

**PENGARUH VARIAN PRODUK, CITRA TOKO, DAN HARGA  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK  
PERLENGKAPAN BAYI DI TOKO WARNA WARNI  
BABYSHOP PALEMBANG**

**SKRIPSI**

**Untuk Memenuhi Sebagian Dari Syarat-Syarat**

**Guna Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi**



**Diajukan Oleh:**

**INDRI AMELIA**

**NPM. 2001110029**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS TRIDINANTI**

**PALEMBANG**

**2024**

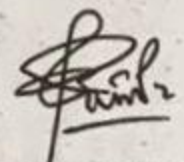
UNIVERSITAS TRIDINANTI  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

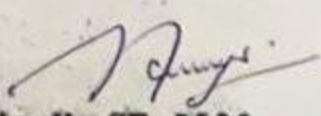
Nama : Indri Amelia  
No. Pokok/NIM : 2001110029  
Jurusan/Program studi : Manajemen  
Jenjang Pendidikan : Strata 1 (S1)  
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran  
Judul Skripsi : Pengaruh Varian Produk, Citra Toko Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Perlengkapan bayi di Toko Warna-warni Babyshop Palembang

Pembimbing Skripsi

Tanggal 10-4-2024

Pembimbing I :   
Mariyam Zanariah, SE., M.M  
NIDN : 0222096301

Tanggal 17-4-24

Pembimbing II:   
Alinadia, SE., M.M  
NIDN : 0207125901


Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis

Ketua Program Studi



Dr. Msy. Mikial, S.E., MM, SI, Ak, CA, CSRS  
NIDN. 0205026401

  
Mariyam Zanariah, S.E., MM.  
NIDN. 0222096301

22/PS/DFEB/24

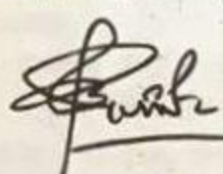
UNIVERSITAS TRIDINANTI  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Indri Amelia  
No. Pokok/NIM : 2001110029  
Jurusan/Program studi : Manajemen  
Jenjang Pendidikan : Strata 1 (S1)  
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran  
Judul Skripsi : Pengaruh Varian Produk, Citra Toko Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Perlengkapan bayi di Toko Warna-warni Babysshop Palembang

Penguji Skripsi

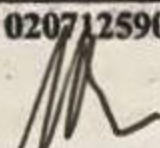
Tanggal 10-4-2024

Ketua Penguji :   
Mariyam Zanariah, SE., M.M  
NIDN : 0222096301

Tanggal 17-4-24

Penguji I :   
Alinadia, SE., M.M  
NIDN : 0207125901

Tanggal 10-4-2024

Penguji II :   
Nur Even, SE., M.M  
NIDN : 0202076102

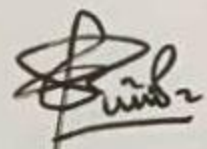
Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis

Ketua Program Studi



Dr. Msy. Mikial, S.E., MM, SI, Ak.CA. CSRS  
NIDN. 0205026401

  
Mariyam Zanariah, S.E., MM.  
NIDN. 0222096301

22/PS/DFEB/24

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

### Motto

*“ Sesungguhnya sesudah kesulitan ada kemudahan, maka apabila kamu telah selesai dari suatu urusan, kerjakanlah dengan sungguh-sungguh urusan yang lain, dan kepada tuhanmu lah hendaknya kamu berharap”*

*(Al- Imsyirah 6-8)*

### Skripsi ini kupersembahkan :

- Kepada Allah SWT yang telah memberikan rezeki serta proses kemudahan.
- Kedua orang tua ku tersayang (Alm). Ayah dan ibuku tercinta telah memberikan dukungan tak henti.
- Kepada keluarga dan saudara-saudara ku, kakak dan ayuk serta keponakan ku yang tercinta.
- Kekasihku tersayang.
- Sahabat-sahabatku, Sumber, Samifi, Ww, dan TDac.
- Teman-teman seangkatan 2020
- Almamater Kampus tercinta.



## PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Indri Amelia

Nomor pokok : 2001110029

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Jurusan : Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini telah ditulis dengan sungguh-sungguh dan tidak ada bagian yang merupakan terbukti penjiplakan karya orang lain. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, maka saya sanggup menerima sanksi akademik dari Universitas Tridianti Palembang sesuai hukum yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat tanpa adanya paksaan dari siapa pun dan dalam keadaan sadar.

Palembang, Maret 2024  
Yang membuat pernyataan

  
Indri Amelia

## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh. Segala puji bagi Allah yang telah memberikan kemudahan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Varian Produk, Citra Toko dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Perlengkapan Bayi di Warna-Warni BabyShop Palembang”** dengan baik dan tepat pada waktunya.

Dalam penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari peran serta berbagai pihak yang telah memberikan saran dan bantuan, maupun masukan-masukan guna menyempurnakan skripsi ini. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih yang sedalam dalamnya kepada Yth :

1. Ibu Dr. Ir. Hj. Nyimas Manisah, MP. Selaku Rektor Universitas Tridianti Palembang.
2. Ibu Dr. Msy. Mikial S.E, M. Si, Ak. CA, CSRS. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Tridianti Palembang.
3. Ibu Mariyam Zanariah S.E, M.M. Selaku Ketua Program Studi Manajemen dan Selaku Pembimbing I, terima kasih atas bimbingannya, mulai dari waktu, motivasi, kritik, saran dan semua yang telah ibu berikan sampai akhirnya penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan sebaik-baiknya.
4. Ibu Alinadia S.E, M.M. Selaku Pembimbing II untuk Skripsi, penulis ucapkan terima kasih atas bimbingan, mulai dari waktu, motivasi, kritik,

saran dan semua yang telah ibu ajarkan sampai penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini.

5. Bapak dan Ibu Dosen beserta Staf Program Studi Manajemen.
6. Kedua orang tua ku, (alm) Ayah dan ibu ku tercinta yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan baik itu moril maupun materi.
7. Penulis sadar bahwa Skripsi ini belum sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun untuk karya yang lebih baik lagi. Semoga karya Skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi pembaca pada umumnya.

Palembang, Oktober 2023

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....</b>	<b>iii</b>
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan penelitian.....	5
1.4 Manfaat penelitian.....	6
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>8</b>
2.1 Kajian Teoritis.....	8
2.1.1 Pemasaran.....	8
2.1.2 Varian Produk.....	9
2.1.2.1 Karakteristik manajemen produk.....	9
2.1.2.2 Dimensi varian produk.....	10
2.1.2.3 Indikator-Indikator varian produk .....	11
2.1.3 Citra Toko.....	12
2.1.3.1 Pengertian citra toko .....	12
2.1.3.2 Dimensi citra toko.....	13
2.1.3.3 Indikator Citra toko.....	14
2.1.4 Harga .....	15



2.1.4.1	Pengertian Harga.....	15
2.1.4.2	Dimensi harga .....	16
2.1.4.3	Indikator harga.....	16
2.1.5	Keputusan Pembelian .....	17
2.1.5.1	Pengertian keputusan pembelian .....	17
2.1.5.2	Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian .....	18
2.1.5.3	Dimensi Keputusan Pembelian.....	19
2.1.5.4	Indikator-indikator keputusan pembelian .....	20
2.2	Penelitian- Penelitian yang relevan .....	21
2.3	Kerangka berfikir .....	23
2.4	Hipotesis.....	24
<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>26</b>
3.1	Tempat dan Waktu Penelitian .....	26
3.1.1	Tempat Penelitian .....	26
3.1.2	Waktu Penelitian.....	26
3.2	Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data .....	27
3.2.1	Sumber Data .....	27
3.2.2	Teknik Pengumpulan Data .....	28
3.3	Populasi dan Sampel .....	29
3.3.1	Populasi .....	29
3.3.2	Sampel dan Sampling .....	29
3.3.3	Teknik Sampling.....	30
3.4	Rancangan Penelitian .....	31
3.5	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel .....	31
3.5.1	Variabel Penelitian .....	31
3.5.2	Definisi Operasional Variabel .....	32
3.6	Instrumen Penelitian.....	34
3.6.1	Uji Instrumen.....	34
3.7	Teknik Analisis data.....	36
3.7.1	Analisis Regresi Linier Berganda.....	37
3.7.2	Analisis Koefisiensi Korelasi .....	37

3.7.3 Analisis Koefisien Determinan ( $R^2$ ) .....	38
3.7.4 Uji Statistik F ( Uji Secara Simultan ) .....	38
3.7.5 Uji Statistik t ( Uji secara Parsial) .....	39
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>41</b>
4.1 Hasil Penelitian .....	41
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan .....	41
4.1.2 Visi dan Misi Warna-Warni BabyShop Palembang .....	42
4.1.3 Struktur Organisasi Warna Warni <i>Babyshop</i> Palembang .....	42
4.1.4 Gambaran Umum Responden .....	45
4.1.5 Hasil Uji Instrumen .....	46
4.1.5.1 Uji Validitas .....	46
4.1.5.1.1 Validitas Variabel Varian Produk ( $X_1$ ) .....	46
4.1.5.1.2 Validitas Variabel Citra Toko ( $X_2$ ) .....	47
4.1.5.1.3 Validitas Variabel Harga ( $X_3$ ) .....	48
4.1.5.1.4 Validitas Variabel Keputusan Pembelian ( $Y$ ) .....	49
4.1.5.2 Uji Reliabilitas .....	50
4.1.6 Hasil Uji Analisis Data .....	50
4.1.6.1 Uji Koefisien Regresi Linier Berganda .....	50
4.1.6.2 Koefisien Korelasi ( $r$ ) .....	53
4.1.6.3 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	54
4.1.6.4 Uji simultan (Uji F) .....	55
4.1.6.5 Uji Parsial (Uji t) .....	56
4.2 Pembahasan .....	58
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>63</b>
5.1 Kesimpulan .....	63
5.2 Saran .....	64
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>65</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Yang Relevan.....	21
Tabel 3.1	Waktu Penelitian.....	26
Tabel 3.2	Operasional variabel .....	34
Tabel 3.3	Skala <i>likert</i> .....	36
Tabel 3.4	Interpretasi Nilai (r) .....	38
Tabel 4.1	Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	45
Tabel 4.2	Jumlah Responden Berdasarkan Usia.....	45
Tabel 4.3	Hasil Uji Validitas Variabel Varian Produk .....	46
Tabel 4.4	Hasil Uji Validitas Variabel Citra Toko .....	47
Tabel 4.5	Hasil Uji Validitas Variabel Harga.....	48
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	49
Tabel 4.7	Hasil Uji Reliabilitas.....	50
Tabel 4.8	Hasil Uji Koefisien Regresi Linier Berganda .....	51
Tabel 4.9	Interprestasi Koefisien Korelasi.....	53
Tabel 4.10	Hasil Uji Koefisien Korelasi (r).....	53
Tabel 4.11	Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	55
Tabel 4.12	Hasil Uji F atau Simultan.....	56
Tabel 4.13	Hasil Uji t atau Parsial .....	57

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Gambar Pengaruh Variant Produk, Citra Toko, Harga terhadap Keputusan Pembelian Warna-warni <i>Baby Shop</i> .....	23
Gambar 4.1	Struktur Organisasi Warna Warni <i>Babyshop</i> Palembang .....	43

## ABSTRAK

**Indri Amelia, Pengaruh Varian Produk, Citra Toko dan Harga terhadap keputusan pembelian produk perlengkapan bayi di Toko Warna-Warni BabyShop Palembang. (Di bawah bimbingan pembimbing Skripsi I ibu Mariyam Zanariah SE,MM dan pembimbing Skripsi II Ibu Alinadia SE,MM).**

Penelitian ini bertujuan untuk mengukur besarnya pengaruh variable independen yaitu varian produk, citra toko dan harga terhadap keputusan pembelian produk perlengkapan bayi di toko Warna-Warni BabyShop. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan kualitatif dengan menggunakan data primer melalui penyebaran kuisioner kepada pembeli di Toko Warna-Warni BabyShop. Sampel pada penelitian ini sebanyak 94 responden dengan menggunakan skala *likert*. Data diproses melalui program SPSS Versi 24.0 dengan teknis analisis regresi linear berganda.

Berdasarkan hasil yang telah di kemukakan, diketahui Varian Produk adanya pengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian di Toko Warna-Warni BabyShop, hal ini ditunjukkan pada hasil uji t yaitu  $t_{hitung}$  sebesar  $(2,275 > 1,984)$ . Diketahui tidak adanya pengaruh secara signifikan antara Citra toko terhadap keputusan pembelian di Toko Warna-Warni BabyShop. hal ini ditunjukkan pada hasil uji t yaitu  $t_{hitung}$  sebesar  $(0,608 < 1,984)$ . Pada Harga secara signifikan berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Toko Warna-Warni BabyShop, hal ini ditunjukkan pada hasil uji t yaitu  $t_{hitung}$  sebesar  $(15,371 > 1,984)$ . Secara simultan pada uji F, didapatkan hasil yaitu  $(81,125 > 2,70)$  artinya variabel Varian Produk, Citra Toko dan Huga secara signifikan berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Toko Warna-Warni BabyShop. sedangkan berdasarkan nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) yaitu sebesar 70,8% yaitu Varian Produk, Citra Toko dan Harga memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian dan sisanya sebesar 29,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini.

Berdasarkan hasil penelitian diatas disarankan agar perusahaan memperhatikan dengan baik mengenai Varian Produk yang ditawarkan, Citra Toko yang baik dikalangan masyarakat, serta Harga yang dapat di jangkau oleh konsumen karena mampu mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

**Kata Kunci : Varian Produk, Citra Toko dan Harga, Keputusan Pembelian.**

## **ABSTRACT**

***Indri Ameli, The Influence of Product Variants, Store Image and Price on purchasing decisions for baby equipment at the Colorful BabyShop Palembang Store. (Under the guidance of Thesis I supervisor, Mrs. Mariyam Zanariah SE, MM and Thesis II supervisor, Mrs. Alinadia SE, MM)***

*This research aims to measure the magnitude of the influence of independent variables, namely product variants, store image and price on purchasing decisions for baby equipment at the Warna-Warni BabyShop store. This research uses a quantitative and qualitative approach using primary data by distributing questionnaires to buyers at the Warna-Warni BabyShop Store. The sample in this study was 94 respondents using a Likert scale. Data was processed using the SPSS Version 24.0 program with multiple linear regression analysis techniques.*

*Based on the results that have been presented, it is known that Product Variants have a significant influence on purchasing decisions at the Colorful BabyShop Store, this is shown in the results of the t test, namely t calculated at  $(2.275 > 1.984)$ . It is known that there is no significant influence between store image on purchasing decisions at the Colorful BabyShop Store. This is shown in the t test results, namely t count of  $(0.608 < 1.984)$ . Price significantly influences purchasing decisions at the Colorful BabyShop Store, this is shown in the t test results, namely t calculated at  $(15.371 > 1.984)$ . Simultaneously in the F test, the results obtained were  $(81.125 > 2.70)$ , meaning that the variables Product Variant, Store Image and Price significantly influenced purchasing decisions at the Colorful BabyShop Store. Meanwhile, based on the coefficient of determination ( $R^2$ ), which is 70.8%, namely Product Variant, Store Image and Price have an influence on purchasing decisions and the remaining 29.2% is influenced by other variables not included in this research.*

*Based on the research results above, it is recommended that companies pay close attention to the product variants offered, good store image among the public, and prices that consumers can afford because they can influence consumer purchasing decisions.*

***Keywords: Product Variants, Store Image and Price, Purchasing Decisions.***



## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### 1. Identitas

Nama : Indri Amelia  
Nim : 2001110029  
Tempat Lahir : Palembang  
Tanggal Lahir : 12 agustus 2000  
Agama : Islam  
Email : Indriamelia124@gmail.com  
No hp : 0895341892056  
Nama Orang Tua  
Nama Ayah : Alm. Bambang Irianto  
Nama Ibu : Mardiana  
Jumlah Saudara : 4 Saudara  
Anak ke : 4  
Alamat : Jln. Urip Sumoharjo Lr. Peltu Rozali Rt 15 Rw 03

### 2. Riwayat Pendidikan

- Tahun 2006-2012 : SD Negeri 200 Palembang
- Tahun 2012-2015 : SMP Negeri 23 Palembang
- Tahun 2015-2018 : SMK Kesehatan Athalla Putra Palembang
- Tahun 2020-2024 : S1 Sarjana Ekonomi di Univ. Tridinanti  
Palembang

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Dalam era globalisasi ini persaingan bisnis tidak dapat terelakkan. Pemasar yang menjual produknya, berupa barang dan jasa dapat memenuhi apa yang dibutuhkan dan diinginkan para konsumennya, sehingga bisa memberikan nilai yang lebih baik dari pada pesaingnya. Pemasar harus mencoba mempengaruhi konsumen dengan segala cara agar konsumen bersedia membeli produk yang ditawarkannya, bahkan yang semula tidak ingin menjadi ingin membeli, karena ada prinsipnya konsumen yang menolak hari ini belum tentu menolak di hari berikutnya (Supranto, 2011)

Perkembangan zaman yang semakin modern, membuat kebutuhan manusia semakin meningkat pula, kebutuhan manusia berkembang seiring dengan berbagai perubahan yang terjadi saat ini, terutama kondisi sosial ekonomi masyarakat yang semakin tinggi, status sosial ekonomi masyarakat, maka makin tinggi pula tuntutan terhadap kebutuhan hidupnya.

Berdasarkan tingkat kehidupan masyarakat yang semakin meningkat, maka kebutuhan masyarakat terhadap barang juga semakin meningkat. Hal ini membawa pengaruh terhadap perilaku mereka yang memilih barang yang akan mereka beli ataupun yang mereka anggap paling sesuai dan benar-benar dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Produk yang berkualitas dengan harga bersaing merupakan kunci utama dalam memenangkan persaingan, yang merupakan kunci utama dalam memenangkan persaingan,

yang pada akhirnya akan mendapatkan nilai kepuasan yang lebih baik dan tinggi kepada konsumen. Konsumen kini memiliki tuntunan nilai yang jauh lebih besar dan beragam karena dihadapkan pada berbagai pilihan berupa barang maupun jasa yang dapat mereka beli. Dalam hal ini perusahaan yang cerdas akan mencoba memahami sepenuhnya proses proses pengambilan keputusan konsumen.

Dalam memutuskan membeli suatu produk konsumen mempertimbangkan banyak faktor antara lain varian produk, citra toko, dan harga. Harga menjadi pertimbangan karena sesuai tingkat pendapatan konsumen, konsumen juga dapat memilih barang yang harganya bervariasi, mulai dari barang yang harganya mahal sampai harga terjangkau. Mahalnya suatu produk menjadi pertimbangan dikarenakan dapat menciptakan suatu kenyamanan dan kualitas yang baik. keberagaman produk atau variasi produk ialah kumpulan berbagai semua produk dan barang yang ditawarkan dari pemasar kepada konsumen. Dalam melakukan keputusan pembelian suatu produk, perilaku konsumen dan variasi produk memiliki kaitan yang sangat erat dengan kelangsungannya penjualan suatu perusahaan Menurut (Indrasari, 2019)

Proses pembelian biasanya diawali dengan ramah nya karyawan dan disambut dengan senyuman, ketika konsumen mengenali adanya senyuman dan sapaan yang ramah dan membantu konsumen saat dibutuhkan ikut membantu konsumen membeli suatu barang di perlukan. Menurut (Utami, 2008:15) citra sebuah toko atau ritel dapat dibangun berdasarkan

karakteristik barang dagangan yang ditawarkan untuk dibeli oleh pelanggan. Pada umumnya produk atau barang dagangan dengan kualitas yang baik dan ketersediaan produk yang bervariasi akan memberikan kepuasan dan citra tersendiri bagi konsumen.

Dalam hal ini, perusahaan yang cerdas akan mencoba memahami sepenuhnya proses pengambilan keputusan konsumen, semua pengalaman mereka dalam berbelanja, memilih bahkan dalam menggunakan produk.

Toko Warna-Warni bayi merupakan toko yang menjual semua kebutuhan perlengkapan bayi, balita serta perlengkapan ibu hamil. Toko Warna-Warni ini merupakan pusat dan toko pertama yang berlokasi di jalan Jendral Basuki rahmat No. 891, kota Palembang. Toko Warna-Warni bayi memiliki banyak merek yang ditampilkan di dalam tokonya seperti merek-merek terkenal, dengan memiliki banyak pilihan merek yang terkenal dipasaran. Banyaknya variasi produk memudahkan konsumen untuk memilih barang yang inginkan,

Toko Warna-Warni bayi juga mempunyai produk-produk yang baik dengan mempunyai bahan-bahan yang aman untuk dipakai anak bayi, contohnya brand dari merek Obayito, terdapat beberapa pilihan seperti koleksi kasur, bantal serta selimut, dll. Merek Obayito sudah terkenal di Indonesia salah satunya ialah di Palembang di Toko Warna-Warni BabyShop, Merek tersebut memilih bahan yang halus dan nyaman pada saat digunakan, memiliki harga yang terjangkau serta memiliki kualitas produk yang baik. Jika dilihat dari diapers/pempes tentu saja toko warna-warni

memilih bahan yang lebih aman serta daya serap yang tinggi sehingga kulit bayi tidak iritasi dan selalu terlindungi. Toko Warna-Warni juga selalu berupaya mempertahankan kualitas produknya sehingga konsumen selalu berlangganan.

Harga terjangkau juga menjadi patokan dalam berbisnis di Toko Warna-Warni bayi seperti menyediakan harga yang mahal sampai harga yang terjangkau sehingga pembeli bisa memilih sesuai budget yang dimiliki. Toko Warna-Warni bayi juga menyediakan barang-barang yang memiliki harga yang mahal tetapi memiliki kualitas produk yang baik. Untuk menarik calon pembeli, Toko Warna-Warni membuat aplikasi soial media promosi seperti instagram dan WhatsApp untuk konsumen yang tidak bisa membeli barang secara langsung. setiap hari di jam tertentu Toko Warna-Warni juga selalu mengadakan live/siaran langsung di instagram di jam tertentu, bisa dilihat nama instagramnya adalah @Warna-warnibabyshop di sertai dengan nomor WhatsApp nya. Tujuan nya agar memudahkan konsumen dalam bertanya mengenai produk yang diinginkannya tanpa langsung ke toko.

Berdasarkan beberapa penelitian sebelumnya penulis tertarik untuk mengetahui bagaimana pengaruh varian produk, citra toko dan harga terhadap keputusan pembelian di Toko Warna-Warni bayi di Palembang. Oleh karena itu dari penjelasan-penjelasan diatas maka peneliti merasa perlu untuk menganalisis lebih mengenai “ **Pengaruh Varian Produk, Citra Toko dan Harga terhadap keputusan pembelian produk perlengkapan bayi di Toko Warna-Warni BabyShop**”

## **1.2 Rumusan Masalah**

Dalam penelitian ini permasalahan yang dihadapi dalam proses penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah ada pengaruh varian produk, citra toko dan harga secara simultan terhadap keputusan pembelian produk perlengkapan bayi di Toko Warna-Warni BabyShop Palembang ?
2. Apakah ada pengaruh varian produk secara parsial terhadap keputusan pembelian produk perlengkapan bayi di Toko Warna-Warni BabyShop Palembang ?
3. Apakah ada pengaruh citra toko secara parsial terhadap keputusan pembelian produk perlengkapan bayi di Toko Warna-Warni BabyShop Palembang ?
4. Apakah ada pengaruh harga secara parsial terhadap keputusan pembelian produk perlengkapan bayi di Toko Warna-Warni BabyShop Palembang ?

## **1.3 Tujuan penelitian**

Suatu penelitian dilakukan tentunya memiliki beberapa tujuan, adapun tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui, menganalisis dan membuktikan :

1. Bagaimana varian produk, citra toko dan harga berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian produk perlengkapan bayi di Toko Warna-Warni BabyShop Palembang



2. Bagaimana varian produk berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian produk perlengkapan bayi di Toko Warna-Warni BabyShop Palembang
3. Bagaimana citra toko berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian produk perlengkapan bayi di Toko Warna-Warni BabyShop Palembang
4. Bagaimana harga berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian produk perlengkapan bayi di Toko Warna-Warni BabyShop Palembang

#### **1.4 Manfaat penelitian**

Berdasarkan penelitian di atas, adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah :

1. Manfaat teoritis

Agar dapat memberikan kontribusi kemajuan ilmu dalam bidang produk khususnya pada produk yang ada di Toko Warna-Warni bayi dengan harapan agar dapat menambah manfaat dan ilmu wawasan dari informasi yang berobjek pada keputusan pembelian dan secara khusus berkaitan pada varian produk, citra toko dan harga.

## 2. Manfaat praktis

### a. Bagi perusahaan

Penelitian ini dapat memberikan wawasan berharga bagi pengelola toko dan staff dalam meningkatkan varian produk, citra toko dan harga terhadap keputusan pembelian.

### b. Bagi konsumen

Penelitian ini bertujuan agar konsumen dapat merasakan peningkatan kepuasan secara keseluruhan, sehingga merasa puas dalam berbelanja.

## DAFTAR PUSTAKA

- Bellenger dan Goldstucker, (2002), Retail management strategy, New Jersey : Prentice Hall.
- Budi Rahayu Tanama Putri, ( 2016) Manajemen Pemasaran, Bali: Fakultas Peternakan Universitas Udayana
- Dharyanto, (2013), Sari kuliah manajemen pemasaran. Cetakan II. Januari 2013. PT. Sarana Tutorial Nurani Sejahtera : Bandung.
- Groover P, Mikel. 2010. Fundamentals of
- Ichsanudin dan Heri Purnomo. (2021). Monograf Analisis Gaya Hedonis, Status Sosial, Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Citra Merek. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Indrasari, Meithiana. (2019). Pemasaran dan kepuasan pelanggan .Surabaya : Unitomo Pressn
- Kotler dan Keller. (2012), Manajemen Pemasaran, Edisi 12. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip and kevin Lane Keller, (2016), Marketing managemen and brand management, 15th Edition New Jersey : Pearson Pretice Hall, Inc.
- Kotler, Philip dan Amstrong, Gary. (2012). Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 13.Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kelvin Lane Keller. (2009). Manajemen pemasaran. Edisi XIII. Jilid 1. Jakarta : Erlangga.
- Kottler dan keler, (2012). Manajemen Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta : Erlangga.
- Kotler dan Amstrong, (2015:52). Marketing mix bauran pemasaran DiJILID. Unras.ac.id, kegiatan pustaka, Kerangka pemikiran dan hipotesis.
- Ma'aruf, (2005), Pemasaran Ritel ,Jakarta: PT. Gramedia Pustaka utama.
- Margono, (2010), Metode penelitian pendidikan. Jakarta : pt. Rineka Cipta.
- Peter, J. Paul dan Jerry C. Olson. (2013), perilaku konsumen dan Strategi pemasaran. Buku 1. Edisi 9. Salemba Empat : Jakarta.
- Rosady Ruslan, (2003), manajemen public Relations dan media komunikasi ,Pt Raja Grafindo persada, Jakarta.

- Sekaran, Uma dan Roger Bougie, (2017), Metode penelitian untuk bisnis pendekatan pengembangan ke ahlian .Edisi 6 Buku 1. Jakarta : Salemba Empat.
- Soleh Soemirat dan Elvinaro Ardianto, ( 2003), Dasar-dasar public Relation. Bandung : Remaja Rosdakaya.
- Sugiyono. (2016), Metode penelitian kuantitatif , kualitatif, dan R&D, cetakan ke 25. Bandung : CV.Alfabeta.
- Sumarwan, Ujang. (2015). Perilaku konsumen teori penerapannya dalam pemasaran edisi kedua. Bogor : Penerbit Ghalia Indonesia.
- Supranto dan Limakrisna Nandan. (2011). Perilaku konsumen dan strategi pemasaran. Jakarta : Mitra Wacana Media, h.i.
- Swastha, Basu dan T. Handoko. (2014). Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen. Yogyakarta: Penerbit BPFE.
- Thompson, M. A. (2016), Crafting and executing strategy : the quest for competitive advantage, concepts and readings. New York ; McGraw-Hill Education.
- Tjiptono, Fandy, (2017), pemasaran jasa, Edisi Pertama, cetakan kedua, Penerbit : Bayumedia publishing Malang.
- Tjiptono, Fandy dan Candra, G. (2012), Pemasaran Strategik, Andi publisher.
- Tjiptono, Fandy. (2011), Strategi Pemasaran. Edisi 3. Yogyakarta : ANDI.
- Utami , Christina Widya. ( 2008). Manajemen barang Dagangan Dalam Bisnis Ritel. Malang : Bayu Media.
- Utami, Christina widya. ( 2008 ). Manajemen ritel. Jakarta : Salemba empat.
- Utami, Christina widya. (2008). Strategi Pemasaran ritel. Jakarta.