

ABSTRAK

Dinda Anisa N, 1001409. PENGARUH VARIASI PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI RUMAH TALAS BOGOR (Survei Terhadap Konsumen Rumah Talas Bogor). Skripsi dibawah bimbingan Dr. H. Hari Mulyadi, M.Si. dan Dewi Pancawati N.,S.Pd.,MM

Saat ini persaingan di industri *food and beverage* semakin tinggi, begitu pula dengan Rumah Talas memiliki pesaing yang banyak di jenis usaha yang sama yaitu sebagai tempat yang menyediakan aneka jajanan/makanan atau oleh-oleh bagi para wisatawan. Untuk dapat bertahan dalam kondisi persaingan yang tinggi, maka Rumah Talas selalu berupaya menawarkan produk makanan yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumennya, agar banyak konsumen yang melakukan pembelian di Rumah Talas. Dalam penelitian ini variasi produk merupakan variabel bebas (X) yang terdiri dari variasi berdasarkan ukuran, harga, tampilan, dan ketersediaan produk, sedangkan yang menjadi variabel terikatnya adalah keputusan pembelian (Y) yang terdiri dari beberapa tahapan pemilihan yaitu pemilihan produk, merek, saluran pembelian, penentuan waktu pembelian, jumlah pembelian dan metode pembayaran. Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif verifikatif dan metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *systematic random sampling* dengan jumlah sampel sebesar 100 responden konsumen Rumah Talas Bogor. Teknik analisis data dan uji hipotesis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variasi produk memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Sub variabel yang signifikan dalam mempengaruhi keputusan pembelian di Rumah Talas adalah tampilan (X3) dan ketersediaan produk (X4), sedangkan sub variabel lainnya yaitu ukuran dan harga dinyatakan tidak signifikan.

Kata Kunci: Variasi Produk, Keputusan Pembelian, Rumah Talas Bogor.

ABSTRACT

Dinda Anisa N, 1001409. EFFECT OF PRODUCT VARIETY TO PURCHASING DECISION AT RUMAH TALAS BOGOR (Survey to Consumer of Rumah Talas Bogor). Thesis under the guidance Dr. H. Hari Mulyadi, M.Si. and Dewi Pancawati N.,S.Pd.,MM

Nowadays, competition in the food and beverage industry is getting higher, so did the Rumah Talas has many competitors in the same type of business as a place that provides a variety of snacks / food or souvenirs for tourists. To be able to survive in conditions of high competition, the Rumah Talas always strives to offer food products in accordance with the wishes and needs of consumers, so that consumers who make purchases at Rumah Talas. In this study, the product variety is the independent variable (X) consisting of variations based on size, price, appearance, and availability of the products, while the dependent variable is the purchase decision (Y) which consists of several stages of the selection, the product choice, brand choice, dealer choice, purchase amount, purchase timing and payment method. This type of research is descriptive and verificative sampling method used was systematic random sampling with a sample size of 100 respondents consumer of Rumah Talas Bogor. Techniques of data analysis and hypothesis testing used is multiple linear regression analysis. The results showed that the product variety have an influence on consumer purchasing decisions. Sub significant variable in influencing purchasing decisions in the Rumah Talas is appearance (X3) and the availability of the product (X4), while the other sub-variables, namely size and prices stated are not significant.

Keyword: Product Variety, Purchase Decision, Rumah Talas Bogor