

**PENGARUH KERAGAMAN PRODUK, DAN DISPLAY  
PRODUK, TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO  
RAMAYANA ELEKTRONIK DAN MEUBEL MALAKA**

**SKRIPSI**

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana  
Ekonomi (SE) Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi  
Dan Bisnis Universitas Timor*



**OLEH**

**MARTINA SEUK**

**NPM :41170005**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**UNIVERSITAS TIMOR**

**KEFAMENANU**

**2021**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**PENGARUH KERAGAMAN PRODUK DAN DISPLAY PRODUK  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO RAMAYANA  
ELEKTRONIK DAN MEUBEL MALAKA**

**Diajukan Oleh :**

**MARTINA SEUK**

**NPM : 41170005**

**Telah Disetujui Oleh :**

**Pembimbing Utama**

**Pembimbing Pendamping**

**Berno B. Mitang,SE.,MM**  
**NIP. 19700726200501 1 001**

**Dominikus Kopong Duli, SE.,MM**  
**NIP.195910027013051001**

**Mengetahui**

**Ketua Program Studi Manajemen**

**Elfrida D. Naihati,SE.,MM**  
**NIP. 198805232005042002**

**HALAMAN PENGESAHAN  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS TIMOR**

**Skripsi Ini Telah Dipertahankan Dalam Ujian Skripsi  
Yang Dilaksanakan Pada**

**Hari : Rabu**  
**Tanggal : 03 November 2021**  
**Jam : 09.00 -18.30**  
**Tempat : FEB 2**  
**Nama : Martina Seuk**  
**Npm : 41170005**  
**Dinyatakan : Lulus Dengan Nilai B**  
**Predikat Kelulusan :Memuaskan**

**Penguji 11**

**Berno B. Mitang, SE.,MM**  
**SE.,MM**  
**NIP. 19700726 200501 1 001**

**Penguji 111**

**Dominikus Kopong Duli,**  
**SE.,MM**  
**NIP.1959100272013051001**

**Penguji utama**

**Sirilius Nafanu ,SE.,MM**  
**NIP:197000726200501001**

**Mengetahui**  
**Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis**

**Dr. Kamilaus K. Oki, SE.,ME**  
**NIP 19690925 200501 1 001**

## **SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI**

Yang bertanda tangan dibawah ini,saya:

Nama : Martina seuk

NPM : 41170005

Program studi : Manajemen

Dengan Ini Menyatakan Bawah :

Skripsi ini adalah asli dan benar-benar hasil karya sendiri, baik sebagian maupun keseluruhan, bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan merupakan hasil jiplakan (plagiarisme) dari hasil karya orang lain.

Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-sbenarnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis dan sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU NO. 20 Tahun 2003 Pasal 25 Ayat 2 dan Pasal 70).

Kefamenanu, 2021

Yang Membuat Pernyataan

Martina seuk

## **PERSEMBAHAN**

### **Skripsi Ini Kupersembahkan Kepada :**

1. Kepada Tuhan Yang Maha Esa Atas Berkat dan Perlindungannya penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini tepat pada waktunya
2. Kepada Orang Tuaku tercinta : Bapak Bernadus Bria dan Brigitha Namok yang telah membesarkan dan mengurus penulis dari kecil hingga sekarang dan telah bersedia memberikan pendidikan yang baik kepada penulis sampai kejenjang Universitas.
3. Kakak-kakakku : Kakak Emidensiana luruk bria, Karolina hoar , Daniel klau, marianus klau, yang selalu memberikan penulis motivasi dan selalu mendoakan penulis.
4. Teman-teman seperjuangan Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Program Studi Manajemen Angkatan Tahun 2020.
5. Sahabat-sahabatku : sahabat hati yan nahak, Ari klau,emi hoar,ima seran,viany seran,ria kehi,
6. Almamaterku tercinta Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Timor.

## **MOTTO**

**JANGAN PERGI MENGIKUTI KEMANA JALAN AKAN  
BERUJUNG.BUAT JALANMU SENDIRI DAN  
TINGGALKANLAH JEJAK.**

**(Ralph Waldo Emerson)**

## KATA PENGANTAR

Tiada perjuangan dan pengorbanan yang diraih tanpa campur tangan Tuhan, oleh karena itu penulis mengucapkan puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan Rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Srikpsi ini dengan judul **“Pengaruh Keragaman produk, dan Display Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tokoh Ramayana Elektronik dan Meubel Betun,Kabupaten Malaka”**

Penulis menyadari bahwa keberhasilan ini tidak hanya berdasarkan kemampuan sendiri, tetapi atas dukungan dan bantuan baik moril maupun material dari berbagai pihak, sehingga pada kesempatan ini penulis menyampaikan terimakasih kepada

1. Bapak Berno B.Mitang,SE,.MM selaku pembimbingan 1 yang sabar memberikan arahan kepada penulis dapat menyelesaikan proposal ini.
2. Bapak Dominikus Kopong Duli,SE.MM. selaku pembimbing 11 yang sabar memberikan arahan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan proposal ini dengan baik.
3. Bapak Dr.Kamilaus K. Oki, SE. ME Selaku dekan fakultas ekonomi dan bisnis yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menyusun rancangan proposal ini.

4. Ibu Elfrida Desiderata Naihati,SE.,MM selaku ketua program studi manajemen yang telah memberikan kesempatan kepada penulis sehingga proposal ini diselesaikan dengan baik
5. Bapak /Ibu dosen dan pegawai pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang dengan caranya masing-masing meluangkan waktu dan tenaga untuk mengajar dan mendidik penulis serta memberikan sumbangan pemikiran dalam menyelesaikan proposal ini.
6. Teman-Teman Seperjuangan Program Studi Manajemen Angkatan 2017 yang telah membantu dengan caranya masing-masing selama penelitian berlangsung dan penyelesaian proposal ini.

Penulis menyadari bahwa proposal ini jauh dari kesempurnaan oleh karena itu, kritik dan saran yang sifatnya membangun, sangat diharapkan demi penyempurnaan selanjutnya

Kefamennu, Januari 2021

Penulis



## DAFTAR ISI

Halaman Judul .....	
Halaman Persetujuan .....	i
Halaman Pengesahan.....	ii
Pernyataan .....	iii
Persembahan .....	iv
Moto.....	v
Kata Pengantar .....	vi
Daftar Isi .....	viii
Daftar Gambar .....	x
Daftar Grafik.....	xi
Daftar Tabel.....	xii
Daftar Lampiran .....	xiii
Abstraksi .....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	9
1.3 Tujuan Penelitian .....	9
1.4 Manfaat Penelitian .....	10
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>11</b>
2.1 Telaah Teori Tentang Variabel Penelitian .....	11
2.2 Keputusan Pembelian .....	11

2.3 Keragaman Produk .....	20
2.4 Display produk .....	23
2.5 Hubungan Teoritis Antar Variabel dan Perumusan Hipotesis .....	26
2.6 Kerangka Berpikir .....	33
2.7 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	34
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>36</b>
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian .....	36
3.2 Populasi dan Sampel .....	36
3.3 Data dan Variabel Penelitian .....	38
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	39
3.5 Instrumen Penelitian .....	40
3.6 Uji Asumsi Klasik .....	43
3.7 Metode Analisis Data .....	45
3.8 Teknik Pengujian Hipotesis .....	48
3.9 Koefisien Regresi (r) .....	49
3.10 Koefisien Determinan ( $R^2$ ) .....	50
<b>BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan .....</b>	<b>51</b>
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian .....	51
4.2 karakteristik Responden .....	51
4.3 Hasil Pengujian Instrumen .....	53
4.3.1 uji validitas .....	53
4.3.2 uji reabilitas .....	56
4.4 hasil uji asumsi klasi .....	58
4.5 hasil Analisis data .....	67
4.5.1 analisis deskripsi .....	76
4.5.2 hasil analisis inferensial .....	72
4.6 koefisien regresi .....	80
4.7 hasil pengujian hipotesis .....	80

4.7.1 uji T .....	80
4.7.2 Uji F .....	80
4.8 koefisien Determinasi .....	84
4.9 pembahasan hasil penelitian .....	85
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>90</b>
5.1 Kesimpulan.....	90
5.2 Saran.....	91
<b>Daftar Pustaka</b>	
<b>Lampiran-Lampiran</b>	

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1 Model Lima Tahap Proses Pembelian.....	13
Gambar 2.2 Skema Kerangka Pikir.....	32
Gambar 4.1 Diagram Uji Normalitas .....	59
Gambar 4.2 Scatterplot (Diagram Uji Heterokedastisitas.....	64

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan Pada Toko Jaya Elektronik dan Meubel Kefamenanu.....	4
Tabel 1.2 Research Gap .....	6
Tabel 2.1 Peneliti Terdahulu Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian..	26
Tabel 2.2 Peneliti Terdahulu display produk Terhadap Keputusan Pembelian....	27
Tabel2.3 Peneliti Terdahulu Keragaman Produk, dan display produk Terhadap Keputusan Pembelian .....	30
Tabel 2.4 Definisi Operasional Variabel.....	33
Tabel 4.1 Responden Menurut Usia.....	52
Tabel 4.2 Responden Menurut pekerjaan.....	52
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas data.....	55
Tabel 4.4 Hasil Uji Reliabilitas data .....	57
Tabel 4.5 One Sample Kolmogrof Simirnov .....	60
Tabel 4.6 Hasil Uji Multikoloniaritas .....	61
Tabel 4.7 Autokorelasi .....	63
Tabel 4.8 .....	63
Tabel 4.9 Distribusi Frekuensi Variabel Keragaman Produk (X1).....	73
Tabel 4.11 Distribusi Frekuensi Variabel display produk(X2).....	75
Tabel 4.12 Distribusi Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	78

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1. Daftar Pernyataan (Kuisisioner )

Lampiran 2. Hasil Tabulasi Jawaban Responden Variabel  $X_1, X_2$  Dan  $Y$

Lampiran 3. Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas

Lampiran 4 .Hasil Uji Asumsi

Lampiran 5 Hasil Analisis Regresi Sederhana

Lampiran 6 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

## ABSTRAKSI

**MARTINA SEUK ( 41170005 ) : Pengaruh Keragaman Produk Dan Display Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Ramayana Elektronik Dan Meubel Malaka, dibawah bimbingan Bapak Berno B. Mitang SE.MM selaku pembimbing I dan Bapak Dominikus K. Duli SE.MM, selaku pembimbing II.**

Adapun masalah yang melatar belakangi penelitian ini, Apakah keragaman produk ( $X_1$ ) dan display produk ( $X_2$ ) terhadap pendapatan keputusan pembelian (Y) pada Toko Ramayana Elektronik dan Meubel Malaka?, sedangkan tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh keragaman produk ( $X_1$ ) dan display produk ( $X_2$ ) terhadap pendapatan keputusan pembelian (Y) pada Toko Ramayana Elektronik dan Meubel Malaka . Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh melalui kuesioner yang dibagikan kepada 60 responden, yang adalah responden yang telah mengunjungi dan membeli pada Toko Ramayana Elektronik dan Meubel Malaka. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear sederhana dan regresi linear berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel keragaman produk ( $X_1$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian (Y), hal ini dibandingkan dengan uji t dimana  $t_{hitung} > t_{tabel}$  Signifikansi  $< \alpha$  0,05. (0,000 < 0,05). Besarnya pengaruh variabel keragaman produk ( $X_1$ ) terhadap variabel keputusan pembelian (Y) diperoleh nilai ( $R^2$ ) sebesar 0,007 atau (0,07%)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel display produk ( $X_2$ ) berpengaruh positif terhadap variabel keputusan pembelian (Y), hal ini dibandingkan dengan nilai alfa. Signifikansi  $< \alpha$  0,05 (0,000 < 0,05. Besarnya pengaruh variabel display produk ( $X_2$ ) terhadap variabel keputusan pembelian (Y) .diperoleh nilai  $R^2$  sebesar 0,041 atau 0,05%

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh secara bersama-sama antara variabel keragaman produk ( $X_1$ ) dan variabel display produk ( $X_2$ ) terhadap variabel keputusan pembelian (Y), hal ini dibuktikan dengan uji F dimana  $F_{hitung} > F_{tabel}$  dan juga signifikansi  $< \alpha$  0,05 (0,000 < 0,05) dan besarnya pengaruh variabel keragaman produk ( $X_1$ ) dan variabel display produk ( $X_2$ ) terhadap variabel keputusan pembelian (Y) diperoleh nilai ( $R^2$ ) sebesar 0,046 atau 4,6%

Kata Kunci : keragaman produk, display produk dan keputusan pembelian