Hasil Penelitian.....	88
3. Surat Pengajuan Judul.....	106
4. Surat Ijin Penelitian.....	107
5. Surat Telah Melakukan Penelitian	108
6. Lembar Kemajuan Bimbingan Penelitian KTI	109

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dunia pemasaran saat ini terus berkembang dan berubah dari konsep pemasaran tradisional menjadi konsep pemasaran modern yang menjual berbagai jenis produk, sehingga jumlah produk yang sangat banyak dengan potensi pembeli yang semakin tinggi. Meningkatnya jumlah pesaing akibat kecanggihan teknologi dibidang pemasaran, mendorong perilaku bisnis untuk berinovasi dalam mengembangkan strategi. Hal ini dilakukan untuk memenuhi harapan serta kebutuhan konsumen. Salah satu bisnis yang terdampak positif akibat teknologi digital adalah bisnis kuliner. Semakin cepat mobilisasi informasi memicu konsumen yang memiliki kebutuhan dasar yaitu makanan dan minuman untuk mencari informasi tentang kuliner. Usaha kuliner seperti makanan dan minuman merupakan bisnis sepanjang masa yang akan terus tumbuh dan berkembang. Usaha bisnis kuliner secara tidak langsung dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi di Indonesia dengan banyaknya Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang terlibat dalam bisnis kuliner untuk mengesampingkan persaingan. Seorang pebisnis akan membutuhkan strategi pemasaran yang baik, sehingga produk tersebut dapat berkembang.

Indonesia merupakan negara yang menjual berbagai macam produk karena jumlah penduduk yang sangat besar dengan banyaknya calon pembeli

dan pemasaran makanan dan minuman yang menjadikan masyarakat penasaran akan cita rasa produk dengan berbagai jenis varian rasa. Indonesia menjanjikan dan memberi kemajuan karena memberikan keuntungan baik bagi pengusaha sendiri dan berpengaruh dalam keanekaragaman kuliner. Bentuk usaha kuliner yang sering dijumpai adalah *restaurant* dan *cafe*. Bisnis kuliner yang semakin maju mengakibatkan adanya persaingan bisnis yang sangat ketat. Salah satunya bisnis kuliner yang mengalami pertumbuhan adalah *cafe*. Peluang bisnis *cafe* didukung oleh perilaku konsumen yang cenderung tertarik pada berbagai jenis makanan dan minuman sekaligus tempat untuk bersantai. Selain itu *cafe* menjadi pengaruh besar terhadap gaya hidup masyarakat di kota-kota besar, karena *cafe* menjadi sarana realisasi diri dan sosialisasi masyarakat perkotaan kelas atas.

Di Kota Kediri telah menerapkan sejumlah perubahan untuk memastikan *cafe* ataupun *food truck* yang sudah beroperasi dapat terus berkembang. Salah satunya membuat *affiliasi food truck* yang setiap hari bisa dijumpai di seluruh Kota Kediri, khususnya di Jl. Panglima Polim Kota Kediri yaitu Jumjum Thai Tea Kediri. Selain itu masih banyak *cafe* ataupun *food truck* yang terbesar di Kota Kediri, misalnya awor *coffee*, susu maktam, Bandar *latte*, etanli *coffe* dan masih banyak lagi. *Cafe* tersebut mengusung konsep baru *outdoor* yang kekinian juga menerapkan konsep yang unik yaitu konsep *cafe food truck* berbasis *vintage*. Karena generasi muda atau *millennial* yang menyukai ide ini dan menjadikan tempat berkumpul dan mengerjakan tugas dengan nyaman.

Fenomena ini menarik minat para pebisnis kuliner khususnya minuman *fast food*, sehingga banyak produsen yang mendirikan perusahaan minuman asal Thailand yaitu Thai Tea. Salah satu kota yang mengikuti perkembangan bisnis saat ini adalah Kota Kediri, yang mampu menarik minat beli konsumen karena dapat menikmati berbagai jenis minuman dengan cita rasa yang berbeda. Hal ini menjadi peluang besar bagi pelaku usaha dalam mengembangkan berbagai jenis minuman serta mengembangkannya lebih lanjut.

Keputusan pembelian sangatlah penting bagi pelaku usaha, terutama bagi pelaku usaha kuliner. Saat ini pelaku usaha kuliner dalam menyusun strateginya lebih memperhatikan keputusan konsumen dalam membeli produk maupun pelayanannya. Keputusan pembelian merupakan keputusan akhir yang harus dibuat konsumen untuk membeli suatu barang atau jasa berdasarkan pertimbangan tertentu, karena biasanya konsumen selalu mempertimbangkan kualitas, harga dan produk yang sudah dikenal oleh masyarakat dalam memberikan tingkat kenikmatannya. Menurut Sumarwan (2019) jika seseorang memiliki pilihan untuk membeli suatu barang atau produk, orang tersebut memiliki kemampuan untuk membuat keputusan dalam membeli produk tersebut. Konsumen yang merasa puas atas produk tersebut akan melakukan pembelian ulang dan merekomendasikan kepada orang sekitarnya.

Menghadapi konsumen yang memiliki selera yang bervariasi, maka usaha harus dilakukan untuk mengikuti persaingan bisnis dengan menawarkan variasi produk. Saputra et al (2015) menyatakan bahwa variasi produk

makanan dan minuman sangat berpengaruh dalam meningkatkan niat beli konsumen. Variasi produk merupakan berbagai macam produk berdasarkan penampilan, harga, ukuran sebagai faktor pembeda. Variasi produk akan terus berkembang untuk mencapai profitabilitas tertentu tanpa bergantung pada satu produk. Variasi produk yang ada di Jumjum Thai Tea memiliki berbagai variasi produk makanan dan minuman yang beragam untuk menarik pembeli. Dalam menentukan strategi bersaing diperlukan langkah-langkah dinamis, tetapi penuh dengan kewaspadaan. Jumjum Thai Tea harus mampu bertahan agar bisnis kuliner dapat berjalan sesuai dengan keinginan yang diharapkan.

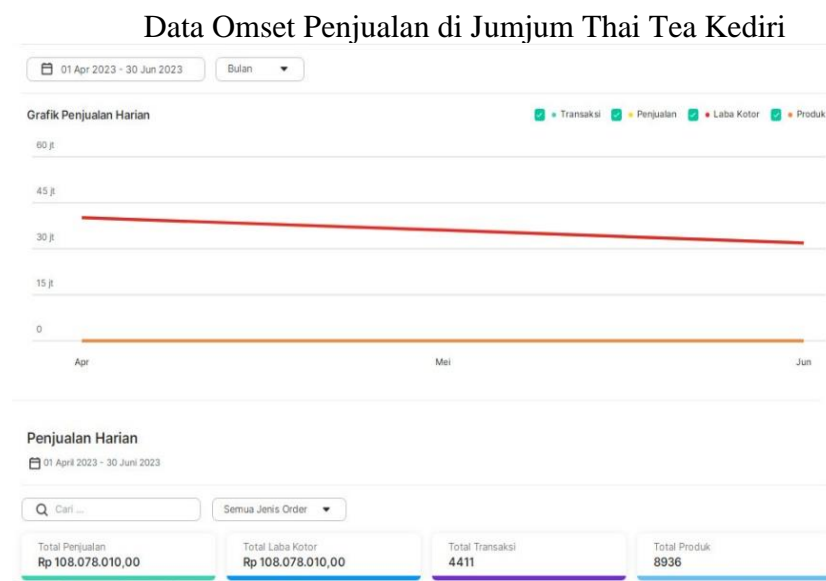
Selain variasi produk, harga juga sangat penting bagi pelaku bisnis kuliner, karena faktor harga merupakan faktor yang paling sensitif bagi konsumen dalam mengambil keputusan pembelian. Harga suatu produk merupakan kunci dalam menentukan permintaan pasar. Sebenarnya banyak masalah yang berkaitan dengan penetapan harga dimulai dari hal-hal sederhana seperti menjual produk yang terlalu murah atau terlalu mahal. Dalam teori ekonomi mengatakan bahwa harga, nilai dan manfaat saling berkaitan pada kehidupan masyarakat sebagai alat pertukaran barang. Menurut Abubakar (2018) harga adalah aspek utama yang perlu dipertimbangkan oleh perusahaan untuk menjual produknya. Harga merupakan salah satu faktor penting dalam penjualan, banyak perusahaan bangkrut karena mematok harga tidak cocok. Penetapan harga merupakan masalah penting bagi perusahaan, tetapi banyak perusahaan masih belum sepenuhnya menyelesaikan masalah penetapan harga

(Assauri, 2011). Hal ini dikarenakan dapat mempengaruhi persepsi konsumen terhadap produk.

Saat konsumen membeli suatu produk tidak hanya membeli produk, tetapi juga membeli manfaat yang diperoleh dari produk yang mereka beli. Salah satunya yaitu suatu produk jasa (layanan). Menurut Tjiptono (2016) kualitas pelayanan merupakan ukuran seberapa baik layanan yang diberikan memenuhi harapan konsumen. Kualitas pelayanan berfokus pada upaya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dalam menyeimbangkan harapan konsumen. Menurut Wijaya (2018) kualitas layanan adalah seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi konsumen. Oleh karena itu jika kualitas pelayanan yang buruk akan membuat konsumen tidak nyaman dan tidak berminat untuk datang kembali, begitupun sebaliknya jika pelayanan yang diberikan berkualitas maka konsumen menjadi berminat untuk kembali berkunjung dan membeli produk yang ditawarkan. Sehingga pelaku bisnis harus mempertimbangkan faktor-faktor yang dapat membuat keputusan pembelian konsumen.

Aneka ragam jumlah ribuan bahkan jutaan pelaku bisnis kuliner yang ada di Kediri Jawa Timur mengalami peningkatan bisnis kuliner seperti *restaurant* dan *cafe*, salah satunya yaitu Jumjum Thai Tea Kediri yang berada di Jl. Panglima Polim, Dandangan Kota Kediri. Jumjum Thai Tea merupakan bisnis kuliner yang bergerak dibidang minuman berupa Thai Tea, yang awalnya hanya memiliki 2 varian, yaitu orginal dan *green tea*. Saat ini telah memiliki berbagai varian rasa seperti thai milo, thai taro, thai manggo, thai red

velvet, thai *tea drak choco*, dan thai *tea premium choco*. Selain itu juga Jumjum Thai Tea menyediakan makanan ringan seperti seblak, salad buah, kentang goreng, pisang *crispy* dan mie jeju. Dengan banyaknya variasi produk makanan dan minuman yang ada di Jumjum Thai Tea diharapkan dapat menarik konsumen yang memiliki selera dan keinginan yang berbeda. Harga makanan dan minuman di Jumjum Thai *Tea* Kediri yang ditetapkan berkisaran antara Rp 8.000 – Rp 30.000. Namun, harga yang tertera pada menu belum termasuk PPN, sehingga harga yang di tetapkan Jumjum Thai *Tea* sama dengan harga pesaing.



Sumber: Jumjum Thai Tea Kediri 2023

Selain itu berdasarkan kualitas pelayanan di Jumjum Thai *Tea* Kediri kurang maksimal dalam memberikan pelayanan kepada konsumen, seperti pemesanan yang lama, pelayanan yang salah dalam memberikan pesanan dan tidak sesuai dengan nomer antrian yang telah disediakan. Hal tersebut dapat

mempengaruhi konsumen untuk melakukan keputusan pembelian di Jumjum Thai Tea Kediri.

Berdasarkan uraian diatas, peneliti tertarik untuk melihat seberapa besar pengaruh variasi produk, harga dan kualitas pelayanan dari Jumjum Thai Tea Kediri terhadap keputusan pembelian konsumen. Untuk itu peneliti bermaksud melakukan penelitian dengan judul **“ANALISIS PENGARUH VARIASI PRODUK, HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI JUMJUM THAI TEA KEDIRI”**.

B. Identifikasi Masalah

Dari uraian latar belakang masalah diatas, maka masalah dalam penelitian ini dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Variasi produk di Jumjum Thai Tea Kediri kurang mengembangkan produknya.
2. Harga di Jumjum Thai Tea Kediri sama dengan harga pesaing yang menjadi salah satu bahan pertimbangan konsumen terhadap keputusan pembelian.
3. Kualitas pelayanan di Jumjum Thai Tea Kediri yang kurang baik membuat konsumen tidak nyaman untuk datang kembali.

C. Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka peneliti akan membatasi masalah yang akan diteliti sebagai berikut:

1. Faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian dalam penelitian ini ditinjau dari variasi produk, harga dan kualitas pelayanan.
2. Subjek yang diteliti adalah konsumen yang membeli produk di Jumjum Thai Tea Kediri.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah di atas, maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah variasi produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk di Jumjum Thai Tea Kediri?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk di Jumjum Thai Tea Kediri?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk di Jumjum Thai Tea Kediri?
4. Apakah secara bersama-sama variasi produk, harga, dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk di Jumjum Thai Tea Kediri?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh variasi produk terhadap keputusan pembelian produk di Jumjum Thai Tea Kediri.

2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian produk di Jumjum Thai Tea Kediri.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian produk di Jumjum Thai Tea Kediri.
4. Untuk mengetahui pengaruh variasi produk, harga, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian produk di Jumjum Thai Tea Kediri.

F. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini adalah manfaat teoritis dan praktis, sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis diharapkan penelitian ini dapat memberikan sumbangan yang positif bagi perkembangan dunia pendidikan khususnya mahasiswa untuk penelitian di masa yang akan melalui Manajemen pemasaran yang berkaitan dengan variasi produk, harga dan kualitas pelayanan.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi untuk meningkatkan variasi produk, harga dan kualitas pelayanan agar lebih baik lagi dan dapat dijadikan rujukan atau pedoman dalam mengambil keputusan di Jumjum Thai Tea.

b. Bagi Peneliti

Diharap dengan adanya penelitian ini dapat memberikan tambahan wawasan dan pengetahuan bagi peneliti. Selain itu diharapkan penelitian kelak dapat dijadikan referensi bagi peneliti lain yang mengambil topik berkaitan dengan variasi produk, harga dan kualitas pelayanan.

c. Bagi Konsumen

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi tentang bagaimana konsumen dalam menilai perusahaan membentuk strategi pemasaran.

DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar, R. (2018). *Manajemen Pemasaran*.
- Anggraeni, J., Paramita, P. D., & Warso, M. M. (2016). Pengaruh keanekaragaman produk, kualitas pelayanan dan store atmosphere terhadap dap impulse buying di butik cassanova Semarang. *Journal of Management*, 2(2).
- Assauri, S. (2011). *Manajemen pemasaran*.
- dalam Sugiyono, S. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.
- Fandy Tjiptono, G. C. (2016). *Service, Quality dan Satisfaction*.
- Fure, H. (2013). Lokasi, keberagaman produk, harga, dan kualitas pelayanan pengaruhnya terhadap minat beli pada pasar tradisional Bersehati Calaca. *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(3).
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25*.
- Ghozali, I. (2019). Mediasi dan Moderasi dalam Analisis Statistik Menggunakan Program IBM SPSS 25 PROCESS Versi 3.1& WarpPLS 6.0. *Semarang: Yoga Pratama*.
- Kotler, P. (2012). *Manajemen Pemasaran Perspektif Asia (Pertama)*. Yogyakarta: Andi.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (B. Sabran, Trans.). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2011). *Manajemen Pemasaran Jasa. Cetakan Pertama, Edisi Kedua, Penerbit Salemba Empat, Jakarta*.
- Kotler, P., Keller, K. L., Ang, S. H., Tan, C. T., & Leong, S. M. (2018). *Marketing management: an Asian perspective*. Pearson Harlow.
- Lubis, M. S. (2018). *Metodologi penelitian*. Deepublish.
- Nitisusastro, M. (2012). *Konsumen dan Perilaku Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Rambat, L. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Ramli, S. (2013). *Bacaan Wajib Para Praktisi Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah*. Visimedia.
- Saputra, V., Mulyati, A., & Andayani, S. (2015). Analisis Pengaruh Variasi Produk,

- Cita Rasa, dan Higienitas Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Pada Ice Cream Zangrandi Surabaya). *Jurnal Dinamika Administrasi Bisnis*, 1(2).
- Suarniki, N. N. (2018). Manajemen Pemasaran (A. Sanosra. Surabaya. PT. Muara Karya.
- Sugiyono, D. (2013). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D*.
- Sugiyono, P. (2016). Metode Penelitian Manajemen (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi (Mixed Methods), Penelitian Tindakan (Action Research, dan Penelitian Evaluasi). Bandung: Alfabeta Cv.
- Sugiyono, S. (2015). *Metode penelitian pendidikan:(pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R & D)*. Bandung: Alfabeta. CV.
- Sumarwan, U. (2019). *Pemasaran Strategik: Perspektif perilaku konsumen dan Marketing plan*. PT Penerbit IPB Press.
- Tjiptono, F. (2014a). Pemasaran jasa–prinsip, penerapan, dan penelitian. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2014b). Pemasaran Jasa–Prinsip. Penerapan, Dan Penelitian, Andi Offset, Yogyakarta.
- Tjiptono, F. (2015). Strategi Pemasaran (Edisi Revisi). Yogyakarta: Andi Offset.
- Wijaya, T. (2018). *Manajemen Kualitas Jasa: Desain Servqual, QFD, dan Kano*.
- Yuwono, H., & Yuwana, S. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko King Di Malang. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 2(1), 331–346.