

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN KERAGAMAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO PETANI MAJU DI PONOROGO

Tamara Mutiara Nagayomi¹, Hendrik Rizqiawan²

^{1,2}Universitas Wijaya Putra

e-mail: [1tamaranagayomi@gmail.com](mailto:tamaranagayomi@gmail.com), [2hendrikrizqiawan@uwp.ac.id](mailto:hendrikrizqiawan@uwp.ac.id)

Abstract: *This study aims to determine the effect of service quality, price and product diversity on purchasing decisions at the Advanced Farmer Shop in Ponorogo. This study uses a quantitative method with a sample involving 60 buyers at the Maju Farmer Shop in Ponorogo. Data analysis techniques include validity test, reliability test, normality test and multiple linear regression using SPSS Version 21. The equation $Y = 9.162 + 0.183X_1 + 0.244X_2 + 0.035X_3$ is obtained from research data with multiple linear regression. The results of the research analysis show that service quality has a significant influence on purchasing decisions, price has no significant influence on purchasing decisions, & product diversity has no significant influence on purchasing decisions.*

Keywords: *Service Quality, Price, Product Diversity, Purchasing Decisions*

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, harga dan keragaman produk terhadap keputusan pembelian pada Toko Petani Maju di Ponorogo. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan sampel yang melibatkan 60 orang pembeli di Toko Petani Maju Ponorogo. Teknik analisis data meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas dan regresi linier berganda menggunakan SPSS Versi 21. Persamaan $Y = 9.162 + 0.183X_1 + 0.244X_2 + 0.035X_3$ diperoleh dari data penelitian dengan regresi linier berganda. Hasil analisis penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian, harga tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian, & keragaman produk tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: Kualitas pelayanan, harga, keragaman produk, keputusan pembelian.

PENDAHULUAN

Tidak dipungkiri, di Indonesia, pertanian merupakan salah satu sektor yang memegang peran penting dalam perekonomian negara (Amin et al, 2023). Sektor pertanian sering menjadi pendorong pembangunan ekonomi, terutama di negara-negara berkembang. Pertumbuhan sektor ini dapat merangsang pertumbuhan sektor-sektor lain, seperti industri pengolahan makanan, transportasi, dan perdagangan. Sektor pertanian juga memberikan kontribusi signifikan terhadap produk domestik bruto (PDB) suatu negara (Anggreani et al, 2023). Sektor pertanian, bersama dengan sektor kehutanan dan perikanan, merupakan lapangan usaha yang paling banyak menyerap tenaga kerja sebesar 38,22 juta orang (29,76 persen) pekerja (BPS, 2020). Selain sebagai sumber pendapatan yang utama bagi para pekerja di sektor ini, pertanian juga berperan vital dalam menjaga ketahanan pangan nasional (Kemenko, 2021). Pada tahun 2020 jumlah produksi

padi di Indonesia berada pada angka 54.649.202,24 ton, lalu mengalami sedikit penurunan produktivitas pada tahun 2021 dengan jumlah produksi padi 53.776.236,17 ton dan kembali meningkat pada tahun 2022 dengan jumlah produksi padi sebesar 54.338.410,44 ton, kemudian turun kembali menjadi 53.786.632,44 ton pada tahun 2023 (BDSP2, 2024). Di Ponorogo, jumlah produksi panen padi pada tahun 2023 yaitu sebesar 392,99 ribu ton atau menyumbang 0,73 persen dari tingkat produksi padi nasional di tahun yang sama (BPS Kabupaten Ponorogo, 2024).

Masalah yang kerap menjadi dialami oleh para petani dan pekerja di sektor pertanian selain terkait ketersediaan lahan adalah akses mendapatkan benih & pupuk (Sukmayanto et al., 2020). Oleh karena itu, keberadaan toko atau pihak yang menyediakan kebutuhan pertanian mulai dari benih tanaman, pestisida sebagai penangkal hama dan penyakit pada tanaman, obat nutrisi untuk tanaman, hingga peralatan pertanian sangat dibutuhkan. Toko Petani Maju merupakan salah satu penyedia kebutuhan pertanian yang terletak di Kabupaten Ponorogo, tepatnya di Jalan Kumbokarno Nomor 72. Toko ini didirikan oleh Ibu Suprawiyana sejak tahun 1990. Selama 34 tahun beroperasi, Toko Petani Maju telah melayani kebutuhan petani untuk menangani segala macam permasalahan tanaman pertanian. Adapun pelanggan Toko Petani Maju tidak hanya berasal dari kalangan petani saja, beberapa diantaranya membeli untuk kebutuhan berkebun di rumah mereka dan bahkan banyak juga yang membeli produk di Toko Petani Maju untuk dijual kembali. Hal ini tidak hanya menguntungkan bagi pihak Toko Petani Maju, tetapi juga menguntungkan bagi para petani dan tengkulak karena mereka bisa mendapatkan produk pertanian yang mereka butuhkan (Wawancara dengan Ibu Suprawiyana, 2024).

Pada awal didirikan, Toko Petani Maju masih dijalankan sendiri oleh Ibu Suprawiyana dengan bantuan sang suami. Saat ini, Toko Petani Maju memiliki 7 orang pegawai yang membantu dalam proses manajemen toko, penjualan produk dan pengelolaan stok Gudang. Para pegawai bekerja selama 9 jam pada hari senin sampai dengan sabtu dan 4 jam pada hari minggu. Berkat strategi bisnis yang telah dijalankan tersebut, Toko Petani Maju mampu bertahan puluhan tahun hingga sekarang untuk melayani berbagai kebutuhan para petani dan konsumen lainnya di kota Ponorogo. Hal ini, tentunya tidak lepas dari dukungan para petani dan konsumen lain yang bersedia memutuskan untuk melakukan pembelian produk yang disediakan oleh Toko Petani Maju. Konsumen seringkali melakukan keputusan untuk membeli produk tertentu karena harga yang ditawarkan (Tjiptono dan Diana, 2020). Selain harga, keputusan pembelian juga dipengaruhi oleh kualitas pelayanan (Bayu et al, 2020). Kualitas pelayanan yang baik, dapat memberikan kesan yang baik pula kepada konsumen. Selain faktor harga dan kualitas pelayanan, keberagaman produk yang tersedia juga berpengaruh besar terhadap keputusan pembelian yang dibuat oleh konsumen (Suhardi et al, 2020).

TINJAUAN PUSTAKA

Keputusan Pembelian

Menurut Indriyani (2019) keputusan pembelian adalah sikap pengetahuan yang digunakan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih salah satunya. Kolter dan Keller (2021), menyatakan bahwa proses pembelian dimulai ketika pembeli menyadari adanya masalah atau kebutuhan yang dipicu oleh rangsangan internal atau eksternal.

Menurut Indrasari dalam Faradila et al (2022) terdapat lima indikator keputusan pembelian yaitu sebagai berikut:

1. Produk, di mana konsumen membuat keputusan untuk membeli suatu produk.
2. Merek, di mana pembeli harus memilih merek mana yang akan dibelinya.
3. Penyalur, di mana pembeli harus memutuskan dari penyalur mana produk akan dibeli.
4. Waktu, di mana konsumen membuat keputusan tentang kapan produk akan dibeli.
5. Jumlah, di mana konsumen memutuskan seberapa banyak produk yang akan dibelinya.

Rizqiawan & Novianto (2023) menyebutkan bahwa terdapat beberapa indikator yang bisa digunakan pada variabel keputusan berkunjung atau keputusan pembelian konsumen pada suatu bisnis, diantaranya antara lain:

1. Kemantapan.
2. Kebiasaan.
3. Kecepatan.

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan sebuah atribut dari barang atau jasa yang mampu memenuhi kebutuhan konsumen, baik yang terlihat maupun yang tidak terlihat secara langsung (Lianardi & Chandra, 2019).

Dalam kualitas pelayanan terdapat beberapa indikator untuk mengukur sejauh mana layanan memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan. Studi yang dilakukan oleh Azizi et al (2024), terdapat indikator kualitas pelayanan, yaitu:

1. Bukti langsung (*tangibles*).
2. Keandalan (*reability*).
3. Empati (*emphaty*).
4. Daya tanggap (*responsiveness*).
5. Jaminan (*assurance*).

Penelitian yang dilakukan oleh Rizqiawan & Prihantono (2020), menggunakan enam indikator kualitas pelayanan, antara lain:

1. Bukti Fisik (*tangibles*)
2. Pengetahuan (*knowledge*)
3. Daya Tanggap (*responsiveness*)
4. Akses dan Fleksibilitas (*acceability and flexibility*)
5. *Recovery*
6. Realibilitas dan Kepercayaan (*realibility and trust*)

Harga

Harga merupakan total nilai atau uang yang dibayarkan oleh pelanggan untuk mendapatkan produk atau jasa, sebanding dengan manfaat yang diperoleh dari produk atau jasa tersebut (Firmansyah dalam Rozi & Khuzaini, 2021). Penetapan harga adalah salah satu keputusan krusial dalam pemasaran karena harga merupakan elemen tunggal dari bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan langsung bagi perusahaan (Tjiptono dan Diana, 2020).

Menurut Kotler dalam Marsedes et al (2021), harga memiliki empat indikator, yaitu:

1. Keterjangkauan harga.
2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk.
3. Daya saing harga.

4. Kesesuaian harga dengan manfaat yang dirasakan.

Keragaman Produk

Keragaman produk mencakup semua variasi dan jenis produk yang ditawarkan oleh penjual kepada pembeli, dengan tujuan agar dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pembeli (Faroh dan Junaidi, 2019).

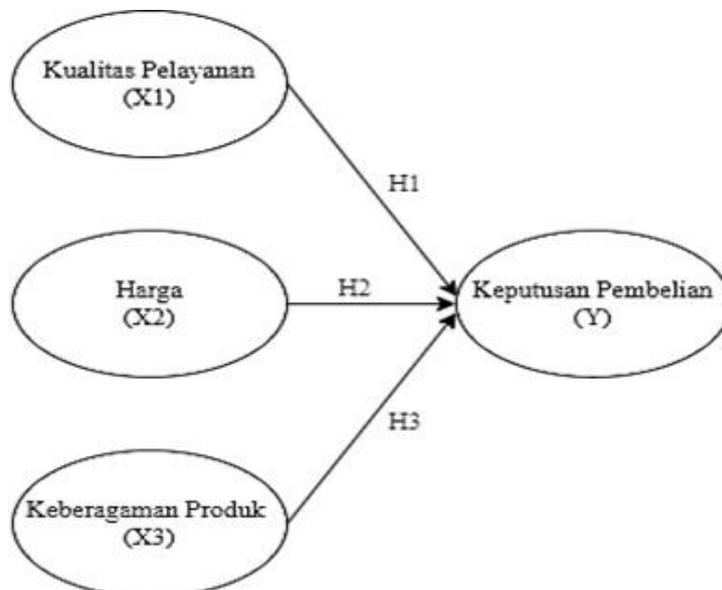
Pada penelitian yang dilakukan oleh Faradila et al (2022) menyatakan terdapat lima indikator keragaman produk diantaranya sebagai berikut:

1. Berbagai ukuran produk.
2. Produk dengan jenis yang beragam.
3. Variasi bahan produk.
4. Macam – macam desain produk.
5. Kualitas produk yang bervariasi.

Penelitian Terdahulu

Dalam studi yang dilakukan oleh Antari et al (2023) Menyatakan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian produk pertanian di Toko Mitra Tani, Madiun. Penelitian yang dilakukan oleh Ruliyani et al (2024) menyatakan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian obat pertanian di Toko Giga Tani, Banyuwangi. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Safitri & Sufi (2023) variasi produk secara sebagian berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di antara pedagang di Pasar Cunda Kota Lhokseumawe.

Kerangka Konseptual



Gambar 1. Kerangka Konseptual

Keterangan:

—————> = pengaruh secara parsial

-----> = pengaruh secara simultan

H1: Adanya pengaruh kualitas pelayanan secara signifikan terhadap keputusan pembelian.

H2: Adanya pengaruh harga secara signifikan terhadap keputusan pembelian.

H3: Adanya pengaruh keragaman produk secara signifikan terhadap keputusan pembelian.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, di mana data yang digunakan berbentuk angka yang dapat dihitung dan dianalisis dengan statistik. Tujuan utamanya adalah untuk menguji hipotesis melalui perhitungan statistik. Alasan peneliti memilih pendekatan kuantitatif ini adalah karena dapat membantu menguji adanya pengaruh dari kualitas pelayanan (X1), harga (X2), keragaman produk (X3) dan keputusan pembelian (Y). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menguji hubungan kualitas pelayanan, harga dan keragaman produk terhadap keputusan pembelian pada Toko Petani Maju di Ponorogo.

Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Toko Petani Maju, Jalan Kumbokarno No.72, Wetan Talang, Kelurahan Surodikraman, Kecamatan Ponorogo, Kabupaten Ponorogo. Populasi pada penelitian ini yaitu seluruh pelanggan Toko Petani Maju Ponorogo yang tidak dapat dihitung sehingga tidak diketahui dengan pasti jumlahnya. Sampel dalam penelitian melibatkan 60 sampel atau responden. Roscoe dalam Sugiyono (2022) memiliki saran terkait penentuan ukuran atau jumlah sampel untuk penelitian, diantaranya adalah ukuran sampel yang sesuai dalam penelitian berkisar antara 30 hingga 500 responden.

Jenis Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari dua jenis, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer merupakan informasi utama yang dijadikan landasan dalam penelitian ini, yang diperoleh dari seluruh pelanggan Toko Petani Maju Ponorogo baik dari kalangan petani, tengkulak atau konsumen lainnya. Sementara itu, data sekunder diperoleh melalui sumber-sumber lain, seperti buku, arsip dokumen, dan karya tulis yang relevan dengan topik penelitian.

Teknik Pengambilan Sampel & Pengumpulan Data

Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah teknik *non probability sampling-insidental sampling*. Kriteria yang dipilih untuk dijadikan sampel pada penelitian ini adalah para konsumen yang berusia minimal 17 tahun dan pernah melakukan transaksi pembelian di Toko Petani Maju Ponorogo. Adapun jumlah sampel pada penelitian ini adalah sebanyak 60 responden dari penyebaran kuisioner kepada 78 responden. Selisih dari data kuisioner sebanyak 18 responden tidak dapat diolah karena data tidak lengkap. Penelitian ini menggunakan beberapa teknik pengumpulan data, baik secara berkelompok maupun individu. Peneliti mengumpulkan data dari berbagai sumber, termasuk jurnal yang relevan, arsip, serta informasi yang dapat memberikan wawasan mengenai hubungan kualitas pelayanan, harga dan keragaman produk terhadap keputusan pembelian pada Toko Petani Maju di Ponorogo.

Teknik Analisis Data & Pengujian Hipotesis

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda dengan bantuan perangkat lunak statistik, yaitu SPSS. Sebelum melakukan regresi linier berganda, peneliti terlebih dahulu melakukan uji validitas, uji reliabilitas dan uji normalitas untuk memastikan kelayakan data. Uji regresi linier berganda dilakukan sebagai alat pengujian hipotesis. Hal tersebut bertujuan untuk mengetahui pengaruh setiap variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen, dengan kriteria pengambilan keputusan berdasarkan p-value.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Karakteristik Responden

Berdasarkan hasil pengumpulan data di lapangan, responden yang terlibat dalam pengisian adalah sebanyak 78 orang, namun 60 data yang dapat diolah. Adapun gambaran karakteristik responden meliputi jenis kelamin, usia dan frekuensi kunjungan dari 60 responden tersebut adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	%
Pria	52	86.7
Wanita	8	13.3
Total	60	100

Sumber: data primer, 2024

Dari tabel 1, terlihat responden pria sebanyak 52 orang (86,7%) sedangkan wanita sebanyak 8 orang (13,3%). Dapat disimpulkan bahwa jenis kelamin responden yang lebih banyak berbelanja di Toko Petani Maju Ponorogo adalah responden yang berjenis kelamin pria.

Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi	%
Gen X (44 – 59 Tahun)	27	45.0
Gen Y (28 – 43 Tahun)	28	46.7
Gen Z (18 – 27 Tahun)	5	8.3
Total	60	100.0

Sumber: data primer, 2024

Dari tabel 2, terlihat usia responden yang paling banyak berbelanja di Toko Petani Maju Ponorogo adalah dengan responden dengan rentang usia 28 hingga 43 tahun yang merupakan Gen Y.

Tabel 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan

Frekuensi Kunjungan	Frekuensi	%
Pertama Kali	0	0
Kedua Kali	0	0
Lebih dari dua kali	60	100
Total	60	100,0

Sumber: data primer, 2024

Dari tabel 3, terlihat keseluruhan responden melakukan pembelian di Toko Petani Maju Ponorogo lebih dari 2 kali.

Uji Validitas & Reabilitas

Uji validitas instrumen dalam penelitian ini dilakukan dengan mengkorelasikan skor setiap item instrumen dengan skor totalnya. Validitas dianggap terpenuhi jika nilai signifikansi untuk setiap item instrumen berada di bawah 5% atau 0,05, dengan menggunakan taraf signifikansi sebesar 5%.

Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan Cronbach’s Alpha dengan kriteria pengambilan keputusan seperti yang dinyatakan oleh Hinton et al (2014) yaitu data dinyatakan reliabel secara sedang atau *moderate reliability* apabila tingkat keandalan Cronbach’s Alpha 0,50 – 0,70, data dinyatakan reliabel secara tinggi atau *high reliability* apabila tingkat keandalan Cronbach’s Alpha 0,70 – 0,90 dan data dinyatakan reliabel secara sangat baik atau *excellent reliability* apabila tingkat keandalan *Cronbach’s Alpha* > 0,90.

Tabel 4. Hasil Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	Koefisien Korelasi	Signifikansi	Kesimpulan
Kualitas Pelayanan (X1)	X1.1	0.509	0.000	Valid
	X1.2	0.505	0.000	Valid
	X1.3	0.360	0.005	Valid
	X1.4	0.427	0.001	Valid
	X1.5	0.472	0.000	Valid
	X1.6	0.562	0.000	Valid
	X1.7	0.594	0.000	Valid
	X1.8	0.570	0.000	Valid
	X1.9	0.406	0.001	Valid
	X1.10	0.472	0.000	Valid
	X1.11	0.401	0.002	Valid
	X1.12	0.388	0.002	Valid
	X1.13	0.440	0.000	Valid
Harga (X2)	X2.1	0.589	0.000	Valid
	X2.2	0.618	0.000	Valid
	X2.3	0.665	0.000	Valid
	X2.5	0.672	0.000	Valid
Keragaman Produk (X3)	X3.1	0.635	0.000	Valid
	X3.3	0.601	0.000	Valid
	X3.5	0.655	0.000	Valid
	X3.6	0.620	0.000	Valid
	X3.8	0.556	0.000	Valid
Keputusan Pembelian (Y)	Y.1	0.588	0.000	Valid
	Y.2	0.530	0.000	Valid
	Y.3	0.563	0.000	Valid
	Y.4	0.486	0.000	Valid

	Y.5	0.522	0.000	Valid
	Y.7	0.646	0.000	Valid

Sumber: hasil analisis data, 2024

Berdasarkan Tabel 4 di atas menunjukkan bahwa hasil pengujian validitas indikator dari semua variabel bebas maupun terikat menunjukkan valid karena masing-masing skor butir instrument memiliki nilai signifikansi 5% atau 0,05.

Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Koefisien Alpha (α)	Kesimpulan
Kualitas Pelayanan (X1)	0.708	0.50	high reliability
Harga (X2)	0.509	0.50	moderate reliability
Keragaman Produk (X3)	0.585	0.50	moderate reliability
Keputusan Pembelian (Y)	0.556	0.50	moderate reliability

Sumber: hasil analisis data, 2024

Kemudian dari hasil uji reliabilitas pada tabel 5 juga dapat dilihat bahwa variabel kualitas pelayanan (X1), harga (X2), keragaman produk (X3), sebagai variabel bebas dan keputusan pembelian (Y) sebagai variabel terikat dinyatakan reliabel, karena semua nilai $\alpha > 0,50$. Hinton et al (2014) dalam bukunya “SPSS Explained Second Edition” menjelaskan bahwa tingkatan reliabilitas terdiri dari 4 level, antara lain cronbach alpha 0,90 ke atas menunjukkan keandalan yang sangat baik (*excellent reliability*), cronbach alpha 0,70 hingga 0,90 menunjukkan keandalan yang tinggi (*high reliability*), cronbach alpha 0,50 hingga 0,70 menunjukkan keandalan sedang (*moderate reliability*) & cronbach alpha 0,50 ke bawah menunjukkan keandalan yang rendah (*low reliability*).

Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan salah satu tahapan penting dalam analisis statistik parametrik untuk memastikan bahwa data berdistribusi normal sebelum dilakukan pengujian lebih lanjut. Salah satu metode yang dapat digunakan untuk menguji normalitas adalah *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test (K-S Test)*. Uji ini membandingkan distribusi data sampel dengan distribusi normal teoritis

Tabel 6. Hasil Uji Normalitas *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test*

		Unstandardized Residual
N		60
Normal Parameters	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.51012332
Most Extreme Differences	Absolute	.075
	Positive	.075
	Negative	-.064
Kolmogorov-Smirnov Z		.579
Asymp. Sig. (2-tailed)		.891

Sumber: hasil analisis data, 2024

Berdasarkan hasil uji normalitas data menggunakan *Kolmogorov-Smirnov*, diperoleh nilai signifikansi *Asymp. Sig (2-tailed)* sebesar 0,891, yang berarti lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa data memiliki distribusi normal, sehingga asumsi regresi terpenuhi.

Analisis Regresi Linier Berganda

Hasil analisis regresi linier berganda yang dihasilkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 7. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	9.162	2.978		3.076	.003
X1 (Kualitas Layanan)	0.183	0.063	0.386	2.895	.005
X2 (Harga)	0.244	0.172	0.181	1.419	.162
X3 (Keragaman Produk)	0.035	0.139	0.032	0.255	.800

Sumber: hasil analisis data, 2024

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut diatas, diperoleh persamaan regresi linier berganda yaitu $Y = 9.162 + 0.183X1 + 0.244X2 + 0.035X3$.

Berdasarkan tabel 7 juga dapat disampaikan penjelasan sebagai berikut:

1. Besarnya nilai signifikansi variabel bebas kualitas pelayanan pada uji t adalah 0,005 atau $< 0,05$. Sehingga variabel bebas kualitas pelayanan (X1) memiliki pengaruh secara signifikan keputusan pembelian (Y).
2. Besarnya nilai signifikansi variabel bebas harga pada uji t adalah 0,162 atau $> 0,05$. Sehingga variabel bebas harga (X2) tidak memiliki pengaruh secara signifikan keputusan pembelian (Y).
3. Besarnya nilai signifikansi variabel bebas keragaman produk pada uji t adalah 0,800 atau $> 0,05$. Sehingga variabel keragaman produk (X3) tidak memiliki pengaruh secara signifikan keputusan pembelian (Y).

KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Keragaman Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Petani Maju di Ponorogo” ini menghasilkan kesimpulan sebagai berikut:

1. Responden yang lebih banyak berbelanja di Toko Petani Maju Ponorogo adalah responden yang berjenis kelamin pria, usia responden yang paling banyak berbelanja di Toko Petani Maju Ponorogo adalah responden dengan rentang usia 28 hingga 43 tahun yang merupakan Gen Y dan keseluruhan responden melakukan pembelian di Toko Petani Maju Ponorogo lebih dari 2 kali.
2. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Toko Petani Maju di Ponorogo.
3. Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Toko Petani Maju di Ponorogo.
4. Keragaman produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Toko Petani Maju di Ponorogo.

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang dilakukan, peneliti memberikan beberapa saran yang dapat memberikan kontribusi bagi pihak Toko Petani Maju di

Ponorogo dalam meningkatkan keputusan pembelian serta bagi penelitian selanjutnya. Adapun saran-saran tersebut adalah sebagai berikut:

1. Diharapkan agar Toko Petani Maju Ponorogo lebih memperhatikan kualitas pelayanan yang diberikan sehingga akan lebih menarik minat beli pengunjung.
2. Untuk meningkatkan keputusan pembelian, Toko Petani Maju Ponorogo harus dapat meningkatkan strategi harga dan keragaman produk. Hal tersebut dapat membantu agar terpenuhi segala kebutuhan konsumen serta dapat memenuhi harapan konsumen. Sehingga konsumen akan terus melakukan pembelian di Toko Petani Maju Ponorogo.
3. Diharapkan agar penelitian selanjutnya dapat mengembangkan hasil penelitian ini dengan menambah variabel lainnya dan dapat menggunakan pendekatan berbeda seperti kualitatif yang memperoleh data dengan wawancara agar dapat diperoleh hasil yang lebih kompleks.

DAFTAR PUSTAKA

- Amin, C. A., Samari, S. & Sardanto, R. 2023. Pengaruh Harga, Keragaman Produk dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Pertanian Mutiara Tani Desa Manggis. *Prosiding Simposium Nasional Manajemen Dan Bisnis*, 2, 1335-1342. <https://doi.org/10.29407/gkrtqk06>
- Anggreani, M., Ratih, A., Suparta, I. W., Husaini, M., Emalia, Z., Usman, M., Aida, N. & Ciptawaty, U. (2023). Analisis Pengaruh Sektor Pertanian terhadap PDRB Sektor Pertanian di Indonesia Tahun 2015-2021. *Journal on Education*, 6(1), 6889-6907. <https://doi.org/10.31004/joe.v6i1.3918>
- Antari, K., Pramutoko, B. & Afrianto, D. (2023). Pengaruh Harga, Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pertanian di Toko Mitra Tani Desa Gelang Kabupaten Madiun. *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Manajemen (EBISMEN)*, 2(4), 131-145. <https://doi.org/10.58192/ebismen.v2i4.1391>
- Azizi, D. H., Hildayanti, S. K. & Kurniawan, M. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Toko Banda Baru Palembang. *JEMSI: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 10(2), 1292-1303. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v10i2.2309>
- Badan Pusat Statistik. (2020). *Keadaan Angkatan Kerja di Indonesia Agustus 2020*. Jakarta: BPS.
- Bayu, I., Ibrahim, J. T., Bakhtiar, A. & Mufriantje, F. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Membeli Komoditi Pertanian di Pasar Tradisional Kepanjeng Malang. *Jurnal Agribest*, 4(2), 108-122. <https://doi.org/10.32528/agribest.v4i2.3547>
- BDSP2. (2024). *Produksi dan Luas Panen Padi Tahun 2018-2024*. Diakses pada 10 Maret 2024. <https://bdsp2.pertanian.go.id/bdsp/id/home.html>
- BPS Kabupaten Ponorogo. (2024). *Luas Panen dan Produksi Padi di Kabupaten Ponorogo 2023* (Angka Tetap). <https://ponorogokab.bps.go.id/id/pressrelease/2024/03/20/67/luas-panen-dan-produksi-padi-di-kabupaten-ponorogo-2023--angka-tetap.html>

- Faradila, S. M., Kusnadi, E. & Soeliha, S. (2022). Pengaruh Keberagaman 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 Enterpreuner*, 1(2), 256-271. <https://doi.org/10.36841/jme.v1i2.1867>
- Faroh, W. N. & Junaidi, D. (2019). Pengaruh Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Bahan Bangunan di Portal Network Six Store Cabang Depok 2018. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 2(3), 111-120. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v2i3.2833>
- Hinton, P. R., McMurray, I. & Brownlow, C. (2014). *SPSS Explained Second Edition*. London: Routledge.
- Ibu Suprawiyana. (2024). *Wawancara pribadi*. 28 April 2024, Ponorogo.
- Indriyani, A. (2019). Pengaruh Karakteristik Individu dan Faktor Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Batik Pada Pusat Grosir Batik Trusmi Cirebon. *Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia*, 4(6), 9-26.
- Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. (2021). Siaran Pers HM.4.6/437/SET.M.EKON.3/11/2021: *Strategi Menjaga Ketahanan Pangan Nasional dalam Agenda Pembangunan Nasional*.
- Kotler, & Keller. (2021). *Intisari Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Lianardi, W. & Chandra, S. (2019). Analysis of Service Quality, Product Completeness, and Price on Purchasing Decisions at Juni Minimarket Pekanbaru. *Kurs: Jurnal Akuntansi, Kewirausahaan dan Bisnis*, 4(1), 45-58.
- Marsedes, I., Agussalim, M. & Haryati, R. (2021). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone di Creative Mobile Padang. *Jurnal Matua*, 3(2), 273-288. Retrieved from <https://ejurnal-unespadang.ac.id/index.php/MJ/article/view/327>
- Mendur, M. E. M., Tawas, H. N. & Arie, F. V., (2021). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk dan Atmosfer Toko Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Immanuel Sonder Desa Sendangan, Kecamatan Sonder. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(3), 1077-1086. <https://doi.org/10.35794/emba.v9i3.35296>
- Rizqiawan, H. & Prihantono, D. (2020). Analisis Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan: Perbandingan pada Modern Rerail Minimarket dengan Toko Kelontong di Kota Surabaya. *Jurnal Manajerial Bisnis*, 3(3), 201-210. <https://doi.org/10.37504/jmb.v3i3.256>
- Rizqiawan, H., & Novianto, I. (2023). The Importance of Exterior, Interior, and Cafe Room Design & Arrangement in Influencing Customer Visiting Decisions: Pentingnya Eksterior, Interior, dan Desain & Penataan Ruang Cafe dalam Mempengaruhi Keputusan Berkunjung Pelanggan. *SENTIMAS: Seminar Nasional Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 346-350. Retrieved from <https://journal.irpi.or.id/index.php/sentimas/article/view/847>
- Rozi, I. A. & Khuzaini, K. (2021). Pengaruh Harga, Keragaman Produk, Kualitas Layanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian di Marketplace Shopee. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 10(5).
-

- Ruliyani, H. P., Riyanto, A., & Yuliandari, N. K. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Obat Pertanian (Studi Pada Konsumen Toko Giga Tani) di Banyuwangi. *Economics and Digital Business Review*, 5(1), 372–384. <https://doi.org/10.37531/ecotal.v5i1.1061>
- Safriti, Y., & Sufi, S. (2023). Pengaruh Keberagaman Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Pedagang di Pasar Cunda Kota Lhokseumawe. *NEGOTIUM: Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 6(1), 1-13. <http://dx.doi.org/10.29103/njiab.v6i1.8544>
- Sugiyono, S. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif & R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suhardi, Y., Syachroni, A., Burda, A. & Darmawan, A. (2020). Pengaruh Keragaman Produk, Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Supermarket Ardevon Rawamangun Jakarta). *Jurnal STEI Ekonomi*, 29(2), 17-30. <http://dx.doi.org/10.36406/jemi.v29i2.340>
- Sukmayanto, M., Indah L. & Tubagus H. (2022). Analisis Produksi dan Pendapatan Usaha Tani Padi di Kabupaten Lampung Tengah. *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis (JEPA)*, 6(2), 625-634. <https://doi.org/10.21776/ub.jepa.2022.006.02.26>
- Tjiptono, F. & Diana, A. (2020). *Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.