



Keberagaman Produk Dan Keputusan Pembelian Terhadap Cafe Do. Pyo

¹Panji Pramartya, ²Susana Magdaena Muskita

^{1,2}Program Studi Manajemen, Universitas Victory Sorong, Indonesia

ARTICLE INFO

Kata Kunci:
Produk,
Pembelian,
Kopi,
loyalitas

Keywords:
Product,
Purchase,
Coffee,
Loyalty

Email :
panjipramartya5@gmail.com

ABSTRACT

Cafe Do Pyo, sebuah perusahaan kopi yang populer di Sorong, telah menghadirkan berbagai macam produk untuk memenuhi berbagai preferensi pelanggan. Dengan menawarkan berbagai macam produk, perusahaan telah dapat menarik berbagai macam pelanggan dan memenuhi kebutuhan mereka yang berbeda. Keberagaman produk ini telah memungkinkan perusahaan untuk tetap kompetitif di pasar yang padat dan mempertahankan loyalitas pelanggan mereka. Untuk memaksimalkan keberagaman produk dan keputusan pembeli, Cafe Do Pyo dapat melakukan riset pasar, berinvestasi dalam memperluas tawaran produk mereka, dan berinvestasi dalam mempromosikan keberagaman produk mereka kepada pelanggan mereka. Dengan melakukan hal-hal ini, perusahaan dapat tetap menjadi perusahaan kopi yang sukses dan kompetitif di Sorong.

Cafe Do Pyo, a popular coffee company in Sorong, has presented a wide range of products to meet various customer preferences. By offering a wide range of products, the company has been able to attract a wide variety of customers and cater to their different needs. This product diversity has allowed companies to stay competitive in a crowded market and maintain their customer loyalty. To maximize product diversity and buyer decisions, Cafe Do Pyo can conduct market research, invest in expanding their product offerings, and invest in promoting the diversity of their products to their customers. By doing these things, the company can remain a successful and competitive coffee company in Sorong.

Copyright © 2025 EBISMA.

All rights reserved is Licensed under a [Creative Commons Attribution- NonCommercial 4.0 International License \(CC BY-NC 4.0\)](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi seperti saat ini, keberagaman produk dan keputusan pembelian menjadi hal yang sangat penting dalam dunia bisnis, terutama di industri kafe. Cafe Do.pyo, sebagai salah satu kafe yang terkenal di Kota Sorong dengan konsepnya yang unik dan beragam produknya, memiliki peran yang signifikan dalam memahami bagaimana keberagaman produk memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Dalam tulisan ini, kita akan menjelajahi lebih dalam mengenai hubungan antara keberagaman produk yang ditawarkan oleh Cafe Do.pyo dan bagaimana hal tersebut memengaruhi keputusan pembelian para pelanggan. Dengan pemahaman yang mendalam tentang hal ini, diharapkan dapat memberikan wawasan yang berharga bagi pengusaha kafe dan pelaku bisnis lainnya.

Cafe do.pyo, tempat di mana cita rasa kopi terbaik berpadu dengan suasana nyaman dan hangat. Di sini, setiap cangkir kopi diseduh dengan penuh dedikasi, memastikan setiap teguknya memberikan kepuasan dan kebahagiaan bagi setiap pelanggan. Di Cafe do.pyo, kami menjunjung tinggi nilai dan kualitas dalam setiap cangkir kopi yang kami sajikan. Kami hanya menggunakan biji kopi pilihan terbaik yang disangrai dengan sempurna untuk menghasilkan cita rasa yang luar biasa. Dari bahan baku hingga penyajian, setiap detail diperhatikan untuk memastikan pengalaman kopi terbaik bagi Anda. Komitmen kami terhadap kualitas tinggi dan kepuasan pelanggan membuat setiap kunjungan ke Cafe do.pyo menjadi momen istimewa. "Temukan kelezatan dalam setiap sajian kami dan nikmati momen istimewa bersama orang-orang terdekat Anda di Cafe do.pyo. Di Cafe do.pyo, kami tidak hanya menyajikan kopi terbaik, tetapi juga memberikan pelayanan yang hangat dan ramah. Nikmati layanan meja yang cepat dan efisien, serta barista berpengalaman yang siap membantu Anda menemukan minuman favorit Anda. Kami selalu berkomitmen untuk memberikan pengalaman terbaik bagi setiap pelanggan. Tak hanya Kopi dan Pelayanan tetapi anda dapat Rasakan kenyamanan yang tak tertandingi di Cafe do.pyo dengan pilihan ruangan indoor dan outdoor kami! Nikmati suasana hangat dan elegan di dalam ruangan yang dilengkapi dengan fasilitas modern, atau bersantai di area outdoor yang asri dan sejuk. Baik untuk bekerja, bersantai, atau berkumpul dengan teman dan keluarga, Cafe

do.pyo menawarkan lingkungan yang sempurna untuk setiap Kesempatan dan rasakan sendiri pelayanan istimewa kami di Cafe do.pyo.

METODE

Lokasi penelitian ini dilakukan di Jl. Sungai Maruni, di Kota Sorong, Papua Barat Daya, tempat di mana Café Do.Pyo yang menjadi objek penelitian berada. Objek penelitiannya adalah pembelian di Cafe Do.Pyo di Kota Sorong.

Variabel penelitiannya mencakup keberagaman produk sebagai variabel independen dan keputusan pembeli sebagai variabel dependen. Jumlah populasi yang menjadi sampel penelitian ini adalah sebanyak 70 responden, yang merupakan pelanggan di Cafe Do.Pyodi Kota Sorong. Teknik pengambilan sampel yang dapat digunakan adalah snowball sampling, yaitu sampling yang teknik penentuan sampel yang mula – mula kecil, kemudian besar. Untuk teknik analisis data, penelitian ini akan menggunakan uji validitas untuk memastikan bahwa instrumen penelitian yang digunakan dapat mengukur variabel dengan baik. Selain itu, uji reliabilitas akan digunakan untuk mengevaluasi konsistensi instrumen penelitian. Selain itu, uji regresi akan digunakan untuk menguji hubungan antara keberagaman produk dan keputusan pembeli terhadap cafe do.pyo.

Metode penelitian yang akan digunakan dalam jurnal ini adalah metode kuantitatif, yang memungkinkan pengumpulan data yang dapat diukur dan dianalisis secara statistik. Teknik pengambilan data yang akan digunakan adalah observasi dan kuisioner, di mana observasi dilakukan untuk melihat perilaku pengguna secara langsung, sementara kuisioner digunakan untuk mengumpulkan tanggapan dan persepsi pelanggan terhadap keputusan pembelian terhadap cafe do.pyo.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Responden berdasarkan jenis kelamin laki – laki sebanyak 40 (57,14%) dan Perempuan sebanyak 30 responden (42,86%). Responden usia < 20 tahun sebanyak 5 (7,14%), 21-30 tahun sebanyak 27 (38,57%), 31-40 tahun sebanyak 18 (25,72%), dan >40 tahun sebanyak 20 (28,57) responden. Responden pelajar/mahasiswa sebanyak 25 (35,72%), responden wiraswasta sebanyak 5 (7,14%). Responden PNS sebanyak 10 (14,28%), responden karyawan swasta sebanyak 15 (21,43%) dan lainnya sebanyak 15 (21,43%) responden. Responden dengan keterangan sangat tidak puas tidak terdapat responden, Responden dengan keterangan tidak puas sebanyak 2 (2,50%), responden dengan keterangan Puas sebanyak 44 (55,00%) , responden dengan keterangan sangat puas sebanyak 34 (42,50%) responden. Responden dengan keterangan sangat tidak puas tidak terdapat responden, Responden dengan keterangan tidak puas sebanyak 2 (2,86%), responden dengan keterangan Puas sebanyak 39 (55,71%) , responden dengan keterangan sangat puas sebanyak 29 (41,43%) responden.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Variabel X (keberagaman produk)

Uji Validitas	R-Hitung	Signifitas	Keterangan
1	0,873	0,000	Valid
2	0,846	0,000	Valid
3	0.859	0,000	Valid
4	0,796	0,000	Valid
5	0,732	0,000	Valid
6	0,803	0,000	Valid
7	0,815	0,000	Valid
8	0,852	0,000	Valid
9	0,743	0,000	Valid
10	0,783	0,000	Valid
11	0,794	0,000	Valid

Dari tabel diatas, terdapat uji validitas variabel keberagaman produk (X), jika nilai Tingkat of signifikan adalah 0,05 atau 5%, maka untuk pernyataan 1 hingga pernyataan 1 lebih kecil dari nilai tingkat of signifikan yaitu 0,000 sehingga dapat di tarik kesimpulan bahwa semua pernyataan kuesioner untuk variabel keberagaman produk (X) valid.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Variabel Y (Keputusan Pembeli)

Uji Validitas	R-Hitung	Signifitas	Keterangan
1	0,713	0,000	Valid
2	0,805	0,000	Valid
3	0,787	0,000	Valid
4	0,715	0,000	Valid
5	0,741	0,000	Valid
6	0,726	0,000	Valid
7	0,782	0,000	Valid
8	0,767	0,000	Valid
9	0,776	0,000	Valid

Dari tabel diatas, terdapat uji validitas variabel Keputusan pembeli (Y), jika nilai Tingkat of signifikan adalah 0,05 atau 5%, maka untuk pernyataan 1 hingga pernyataan 9 lebih kecil dari nilai tingkat of signifikan yaitu 0,000 sehingga dapat di tarik kesimpulan bahwa semua pernyataan kuesioner untuk variabel Keputusan pembeli (Y) valid.

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas X1 komunikasi

Variabel	Cronbach alpha	Cronbach alpha Disyaratkan	Keterangan
Variabel X (keberagaman produk)	0,946	0,60	Reliabel
Variabel Y (Keputusan Pembeli)	0,906	0,60	Reliabel

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada variable X1 croanbach’s alphanya adalah 0,946, dan variabel Y croanbach’s alphanya sebesar 0,906. Dalam penelitian ini dinyatakan reliabel karena Cronbach’s Alpha masing–masing variabel lebih besar dari Cronbach’s alpha disyaratkan 0,60.

Tabel 4. Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a			
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
1 (Constant)	28.150	4.217	
Keberagaman produk	.230	.086	.310

a. Dependent Variable: Keputusan Pembeli

Dari tabel Regresi Linier sederhana di atas, maka diperoleh persamaan sebagai berikut : $Y=28,150+ 0,230X$

Tabel 5. Hasil Uji T

Coefficients ^a			
Model		t	Sig.
1 (Constant)		6.675	.000
Keberagaman produk		2.686	.000

a. Dependent Variable: kepuasan pelanggan

Hasil pada Tabel diatas menunjukkan bahwa variabel keberagaman produk memiliki pengaruh yang signifikan kepada kepuasan pelanggan, dikarenakan nilai signifikasinya lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,000.

Tabel 6. Determinan Koefisien

Model	R	R Square	Model Summary ^b		
			Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	R Square Change
1	.310 ^a	.096	.083	3.26366	.096

a. Predictors: (Constant), keberagaman produk

b. Dependent Variable: Keputusan Pembeli

Berdasarkan tabel diatas nilai R square adalah 0,096 yaitu variabel keberagaman produk (X) terhadap Kepuasan Pembeli (Y) sebesar 9,6%, sedangkan sisanya sebesar 0,904 atau 90,4% (100% - 9,6%) dipengaruhi dari variabel – variabel yang tidak diteliti dipenelitian ini.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat di simpulkan bahwa keberagaman produk dari café do.pyo Kota Sorong berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembeli. Semakin baik keberagaman produk yang dimiliki, maka semakin tinggi keputusan pembeli untuk memenuhi kebutuhan dan selera di café do.pyo. Untuk meningkatkan keputusan pembeli pada café do.pyo, perlu dilakukan strategi pemasaran yang efektif dalam meningkatkan keberagaman produk. Strategi ini dapat dilakukan cara meningkatkan kualitas produk, harga yang sesuai dan variasi produk. Dengan demikian, perlu dilakukan penelitian lebih lanjut untuk mengetahui faktor-faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembeli dan meningkatkan strategi pemasaran yang efektif dalam meningkatkan keberagaman produk.

REFERENSI

- Alma, B. (2016). Pemasaran jasa. Cetakan Kedua belas. Bandung: Alfabeta.
- Arthur A. Thompson, M. A. (2016). *Crafting and executing strategy: the quest for competitive advantage, concepts and readings*. New York: McGraw-Hill Education
- Ekawati. 2013. Pengaruh Keragaman Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Toko Teguh Pasar Sumedang Cepokomulyo Kepanjen), *Jurnal Riset Mahasiswa Manajemen*, 1(1).
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2018, *Principles of Marketing*, Edisi 15, Global Edition Pearson
- Muskita, S. M. W., Ferdinandus, A. Y., & Pakpahan, R. R. (2022). PENGARUH PSIKOLOGIS KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HANDPHONE MEREK VIVO (STUDI KASUS PADA MAHASISWA PROGRAM STUDI MANAJEMEN UNIVERSITAS VICTORY SORONG). *JURNAL BADATI*, 4(2), 30-41.
- Sugiyono. 2007. *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta
- Faradila, S. M., Kusnadi, E., & Soeliha, S. (2022). Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Shopee Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Abdurachman Saleh Situbondo Dengan Minat Beli Produk Fashion Muslim Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, 1(2), 256-271.
- Syahputri, Addini Zahra., et al. Kerangka berfikir penelitian kuantitatif. *Tarbiyah: Jurnal Ilmu Pendidikan dan Pengajaran*. Vol. 2, 2023.
- Utami, B. (2017). Pengaruh nilai belanja hedonik terhadap impulse buying dengan emosi positif sebagai variabel perantara (Studi kasus pada pelanggan di Ambarukmo Plaza Yogyakarta). *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia (JMBI)*, 6(1), 11-22.
- Ghufron, M., & Zuraida, L. (2022). ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KEBERAGAMAN PRODUK, HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI ALFAMIDI TRITUNGGAL YOGYAKARTA. *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis Indonesia STIE Wiya Wiwaha*, 2(3).
- Rozi, I. A., & Khuzaini, K. (2021). PENGARUH HARGA, KERAGAMAN PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI MARKETPLACE SHOPEE. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 10(5).