

**PENGARUH VARIASI PRODUK, INOVASI PRODUK, DAN
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ROTAN DI
DESA TRANGSAN**

(Studi Kasus Usaha CV Pratama Rotan Desa Wisata Rotan Trangsan)



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat Memperoleh Gelar Sarjana
Manajemen Pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta

Oleh :

ANGGI PUTRA MAULANA

20.11.0008

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI SURAKARTA

2024

**PENGARUH VARIASI PRODUK, INOVASI PRODUK, DAN
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ROTAN DI
DESA TRANGSAN**

(Studi Kasus Usaha CV Pratama Rotan Desa Wisata Rotan Trangsan)



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat Memperoleh Gelar Sarjana
Manajemen Pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta

Oleh :

ANGGI PUTRA MAULANA

20.11.0008

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI SURAKARTA

2024

HALAMAN PENGESAHAN

Nama : Anggi Putra Maulana
NIM : 20110008
Program Studi : SI Manajemen
Judul : Pengaruh Variasi Produk, Inovasi Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Rotan di Desa Trangsan (studi kasus usaha CV Pratama Rotan Desa Wisata Rotan Trangsan)

Disetujui dan Disahkan:

Hari : Jum'at
Tanggal : 5 Januari 2024

Pembimbing,



Tri Ratna Pamikatsih S.E., M.B.A

NIDN: 0610119201

Mengetahui,

Wakil Ketua 1 Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta



Aditya Lillivan, S.M.B., M.M

NIDN: 0606118902

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Anggi Putra Maulana
NIM : 20110008
Program Studi : S1 Manajemen
Judul : Pengaruh Variasi Produk, Inovasi Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Rotan di Desa Trangsari (studi kasus usaha CV Pratama Rotan Desa Wisata Rotan Trangsari)

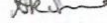
Skripsi ini telah diuji dan dipertahankan dihadapan tim penguji skripsi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta (STIE SURAKARTA) dan diterima untuk memenuhi persyaratan gelar sarjana.

Pada Hari : Kamis
Tanggal : 21 Maret 2024

Tim Penguji

Penguji I : Tri Ratna Pamikatsih, S.E.,MBA.
Penguji II : Ari Susanti, S. Pt.,M.M.

Tanda Tangan


.....

.....

Mengetahui,

Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta




Dr. Budi Istiyanto, S.E.,M.M.,M.H

NIDN: 0625127401

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan ini, saya :

Nama : Anggi Putra Maulana

NIM : 20110008

Program Studi : SI Manajemen

Judul Skripsi : Pengaruh Variasi Produk, Inovasi Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Rotan di Desa Trangsan (studi kasus usaha CV Pratama Rotan Desa Wisata Rotan Trangsan)

Menyatakan, bahwa skripsi ini tidak pernah diajukan untuk memperoleh gelar sarjana di perguruan tinggi lain. Tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya akui sebagai tulisan saya sendiri tanpa memberikan sumber atau pengakuan pada penulisan aslinya, apabila dikemudian hari saya terbukti melakukan tindakan menyalin hasil karya orang lain, maka gelar dan ijazah yang telah diberikan oleh perguruan tinggi batal saya terima.

Sukoharjo, 17 April 2024

Pembuat Pernyataan,



Anggi Putra Maulana

MOTTO

Maka apabila engkau telah selesai (dari suatu urusan), tetaplah bekerja keras
(untuk urusan yang lain)

(QS. Al Insyirah)

“Minta pertolongan dengan sabar dan sholat. Sesungguhnya Allah SWT bersama
orang-orang yang sabar”

(QS. Al-Baqarah, 153)

“kalau pendekar terjatuh dia tidak akan sedih dia tidak akan kecewa dia tidak akan
nangis, dia akan berdiri lagi, kita tidak akan menyerah

(Prabowo Subianto)

Jadikanlah kematianmu ibarat kamu sedang merencanakan pernikahan, serba
indah dan terbaik

(Ummu Huriyah)

Hidup kita cuman sekali, jangan menua tanpa arti

(Penulis)

PERSEMBAHAN

Karya tulis ini, saya persembahkan kepada :

1. Kedua orang tua saya yang saya sayangi dan saya banggakan, Bapak Suraji dan Ibu Tiwik Sulistyio Putri, yang telah memberi dukungan kepada saya dan memberikan saya doa.
2. Teman-teman saya yang sudah memberikan saya semangat, menemani, memberi pengarahan kepada saya.
3. Almamater STIE Surakarta.
4. Saya sendiri, terima kasih sudah selalu kuat, sabar dan ikhlas.
5. Seluruh pihak terkait, yang telah membantu penulis selama menyusun skripsi.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas berkah, rahmat, dan hidayah-Nya yang melimpah sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul : Pengaruh Variasi Produk, Inovasi Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Rotan di Desa Trangsan (studi kasus usaha CV Pratama Rotan Desa Wisata Rotan Trangsan). Sholawat serta salam kita panjatkan kepada Nabi Muhammad SAW yang senantiasa kita harapkan syafaatnya di hari akhir kelak. Skripsi ini dibuat untuk memenuhi persyaratan kelulusan Sarjana Program Studi S1 Akuntansi di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta.

Penulis menyadari bahwa proses penyusunan skripsi ini tidak mudah dan masih ada kekurangan. Penyusunan laporan ini tidak lepas dari pengarahan dan bimbingan dari berbagai pihak, maka penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Budi Istiyanto, S.E.,M.M.,M.H. selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta.
2. Ibu Tri Ratna Pamikatsih, S.E.,MBA. selaku Pembimbing Skripsi Saya., yang telah meluangkan waktu untuk membimbing saya menyelesaikan skripsi ini
3. Bapak/Ibu Dosen STIE Surakarta, yang telah memberikan ilmunya.
4. Kedua orang tua saya, yang telah memberi dukungan dan memberi doa kepada saya.
5. Unit Kegiatan Mahasiswa Olahraga, sudah menjadi tempat bermain bagi saya yang nyaman.
6. Himpunan Mahasiswa Jurusan Manajemen, memberikan banyak pengalaman.
7. Rachel Larasati yang telah menemani dan support atas pengerjaan skripsi hingga terselesaikannya skripsi ini
8. Pihak-pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu.

Penulis berharap laporan skripsi ini dapat menambah pengetahuan dan bermanfaat bagi pembaca. Semoga semua doa dan motivasi dari berbagai pihak yang telah membantu penyelesaian skripsi ini mendapatkan ridha dari Allah SWT.

Sukoharjo, Februari 2024

Penulis

(Anggi Putra Maulana)

Daftar Isi

HALAMAN JUDUL

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	i
PENGESAHAN SKRIPSI	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
ABSTRAK	xii
ABSTRACT.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
A. Teori Yang Relevan	9
1. Variasi Produk.....	9
2. Inovasi Produk.....	12
3. Harga	15
4. Keputusan Pembelian.....	17
B. Penelitian Terdahulu	19
C. Kerangka Pikir	20
D. Hipotesis.....	21
BAB III METODE PENELITIAN	24
A. Objek Penelitian	24

B. Pendekata dan Jenis Penelitian	24
C. Tempat dan Waktu Penelitian	24
D. Populasi dan Sampel	25
E. Teknik Pengumpulan Data	26
F. Definisi Operasional Variabel	27
G. Teknik Analisis Data	30
1. Uji Instrumen Data	30
a. Uji Validitas	30
b. Uji Reliabilitas	31
2. Uji Asumsi Klasik	31
a. Uji Normalitas	31
b. Uji Multikolinearitas	31
c. Uji Heteroskedastisitas	32
3. Analisi Regresi Linear Berganda	33
4. Uji Hipotesis	37
a. Uji Parsial (Uji T)	33
b. Koefisien Determinasi (R^2)	34
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	35
A. Deskripsi Objek Penelitian.....	35
B. Identitas Responden	35
C. Analisis Data	36
1. Uji Instrumen Data	36
a. Uji Validitas	36
b. Uji Reliabilitas	39
2. Uji Asumsi Klasik	40
a. Uji Normalitas	40
b. Uji Multikolinearitas	41
c. Uji Heteroskedastisitas	42
3. Analisis Regresi Linear Berganda	43
4. Uji Hipotesis	44
a. Uji Parsial (Uji T)	44

b. Koefisien Determinasi (R^2)	45
D. Pembahasan.....	46
BAB V PENUTUP	50
A. Kesimpulan	50
B. Saran.....	50
DAFTAR PUSTAKA	52
DAFTAR LAMPIRAN.....	54

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Jenis dan Harga Produk Rotan	6
Tabel 2. Penelitian Terdahulu.....	19
Tabel 3. Skala Likert	26
Tabel 4. Definisi Operasional Variabel	27
Tabel 5. Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	36
Tabel 6. Hasil Uji Validitas Variabel Variasi Produk	37
Tabel 7. Hasil Uji Validitas Variabel Inovasi Produk.....	37
Tabel 8. Hasil Uji Validitas Variabel Harga	38
Tabel 9. Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	39
Tabel 10. Uji Reliabilitas	40
Tabel 11. Uji Normalitas	41
Tabel 12. Uji Multikolinieritas.....	41
Tabel 13. Uji Heteroskedastisitas	43
Tabel 14. Analisis Regresi Linear Berganda	43
Tabel 15. Koefisien Determinasi (R^2)	45
Tabel 16. Uji Parsial (Uji T).....	45

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Pikir.....	21
-------------------------------	----

ABSTRAK

Pengaruh Variasi produk, Inovasi Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Rotan

(Studi Kasus CV Pratama Rotan di Desa Wisata Rotan Trangsan)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh variasi produk, inovasi produk, dan harga terhadap keputusan pembelian rotan. Jenis penelitian ini adalah studi kasus. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 110 responden yang pernah melakukan pembelian di CV Pratama Rotan Desa Trangsan. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *simple random sampling*. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 110 konsumen CV Pratama Rotan Desa Trangsan. Data dikumpulkan dengan kuesioner. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan uji validitas instrumen, uji reliabilitas instrumen, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, dan pengujian hipotesis

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variasi produk dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian rotan CV Pratama Rotan di Desa Trangsan, sedangkan inovasi produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian rotan di CV Pratama Rotan Desa Trangsan.

Kata Kunci : Variasi Produk, Inovasi Produk, Harga, dan Keputusan Pembelian Rotan

ABSTRACT

The Influence of Product Variation, Product Innovation, and Price on Rattan Purchasing Decisions

(Case Study of CV Pratama Rattan in the Rattan Tourism Village of Trangsan)

This research aims to determine whether there is an influence of product variation, product innovation, and price on rattan purchasing decisions. This type of research is a case study. The population in this study was 110 respondents who had made purchases at CV Pratama Rattan, Trangsan Village. The sampling technique uses simple random sampling technique. The sample used in this research was 110 consumers of CV Pratama Rattan, Trangsan Village. Data was collected by questionnaire. The data analysis method used in this research uses instrument validity testing, instrument reliability testing, classical assumption testing, multiple linear regression analysis, and hypothesis testing.

The results of this research show that product variations and prices have a positive and significant effect on the decision to purchase rattan at CV Pratama Rotan in Trangsan Village, while product innovation does not have a significant effect on the decision to purchase rattan at CV Pratama Rotan, Trangsan Village.

Keywords: Product Variation, Product Innovation, Price, and Rattan Purchasing Decisions

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG MASALAH

Indonesia merupakan salah satu negara yang berkembang dengan berbagai potensi sumber daya alam yang begitu melimpah. Sumber daya alam di Indonesia sendiri dikelompokkan menjadi dua bagian antara lain migas dan non migas. Dari sisi sektor non migas Indonesia terdapat sangat banyak sumber daya alam yang bisa di manfaatkan, salah satunya adalah rotan.

Rotan Indonesia menjadi salah satu komoditas hasil hutan yang sangat potensial. Karena rotan Indonesia menguasai kurang lebih 80% bahan baku rotan yang ada di dunia. Tidak lepas juga hutan Indonesia juga memiliki berbagai jenis tumbuhan rotan yang tinggi, yaitu sekitar 312 jenis rotan yang tumbuh di hutan Indonesia. (Wahyu, 2022)

Usaha Kecil Menengah (UKM) menjadi salah satu terobosan untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Usaha Kecil Menengah (UKM) mampu mengangkat perekonomian masyarakat ditengah persaingan global. Kemandirian dan kreativitas para pembisnis UKM menghasilkan berbagai jenis produk yang beragam. UKM merupakan salah satu sektor industri yang tidak sama sekali terkena dampak krisis global yang melanda dunia. Dengan bukti ini, jelas bahwa UKM dapat diperhitungkan dalam meningkatkan persaingan pasar dan stabilisasi sistem ekonomi yang ada.

Dilansir dari Kompas (2021) daerah-daerah di Indonesia yang menghasilkan Sumber Daya Alam Rotan yaitu , Kabupaten Cirebon, Jepara, Sukoharjo, Kalimantan Tengah, Yogyakarta, lima daerah tersebut menyandang predikat sebagai daerah penghasil rotan terbesar di Indonesia. Dan di Jawa Tengah terdapat daerah centra rotan yaitu Desa Trangsan di Sukoharjo Jawa Tengah.

Dilansir dari situs Trangsan (2023), Desa Trangsan adalah Pusat Kerajinan Rotan terbesar di Jawa Tengah dan No 2 di Indonesia, dan masih berbentuk industri rumahan dan telah ada sejak tahun 1927-an . Keterampilan membuat mebel dan kerajinan rotan pada mulanya hanya dimiliki oleh penduduk Desa trangsan secara turun temurun, pembuatannya dilakukan dirumah-rumah penduduk. Produk kerajinan rotan Desa Trangsan mempunyai keunikan, spesifik dan daya tarik tersendiri, produknya pun juga sudah ekspor ke berbagai negara.

Kerajinan rotan adalah salah satu keterampilan yang mempunyai peran penting dalam meningkatkan ekonomi keluarga, seperti masyarakat yang bertempat tinggal di Desa Trangsan yang sebagian besar masyarakatnya bermata pencaharian sebagai pengrajin rotan. Berdasarkan data yang diperoleh dari Koperasi Manunggal Jaya Desa Trangsan, saat ini terdapat kurang lebih 65 pengrajin rotan. Salah satu pengrajin rotan yang masih eksis hingga saat ini yaitu CV Pratama Rotan Trangsan. CV Pratama Rotan Trangsan sudah berdiri sejak tahun 2012.

Awalnya Cv Pratama Rotan Mengalami kendala karena keterbatasan modal. Dengan berjalannya waktu semakin bertambah pengrajin rotan dengan produk dan harga yang kurang lebih sama dengan kerajinan yang dijual di Cv Pratama Rotan , untuk mengatasi persaingan dengan pengrajin rotan lainnya. Perusahaan melakukan perubahan desain produk kerajinan rotan yang lebih sinkron dengan tuntutan serta kebutuhan pembeli, agar pembeli lebih tertarik memilih produk yang ditawarkan. Pemilik mengatakan bahwa pendapatan yang diperoleh setiap bulannya tidak menetap, dalam perbulannya bisa mencapai Rp. 2.500.000 sampai Rp .15.000.000.

Seiring perkembangan waktu dan perubahan struktural ekonomi, membuat kerajinan rotan kurang mampu bersaing dengan industri lainnya. Beberapa pembisnis rotan yang penulis temui di lapangan mereka mengatakan bahwa penjualan rotan tidak seperti dahulu yang begitu banyak peminatnya. Kini penjualan rotan menurun drastis dan di tambah lagi dengan adanya musibah yang telah terjadi 3 tahun belakangan ini yaitu wabah virus corona yang membuat penjualan kerajinan rotan menurun. Hal ini menjadi penyebab pengrajin yang menerapkan konsep pemasaran perlu melihat perilaku konsumen dan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembeliannya dalam usaha pemasaran sebuah produk yang di lakukan.

Keputusan pembelian konsumen yaitu tahap demi tahap yang digunakan ketika membeli barang dan jasa. Pengertian lainnya keputusan

pembelian yaitu sebagai pendekatan penyelesaian masalah pada kegiatan manusia untuk membeli suatu barang dan jasa dalam memenuhi keinginan dan kebutuhan.

Faktor penting yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian kerajinan rotan adalah variasi produk. Variasi produk bukan hal baru dalam dunia pemasaran, dimana strategi ini banyak digunakan oleh praktisi-praktisi pemasaran didalam aktivitas peluncuran produknya. Dalam usahanya, Cv Pratama Rotan memiliki variasi produk-produk yang sangat beragam untuk ditawarkan antaranya, mangkok rotan, kipas rotan, tudung saji, meja, kursi, ayunan, boncengan anak-anak, mainan anak-anak, lemari, dan masih banyak lagi. Menurut penelitian terdahulu Rahmawati (2015) mengatakan bahwa variasi produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian.

Mempertahankan produk untuk selalu diminati konsumen memerlukan usaha yang kreatif seperti membuat inovasi-inovasi dari produk yang ditawarkan, dengan harapan dapat membuat konsumen tidak berpindah keproduk lain yang sejenis. Inovasi itu sendiri merupakan salah satu faktor penentu dari sukses perusahaan yang diperlukan agar tetap bertahan, atau menjadi lebih kompetitif. Inovasi produk yang dilakukan untuk menghadapi persaingan adalah dengan melakukan perbaikan, penyempurnaan atau menghasilkan produk baru dengan produk yang telah ada. Inovasi yang dilakukan CV Pratama Rotan saat ini baru mengupayakan membuat produk baru yang belum pernah di buat oleh pengrajin rotan

lainnya. Menurut penelitian terdahulu dari Jayanti (2021) mengatakan inovasi produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian rotan.

Selain melakukan inovasi produk, faktor harga juga dapat mempengaruhi dalam memenangkan pesaing dan juga mengambil peran penting dalam pemasaran. Strategi penentuan tinggi rendahnya harga sangat berpengaruh pada laku atau tidaknya suatu produk di pasar. Harga yang

rendah atau terjangkau menjadi pemicu untuk meningkatkan kinerja pemasaran. Namun harga juga dapat menjadi indikator kualitas, dimana suatu produk dengan kualitas tinggi akan berani dipatok dengan harga yang tinggi pula.

Harga sangat menentukan kelangsungan perusahaan, karena harga ialah pondasi laku atau tidaknya suatu produk atau barang tersebut saat dijual. Harga hanya dipatok menggunakan cara yang kompetitif, antara pengusaha satu dengan yang lainnya, dan tidak boleh menggunakan cara-cara yang saling merugikan, sehingga harga adalah variabel yang paling penting bagi konsumen. Harga yang ditawarkan oleh di Cv Pratama Rotan sangat beragam mulai dari harga Rp.4.000 sampai Rp.3.000.000,-. Menurut penelitian Ulum Ichya'i L (2019) harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Tabel 1
Jenis dan Harga Produk Rotan di Cv Pratama Rotan

No	Jenis Kerajinan Rotan	Harga (Rp)
1	Piring Rotan	4.000
2	Kursi Rotan	800.000
3	Meja Tamu Rotan	3.000.000
4	Meja Makan Rotan	1.250.000
5	Cermin Rotan	155.000
6	Tudung Saji Rotan	120.000
7	Kuda-Kudaan Rotan	150.000
8	Mangkok Rotan	15.000
9	Kipas Angin Rotan	115.000
10	Boncengan Anak-Anak Rotan	80.000

Sumber : Usaha Kerajinan Rotan Cv Pratama Rotan Trangsan 2023

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut diatas dapat kita lihat banyak produk yang di jual di CV Pratama Rotan dan berbagai harga yang diberikan dari harga yang terendah hingga harga yang tertinggi. Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan diatas, maka peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH VARIASI PRODUK, INOVASI PRODUK, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ROTAN DI DESA TRANGSAN (Studi Kasus Usaha CV Pratama Rotan Desa Wisata Rotan Trangsan)”**.

B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka penulis mengidentifikasi pada penelitian ini sebagai berikut :

1. Apakah Variasi Produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada CV Pratama Rotan di Desa Trangsan?
2. Apakah Inovasi Produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada CV Pratama Rotan di Desa Trangsan?
3. Apakah Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada CV Pratama Rotan di Desa Trangsan?

C. TUJUAN PENELITIAN

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Mengetahui pengaruh Variasi produk terhadap keputusan pembelian pada CV Pratama Rotan di Desa Trangsan.
2. Mengetahui pengaruh Inovasi Produk terhadap keputusan pembelian pada CV Pratama Rotan di Desa Trangsan.
3. Mengetahui pengaruh Harga terhadap keputusan pembelian pada CV Pratama Rotan di Desa Trangsan.

D. MANFAAT PENELITIAN

Penulis berharap penelitian ini dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap penelitian selanjutnya, guna mengembangkan ilmu pengetahuan di bidang pemasaran.

2. Manfaat Praktis

- a) Bagi Penulis

Hasil Penelitian ini, diharapkan dapat menambah pemahaman tentang pengaruh variasi produk, inovasi produk, dan harga produk terhadap keputusan pembelian rotan di CV Pratama Rotan Desa Trangsan.

- b) Bagi Akademisi

Hasil penelitian ini, diharapkan dapat digunakan sebagai referensi bagi mahasiswa yang melakukan kajian terhadap pengaruh variasi produk, inovasi produk, dan harga produk terhadap keputusan pembelian di CV Pratama Rotan Desa Trangsan.

- c) Bagi UKM

Memberikan informasi tentang pemasaran, sehingga dapat membangun kesadaran masyarakat untuk lebih memahami betapa pentingnya pemasaran bagi UKM terhadap keputusan pembelian Rotan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. LANDASAN TEORI

1. VARIASI PRODUK

Pengertian variasi produk menurut Philip Kotler (2009:72) dalam (Faradisa et al., 2016) . Variasi Produk sebagai ahli tersendiri dalam suatu merek atau lini produk yang dapat dibedakan berdasarkan ukuran, harga, penampilan atau ciri-ciri. Sedangkan menurut Spark dan Legault (2005:18) dalam (Faradisa et al., 2016). Jenis atau macam produk yang tersedia disebut variabel produk. Menurut Isqo (2015) dalam (Dewi, 2022). Jenis atau macam produk yang tersedia disebut variasi produk. Kualitas, desain, bentuk, merek, ukuran, layanan, jaminan, dan pengadaan adalah semua aspek yang merupakan keragaman produk. Menurut Tjiptono (2008) Sebuah item atau satuan unik dari suatu merek atau lini produk tertentu yang dapat dibedakan berdasarkan harga, ukuran, jenis, warna, dan fitur lainnya disebut variasi produk.

Dari beberapa pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa inovasi produk adalah strategi perusahaan dengan menganekaragamkan produknya dengan tujuan agar konsumen mendapatkan produk yang diinginkan dan dibutuhkan. Variasi produk merupakan hal yang harus diperhatikan oleh perusahaan untuk meningkatkan kinerja produk, jika produk tersebut tidak beragam maka produk tersebut tentu akan kalah bersaing dengan produk yang lain.

a. Indikator Variasi Produk

Produk merupakan suatu barang atau jasa yang memiliki dimensi *tangible* (berwujud) dan *intangible* (tidak berwujud) yang akan diterima konsumen untuk memuaskan kebutuhan maupun keinginannya.

Menurut Kotler dan Keller (2008) dalam , indikator variasi produk terdiri dari:

1. Ukuran didefinisikan sebagai bentuk, model dan struktur fisik dari suatu produk yang dilihat dengan nyata dan dapat diukur.
2. Harga adalah sejumlah uang yang mempunyai nilai tukar untuk memperoleh keuntungan dari memiliki atau menggunakan sebuah produk atau jasa.
3. Tampilan adalah segala sesuatu yang ditampilkan oleh produk tersebut, yang merupakan daya tarik produk yang dilihat secara langsung oleh pembeli. Tampilan dalam sebuah kemasan produk dapat didefinisikan sebagai sesuatu yang terlihat dengan mata dan bersifat menarik pembeli untuk memutuskan membeli terhadap produk tersebut. Tampilan dalam kemasan produk memiliki desain, keseuaian warna sehingga dapat menarik konsumen untuk melakukan keputusan pembelian.
4. Ketersediaan produk yaitu banyaknya macam barang yang tersedia didala toko membuat para konsumen semakin tertarik

untuk melakukan keputusan pembelian dalam toko tersebut telah habis dirak maka dapat diisi lagi.

b. Faktor-Faktor Variasi Produk

Adapun faktor-faktor variasi produk menurut Kotler dan Ulum (2020). Antara lain:

a) Kualitas Produk

Perusahaan perlu memperhatikan kualitas produknya (keawetan, keandalan, ketepatan dan sebagainya), mengingat kualitas produk terkait dengan keputusan konsumen.

b) Kemasan

Kemasan yaitu membuat bungkus atau wadah produk. Fungsi kemasan yaitu memberi keterangan tentang bagaimana cara menggunakan, cara menyimpan, komposisi isi produk.

c) Desain

Desain produk merupakan faktor yang harus diperhatikan perusahaan, khususnya pada tim produksi, karena sebagian dari konsumen mempersoalkan desain produk. Hal tersebut diakibatkan karena desain merupakan kesempurnaan dari tampilan atau fungsi produk.

d) Bentuk

Sebenarnya bentuk masih berhubungan dengan desain, bentuk itu tercipta dari desain yang dikerjakan. Bentuk dari produk yang konsumen lihat merupakan hasil dari desain-desain yang dibuat.

e) Pelayanan

Pelayanan yang baik terhadap pelanggan perlu dilakukan oleh setiap perusahaan. Pelayanan terhadap pelanggan sangat dipentingkan, karena pelayanan terhadap pelanggan untuk keluhan dan penyesuaian.

2. INOVASI PRODUK

Pengertian inovasi produk menurut (Myers & Marquis) dalam penelitian (Maya, 2022). Inovasi produk merupakan hasil dari berbagai macam proses yang digabungkan dan saling mempengaruhi antara satu dengan yang lain. Tjiptono (2015) dalam (Almira Amelia & JE Sutanto, 2018). Inovasi merupakan faktor krusial dalam menunjang kesuksesan perubahan, baik penyedia jasa *manufactur*. Inovasi berujung pada introduksi produk baru. Tipe produk baru berkaitan dengan *strategic* apa yang ingin dicapai oleh perusahaan tersebut. Kotler dan Keller (2012) dalam (Almira Amelia & JE Sutanto, 2018).

Inovasi dapat terus berkembang apabila dilakukan perubahan secara terus menerus, hadir dalam ritme kehidupan modern, dan mutakhir.

a. Tujuan Inovasi Produk

Tujuan perusahaan melakukan inovasi produk bertujuan untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, supaya produk yang sudah terdapat rentan terhadap perusahaan kebutuhan serta selera konsumen, teknologi, daur hidup produk yang lebih singkat, serta meningkatnya persaingan domestik dan luar negeri.

Menurut (Ernawati, 2019). Barang yang ditawarkan kepada konsumen saat ini harus bervariasi dengan segala kelebihan dan modern di tengah persaingan yang begitu ketat. Inovasi produk harus dilakukan melalui penelitian pasar agar produk dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Inovasi produk artinya meningkatkan nilai, yang merupakan bagian penting dari kesuksesan bisnis dan dapat membawa perusahaan ke posisi pemimpin pasar dan memiliki keunggulan kompetitif.

b. Tipe Inovasi Produk

Menurut (Kotler dan Bes) dalam (Maya, 2022). pendekatan-pendekatan tentang pengembangan produk baru yang didasarkan pada asumsi pasar tetap, yaitu:

a) Inovasi Berbasis Modulasi

Inovasi berbasis modulasi melibatkan pengubahan suatu karakteristik dasar produk atau jasa, dengan menaikkan atau menurunkan karakteristik tersebut. Secara umum

mengacu pada karakteristik-ciri fungsional atau fisik. Pada inovasi modulasi bahwa karakteristik dasar berasal produk perlu ditingkatkan serta diturunkan.

b) Inovasi berbasis Berukuran

Inovasi berbasis ukuran ialah peluncuran produk baru ke pasar tanpa mengubah apapun kecuali volumenya.

c) Inovasi Berbasis kemasan

Cara sebuah produk dikemas dapat mengganti persepsi konsumen mengenai manfaat, fungsi, atau alasan konsumsi asal produk dan jasa.

d) Inovasi berbasis Desain

Inovasi berbasis desain artinya inovasi dimana produk, container, atau kemasan dan ukuran yang dijual sama, namun desain atau tampilannya dimodifikasi.

e) Inovasi berbasis pengembangan bahan komplementer

Inovasi berbasis komplemen melibatkan penambahan bahan-bahan komplementer atau layanan tambahan atas produk atau jasa dasar.

f) Inovasi berbasis pengurangan upaya

Inovasi berbasis pengurangan upaya tidak merubah produk atau jasa, tetapi menaikkan ukuran dari pasar, inovasi semacam ini menaikkan nilai dengan menurunkan penyebut, bukan menaikkan pembilang.

c. Indikator Inovasi Produk

Menurut Kotler Amstrong dalam (Maya, 2022). ada 3 indikator inovasi produk yaitu kualitas produk, variasi produk, dan gaya serta desain produk.

a) Kualitas produk

Kemampuan suatu produk dalam melakukan fungsi manfaatnya yang mencakup daya tahan, kehandalan, serta ketelitian yang didapatkan.

b) Variasi produk

Sarana kompetitif untuk membedakan produk satu dengan yang lain, atau antara produk yang dimiliki dengan produk pesain.

c) Gaya serta desain produk

Cara lain dalam menambah nilai bagi pelanggan. Gaya hanya mengungkapkan penampilan produk eksklusif, sedangkan desain mempunyai konsep yang lebih dari gaya.

3. HARGA

Harga produk menunjukkan seberapa puas pembeli dengan produk yang di beli. Menurut Girosudarmo (2014) dalam (Maya, 2022). Dalam pembelian barang atau jasa, harga adalah hal yang sangat penting. Harga adalah sejumlah uang ditambah beberapa barang dan pelayanan. Harga sering kali digunakan sebagai indikator nilai bila mana harga tersebut dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan atas suatu barang atau jasa.

Sedangkan Menurut (Tjiptono, 2008) dalam (Maya, 2022). Harga adalah suatu uang atau ukuran lainnya yang ditukar untuk memiliki atau menggunakan suatu barang atau jasa.

a. Faktor-faktor harga

Menurut (Ardista & Wulandari, 2020) harga dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya:

1. Menganalisa permintaan suatu produk. Mengevaluasi harga diharapkan yang diharapkan dan mengevaluasi perbedaan penjualan adalah dua Langkah dalam mengevaluasi permintaan produk
2. Tanggapan pesaing. Pesaing ialah komponen yang menyebabkan adanya penciptaan harga, terutama bahaya persaingan yang diharapkan.

b. Indikator Harga

Didalam penelitian ini terdapat beberapa indikator yang digunakan. Menurut Goenadhi (2011) dalam (Maya, 2022) memaparkan beberapa indikator antara lain:

1. Harga terjangkau daya beli konsumen, dimana konsumen membeli suatu produk yang memiliki harganya terjangkau sehingga mudah dicapai atau dibeli,
2. Harga bersaing dengan merek lain, yaitu konsumen biasanya membeda-bedakan harga produk yang mau dibeli.

3. Pemberian diskon atau potongan harga, pihak manajemen perusahaan atau produsen memberikan potongan terhadap konsumen pada pembelian produk yang diinginkan.

4. KEPUTUSAN PEMBELIAN

Pengertian keputusan pembelian Menurut Yuliyanto (2016). Keputusan pembelian ialah membeli merek yang sangat diminati, namun dua komponen bisa terdapat di antara tujuan pembelian dan pilihan pembelian. Bisa dibilang, setiap orang memiliki metode pengambilan keputusan nyaris serupa. Menurut (Khoiriyah & Utomo, 2021) dalam (Noor & Hendratmoko, 2022). Hasil pembayaran yang disebut sebagai keputusan pembelian menunjukkan titik di mana keputusan pembelian pelanggan dinilai. Sedangkan menurut Muhammad (2018). Pola kompromi yang di sebut “pilihan pembelian individu” menggabungkan data untuk mengevaluasi pilihan di sekitar dua praktik pilihan dan memiliki salah satunya. Secara singkat, keputusan pembelian merupakan interaksi memilih aktivitas di mana setidaknya 2 keputusan elektif untuk mencapai pemikiran kritis tertentu. Selain itu menurut Tjiptono (2015) dalam (Gonie et al., 2022). Pengambilan keputusan pembelian merupakan proses yang dimuali dari sebelum pembelian, konsumsi, evaluasi setelah membeli. Indikator Keputusan Pembelian. Menurut (Thompson & Peteraf, 2016) dalam (Winasis et al., 2022). Terdapat 4 indikator dalam keputusan pembelian yaitu:

1. Sesuai kebutuhan pelanggan melakukan pembelian karena produk yang ditawarkan sesuai yang dibutuhkan dan mudah dalam mencari barang yang dibutuhkan.
2. Mempunyai manfaat produk yang dibeli sangat berarti dan bermanfaat bagi konsumen.
3. Ketepatan dalam membeli produk harga produk sesuai kualitas produk dan sesuai dengan keinginan konsumen.
4. Pembelian berulang keadaan dimana konsumen merasa puas dengan transaksi sebelumnya sehingga berniat selalu melakukan transaksi dimasa yang akan datang.

B. PENELITIAN TERDAHULU

Tabel 2

Penelitian Terdahulu

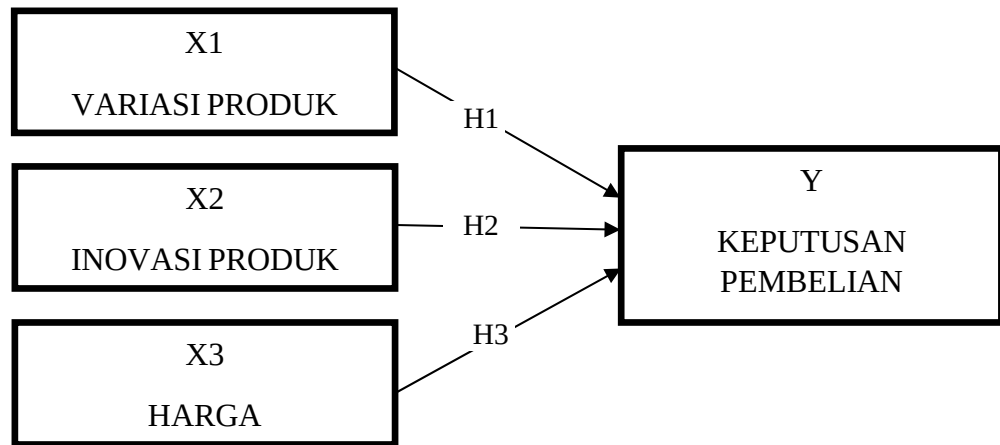
No	Penulis & Tahun	Judul	Hasil
1	Nuranto & Noersanti, 2020	Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Vario 150 CC	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Variabel harga berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian.
2	Maya Novita, 2022	Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Usaha Kerajinan Rotan	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa inovasi produk, kualitas produk dan harga memiliki pengaruh positif.
3	Almira & Susanto, 2018	Pengaruh Inovasi Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Maison NOB	Hasil pengujian statistik menggunakan analisis regresi berganda dapat disimpulkan bahwa Variabel Inovasi Produk dan Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.
4	Rahmat, 2018	Pengaruh harga, kualitas produk, lokasi dan promosi terhadap keputusan pembelian keripik cinta air hitam langkat	Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa Harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.
5	Setya jayanti, et al, 2021	Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kerajinan Rotan Di Kota Pekanbaru	Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa Inovasi produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian kerajinan rotan di Kota Pekanbaru sebesar 41,8%
6	Sударsono & Sunarsi, 2020	Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Laboratorium	Hasil dari penelitian menyatakan bahwa Kualitas pelayanan dan variasi produk berpengaruh

		Klinik Kimia Farma-Bintaro	signifikan terhadap keputusan pembelian
7	(Noor & Hendratmoko, 2022)	Inovasi produk, Harga, Word Of Mouth dan Promosi terhadap keputusan pembelian Honda	Hasil dari penelitian menyatakan bahwa Inovasi produk tidak berpengaruh signifikan kepada hasil pemesanan Honda Beat Sedangkan Harga berpengaruh signifikan kepada hasil pemesanan Honda Beat.

C. KERANGKA PIKIR

Kerangka penelitian terdiri dari model konseptual yang menggambarkan teori hubungan dengan berbagai elemen yang telah ditetapkan sebagai hal penting (Rahmawati, 2020). Kerangka pemikiran dibuat berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian.

Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian yang sudah dijelaskan diatas, maka diperlukan penelitian lebih lanjut untuk dapat mengetahui apakah pengaruh inovasi produk, variasi produk, dan harga terhadap keputusan pembelian kerajinan rotan di Desa trangsang. Adapun bagan kerangka pikir dari penelitian ini yaitu sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka pikir

D. HIPOTESIS PENELITIAN

Hipotesis adalah jawaban sementara mengenai rumusan masalah yang ada pada penelitian. Disebut jawaban sementara karena, jawaban yang diberikan hanya berdasarkan pada teori relevan, belum didasarkan pada fakta empiris yang diperoleh dari pengumpulan data (Sugiyono, 2019).

Sedangkan menurut Rahmawati (2020). Hipotesis adalah dugaan sementara terhadap rumusan masalah penelitian, yang berupa pertanyaan tentang hubungan dua variabel atau lebih, perbandingan (komporasi), atau variabel mandiri.

Berdasarkan kajian pustaka, penelitian terdahulu dan kerangka pikir diatas dapat ditarik hipotesis sebagai berikut:

1. Pengaruh variasi produk terhadap keputusan pembelian rotan di CV Pratama Rotan Desa Trangsan

Variasi produk merupakan sebuah item atau unit khusus dalam suatu merek maupun lini produk tertentu yang dapat dibedakan berdasarkan harga, ukuran, jenis, warna dan atribut lainnya. Sudarsono & Sunarsi, (2020), Dalam penelitiannya menjelaskan bahwa variasi produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Maka hipotesis yang dapat dikembangkan penulis adalah:

H1 : Diduga variasi produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Desa Trangsan (Studi Kasus Usaha CV Pratama Rotan Desa Wisata Rotan Trangsan).

2. Pengaruh inovasi produk terhadap keputusan pembelian rotan di CV Pratama Rotan Desa Trangsan

Inovasi itu sendiri merupakan salah satu faktor penentu dari sukses perusahaan yang diperlukan agar tetap bertahan, atau menjadi lebih kompetitif . Menurut Setya jayanti, et al, (2021), Dalam penelitiannya menjelaskan bahwa bahwa inovasi produk, kualitas produk dan harga memiliki pengaruh positif signifikan. Maka hipotesis yang dapat dikembangkan penulis adalah:

H1 : Diduga inovasi produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Desa Trangsan (Studi Kasus Usaha CV Pratama Rotan Desa Wisata Rotan Trangsan).

3. Pengaruh Harga terhadap keputusan pembelian rotan di CV Pratama Rotan Desa Trangsan

Harga sangat menentukan kelangsungan perusahaan, karena harga ialah pondasi laku atau tidaknya suatu produk. Nuranto & Noersanti, (2020), Dalam penelitiannya menjelaskan bahwa harga berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian. Maka hipotesis yang dapat dikembangkan penulis adalah:

H1 : Diduga Harga berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian di Desa Trangsan (Studi Kasus Usaha CV Pratama Rotan Desa Wisata Rotan Trangsan).

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Variasi Produk, Inovasi Produk, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Rotan studi kasus CV Pratama Rotan Desa Wisata Trangsan. Berdasarkan hasil dari perhitungan penelitian ini, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Variasi produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di CV Pratama Rotan Desa Trangsan
2. Inovasi produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di CV Pratama Rotan Desa Trangsan
3. Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di CV Pratama Rotan Desa Trangsan

B. SARAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan dalam penelitian ini, maka penulis ingin memberikan saran, yaitu:

1. Kepada CV Pratama Rotan Desa Trangsan, agar terus meningkatkan inovasi-inovasi baru sesuai dengan permintaan pasar dengan cara melakukan perubahan model terbaru sehingga dapat menarik konsumen dan membeli di CV Pratama Rotan Desa Trangsan.
2. Bagi peneliti selanjutnya penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi bagi penelitian selanjutnya. Sehingga peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan dan memperhatikan variabel-variabel lain

diluar penelitian ini yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian untuk membeli rotan di CV Pratama Rotan Desa Trangsan.

DAFTAR PUSTAKA

- Almira Amelia, & JE Sutanto. (2018). Pengaruh Inovasi Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Maison Nob. *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 3(2), 250–259.
- Digdownseiso, K. (2017). Metode Penelitian Ekonomi dan Bisnis. In *Universitas Pendidikan Indonesia* (Vol. 1, Issue Metodologi Penelitian).
- Dewi, N. . (2022). *Pengaruh Variasi Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Argowisata Belimbing Karang Sari, Kota Blitar*. 1–111. file:///e:/skripsi/jurnal-jurnal/s1_pertanian_agribisnis_21801032026_novia putri dewi.pdf
- Ernawati, D. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung. *JWM (Jurnal Wawasan Manajemen)*, 7(1), 17. <https://doi.org/10.20527/jwm.v7i1.173>
- Faradisa, I., H, L. B., & Minarsih, M. M. (2016). Analisis Pengaruh Variasi Produk, Fasilitas, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen pada Indonesian. *Journal of Management*, 2(2), 1–13. <http://jurnal.unpand.ac.id/index.php/MS/article/view/517/503>
- Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Dengan Program IBM SPSS25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gonie, L. C. P. F., Tumbel, A., & Mandagie, Y. (2022). Pengaruh Variasi Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian di Rumah Makan dan Kopi Chamar Kawangkoan. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(4), 224–232.
- Maya, N. (2022). Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Usaha Kerajinan Rotan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 8.5.2017, 2003–2005.

- Noor, S. M., & Hendratmoko, C. (2022). Inovasi Produk, Harga, Word of Mouth Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Honda. *Jurnal Ekobis : Ekonomi Bisnis & Manajemen*, 12(2), 291–301. <https://doi.org/10.37932/j.e.v12i2.608>
- Rahmawati, i. W. (2020). Pengaruh persepsi pengetahuan perpajakan, pemahaman perpajakan, kesadaran, tarif pajak dan sanksi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi pemilik umkm (studi kasus pada kantor pelayanan pajak pratama tegal).
- Trangsan, desa wisata rotan. (2023). *Profil Desa Wisata Trangsan*. <https://www.Desawisatarotantrangsan.Com/>.
- Vanya Karunia Mulia Putri, S. G. (2021). *5-daerah-pengrajin-rotan-di-indonesia*. Kompas.Com. <https://www.kompas.com/skola/read/2021/04/23/180153069/5-daerah-pengrajin-rotan-di-indonesia?page=all#:~:text=Jepara%2C Jawa Tengah%2C tidak hanya,pusat pengrajin rotan di Indonesia>.
- Wahyu, A. (2022). Pengaruh kualitas produk dan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing (Studi Kasus pada Kerajinan Rotan di Buana Indah Rotan Palembang). *Penelitian Manajemen*, 8.5.2017, 2003–2005.
- Winasis, C. L. R., Widiarti, H. S., & Hadibrata, B. (2022). Determinasi Keputusan Pembelian: Harga, Promosi Dan Kualitas Produk (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(4), 452–462. <https://doi.org/10.31933/jemsi.v3i4>

DAFTAR LAMPIRAN

KUESIONER

Sebagai persyaratan tugas akhir mahasiswa Program Studi Manajemen (S1) Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta (STIE Surakarta), saya akan melakukan penelitian tentang Pengaruh Variasi Produk, Inovasi Produk, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Rotan (Studi Kasus CV Pratama Rotan di Desa Wisata Rotan Trangsan). Untuk keperluan tersebut saya mohon ketersediaan Bapak/Ibu untuk menjadi responden dalam penelitian ini dan saya mohon kesediaannya untuk mengisi kuesioner yang disediakan dengan kejujuran. Demikian atas kesediaan dan partisipasinya saya ucapkan terimakasih.

Identitas Responden

1. Nama :
2. Jenis Kelamin : a. Laki-laki
b. Perempuan
3. Umur Tahun
☐ < 17 tahun
☐ 17-25 tahun
☐ 26-35 tahun
☐ 36-50 tahun
☐ >50 tahun
4. Apakah anda sudah pernah membeli produk CV Pratama Rotan :
☐ Sudah
☐ Belum

Bapak/Ibu dimohon untuk memberikan check list (✓) pada jawaban yang sesuai menurut Bapak/Ibu berdasarkan pilihan yang disediakan.

Keterangan:

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

KS : Kurang Setuju

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

1. Variabel Variasi Produk

No	Pertanyaan	STS	TS	KS	S	SS
1	Menurut saya ukuran rotan Di CV Pratama Rotan sangat beragam Menurut saya produk di CV Pratama Rotan selalu tersedia					
2	Menurut saya terdapat banyak jenis yang berbeda-beda di CV Pratama					
3	Menurut saya harga yang ditawarkan di CV Pratama sangat beragam					
4	Menurut saya harga rotan di CV Pratama Rotan Sudah sesuai keinginan saya					
5	Menurut saya tampilan yang ada pada produk rotan CV Pratama Rotan sangat menarik untuk saya					
6	Menurut saya desain produk CV Pratama menarik perhatian					
7	Menurut saya sangat mudah mendapatkan jenis produk rotan di CV Pratama Rotan					
8	Menurut saya produk di CV Pratama Rotan selalu tersedia					

2. Variabel Variasi Produk

No	Pertanyaan	STS	TS	KS	S	SS
1	Menurut saya produk rotan di CV Pratama Rotan Dapat bertahan lama					
2	Menurut saya produk rotan di CV Pratama Rotan Ramah lingkungan					
3	Menurut saya CV Pratama Rotan Mempunyai variasi produk yang unggul dibanding pesaing nya					
4	Menurut saya CV Pratama Rotan Mempunyai variasi ukuran yang beragam					
5	Menurut saya produk rotan CV Pratama Rotan Sesuai dengan zaman modern saat ini					
6	Menurut saya gaya dari produk rotan di CV Pratama Rotan Sangat unik dan beragam					

C. Variabel Variasi Produk

No	Pertanyaan	STS	TS	KS	S	SS
1	Menurut saya harga rotan di CV Pratama Rotan terjangkau					
2	Menurut saya Harga rotan di CV Pratama Rotan bervariasi					
3	Menurut saya harga rotan di CV Pratama Rotan dapat bersaing dengan produk rotan lain					
4	Menurut saya harga rotan di CV Pratama Rotan lebih ekonomis					
5	Menurut saya CV Pratama Rotan memberikan potongan harga					
6	Menurut saya banyak jenis produk yang mendapatkan potongan					

4. Variabel Keputusan Pembelian

No	Pertanyaan	STS	TS	KS	S	SS
1	Menurut saya membeli rotan di CV Pratama Rotan karena adanya kebutuhan dan keinginan					
2	Menurut saya barang Rotan yang ada di CV Pratama Rotan sudah sesuai dengan kebutuhan konsumen					
3	Menurut saya Produk Rotan dari CV Pratama Rotan Mempunyai manfaat bagi keseharian saya					
4	Menurut saya rotan di CV Pratama Rotan Adalah produk rotan yang berkualitas					
5	Menurut saya konsumen membeli produk karena sudah cocok dengan produk tersebut					
6	Menurut saya CV Pratama Rotan adalah pilihan yang terbaik					
7	Menurut saya dengan kualitas yang bagus konsumen akan melakukan pembelian ulang					
8	Menurut saya produk bisa didapatkan melalui pembelian online.					