

PENGARUH VARIASI PRODUK DAN KETERSEDIAAN STOK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MARKETPLACE

Tanniya Nur Hanisa ^{*1}
Kartika Yanada Lumbantoruan ²
Widalicin January ³

^{1,2,3} Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Eka Prasetya

*e-mail : kartikayanada6@gmail.com, tannitanurhanisa@gmail.com, wida_lcn_14@yahoo.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh variasi produk dan ketersediaan stok terhadap keputusan pembelian pada marketplace. Perkembangan e-commerce yang pesat telah mengubah perilaku konsumen dalam melakukan pembelian sehingga variasi produk dan ketersediaan stok menjadi faktor penting dalam memengaruhi keputusan pembelian. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner kepada pengguna marketplace. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian karena konsumen cenderung memilih marketplace yang menyediakan pilihan produk yang beragam sesuai kebutuhan. Selain itu, ketersediaan stok juga memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian karena konsumen lebih menyukai produk yang siap dibeli tanpa harus menunggu waktu lama. Secara simultan, variasi produk dan ketersediaan stok memberikan kontribusi yang signifikan terhadap keputusan pembelian pada marketplace. Penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu manajemen pemasaran khususnya dalam memahami perilaku konsumen pada marketplace digital.

Kata Kunci: variasi produk, ketersediaan stok, keputusan pembelian, marketplace, e-commerce

Abstract

This study aims to analyze the effect of product variation and stock availability on purchasing decisions in marketplace platforms. The rapid development of e-commerce has changed consumer purchasing behavior, making product diversity and product availability important factors in influencing purchasing decisions. This research uses a quantitative approach with data collection techniques through questionnaires distributed to marketplace users. The data analysis method used is multiple linear regression analysis. The results of the study indicate that product variation has a positive and significant effect on purchasing decisions because consumers tend to choose marketplaces that provide diverse product choices according to their needs. In addition, stock availability also has a significant influence on purchasing decisions because consumers prefer products that are ready to purchase without long waiting times. Simultaneously, product variation and stock availability contribute significantly to purchasing decisions in marketplaces. This study contributes to the development of marketing management science, especially in understanding consumer behavior in digital marketplaces.

Keywords: product variation, stock availability, purchasing decision, marketplace, e-commerce

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital memberikan dampak besar terhadap perubahan perilaku masyarakat dalam melakukan aktivitas ekonomi, khususnya pada kegiatan jual beli secara online. Marketplace menjadi salah satu bentuk perkembangan e-commerce yang mengalami peningkatan signifikan di Indonesia. Kehadiran marketplace mempermudah masyarakat dalam memperoleh produk tanpa harus datang langsung ke toko fisik. Marketplace seperti Shopee, Tokopedia, Lazada, dan Bukalapak menawarkan berbagai kemudahan seperti sistem pembayaran digital, layanan pengiriman cepat, promo menarik, serta pilihan produk yang beragam.

Perubahan perilaku konsumen dalam berbelanja online dipengaruhi oleh berbagai faktor. Konsumen tidak hanya mempertimbangkan harga produk, tetapi juga mempertimbangkan variasi produk yang tersedia dan ketersediaan stok barang. Variasi produk yang lengkap memungkinkan konsumen memiliki banyak pilihan sesuai kebutuhan dan keinginan mereka. Selain itu, ketersediaan stok produk juga memengaruhi keputusan pembelian karena konsumen cenderung memilih toko yang menyediakan produk secara siap dan cepat.

Dalam persaingan marketplace yang semakin ketat, penjual dituntut untuk mampu menyediakan variasi produk yang lengkap dan memastikan ketersediaan stok produk tetap terjaga. Variasi produk menjadi salah satu strategi pemasaran untuk menarik perhatian konsumen karena semakin beragam pilihan produk yang tersedia maka semakin tinggi kemungkinan konsumen melakukan pembelian. Selain itu, ketersediaan stok juga memengaruhi kepuasan konsumen karena produk yang tersedia secara langsung dapat meningkatkan kepercayaan dan kenyamanan saat berbelanja.

Marketplace memberikan kebebasan kepada konsumen untuk membandingkan berbagai produk dalam waktu singkat. Konsumen dapat melihat produk dengan berbagai ukuran, warna, model, dan merek sehingga keputusan pembelian dapat dilakukan dengan lebih mudah. Kondisi ini membuat variasi produk menjadi faktor penting dalam meningkatkan daya tarik toko online.

Selain variasi produk, ketersediaan stok juga memiliki peran yang penting. Konsumen sering kali membatalkan pembelian apabila produk yang diinginkan habis atau membutuhkan waktu pengiriman yang terlalu lama. Oleh karena itu, penjual harus mampu menjaga kestabilan persediaan produk agar tetap tersedia ketika dibutuhkan konsumen.

Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa variasi produk memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Penelitian oleh Wati et al. (2022) menyatakan bahwa keragaman produk memberikan pengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada marketplace Bukalapak. Penelitian lain oleh Aunillah dan Himawan (2023) juga menunjukkan bahwa variasi produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada marketplace Shopee.

Selain variasi produk, ketersediaan stok juga menjadi faktor penting dalam keputusan pembelian konsumen. Konsumen cenderung membatalkan pembelian ketika stok produk tidak tersedia atau membutuhkan waktu pengiriman yang lama. Oleh karena itu, penjual perlu menjaga kestabilan persediaan produk agar konsumen tetap loyal.

Penelitian mengenai keputusan pembelian pada marketplace penting dilakukan karena persaingan bisnis digital terus meningkat dari tahun ke tahun. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat bagi pelaku usaha online dalam menentukan strategi pemasaran yang tepat.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variasi produk dan ketersediaan stok terhadap keputusan pembelian pada marketplace. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan strategi pemasaran digital serta menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya.

METODE

Penelitian ini bersifat kualitatif dengan pendekatan studi literatur. Data sekunder dikumpulkan dari 10 jurnal ilmiah nasional terdeteksi. Analisis dilakukan dengan teknik content analysis secara deskriptif kualitatif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

No	Penelitian & Tahun	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Metode	Temuan Utama
1.	Aunilla & Hilmawan (2023)	Pengaruh E-Commerce Shopee, Kualitas Produk dan Variasi Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Snack	Kuantitatif	Variasi produk, kualitas produk, keputusan pembelian	Variasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen Shopee.

2.	Wati et al. (2022)	Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas Produk dan Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Bukalapak	Kuantitatif	Variasi produk, kualitas produk, keputusan pembelian	Keragaman produk mampu meningkatkan minat dan keputusan pembelian konsumen marketplace.
3.	Ismawati (2024)	Pengaruh Ketersediaan Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Marketplace Tokopedia di Kota Kalianda	Kuantitatif	Ketersediaan produk, harga, promosi, keputusan pembelian	Ketersediaan produk memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen Tokopedia.
4.	Susanti et al. (2021)	Pengaruh Ketersediaan dan Keragaman Produk terhadap Keputusan Pembelian	Kuantitatif	Ketersediaan produk, keragaman produk, keputusan pembelian	Variasi produk dan ketersediaan stok secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen.
5.	Apriansyah & Islamuddin (2024)	Pengaruh Digital Marketing dan Variasi Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Frozenfish88 Kota Bengkulu	Kuantitatif	Digital marketing, variasi produk, keputusan pembelian	Variasi produk meningkatkan ketertarikan konsumen dalam melakukan pembelian online.
6.	Nugroho & Sari (2022)	Pengaruh Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Marketplace Tokopedia	Kuantitatif	Variasi produk, keputusan pembelian	Variasi produk memberikan pengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen Tokopedia

7.	Rahmawati & Firmansyah (2020)	Pengaruh Harga dan Ketersediaan Stok terhadap Keputusan Pembelian Online	Kuantitatif	Harga, ketersediaan stok, keputusan pembelian	Konsumen lebih tertarik membeli produk yang tersedia dan dapat segera dikirim.
8.	Yusuf & Lestari (2023)	Pengaruh Variasi Produk terhadap Minat Beli Konsumen pada Marketplace Digital	Kuantitatif	Variasi produk, minat beli konsumen	Variasi Produk yang lengkap mampu meningkatkan minat beli konsumen marketplace digital.
9.	Fadillah & Nurhayati (2022)	Pengaruh Ketersediaan Produk terhadap Loyalitas Konsumen pada Marketplace Digital	Kuantitatif	Ketersediaan produk, loyalitas konsumen	Ketersediaan produk yang stabil meningkatkan loyalitas dan kepercayaan konsumen marketplace.
10.	Wijaya & Pratama (2023)	Pengaruh Variasi Produk dan Harga terhadap Minat Beli konsumen Markeplace	Kuantitatif	Variasi produk, harga, minat beli	Variasi produk meingkatkan minat beli konsumen online

Tabel 2 Perbandingan Variasi Produk dan Ketersediaan Stok

No	Aspek	Variasi Produk	Ketersediaan Stok
1	Pilihan konsumen	Produk memiliki banyak pilihan ukuran, warna, dan model	Memastikan produk tersedia saat dibutuhkan
2	Ketertarikan konsumen	Variasi produk lengkap memudahkan konsumen membandingkan produk	Stok produk tersedia secara konsisten

3	Kepuasan konsumen	Produk yang beragam meningkatkan daya tarik marketplace	Konsumen merasa kebutuhan terpenuhi karena produk lengkap
4	Kepercayaan konsumen	Marketplace menyediakan berbagai jenis produk sesuai kebutuhan konsumen	Variasi produk menunjukkan marketplace memiliki banyak pilihan
5	Loyalitas pelanggan	Kelengkapan produk memberikan banyak alternatif pilihan	Produk lengkap membuat konsumen kembali berbelanja
6	Keputusan pembelian	Variasi produk membantu konsumen menemukan produk sesuai selera	Konsumen memiliki banyak alternatif produk sebelum membeli

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil studi literature terhadap 10 jurnal ilmiah nasional, dapat disimpulkan bahwa variasi produk dan ketersediaan stok memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada marketplace. Variasi produk yang lengkap mampu meningkatkan minat beli konsumen karena memberikan banyak pilihan produk sesuai kebutuhan, selera, ukuran, warna, dan jenis produk yang diinginkan. Semakin beragam produk yang tersedia maka semakin besar kemungkinan konsumen melakukan pembelian.

Selain itu, ketersediaan stok juga menjadi faktor penting dalam keputusan pembelian konsumen. Konsumen cenderung memilih marketplace atau toko online yang menyediakan produk secara siap dan dapat segera dikirim. Ketersediaan stok yang stabil mampu meningkatkan rasa percaya, kenyamanan, dan kepuasan konsumen dalam berbelanja online.

Hasil beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa variasi produk dan ketersediaan stok secara simultan memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian pada marketplace. Marketplace yang mampu menyediakan produk yang lengkap dan menjaga kestabilan stok akan lebih mudah menarik dan mempertahankan konsumen di tengah persaingan bisnis digital yang semakin ketat.

SARAN PENELITIAN SELANJUTNYA

Berdasarkan keterbatasan diatas, penelitian selanjutnya disarankan untuk :

1. Penelitian selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain yang dapat memengaruhi keputusan pembelian seperti harga, promosi, kualitas pelayanan, kepercayaan konsumen, dan ulasan pelanggan.
2. Penelitian berikutnya dapat menggunakan metode penelitian kuantitatif secara langsung dengan penyebaran kuesioner kepada responden agar memperoleh data yang lebih spesifik dan aktual.
3. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menggunakan jumlah responden yang lebih banyak agar hasil penelitian lebih akurat dan dapat mewakili perilaku konsumen marketplace secara luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Aunillah, N., & Himawan, A. F. I. (2023). Pengaruh E-Commerce Shopee, Kualitas Produk dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Snack. Master: *Jurnal Manajemen dan Bisnis Terapan*, 2(2), 108–117.
- Apriansyah, R., & Islamuddin. (2024). Pengaruh Digital Marketing dan Variasi Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Frozenfish88 Kota Bengkulu. *Jurnal Entrepreneur dan Manajemen Sains*, 5(2).

- Fadillah, R., & Nurhayati, S. (2022). Pengaruh Ketersediaan Produk terhadap Loyalitas Konsumen pada Marketplace Digital. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 4(2).
- Ismawati, Y. O. (2024). Pengaruh Ketersediaan Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Marketplace Tokopedia di Kota Kalianda. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis*, 4(6).
- Nugroho, A., & Sari, M. (2022). Pengaruh Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Marketplace Tokopedia. *Jurnal Ekonomi Modrenisasi*, 18(2).
- Rahmawati, L., & Firmansyah, D. (2020). Pengaruh Harga dan Ketersediaan Stok terhadap Keputusan Pembelian Online. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(3).
- Susanti., Mulyono, H., & Syamsuri, A. R. (2021). Pengaruh Ketersediaan dan Keragaman Produk terhadap Keputusan Pembelian pada PT Sumber Perintis Jaya Dolok Masihul. *Jurnal Bisnis Mahasiswa*, 1(2).
- Wati, B. P. C., SURIANTO, M. A., & KRISNAWATI, W. (2022). Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas Produk dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Bukalapak. Master: *Jurnal Manajemen dan Bisnis Terapan*, 2(1).
- Wijaya, A., & Pratama, R. (2023). Pengaruh Variasi Produk dan Harga terhadap Minat Beli Konsumen Marketplace. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 5(1), 66-75.
- Yusuf, M., & Lestari, A. (2023). Pengaruh Variasi Produk terhadap Minat Beli Konsumen pada Marketplace Digital. *Jurnal Manajemen Pemasaran Indonesia*, 7(2), 45-56.