

## PENGARUH HARGA, KERAGAMAN PRODUK DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN OBAT PERTANIAN PADA TOKO PERTANIAN MUTIARA TANI DESA MANGGIS

Chela Al Amin<sup>1</sup>, Samari<sup>2</sup>, Rino Sardanto<sup>3</sup>

<sup>1),2),3)</sup> Universitas Nusantara PGRI Kediri, Jl. K.H. Ahmad Dahlan No.76, Mojoroto, Kota Kediri, Jawa Timur  
[chelaalamin17@gmail.com](mailto:chelaalamin17@gmail.com)

### Informasi Artikel

Tanggal Masuk : 01/07/2023

Tanggal Revisi : 10/07/2023

Tanggal Diterima : 17/07/2023

### Abstract

*This research was conducted to determine the effect of price, product variety and location on purchasing decisions at the Mutiara Tani farm shop in Manggis Village. This study uses a quantitative approach using causality techniques. Sampling used a purposive sampling technique with a total of 40 respondents. Data collection techniques used observation, interviews and questionnaires. Data analysis techniques used validity test, reliability test, classical assumption test, multiple linear regression analysis, determination coefficient test, and hypothesis testing with the help of the SPSS 23 program. The results of this study indicate that price has a significant effect on purchasing decisions, product variety has no significant effect on purchase decision, and location does not significantly influence the purchase decision.*

**Keywords:** Price, Product Variety, Location, Purchase Decision

### Abstrak

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh harga, keragaman produk dan lokasi terhadap keputusan pembelian pada toko pertanian Mutiara Tani Desa Manggis. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan teknik kausalitas. Pengambilan sampel menggunakan teknik purposive sampling dengan jumlah responden 40. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara dan kuesioner. Teknik analisis data menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji koefisiensi determinasi, dan uji hipotesis dengan bantuan program SPSS 23. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, keragaman produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, dan lokasi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.

**Kata Kunci:** Harga, Keragaman Produk, Lokasi, Keputusan Pembelian

## PENDAHULUAN

Pertanian merupakan salah satu sektor yang memegang peranan penting dalam bidang perekonomian Indonesia. Keadaan geografis Negara Indonesia yang merupakan wilayah tropis, beriklim basah, serta berada di wilayah khatulistiwa yang sangat cocok dan mendukung untuk digunakan dalam bercocok tanam. Kabupaten Kediri, menurut Mas Dhito, sebagai penghasil cabe terbesar di Jawa Timur, dengan jumlah produksi mencapai 90 juta kg dalam satu tahun. NGAWASONDAT (Ngancar, Wates, Plosoklaten, Kandat) dengan produk utama pertanian nanas dan pepaya. Nanas dari Kabupaten Kediri dengan varietas pasir kelud (PK-1) yang berada di kaki Gunung Kelud Kecamatan Ngancar, bahkan disebut sebagai nanas unggul dan dikenal paling manis, lezat dan segar [1]

Kecamatan Ngancar merupakan salah satu Kecamatan di Kabupaten Kediri yang memiliki potensi yaitu penghasil nanas, sebagian besar sumber mata pencaharian masyarakat kecamatan Ngancar adalah petani. Dengan mengandalkan sektor pertanian maka masyarakat Kecamatan Ngancar perlu menjaga dan meningkatkan produktivitas hasil pertanian. Untuk meningkatkan produktivitasnya para petani tentu membutuhkan pupuk serta obat-obatan pertanian, dengan diperlukannya kebutuhan para petani membuat beberapa usaha ritel pertanian bermunculan.

Perkembangan kegiatan ritel di Indonesia mengalami perkembangan secara pesat, bahkan kegiatan ritel ini sudah memasuki wilayah pemukiman yang dekat dengan masyarakat [2]. Salah satu elemen penting dalam persaingan ritel yaitu harga yang merupakan elemen bauran pemasaran (marketing mix) yang menghasilkan pendapatan [3]. Saat ini persaingan di industri ritel toko pertanian di Kecamatan Ngancar sangat ketat, persaingan bisnis yang semakin ketat membuat perusahaan untuk menggunakan strategi yang tepat bagi produk atau jasa yang dijualnya. Pihak toko harus mengamati kondisi persaingan bisnis yang selalu berkembang

atau berubah setiap saatnya [4]. Usaha retail barang pertanian adalah jenis usaha yang sederhana tapi dibutuhkan banyak masyarakat khususnya di daerah agraris [5].

Di Desa Manggis terdapat dua toko pertanian yang menjual obat-obat dan peralatan pertanian, yaitu toko pertanian UD Sumberurip dan toko pertanian Mutiara Tani. Meskipun memiliki beberapa produk yang sama, dua toko ini tentu memiliki ciri khasnya masing-masing yang menjadi bahan pertimbangan konsumen dalam evaluasi alternatif yang akan memenuhi keinginannya. Toko yang dijadikan penelitian oleh penulis yaitu Toko Pertanian Mutiara Tani. Toko Pertanian Mutiara Tani sudah berdiri sejak tahun 2017, sama halnya dengan toko pertanian pada umumnya Toko Pertanian Mutiara Tani menyediakan berbagai macam produk untuk membantu para petani yang berada disekitar Desa Manggis dalam merawat tanamannya.

Berdasarkan hal tersebut maka pemilik toko diharuskan untuk terus melakukan upaya inovasi untuk menarik konsumen lebih banyak belanja di tokonya. Apabila toko dapat memenuhi kebutuhan yang dicari konsumen maka konsumen akan puas dengan toko tersebut dan menstimulasi konsumen untuk melakukan pembelian ulang dalam jumlah yang lebih banyak karena tertanam dalam benak konsumen pada kunjungan sebelumnya yang memuaskan.

Keputusan pembelian memiliki peranan penting dalam menciptakan strategi pemasaran yang efektif dan efisien. Pada dasarnya konsumen membeli produk yang dapat memuaskan keinginan tidak hanya dalam bentuk fisik tetapi juga manfaat kualitas dari produk tersebut [6]. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli sebuah produk seperti harga, keberagaman produk, dan lokasi.

Faktor pertama yang mempengaruhi konsumen dalam membeli sebuah produk adalah Harga. Untuk mengambil keputusan pembelian, konsumen juga memperhatikan sektor harga. Perusahaan melakukan pendekatan harga sesuai dengan tujuan perusahaan. Perusahaan perlu memperhatikan harga produk untuk mendorong konsumen membeli produk mereka [7]. Saat ini naiknya harga obat pertanian akibat dari pandemi covid-19 membuat masyarakat banyak yang mengeluh terhadap kenaikan harga obat tersebut, dikarenakan banyak petani-petani yang menggunakan obat pertanian untuk merawat tumbuhan yang mereka tanam dengan harapan dapat membawa keuntungan kedepannya. Pengaruh perubahan harga obat pertanian yang selalu naik berdampak pada penurunan penjualan pada Toko Pertanian Mutiara Tani, faktor perubahan harga ini merupakan salah satu penyebab menurunnya keputusan pembelian obat pada Toko Pertanian Mutiara Tani.

Faktor kedua yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dalam membeli obat adalah keragaman produk. Keanekaragaman produk adalah penawaran yang dilakukan penjual dengan bermacam-macam produk yang ditawarkan kepada pembeli [8]. Konsumen lebih memilih toko yang menawarkan barang secara lengkap dan banyak pilihannya baik *merk, type and size*, kemasan dan lain-lain [9]. Dalam memenuhi kebutuhan konsumen Toko Pertanian Mutiara Tani menyediakan berbagai jenis-jenis obat pertanian, benih, serta berbagai alat pendukung pertanian hal ini bertujuan untuk memudahkan petani dalam berbelanja pada satu tempat. Meskipun Toko Pertanian Mutiara Tani sudah mencoba menghadirkan beraneka macam produk tetapi toko masih lumayan sepi pengunjung.

Selanjutnya faktor yang mempengaruhi minat pembelian konsumen dalam membeli obat adalah lokasi. Lokasi mengacu pada berbagai aktivitas yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian atau penyaluran barang dan jasa dari produsen kepada konsumen [10]. Lokasi Toko pertanian Mutiara Tani berada di tempat yang strategis dimana banyak sekali masyarakat yang melintas karena berada di jalan utama desa, dengan memiliki lokasi yang strategis membuat masyarakat lebih termudahkan dalam memenuhi kebutuhan. Selain itu Toko Pertanian Mutiara Tani memiliki parkir yang luas dan mudah dicari oleh konsumen, namun tetap saja masih sedikit konsumen yang datang untuk membeli.

Berdasarkan hasil wawancara tidak terstruktur dengan Ibu Dwi Wanti Ning Tyas selaku pemilik toko pertanian Mutiara Tani, mengatakan bahwa sejak pandemi harga obat yang terus naik membuat penurunan penjualan obat. Meskipun lokasi yang dimiliki sudah sangat strategis dan barang yang dijual sudah beraneka macam tetapi yang datang untuk membeli di Toko Pertanian Mutiara Tani masih sedikit. Meskipun pandemi covid-19 sudah selesai Toko Pertanian Mutiara Tani tetap bangkit, saat ini masih ada beberapa konsumen yang tetap membeli obat untuk memenuhi kebutuhan bertani meskipun dengan harga yang lumayan mahal. Meskipun harga obat terus naik tetapi Toko Pertanian Mutiara Tani terus mencari pengganti dan menghadirkan obat-obat dengan harga yang lebih murah. Berdasarkan wawancara yang juga penulis lakukan kepada beberapa pembeli mereka mengatakan bahwa ada beberapa obat yang mereka butuhkan tidak tersedia di Toko Pertanian Mutiara Tani, akhirnya mereka membeli obat di tempat lain.

Berdasarkan dari permasalahan tersebut, peneliti ingin mengetahui adakah faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian meliputi pengaruh harga, keragaman produk dan lokasi terhdap keputusan pembelian obat pertanian pada toko pertanian Mutiara Tani yang berada di Desa Manggis.

## METODE

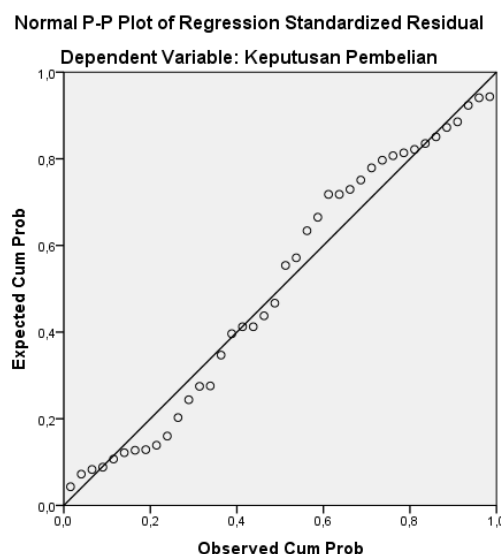
Dalam penelitian ini pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan menggunakan menggunakan metode kausalitas. Penelitian ini dilakukan selama 3 bulan yaitu bulan mei sampai dengan bulan juli 2023, dan bertempat di toko pertanian Mutiara Tani Desa Manggis. Dalam penelitian ini populasinya adalah konsumen yang membeli di Toko Pertanian Mutiara Tani desa Manggis. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara dan kuesioner. Teknik analisis data menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji koefisiensi determinasi, dan uji hipotesis dengan bantuan program SPSS 23. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan non-probability sampling yaitu purposive sampling. Jumlah sampel dalam penelitian ini ditentukan berdasarkan pendapat dari Sugiyono yaitu sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti, maka jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak  $10 \times 4 = 40$ . Kriteria dalam pengambilan sampel dalam penelitian ini ada empat yaitu: Jenis kelamin yaitu laki-laki dan perempuan, Usia yaitu mulai usia 18 tahun, Pekerjaan yaitu bebas karena semua orang bisa membeli obat di Toko Pertanian Mutiara Tani, dan Pembelian berulang yaitu telah melakukan pembelian minimal 1 kali. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara dan kuesioner. Teknik analisis data menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji koefisiensi determinasi, dan uji hipotesis dengan bantuan program SPSS 23.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### HASIL PENELITIAN

#### Uji Asumsi Klasik

#### Uji Normalitas



**Gambar 1. Hasil Uji Normalitas**

Sumber : Output SPSS 23, 2023

Berdasarkan dari gambar 1 dapat diketahui bahwa data menyebar disekitar garis diagonal dan megikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas

### Uji Multikolinieritas

**Tabel 1. Hasil Uji Multikolinieritas Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta	t		Tolerance	VIF
(Constant)	12,913	5,942		2,173	,036		
Harga	,346	,161	,383	2,155	,038	,572	1,750
Keragaman Produk	,242	,169	,256	1,429	,162	,560	1,785
Lokasi	,076	,101	,105	,755	,455	,938	1,066

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Output SPSS 23, 2023

Berdasarkan tabel 1 dapat dilihat bahwa variabel Harga, Keragaman Produk, dan lokasi memiliki nilai VIF lebih kecil dari 10, yaitu masing-masing sebesar 1,750, 1,785, dan 1,006. Dengan demikian dalam model ini terjadi multikolinieritas.

### Uji Autokolerasi

**Tabel 2. Hasil Uji Autokolerasi Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,625 <sup>a</sup>	,391	,320	1,363	2,034

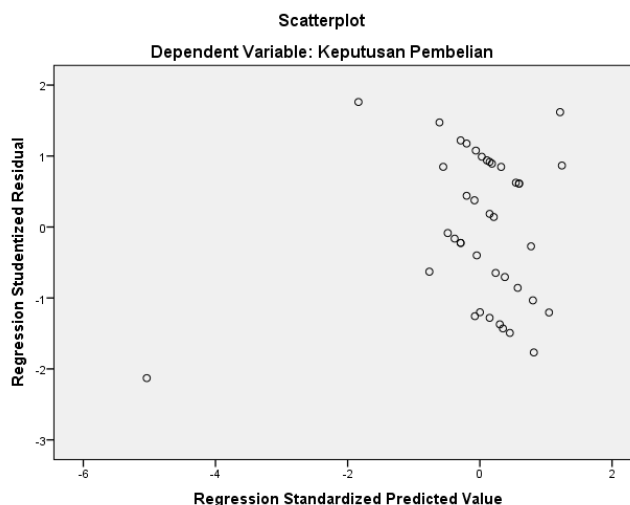
a. Predictors: (Constant), LAG\_Y, Harga, Lokasi, Keragaman Produk

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Output SPSS 23, 2023

Berdasarkan tabel 2 dapat diketahui bahwa Durbin Watson yang dihasilkan adalah 2,034. Banyaknya variabel bebas adalah 3 dan jumlah sampel adalah 40, maka diketahui nilai dU adalah 1,658, sehingga dapat diketahui nilai durbin watsonnya adalah  $4-dU = 4 - 1,658 = 2,662$ . Dapat disimpulkan bahwa nilai Durbin Watson tertelak antara  $du/d\ 4-u$ , sehingga autokolerasi telah terpenuhi.

### Uji Heteroskedastisitas



**Gambar 2. Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Sumber : Output SPSS 23, 2023

Berdasarkan gambar 2 di atas terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y dan titik-titik tidak membentuk suatu pola tertentu. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi ini tidak terjadi heteroskedastisitas

### Analisis Regresi Linier Berganda

**Tabel 3. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	12,913	5,942		2,173	,036
Harga	,346	,161	,383	2,155	,038
Keragaman Produk	,242	,169	,256	1,429	,162
Lokasi	,076	,101	,105	,755	,455

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Output SPSS 23, 2023

Berdasarkan tabel 3 dapat disimpulkan bahwa variabel Keputusan Pembelian dipengaruhi oleh tiga variabel yaitu harga, keragaman produk dan lokasi sehingga terbentuk persamaan seperti berikut ini :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3$$

$$= 12,913 + 0,346 + 0,242 + 0,076$$

Penjelasan regresi linier berganda pada penelitian ini adalah :

- Nilai  $a = 12,913$  artinya apabila variabel harga, keragaman produk dan lokasi diasumsikan tidak memiliki pengaruh sama sekali ( $= 0$ ) maka keputusan pembelian sebesar 12,913.
- Variabel harga memiliki koefisien sebesar 0,346. Artinya setiap peningkatan satu satuan variabel harga akan meningkatkan keputusan pembelian sebesar 0,346 jika variabel lain diasumsikan tetap.
- Variabel keragaman produk memiliki koefisien sebesar 0,242. Artinya setiap peningkatan satu satuan variabel harga akan meningkatkan keputusan pembelian sebesar 0,242 jika variabel lain diasumsikan tetap.
- Variabel lokasi memiliki koefisien sebesar 0,076. Artinya setiap peningkatan satu satuan variabel harga akan meningkatkan keputusan pembelian sebesar 0,346 jika variabel lain diasumsikan tetap.
- Dari hasil analisis regresi linier berganda ini bisa dilihat bahwa dari semua variabel, variabel yang memiliki pengaruh besar atau variabel yang paling mendominasi adalah variabel harga. Berdasarkan hasilnya bahwa harga memiliki koefisien paling besar diantara variabel lainnya yaitu sebesar 0,346.

### Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

**Tabel 4. Hasil Analisis Uji Koefisien Determinasi Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,593 <sup>a</sup>	,351	,297	1,405

a. Predictors: (Constant), Lokasi, Harga, Keragaman Produk

Sumber : Output SPSS 23, 2023

Berdasarkan tabel 4 di atas diketahui bahwa nilai Adjusted R Square adalah 0,297. Hal ini menunjukkan bahwa variabel harga, keragaman produk dan lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian sebesar 29,7%. Sedangkan sisanya 70,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

**Uji Hipotesis**  
**Uji t (Parsial)**

**Tabel 5. Hasil Uji t**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
(Constant)	12,913	5,942			2,173	,036
Harga	,346	,161	,383		2,155	,038
Keragaman Produk	,242	,169	,256		1,429	,162
Lokasi	,076	,101	,105		,755	,455

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Output SPSS 23, 2023

Berdasarkan nilai yang diperoleh dari perhitungan diatas dapat diketahui bahwa :

1. Berdasarkan Uji t (parsial) pada tabel 5, variabel Harga (X1) memperoleh nilai thitung 2,155. Sementara t tabel 2,026 yang berarti thitung > ttabel dan nilai signifikan 0,038 < 0,05 yang artinya secara parsial Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.
2. Berdasarkan Uji t (parsial) pada tabel 5, variabel Keragaman Produk (X2) memperoleh nilai thitung 1,429. Sementara ttabel 2,026 yang berarti thitung < ttabel dan nilai signifikan 0,162 > 0,05 yang artinya secara parsial Keragaman Produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.
3. Berdasarkan Uji t (parsial) pada tabel 5, variabel Lokasi (X3) memperoleh nilai thitung 0,755. Sementara ttabel 2,026 yang berarti thitung < ttabel dan nilai signifikan 0,455 > 0,05 yang artinya secara parsial Lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

**Uji F (Simultan)**

**Tabel 6. Hasil Uji F**  
**ANOVA<sup>a</sup>**

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	38,512	3	12,837	6,501	,001 <sup>b</sup>
Residual	71,088	36	1,975		
Total	109,600	39			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Lokasi, Harga, Keragaman Produk

Sumber : Output SPSS 23, 2023

Berdasarkan hasil Uji F (Simultan) pada tabel 6 diperoleh nilai Fhitung sebesar 6,501 sementara Ftabel 2,86 yang berarti Fhitung > Ftabel dan nilai signifikan 0,001 < 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa variabel harga (X1), keragaman produk (X2), dan lokasi (X3) secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y).

**Pembahasan**

1. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil Uji t menunjukkan bahwa variabel harga mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Toko Pertanian Mutiara Tani ditunjukkan dengan nilai thitung 2,155 > 2,026 ttabel dan signifikansi 0,038 < 0,05. Artinya jika semakin baik persepsi harga yang ditawarkan maka akan meningkatkan keputusan pembelian obat pertanian pada Toko Pertanian Mutiara Tani.

Sesuai atau tidaknya harga terhadap suatu barang akan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Ketika konsumen atau pelanggan merasa produk yang dijual sesuai dengan harga yang ditawarkan, maka konsumen tidak akan merasa kecewa menggunakan produk tersebut.

2. Pengaruh Keragaman Produk terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil Uji t menunjukkan bahwa variabel keragaman produk berpengaruh dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian di Toko Pertanian Mutiara Tani ditunjukkan dengan nilai thitung 1,429 < 2,026 ttabel dan signifikansi 0,162 > 0,05.

Keragaman produk merupakan ragam jenis yang dijual oleh toko mulai dari variasi, ukuran dan kelengkapan produk yang disajikan untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Dengan beragamnya produk yang dijual maka dapat mempengaruhi konsumen dalam membeli sebuah produk.

3. Pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil Uji t menunjukkan bahwa variabel lokasi tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian di Toko Pertanian Mutiara Tani ditunjukkan dengan nilai thitung  $0,755 < 2,026$  ttabel dan signifikansi  $0,455 > 0,05$ .

Lokasi yang tepat dan strategis tentu dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Konsumen juga mudah mengunjungi secara terus menerus jika lokasi yang ditempuh untuk ke toko pertanian Mutiara Tani tidak jauh dan mudah ditemukan.

4. Pengaruh Harga, Keragaman Produk, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian

Hasil penelitian Uji F pada tabel 6 menunjukkan bahwa secara simultan variabel harga, keragaman produk dan lokasi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai Fhitung  $6,501 > Ftabel 2,86$ . Hal ini berarti variabel independen (harga, keragaman produk dan lokasi) secara simultan atau bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (keputusan pembelian) pada Toko Pertanian Mutiara Tani Desa Manggis.

Perpaduan antara harga, keragaman produk dan lokasi juga memberi pengaruh terhadap keputusan pembelian. Hasil uji koefisiensi determinasi menunjukkan bahwa kemampuan harga, keragaman produk dan lokasi dalam menerangkan keputusan pembelian sebesar 29,7%, sisanya 70,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan mengenai pengaruh harga, keragaman produk dan lokasi terhadap keputusan pembelian di toko pertanian Mutiara Tani Desa Manggis, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian obat pertanian pada toko pertanian Mutiara Tani Desa Manggis, keragaman produk dan lokasi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian obat pertanian pada toko pertanian Mutiara Tani Desa Manggis. Sedangkan secara simultan variabel harga, keragaman produk, dan lokasi berpengaruh secara simultan (bersama-sama) terhadap keputusan pembelian obat pertanian pada Toko Pertanian Mutiara Tani Desa Manggis. Berdasarkan dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan kepada pemilik toko agar lebih memperhatikan kebutuhan konsumen dalam proses keputusan pembelian.

## DAFTAR RUJUKAN

- [1] Dinas Kominfo, K. K. (2022). Mas Dhito Dorong Produk Unggul Pertanian Menjadi Oleh-oleh Khas Kediri. Dinas Kominfo Kab. Kediri. <https://berita.kedirikab.go.id/baca/2022/10/mas-dhito-dorong-produk-unggul-pertanian-menjadi-oleholeh-khas-kediri#:~:text=Kabupaten Kediri%2C menurut Mas Dhito,utama pertanian nanas dan pepaya>.
- [2] Mardhiyah, A., & Safrin, F. A. (2021). Persaingan Usaha Warung Tradisional dengan Toko Modern. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 8(1). <https://doi.org/10.26905/jbm.v8i1.5454>
- [3] Megawati, C., & Marlina, M. A. E. (2020). Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Podo Jodo. *Performa*, 5(2), 89–94.
- [4] Mardhiyah, A., & Safrin, F. A. (2021). Persaingan Usaha Warung Tradisional dengan Toko Modern. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 8(1). <https://doi.org/10.26905/jbm.v8i1.5454>
- [5] Gaol, E. L. M. L., Husein, D. I. G., & Sari, S. K. (2020). APLIKASI PENJUALAN “PERTANIAN” RITEL MODUL KASIR DAN PENGHARGAAN PELANGGAN. *Pertanian Ritel*, 6(2), 1748–1757.
- [6] Faozi, I., & Handayani, S. (2019). Analisa Keputusan Pembelian Yang Dipengaruhi Harga Promosi Dan Kualitas Pelayanan Pada Pt Bina Pertiwi Semarang. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi*, 47, 44–52. <https://ejournal.stiedharmaputra-smg.ac.id/index.php/JEMA/article/view/354>
- [7] 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. *Jurnal Emba*, 9(3), 1077–1086. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/35296/33013>
- [8] Jahroni, Sinambela, E. A., Mardikaningsih, R., & Darmawan, D. (2021). Pengaruh Citra Toko, Suasana Toko dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5(3), 10234–10241.

- [9] Maharani, H. B., & Sudarwanto, T. (2021). Pengaruh Store Atmosphere dan Keanekaragaman Produk Terhadap Impulse Buying (Studi Kasus Pada TOP Bangunan). *BIMA : Journal of Business and Innovation Management*, 3(3), 313–326. <https://doi.org/10.33752/bima.v3i3.247>
- [10] Semarang, M., Hartono, S., & Yani, B. A. (2019). Pengaruh Harga, Keragaman Produk Dan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Pt. Index Sukoharjo. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 3(02), 533–540. <https://doi.org/10.29040/jie.v3i02.481>
- [11] Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran* (Edisi 4). Andi Offset.