

BAB IV

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN DAN ANALISA DATA

A. Gambaran Umum Perusahaan

1. Profil Perusahaan

PT Insmart berkantor di Jalan Babaran No 62 Warungboto Umbulharjo Yogyakarta sejak tahun 2003 dengan No. Akta Notaris No.04 Tanggal 11 Oktober 2003 adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa konsultan pengembangan bisnis, organisasi dan sumber daya manusia (SDM) dengan mengedepankan pengembangan manusia yang kompetitif, handal dan profesional. PT Insmart dibentuk dengan kesadaran penuh untuk pengembangan sumber daya manusia yang mampu menjawab tantangan dan tuntutan globalisasi.

2. Legalitas Perusahaan

- a. Akta Pendirian : No.04 Tanggal 11 Oktober 2003
 - 1) Notaris : Tety Mutiara Octaviana Simandjuntak, S.H.
 - 2) Pengesahan : No. C-25848 HT.01.01.TH 2003
- b. Departemen Kehakiman dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia
 - 1) Akta Perubahan : No 13, 22 September 2021
 - 2) Notaris : Emi Susilowati, S.H.
 - 3) NIB : 9120302541939
 - 4) NPWP : 02.265.019.6-541.000
 - 5) SPPKP : No. PEM-01260/WPJ.23/KP.0203/2010

6) Sertifikat Badan Usaha : Jasa Konsultasi Non Konstruksi

3. Visi dan Misi

Visi: Menjadi konsultan yang terdepan dalam bidang Konsultasi Bisnis, Manajemen, Pengembangan Sumber Daya Manusia dan Event Organizer dengan selalu memberikan solusi yang inovatif sehingga mitra kami mampu bersaing dalam skala Nasional dan Internasional.

Misi: Memberikan jasa Konsultasi Bisnis, Manajemen, Pengembangan Sumber Daya Manusia dan Event Organizer yang terbaik dengan nilai tambah kepada setiap mitra yang menjalin kerjasama.

4. Keragaman Produk

Pada bidang pelatihan, kami mampu melaksanakan bidang kejurusan, seminar, pelatihan sesuai yang dikehendaki oleh sebuah Perusahaan atau Organisasi yang memerlukan, baik secara *Inhouse* maupun *Public Course*.

a. *Inhouse*

- 1) Dalam program pelatihan ini, dibuat khusus dengan dasar kontrak kerja dengan perusahaan atau organisasi pengguna jasa.
- 2) Pelaksanaan pelatihan di lokasi perusahaan atau di tempat yang ditunjuk oleh perusahaan yang bersangkutan, sesuai kontrak kerja yang disepakati.
- 3) Peserta pelatihan hanya dari perusahaan pengguna jasa.

- 4) Materi pelatihan dan proses pembayarannya adalah berdasarkan kontrak yang disepakati, demikian pula dalam hal penyiapan fasilitas yang terkait.

b. *Public Course*

Sumber Daya Manusia yang berkualitas sangat penting dalam suatu perusahaan, sehingga mendukung kinerja dan hasil kerja yang positif bagi kemajuan perusahaan. *Public Course* adalah salah satu produk kami yang bertujuan memberikan penyegaran dan pengetahuan berupa pelatihan serta *training* dengan materi dan topik - topik aktual dan diberikan setiap minggu, sesuai dengan kebutuhan peserta dan dapat diikuti oleh peserta dari berbagai perusahaan swasta maupun negeri di seluruh Indonesia dan digabung dalam suatu tempat diluar perusahaan atau organisasi sesuai dengan judul pelatihan yang diselenggarakan. Tempat pelaksanaan pelatihan bertempat di hotel yang terdapat ruang rapat yang memadai, sesuai penawaran yang diajukan dalam penawaran atau proposal, dengan menggunakan fasilitas ruang standar hotel.

c. *Pra Purnabakti*

Purnabakti merupakan suatu tahapan akhir dari kerja formal bagi setiap karyawan dan mempunyai dampak sosial, ekonomi, kesehatan, serta psikologi bagi karyawan dan keluarga. *Training* persiapan pra purnabakti yang diberikan meliputi materi tentang pengenalan awal dan kesiapan mental (aspek psikologis), kesiapan fisik (aspek kesehatan), dan kesiapan usaha (aspek ekonomis) dengan metode diskusi,

pemberian materi secara langsung, dan kunjungan lapangan. Khusus untuk materi usaha, dalam hal ini para peserta diajak untuk mulai melihat dan mempertimbangkan berbagai pilihan usaha yang akan mereka jalankan dan sebagai motivasi untuk memulai usaha.

d. *Outbound Training*

Suatu program pelatihan *Outbound* yang dirancang khusus untuk semua kalangan yang memerlukan kemampuan berfikir kreatif dan inovatif, melatih sikap berani mengambil sebuah keputusan, melatih sikap tanggap, cepat dan tepat, mengasah kemampuan dalam menyelesaikan masalah (*problem solving*), dll. Program *Outbound Training* ini didesain guna mengeksplorasi lebih dalam tentang nilai - nilai kerja dan sikap-sikap dasar kepemimpinan yang sedang peserta pelajari dan kembangkan sehingga aktivitas dalam pelatihan ini akan disesuaikan dengan level peserta yang akan mengikuti pelatihan ini. Simulasi yang akan diberikan antara lain :

- 1) *Fun Games*
- 2) *Ice Breaking*
- 3) *Energizer Games*
- 4) *Effective Leadership*
- 5) *Comunication Skill*
- 6) *Survival*

e. Sertifikasi BNSP

Sertifikasi BNSP (Badan Nasional Sertifikasi Profesi) adalah proses pengakuan kompetensi seseorang yang dilakukan oleh BNSP, sebuah lembaga independen pemerintah di Indonesia yang bertanggung jawab untuk melaksanakan sertifikasi kompetensi kerja. Sertifikasi ini bertujuan untuk memastikan bahwa seseorang memiliki kemampuan, pengetahuan, dan keterampilan sesuai dengan standar kerja nasional maupun internasional di bidang tertentu. Berikut ragam sertifikasi yang dapat diselenggarakan:

- 1) Authorized Gas Tester
- 2) Bekerja di Ketinggian
- 3) Distribusi Gas Alam dan Buatan untuk Non-Pipa
- 4) Inspektur Bahan Peledak
- 5) Inspektur Bejana Tekan
- 6) Inspektur Kelistrikan
- 7) Inspektur Pesawat Angkat
- 8) Inspektur Pipa Penyalur
- 9) Inspektur Rig
- 10) Inspektur Tangki
- 11) Instrumentasi
- 12) Juru Las
- 13) Keselamatan dan Kesehatan Kerja
- 14) Laboratorium Pengujian Migas

- 15) Operasi Boiler
- 16) Operasi Pesawat Angkat
- 17) Operasi Produksi Lepas Pantai dan Darat
- 18) Operasi Serah Terima Bahan Bakar Cair di Dermaga
- 19) Operasi SPBU
- 20) Operasi Vacuum Distilling Unit Pengolahan Minyak Bumi
- 21) Pemadam Kebakaran
- 22) Pemboran
- 23) Pemrosesan Gas Bumi
- 24) Penanganan Bahaya Gas H₂s
- 25) Pengelola Sarana Pengisian dan Penyaluran Lpg (Spplpg)
- 26) Penyelidikan Seismik
- 27) Perawatan Mekanik
- 28) Perawatan Sumur
- 29) Petugas Operator Unit Blending
- 30) Petugas Pengambil Contoh
- 31) Petugas Pengukur Tangki Minyak Bumi dan Hasil Olahan
- 32) Pressure Relief Device
- 33) Scaffolding
- 34) Sistem Manajemen Lingkungan
- 35) Teknik Listrik Migas
- 36) Teknisi Operasi Crude Distilling Unit (Pengolahan Minyak)
- 37) Wellsite Geology

f. Sertifikasi Kemnaker

Kemnaker RI sebagai lembaga pemerintah yang memiliki kewenangan dalam mengawasi tenaga kerja, mengeluarkan standar keahlian berupa sertifikasi Kemnaker RI untuk para pekerja profesional. Dalam beberapa hal, sertifikasi ini menjadi suatu keharusan bagi industri. Oleh karena itu, para pekerja industri didorong untuk memiliki sertifikasi Kemnaker RI sesuai dengan bidang keahliannya. Kami menyelenggarakan berbagai program sertifikasi Kemnaker RI yang dapat diikuti para pekerja profesional, diantaranya:

1) Kesehatan dan Keselamatan Kerja (K3)

- Ahli K3 Umum

Ahli K3 Umum ini bertujuan untuk mempersiapkan ahli-ahli K3 yang dapat membantu mengembangkan K3 diperusahaan. Sertifikasi pelatihan diberikan oleh Kemnaker RI.

- Auditor SMK3

Auditor SMK3 ini bertujuan untuk mempersiapkan tenaga teknis yang berkeahlian khusus dan independen untuk melaksanakan audit SMK3.

- Ahli K3 Kimia

Ahli K3 Kimia ini dilaksanakan selama 12 hari, setara dengan 120 jam pelajaran. Sertifikat pelatihan dikeluarkan oleh Kemnaker RI.

- Ahli K3 Listrik

Pelatihan ini diperuntukan bagi peserta yang berpendidikan S1 dengan pengalaman kerja sesuai bidang keahliannya sekurang-kurangnya 2 tahun, atau berpendidikan D3/sederajat dengan pengalaman kerja sesuai bidang keahliannya sekurang-kurangnya 4 tahun.

- Ahli Muda K3 Lingkungan Kerja

Cara tepat untuk mendidik pekerja menjadi ahli K3. Program ini diselenggarakan selama 40 jam pelajaran, dan pada hari terakhir akan dilakukan uji kompetensi oleh asesor dari BNSP.

2) Operator Boiler, Forklift & Genset

- Operator Boiler Kelas 1

Pelatihan Operator Boiler Kelas 1 merupakan program pelatihan bersertifikasi dari Kemnaker RI.

- Operator Boiler Kelas 2

Pelatihan Operator Boiler Kelas 2 merupakan program pelatihan bersertifikasi dari Kemnaker RI.

- Operator Forklift

Pelatihan Operator Forklift merupakan program pelatihan bersertifikasi dari Kemnaker RI. Peserta yang dinyatakan lulus berhak mendapatkan sertifikat dari Kemnaker RI.

- Operator Genset

Pelatihan Operator Genset ini dirancang untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan peserta dalam pengoperasian pesawat tenaga (genset). Peserta yang dinyatakan lulus berhak mendapatkan sertifikasi, lisensi dan buku kerja dari Kemnaker RI.

3) Tenaga Kerja di Ketinggian & Bangunan

- Tenaga Kerja Pada Ketinggian Tingkat 1 (TKPK 1)

Pelatihan berlangsung selama 5 hari dan ujian kompetensi dilakukan di hari terakhir. Peserta yang dinyatakan lulus berhak mendapatkan sertifikat kompetensi dari Kemnaker RI.

- Tenaga Kerja Pada Ketinggian Tingkat 2 (TKPK 2)

Pelatihan berlangsung selama 5 hari dan ujian kompetensi dilakukan di hari terakhir. Peserta yang dinyatakan lulus berhak mendapatkan sertifikat kompetensi dari Kemnaker RI.

- Tenaga Kerja Pada Ketinggian Tingkat 3 (TKPK 3)

Pelatihan berlangsung selama 5 hari dan ujian kompetensi dilakukan di hari terakhir. Peserta yang dinyatakan lulus berhak mendapatkan sertifikat kompetensi dari Kemnaker RI.

- Tenaga Kerja Bangunan Tingkat Tinggi 2 (TKBT 2)

Pelatihan berlangsung selama 3 hari dan ujian kompetensi dilakukan di hari terakhir. Peserta yang dinyatakan lulus berhak mendapatkan sertifikat kompetensi dari Kemnaker RI.

g. Sertifikasi ISO

1) ISO 9001:2015 – Sistem Manajemen Mutu

Standar internasional di bidang sistem manajemen mutu. Suatu lembaga/organisasi yang telah mendapatkan akreditasi (pengakuan dari pihak lain yang independen) dapat dikatakan telah memenuhi persyaratan internasional dalam hal manajemen penjaminan mutu produk/jasa yang dihasilkannya.

2) ISO 14001:2015 - Sistem Manajemen Lingkungan

Standar Internasional yang berfungsi untuk memastikan bahwa proses yang digunakan dan produk yang dihasilkan perusahaan telah memenuhi komitmen terhadap lingkungan, terutama dalam upaya pemenuhan terhadap peraturan di bidang lingkungan, pencegahan pencemaran dan komitmen terhadap perbaikan berkelanjutan.

3) ISO 45001:2018 - Sistem Manajemen Kesehatan Dan Keselamatan Kerja

Standar internasional yang menetapkan persyaratan untuk kesehatan dan keselamatan kerja (OHS) sistem manajemen, dengan

panduan untuk penggunaannya, untuk memungkinkan suatu organisasi untuk secara proaktif meningkatkannya kinerja OHS dalam mencegah kecelakaan kerja dan penyakit akibat kerja.

5. Kualitas Pelayanan

Memberikan pelayanan terbaik, akurat, dan terpercaya dengan menjunjung tinggi nilai Organisasi. PT Insmart memiliki tim konsultan dan ahli dengan pengalaman di lembaga pemerintahan dan perusahaan swasta.

B. Analisa Data

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh keragaman produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap pengambilan keputusan pengguna jasa pelatihan di PT Insmart. Data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner sebanyak 60 responden yang menjadi sampel penelitian

1. Karakteristik Responden

Karakteristik responden yang diamati dalam penelitian ini berdasarkan :

a. Demografi Responden

1) Jumlah Responden: 60 orang

2) Kriteria Responden:

- Konsumen yang telah bekerja sama dengan PT Insmart dalam periode tahun 2015 hingga tahun 2024.

- Pengguna jasa pelatihan yang memiliki pengalaman langsung dalam menggunakan produk atau layanan dari PT Insmart.
- Responden dari berbagai jenis perusahaan atau instansi yang membutuhkan pelatihan untuk karyawan.

c. Lama Kerjasama dengan PT Insmart

Tabel 4.1 Lama Kerjasama

No	Lama Kerjasama	Jumlah Responden
1	1 Tahun	1
2	2 Tahun	12
3	3 tahun	15
4	4 Tahun	13
5	5 Tahun	8
6	6 Tahun	3
7	7 Tahun	3
8	8 Tahun	2
9	9 Tahun	3
JUMLAH		60

Berdasarkan data pada tabel 4.1 diatas, dapat dilihat bahwa responden dengan lama kerjasama 1-3 tahun sebanyak 28 responden (46,67%), lama kerjasama 4-6 tahun sebanyak 24 responden (40%), dan lama kerjasama lebih dari 6 tahun sebanyak 8 responden (13,33%). Dari data responden memiliki hubungan kerjasama yang cukup lama, yaitu antara 1-3 tahun dan 4-6 tahun, yang menunjukkan loyalitas tinggi terhadap layanan pelatihan PT Insmart.

2. Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Uji Validitas dilakukan untuk menilai valid tidaknya suatu pernyataan dalam kuesioner. Tingkat signifikansi 5% jika r hitung $> r$

tabel maka pernyataan tersebut valid. Sedangkan jika r hitung $<$ r tabel maka pernyataan tersebut tidak valid. Berikut ini adalah hasil uji validitas:

Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Keragaman Produk	PO1	0.877	0.254	Valid
	PO2	0.880	0.254	Valid
	PO3	0.885	0.254	Valid
	PO4	0.876	0.254	Valid
	PO5	0.899	0.254	Valid
	PO6	0.880	0.254	Valid
Kualitas Pelayanan	PE1	0.897	0.254	Valid
	PE2	0.863	0.254	Valid
	PE3	0.842	0.254	Valid
	PE4	0.882	0.254	Valid
	PE5	0.909	0.254	Valid
	PE6	0.867	0.254	Valid
	PE7	0.825	0.254	Valid
	PE8	0.818	0.254	Valid
	PE9	0.815	0.254	Valid
	PE10	0.840	0.254	Valid
Harga	HG1	0.845	0.254	Valid
	HG2	0.907	0.254	Valid
	HG3	0.931	0.254	Valid
	HG4	0.919	0.254	Valid
	HG5	0.917	0.254	Valid
	HG6	0.911	0.254	Valid
	HG7	0.910	0.254	Valid

Variabel	Item	R Hitung	R Tabel	Keterangan
	HG8	0.913	0.254	Valid
Keputusan Pembelian	KP1	0.881	0.254	Valid
	KP2	0.894	0.254	Valid
	KP3	0.905	0.254	Valid
	KP4	0.877	0.254	Valid
	KP5	0.935	0.254	Valid
	KP6	0.924	0.254	Valid
	KP7	0.931	0.254	Valid
	KP8	0.909	0.254	Valid
	KP9	0.913	0.254	Valid
	KP10	0.882	0.254	Valid
	KP11	0.873	0.254	Valid
	KP12	0.905	0.254	Valid
	KP13	0.938	0.254	Valid
	KP14	0.903	0.254	Valid
	KP15	0.930	0.254	Valid
	KP16	0.865	0.254	Valid
	KP17	0.890	0.254	Valid
	KP18	0.901	0.254	Valid
	KP19	0.933	0.254	Valid

Berdasarkan hasil uji validitas tabel 4.2 di atas dapat diketahui bahwa seluruh pernyataan variabel yang diajukan untuk responden adalah valid karena dilihat dari semua nilai r hitung $>$ r tabel (0,254) sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh pernyataan yang ada dalam

kuesioner tersebut dapat dikatakan layak sebagai instrumen untuk mengukur data penelitian.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah pengujian yang dilakukan untuk reliable tidaknya suatu kuesioner (Ghozali, 2021). Suatu kuesioner dikatakan reliable jika jawaban seseorang terhadap pernyataan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Suatu variabel dikatakan reliable apabila memberikan nilai *Cronbach's Alpha* > 0,70 (Ghozali, 2021). Berikut ini adalah hasil uji reliabel:

Tabel 4.3 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
Keragaman Produk	0.943	Reliabel
Kualitas Pelayanan	0.959	Reliabel
Harga	0.969	Reliabel
Keputusan Pembelian	0.988	Reliabel

Berdasarkan tabel 4.3 hasil uji reliabilitas dapat diketahui bahwa semua variabel dalam pernyataan dinyatakan reliabel karena telah memenuhi nilai yang disyaratkan yaitu dengan nilai Cronbach Alpha > 0,7.

3. Uji Asumsi Dasar

a. Uji Normalitas

Uji Normalitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi. Semua variabel residual berdistribusi normal atau tidak (Ghozali, 2021). Regresi yang baik adalah data yang terdistribusi

normal. Pengujian Normalitas ini menggunakan uji *One Sample Kolmogorov-Smirnov* dengan menggunakan taraf signifikansi 0,05 dengan kriteria pengujian berikut :

- 1) Jika nilai signifikan $>$ dari 0,05 atau 5% maka data berdistribusi normal.
- 2) Jika nilai signifikan $<$ dari 0,05 atau 5% maka data tidak berdistribusi normal.

Tabel 4.4 Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		60
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	12.27819269
Most Extreme Differences	Absolute	.076
	Positive	.057
	Negative	-.076
Kolmogorov-Smirnov Z		.590
Asymp. Sig. (2-tailed)		.877
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		

Berdasarkan Tabel 4.4 menunjukkan nilai signifikansi *asympt.sig* sebesar $0.877 > 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

4. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (Ghozali, 2021).

Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel independen. Korelasi antar variabel bebas dapat diketahui dengan melihat nilai VIF (*Varians Inflation Factor*) atau nilai *tolerance* dengan kriteria pengujian sebagai berikut :

- 1) Jika nilai *tolerance* $> 0,10$ atau nilai VIF < 10 maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinieritas.
- 2) Jika nilai *tolerance* $< 0,10$ atau nilai VIF > 10 maka dapat disimpulkan terjadi multikolinieritas.

Hasil uji multikolinieritas dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.5 Uji Multikolineartias

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
(X1) Keragaman Produk	0.734	1.363	Tidak terjadi multikolinieritas
(X2) Kualitas Pelayanan	0.663	1.508	Tidak terjadi multikolinieritas
(X3) Harga	0.779	1.284	Tidak terjadi multikolinieritas

- 1) Tolerance Value

Nilai $X_1 = 0.734$, $X_2 = 0.663$, $X_3 = 0.779$, berdasarkan hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai *tolerance* $> 0,10$ maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas.

- 2) VIF (Varians Inflation Factor)

Nilai $X_1 = 1.363$, $X_2 = 1.508$, $X_3 = 1.284$ berdasarkan hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai VIF < 10 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas.

b. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedasitas digunakan untuk menguji apakah variabel residual dalam model regresi terdapat perbedaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain (Ghozali, 2021) jika varian dari satu residual lainnya tetap, maka dapat dikatakan tidak terjadi heterokedastisitas, apabila berbeda maka dapat dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas.

Dalam penelitian ini menggunakan uji Glesjer dengan meregulasi nilai absolut residual terhadap variabel independent. Berikut kriteria pengujian yang digunakan dalam pengujian ini :

- 1) Jila nilai signifikansi kurang dari 0,05 atau 5 % maka terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Jila nilai signifikansi lebih dari 0,05 atau 5 % maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Hasil Uji Heteroskedastisitas dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.6 Uji Heteroskedastisitas

Variabel	sig	batas	Keterangan
Keragaman Produk	0.283	>0,05	Tidak terjadi heterokedasitas
Kualitas Pelayanan	0.691	>0,05	Tidak terjadi heterokedasitas
Harga	0.788	>0,05	Tidak terjadi heterokedasitas

Berdasarkan tabel 4.6 hasil uji heterokedastisitas menunjukkan nilai sig variabel keragaman produk sebesar 0.283, kualitas pelayanan sebesar 0.691, dan variabel harga sebesar 0.788. Ketiga variabel tersebut

memiliki hasil $\text{sig} > 0,05$ maka disimpulkan tidak terjadi heterokedasitas.

5. Uji Hipotesis

a. Regresi Linier Berganda

Analisis ini digunakan untuk mengetahui arah hubungan variabel bebas yaitu keragaman produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap variabel terikat yaitu keputusan pembelian. Hasil uji analisis regresi linier berganda yang telah dilakukan adalah sebagai berikut:

Tabel 4.7 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-11.180	10.121		-1.105	.274
	Keragaman Produk	.982	.395	.271	2.488	.016
	Kualitas Pelayanan	.725	.280	.296	2.591	.012
	Harga	.964	.297	.343	3.248	.002
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian						

Berdasarkan tabel 4.7 diatas perhitungan regresi linear berganda dengan menggunakan program SPSS versi 21.0 *for windows* didapat hasil sebagai berikut:

$$Y = -11.180 + 0.982 X_1 + 0.725 X_2 + 0.964 X_3 + e$$

Dari persamaan regresi linier berganda di atas dapat dijelaskan sebagai berikut:

1) Konstanta = -11.180

Artinya jika tidak ada variabel Keragaman Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga yang mempengaruhi Keputusan Pembelian, maka proses Keputusan Pembelian dimulai dari nilai yang lebih rendah dari nol. Artinya pengaruh ketiga variabel independen tersebut sangat penting untuk meningkatkan keputusan penjualan.

2) $b_1 = 0.982$

Nilai koefisien regresi Variabel X1 adalah positif (+) 0.982, artinya hubungan antara keragaman produk dengan Keputusan Pembelian adalah searah. Jika variabel Keragaman Produk meningkat maka Keputusan Pembelian akan meningkat dengan anggapan variabel bebas lain tetap, begitu pula sebaliknya.

3) $b_2 = 0.725$

Nilai koefisien regresi Variabel X2 adalah positif (+) 0.725, artinya hubungan antara kualitas pelayanan dengan Keputusan Pembelian adalah searah. Jika variabel Kualitas Pelayanan meningkat maka Keputusan Pembelian akan meningkat dengan anggapan variable bebas lain tetap, begitu pula sebaliknya.

4) $b_3 = 0.964$

Nilai koefisien regresi Variabel X2 adalah positif (+) 0.964, artinya hubungan antara harga dengan Keputusan Pembelian adalah searah. Jika variabel Harga meningkat maka Keputusan Pembelian

akan meningkat dengan anggapan variable bebas lain tetap, begitu pula sebaliknya.

b. Uji F (*Goodness of Fit Test*)

Uji F (*Goodness of Fit Test*) digunakan untuk mengetahui kelayakan model regresi linier berganda sebagai alat analisis yang menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dengan kriteria pengujian sebagai berikut :

- 1) Jika nilai signifikansi $F > 0,05$ maka model tidak layak digunakan.
- 2) Jika nilai signifikansi $F < 0,05$ maka model layak digunakan.

Hasil Uji F dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.8 Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	9406.496	3	3135.499	19.741	.000 ^b
	Residual	8894.487	56	158.830		
	Total	18300.983	59			
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian						
b. Predictors: (Constant), Harga, Keragaman Produk, Kualitas Pelayanan						

Dari hasil uji F pada tabel 4.8 diperoleh F hitung sebesar 19.741 dan probabilitas sebesar 0,000. Karena $\text{sig } 0,000 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan dapat menjelaskan variasi dalam variabel dependen secara signifikan dan model layak untuk digunakan.

c. Uji t

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel independen secara parsial atau individu memiliki pengaruh signifikan atau tidak terhadap variabel dependen (Ghozali, 2021). Penelitian ini menggunakan tingkat signifikansi 0,05 atau 5% dengan kriteria sebagai berikut :

- 1) Apabila nilai signifikansi kurang dari 0,05 maka secara parsial variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- 2) Apabila nilai signifikansi lebih dari 0,05 maka secara parsial variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Hasil Uji t dapat dilihat pada table berikut :

Tabel 4.9 Hasil Uji t

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-11.180	10.121		-1.105	.274
	Keragaman Produk	.982	.395	.271	2.488	.016
	Kualitas Pelayanan	.725	.280	.296	2.591	.012
	Harga	.964	.297	.343	3.248	.002
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian						

Berdasarkan tabel 4.9 di atas menunjukkan hasil pengujian masing-masing variabel sebagai berikut:

- 1) Nilai signifikansi variabel keragaman produk (X1) sebesar $0,016 \leq 0,05$. Nilai tersebut dapat membuktikan bahwa “Keragaman Produk berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Pelatihan di PT Insmart”.
- 2) Nilai signifikansi variabel kualitas pelayanan (X2) sebesar $0,012 \leq 0,05$. Nilai tersebut dapat membuktikan bahwa “Kualitas Pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Pelatihan di PT Insmart”.
- 3) Nilai signifikansi variabel harga (X3) sebesar $0,002 \leq 0,05$. Nilai tersebut dapat membuktikan bahwa “Harga berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Pelatihan di PT Insmart”.

6. Uji Koefisien Determinasi (*Adjusted R²*)

Koefisien Determinasi (*Adjusted R²*) digunakan untuk mengukur seberapa besar kemampuan model dalam menerangkan variabel dependen (Ghoali, 2021). Nilai *Adjusted R²* yaitu antara nol dan satu. Jika nilai *Adjusted R²* mendekati 1 artinya variabel independen mampu memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen. Hasil uji Koefisien Determinasi (*Adjusted R²*) dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.10 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.717 ^a	.514	.488	12.603
a. Predictors: (Constant), Harga, Keragaman Produk, Kualitas Pelayanan				

Berdasarkan tabel 4.10 menunjukkan besarnya koefisien determinasi (*Adjusted R²*) = 0.488, maka variable independen keragaman produk, kualitas pelayanan dan harga memberi sumbangan pengaruh terhadap variabel dependen keputusan penggunaan jasa di PT Insmart sebesar 48.8% sisanya sebesar 51.2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

C. Pembahasan

1. Keragaman Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan tabel 4.9 di atas dapat diketahui hasil pengujian signifikansi menunjukkan bahwa terdapat nilai signifikansi sebesar $0,016 \leq 0,05$. Nilai tersebut dapat membuktikan bahwa “Keragaman Produk berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Pelatihan di PT Insmart”.

Dalam pengambilan keputusan untuk menggunakan jasa pelatihan, pelanggan akan memiliki beberapa pertimbangan dimana salah satunya adalah keragaman produk pelatihan yang ditawarkan. Adanya keragaman produk pelatihan tersebut membuat pelanggan atau calon pelanggan dapat memilih pelatihan apa yang sesuai dengan kebutuhannya. Pengenalan kebutuhan dan proses pencarian informasi merupakan tahapan awal dari pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian barang atau jasa yang umum dilakukan oleh seseorang (Wahyuni, 2020).

Keragaman produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa pelatihan di PT Insmart. Tujuan dari keragaman

produk adalah untuk memenuhi beragam kebutuhan dan preferensi konsumen, meningkatkan daya tarik pasar, dan membantu konsumen memiliki kesempatan untuk memilih produk yang paling sesuai dengan kebutuhannya (Anjeli, Tarini & Alhidayati, 2024). Dengan adanya produk pelatihan yang beragam maka akan dapat memenuhi kebutuhan dari pelanggan sesuai dengan ketrampilan apa yang sedang dibutuhkannya. Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa H1 terbukti.

Hasil penelitian ini sejalan dengan Anjeli, Tarini & Alhidayati (2024) dan Lusianah Tulhusnah (2022) bahwa keragaman produk berpengaruh signifikan dengan keputusan pembelian. Akan tetapi, hasil penelitian ini tidak mendukung penelitian Ivaliony Mega Zhara (2024) bahwa keragaman produk tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.

2. Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan tabel 4.9 di atas dapat diketahui hasil pengujian signifikansi menunjukkan bahwa terdapat nilai signifikansi sebesar $0,012 \leq 0,05$. Nilai tersebut dapat membuktikan bahwa “Kualitas Pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Pelatihan di PT Insmart”.

Guna meningkatkan kemampuan seseorang, maka dapat dilakukan dengan mengambil pelatihan sesuai dengan ketrampilan apa yang sedang dibutuhkannya. Sementara itu, bagaimana tingkat kualitas pelayanan yang diberikan akan memiliki peran dalam menumbuhkan keputusan

penggunaan jasa pelatihan oleh pelanggan. Oleh karenanya, kualitas pelayanan haruslah menjadi perhatian dari penyedia jasa, karena baik tidaknya kualitas pelayanan tergantung pada kemampuan dari penyedia layanan untuk memenuhi harapan pelanggan secara konsisten (Wahyuni, 2020). Pelayanan yang berkualitas akan menjadi salah satu faktor yang menjadi keunggulan bagi penyedia jasa untuk meraih pelanggan sebanyak-banyaknya.

Kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa pelatihan di PT Insmart. Dalam upaya mempengaruhi keputusan pelanggan atau calon pelanggan, maka kualitas pelayanan merupakan keunggulan yang diharapkan dapat menjadi sebuah keunggulan sehingga dapat mempengaruhi keputusan seseorang untuk melakukan pembelian barang atau jasa (Mulyono, Wahyudi, Rohman & Sunyoto, 2023). Kualitas pelayanan yang baik akan berpengaruh pada peningkatan keputusan penggunaan jasa pelatihan, demikian pula sebaliknya.

Hasil penelitian ini sejalan dengan Mulyono, Wahyudi, Rohman & Sunyoto (2023). Akan tetapi penelitian ini tidak mendukung hasil penelitian Ivaliony Mega Zhara (2024) yaitu kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif namun tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.

3. Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan tabel 4.9 di atas dapat diketahui hasil pengujian signifikansi menunjukkan bahwa terdapat nilai signifikansi sebesar $0,002 \leq 0,05$. Nilai tersebut dapat membuktikan bahwa “Harga berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Pelatihan di PT Insmart”.

Salah satu strategi pemasaran yang dapat dilakukan oleh perusahaan jasa, adalah dengan penerapan harga yang sesuai dengan jasa yang diberikan serta terjangkau oleh pelanggan (Wahyuni, 2020). Banyaknya bermunculan penyedia jasa pelayanan membuat persaingan untuk mendapatkan calon pengguna jasa pelatihan menjadi lebih ketat dan menantang. Dalam hal ini, penyediaan harga yang kompetitif dapat menjadi salah satu daya tarik yang dapat mempengaruhi keputusan calon pelanggan untuk mengambil keputusan penggunaan jasa pelatihan.

Harga berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa pelatihan di PT Insmart. Harga merupakan salah satu faktor yang seringkali menjadi pertimbangan utama bagi seorang calon pelanggan untuk menggunakan jasa atau untuk membeli barang, sehingga harga memiliki peranan yang sangat signifikan dalam pengambilan keputusan untuk mempergunakan sebuah jasa oleh pelanggan. Dapat dikatakan pula bahwa penetapan harga yang sesuai akan menentukan kesuksesan bisnis (Sudigdo & Taufik, 2020). Harga yang terjangkau dan sepadan dengan apa yang ditawarkan akan memberikan dampak positif pada peningkatan keputusan penggunaan jasa, demikian pula sebaliknya

penerapan harga yang kurang sesuai akan menurunkan minat untuk mempergunakan jasa pelatihan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan Sudigdo & Taufik (2020). Akan tetapi penelitian ini tidak mendukung hasil penelitian Mulyono (2023) yaitu harga tidak memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian.