

PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN TOKO SAYUR DAN SEMBAKO YUNI DESA TOSAREN

Aurel Natasya Salsya Sahira^{1*}, Susi Damayanti², Edy Djoko Soeprajitno³

^{1),2),3)} Universitas Nusantara PGRI Kediri, Jl. KH. Ahmad Dahlan No.76, Kec. Mojoroto, Kota Kediri, Jawa Timur
aurelnatasyasalsya04@gmail.com

Informasi Artikel

Tanggal Masuk: 26/06/2026

Tanggal Revisi: 04/07/2026

Tanggal Diterima : 14/07/2026

Abstract

This study aims to examine consumer behavior at the Yuni Vegetable and Grocery Store in Tosaren Village and identify the impact of price, product quality, and service on purchasing decisions. This study employed a quantitative methodology, using a Likert-scale questionnaire distributed to store customers to obtain data. The data were analyzed using multiple linear regression to assess the influence of independent variables on the dependent variable. The results indicate that price, product quality, and service significantly influence consumer purchasing decisions. These findings suggest that competition between stores can be strengthened through appropriate pricing strategies, the availability of quality products, and satisfactory service. The novelty produced in this study lies in new research regarding purchasing decisions in small-scale rural retailers, and more specifically in the Yuni Vegetable and Grocery Store in Tosaren Village using price, product quality, and service as variables.

Keywords: Price, Product Quality, Service, Purchasing Decision, Yuni Vegetable and Grocery Store

Abstrak

Penelitian ini bertujuan mengkaji kebiasaan pelanggan Toko Sayur dan Sembako Yuni di desa Tosaren serta mengidentifikasi dampak harga, kualitas produk, dan pelayanan terhadap keputusan pembelian. Pada studi ini menggunakan metodologi yang pendekatan kuantitatif, dengan kuesioner berskala Likert yang dibagikan kepada pelanggan toko untuk memperoleh data. Data akan dianalisis menggunakan regresi linier berganda guna menilai hubungan antara variabel bebas kepada variabel terikat. Studi ini memberikan hasil bahwa harga, kualitas produk, dan pelayanan secara signifikan memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Hasil studi ini menunjukkan bahwa persaingan antar toko dapat diperkuat melalui strategi penetapan harga yang tepat, ketersediaan produk berkualitas, dan pelayanan yang memuaskan. Kebaruan yang di hasilkan dalam penelitian ini terletak pada riset baru mengenai keputusan pembelian pada ritel berskala kecil pedesaan, dan lebih khusus lagi di Toko Sayur dan Sembako Yuni Desa Tosaren dengan menggunakan harga, kualitas produk, dan pelayanan sebagai variabelnya

Kata Kunci: Harga, Kualitas Produk, Pelayanan, Keputusan Pembelian, Toko Sayur dan Sembako Yuni

PENDAHULUAN

Pertumbuhan ekonomi ritel Indonesia mengalami peningkatan yang pesat karena gaya hidup masyarakat dan urbanisasi[1]. Perkembangan ini bukan hanya pada ritel modern, melainkan juga pada peritelan tradisional. Persaingan antara peritelan modern dengan peritelan tradisional juga kian ketat, karena banyak orang menempatkan pandangan lemah terhadap perkembangan ritel tradisional[2]. Dalam hal ini, ritel modern kian berkembang dengan menyediakan pelayanan yang lebih optimal, kualitas produk yang lebih berkualitas, dan juga harga yang mampu bersaing sesuai dengan barang yang mereka jual. Sementara itu, pelanggan juga semakin fokus dengan kualitas produk dan pelayanan tidak hanya pada harga saja. Dalam dunia persaingan bisnis, produsen harus mampu memiliki ide yang menarik dan inovatif agar bisa memberikan daya tarik kepada barang yang ditawarkan[3]. Keberhasilan dari sebuah usaha ritel adalah ketika mampu membuat konsumen tertarik dengan produk yang mereka jual.

Keputusan pembelian adalah fase akhir yang dikerjakan konsumen setelah menjalankan seleksi terhadap kualitas terbaik dari beberapa opsi yang ada. Dalam proses tersebut, konsumen mempertimbangkan beberapa faktor sebelum melakukan pembelian. Faktor tersebut seperti harga, kualitas produk, pelayanan dan masih banyak lagi. Harga yang sebanding dengan manfaat yang didapatkan oleh pelanggan, kualitas produk yang berkualitas, dan pelayanan yang cepat dan ramah merupakan ketertarikan yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Fenomena menarik yang terjadi di Desa Tosaren, dimana ada tiga ritel serupa yang menjual sayur dan sembako berlomba untuk menarik perhatian konsumen. Tiga toko tersebut memiliki letak yang berdekatan dari satu toko ke toko berikutnya. Walaupun terdapat saingan serupa dan jarak berdekatan, Toko Sayur dan Sembako Yuni mampu mempertahankan eksistensinya ditengah persaingan toko ritel serupa yang semakin kuat. Hal ini menunjukkan bahwa Toko Sayur dan Sembako Yuni memiliki faktor khusus yang mempengaruhi konsumen sehingga mereka lebih memilih berbelanja di Toko sayur dan Sembako Yuni dibandingkan berbelanja pada toko ritel serupa lainnya. Lokasi Toko sayur dan Sembako Yuni tidak hanya berdekatan dengan ritel tradisional serupa saja, melainkan Toko sayur dan Sembako Yuni letaknya dekat dengan pasar tradisional dan pasar modern. Dari pengamatan awal, kebanyakan konsumen yang berbelanja di Toko sayur dan Sembako Yuni merupakan kalangan ibu rumah tangga baik dari sekitar toko maupun dari luar. Dalam situasi ini memunculkan pertanyaan mengapa konsumen lebih memilih berbelanja di Toko Sayur dan Sembako Yuni dibandingkan pesaing sejenis yang ada di Desa Tosaren ataupun pasar tradisional dan modern yang menawarkan variasi produk lebih lengkap.

Suatu aspek yang mempengaruhi keputusan pembelian merupakan harga. Konsumen kerap kali membandingkan harga suatu produk dari toko satu ke toko lainnya, oleh karena itu mahal murahnya suatu barang menjadi pertimbangan pembeli dalam mengambil keputusan pembelian[4]. Kalimat ini diperkuat oleh studi yang dilakukan[5], melalui studinya mempunyai hasil bahwa harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Pada Toko Sayur dan Sembako Yuni, rantai pasok produk yang dijual lebih efisien karena Toko Sayur dan Sembako Yuni mendapatkan barang langsung dari petani lokal dan distributor grosir. Hal ini yang menjadikan Toko Sayur dan Sembako Yuni mampu memberikan harga yang relatif lebih rendah daripada pesaing sejenisnya. Harga merupakan elemen penting yang digunakan dalam memikat konsumen dalam keputusan pembelian[6].

Tidak hanya harga, aspek yang memberi pengaruh kepada keputusan pembelian adalah kualitas produk. Kualitas adalah poin terpenting yang perlu diperhatikan oleh pemilik usaha apabila berkeinginan produknya mampu berkompetisi di pasaran[7]. Dalam hal ini, kesegaran dan kelayakan kualitas produk sangat diperhatikan oleh pembeli dalam keputusan pembelian. Penelitian yang dilakukan oleh [8], berpendapat bahwa kualitas produk menjadi suatu aspek yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian secara signifikan. Sependapat dengan studi yang dilakukan oleh [9], berpendapat bahwa kualitas produk memberikan pengaruh secara positif terhadap keputusan pembelian. Pelanggan mengharapkan kualitas yang sebanding dengan apa yang mereka bayar. Kualitas produk sangat diperhatikan oleh konsumen karena berkaitan dengan keamanan konsumsi dan kesehatan keluarga. Oleh karena itu, kemampuan yang dimiliki oleh Toko Sayur dan Sembako Yuni dalam menjaga kualitas produk yang dijual menjadikan alasan mengapa Toko Sayur dan Sembako Yuni lebih diminati konsumen.

Selanjutnya aspek pelayanan juga mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Pelayanan yang ramah dan cepat juga menjadi daya tarik konsumen dalam keputusan pembelian pada Toko Sayur dan Sembako Yuni. Pelayanan yang dapat membuat konsumen merasa puas akan menciptakan pembelian secara berulang dan meningkatkan penjualan[10]. Penelitian oleh [11], pelayanan merupakan faktor yang mempengaruhi secara baik dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Dalam aspek ini, Toko Sayur dan Sembako Yuni menerapkan pelayanan yang ramah dengan menghafal nama pelanggan, membantu pelanggan dengan sepenuh hati, proses transaksi dan pelayanan yang cepat. Selain itu Toko Sayur dan Sembako Yuni juga menyediakan pemesanan melalui *Whatsapp*. Pelanggan dapat memesan dari rumah dan Toko Sayur dan Sembako Yuni siap melayani serta mengantarkan pesanan sampai ke rumah pelanggan.

Meskipun telah banyak penelitian yang meneliti mengenai faktor harga, kualitas produk, dan pelayanan dalam mempengaruhi keputusan pembelian. Tetapi belum ada penelitian yang meneliti mengenai faktor tersebut pada ritel kecil yang beroperasi pada pedesaan. Dalam studi oleh[12], harga, kualitas produk, dan pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada PT. Indomarco Prisma Utama. Dari penelitian yang dilakukan oleh[13], memberikan hasil bahwa harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Selanjutnya penelitian oleh [14], memberikan hasil bahwa harga, kualitas produk dan pelayanan memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Sejalan dengan penelitian[15], dalam penelitiannya mengatakan bahwa harga, kualitas produk dan pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Beberapa temuan ini menunjukkan bahwa harga, kualitas produk, dan pelayanan merupakan faktor yang paling mempengaruhi dalam keputusan pembelian dari berbagai usaha. Namun dari beberapa temuan tersebut, belum ada yang mengkaji mengenai ritel tradisional pedesaan.

Pada kondisi ini, menciptakan celah (*Research Gap*) karena kurangnya bukti empiris mengenai faktor harga, kualitas produk, dan pelayanan dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen ditoko tradisional yang beroperasi dipedesaan. Penelitian ini disusun untuk mengisi kekurangan tersebut melalui studi Toko Sayur dan Sembako Yuni. Toko ini menarik untuk dikaji karena mampu bersaing dengan tiga pesaing serupa dan pasar tradisional serta modern. Dalam fenomena ini menggambarkan pengaruh keunggulan yang dapat bersaing, pengaruh ini diyakini berasal dari harga yang kompetitif, kualitas produk yang sesuai dengan yang diharapkan konsumen, serta cara memberi pelayanan yang baik dan cepat.

Dari sisi teoritis penelitian ini diharapkan dapat memberikan literatur pada pemilik usaha ritel kecil pedesaan karena karakteristik pedesaan dan perkotaan yang berbeda. Secara praktis, studi ini diharapkan mampu memberikan bantuan kepada pelaku usaha, terutama kepada Toko sayur dan Sembako Yuni agar dapat mempertahankan faktor yang menjadi daya tarik konsumen serta dapat meningkatkan faktor yang menurut konsumen masih kurang sesuai agar dapat bersaing di era persaingan usaha ritel semakin ketat.

Maka dari itu,, penelitian ini dilakukan untuk melengkapi Gap antara teori dan fenomena. Penelitian ini didasari oleh rasa keingintahuan yang tinggi mengapa Toko Sayur dan Sembako Yuni lebih diminati dari pada tiga pesaing sejenisnya dan pasar modern serta tradisional. Temuan ini diharapkan dapat berkontribusi dalam ilmu pemasaran agar toko ritel tradisional dapat berkembang ditengah banyaknya toko modern.

METODE

Pendekatan yang digunakan pada penelitian ini adalah kuantitatif yang bersifat *explanatory research* yaitu dengan menjelaskan hubungan kausal (sebab-akibat) dari variabel independen dan dependen. Selain itu, studi ini juga menggunakan pendekatan yang bersifat *cross – sectional*, yaitu pengambilan data yang dilakukan di satu waktu tanpa ada perlakuan khusus kepada konsumen dengan menggunakan kuisioner terstruktur. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memfasilitasi ritel kecil dalam mengembangkan usahanya agar mampu bersaing di era persaingan usaha ritel yang semakin ketat.

Dalam penelitian ini menggunakan populasi berupa pelanggan yang pernah berbelanja di Toko Sayur dan Sembako Yuni Desa Tosaren. Pemilihan populasi ini didasarkan pada pengalaman konsumen selama berbelanja di Toko Sayur dan sembako Yuni mengenai harga yang ditetapkan, kualitas produk yang ditawarkan, dan suatu pelayanan yang diberikan kepada para konsumennya. Pada studi ini, sampel diambil menggunakan teknik *noproability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Teknik ini digunakan karena peneliti hanya memilih responden yang memiliki pemahaman dan pengalaman secara langsung dalam berbelanja di Toko sayur dan Sembako Yuni desa Tosaren dan bersedia memberikan informasi.

Penelitian ini menggunakan sampel berjumlah 40 responden. Jumlah tersebut diperoleh dari mengalikan jumlah variabel dengan 10. Angka ini dianggap telah memenuhi batas minimum dalam penelitian yang bersifat multivariat. kelompok dalam populasi sangat beragam seperti ibu rumah tangga, penduduk lokal, serta pelanggan yang melakukan pembelian ulang pada Toko sayur dan Sembako Yuni Desa Tosaren.

Data dikumpulkan dengan cara menyebar kuisioner yang telah disusun berdasarkan indikator yang telah disesuaikan pada variabel. Kuisioner menggunakan pengukuran skala likert 1 sampai dengan 5. Penggunaan skala likert pada penelitian ini adalah berfungsi untuk memudahkan responden dalam memberikan penilaian yang sesuai dan juga memudahkan peneliti dalam mengukur jawaban responden secara kuantitatif. Skala ini efektif karena jawaban jelas dan memudahkan karena responden tidak perlu memberikan jawaban panjang lebar karena sudah terdapat jawaban dari yang positif hingga negatif.

Setelah pengumpulan data dilakukan, kemudian data yang sudah dikumpulkan dilakukan uji validitas dan reliabilitas menggunakan bantuan SPSS. Pengujian ini dilakukan guna mencari tau apakah instrumen yang terdapat dalam penelitian mampu memenuhi asumsi dasar. Uji validitas dilakukan menggunakan cara membandingkan *r*-hitung dengan *r*- tabel. Sedangkan uji reliabilitas diukur menggunakan metode Cronbach's Alpha.

Data yang telah diuji validitas dan reliabilitas dan telah dianggap valid, kemudian dilakukan pengujian regresi linear berganda melalui SPSS. Hal ini karena terdapat beberapa variabel yang diuji secara simultan terhadap variabel terikat. Tahap analisis pertama adalah uji asumsi klasik yang terdapat beberapa uji di dalamnya. Tahap pertama adalah uji normalitas yang berguna untuk mengetahui apakah data berdistribusi secara normal. Dalam penelitian ini uji normalitas dilakukan menggunakan uji *shapiro – wilk*. Selanjutnya yaitu uji multikolinearitas diukur berdasarkan nilai toleransi dan faktor inflasi variansi (VIF). Tahap terakhir dari uji asumsi klasik adalah uji heteroskedastisitas dengan cara uji *scatterplot* dan *glejser*.

Analisis yang paling utama dilakukan adalah analisis linear berganda untuk mengetahui simultan atau parsial pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Uji hipotesis digunakan untuk mengetahui dugaan sementara apakah terbukti secara sistematis maupun tidak. Uji ini dilakukan dengan uji t untuk mencari tau pengaruh parsial variabel dan uji F untuk mengetahui pengaruh simultan variabel. Terakhir untuk dapat mengukur kemampuan variabel independen memberikan penjelasan variasi dalam variabel dependen.

Penelitian ini dilakukan di Toko sayur dan Sembako Yuni yang terletak di Desa Tosaren Kota Kediri. Hasil dari studi ini diharap dapat menjadi pertimbangan dan pengetahuan pada usaha ritel tradisional agar mampu bersaing.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Perolehan dari data yang telah diuji validitas menggunakan bantuan SPSS dengan cara membandingkan $r_{hitung} > r_{tabel}$, sehingga dapat disimpulkan bahwa item pada kuisioner penelitian sudah dianggap valid.

Temuan akhir dari uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan bantuan SPSS menggunakan metode *Cronbach's Alpha (a)*. Pengujian ini menggunakan kriteria dengan cara *Cronbach's Alpha* $> 0,60$. Hasil dari uji reliabilitas pada studi ini dianggap reliabel.

Pada hasil uji reliabilitas menggunakan bantuan SPSS yg telah disajikan dalam tabel 2 diatas, diketahui hasil setiap variabel menunjukkan angka diatas 0,60 yang berarti reliabel. Artinya item penyusunan menunjukkan konsistensi yang baik sehingga layak untuk dilakukan uji lebih lanjut lagi.

Hasil SPSS menunjukkan bahwa dari 40 jumlah responden, terdapat 36 responden memiliki jenis kelamin perempuan dengan persentase 90%. Sisanya 4 responden berjenis kelamin laki – laki dengan persentase 10%. Responden dengan usia 17-20 tahun berjumlah 3 responden dan memiliki persentase 7,5%. Selanjutnya responden dengan usia 21-35 berjumlah 20 responden dengan persentase 50%. Sisanya dengan jumlah 17 responden memiliki usia >35 dengan persentase 42,5%.

Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik berguna untuk memeriksa terpenuhinya salah satu syarat statistik. Uji ini dibagi menjadi beberapa uji yaitu uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas dan uji autokorelasi.

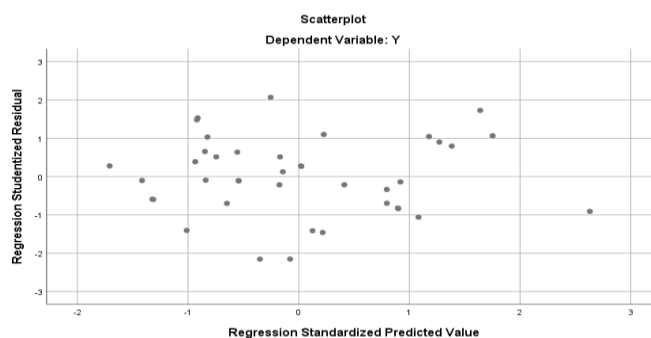
Uji Normalitas

Hasil dari uji normalitas menunjukkan bahwa variabel Y mempunyai nilai Sig ,095 $> 0,05$. Variabel X1 memiliki nilai Sig ,157 $> 0,05$. Selanjutnya variabel X2 memiliki nilai Sig ,260 $> 0,05$. Terakhir variabel X3 memiliki nilai Sig ,511 $> 0,05$. Artinya, bahwa data dari variabel tersebar secara normal karena nilai Sig $> 0,05$.

Hasil dari uji multikolinearitas yaitu: variabel X1 memiliki nilai tolerance ,976 $> 0,10$. Selanjutnya variabel X2 mempunyai nilai tolerance ,987 $> 0,10$. Variabel X3 memiliki nilai tolerance ,987 $> 0,10$. Pada data diatas, ketiga variabel juga memiliki nilai VIF < 10 . Maka dapat disimpulkan ketiga variabel tidak terjadi multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Dalam studi ini uji heteroskedastisitas dilaksanakan dengan menggunakan dua metode berbeda yaitu *Glejser* dan *Scatterplot*. Hasil dari uji menunjukkan bahwa nilai Sig pada variabel X1 adalah ,211, variabel X2 memiliki nilai Sig ,924, dan X3 memiliki nilai Sig ,778. Ketiga variabel memiliki nilai Sig $> 0,05$ yang memiliki arti tidak terjadi heterostedastisitas pada ketiga variabel.



Gambar 1. Hasil Uji Heteroskedastisitas Scatterplot

Sumber: Data diolah peneliti 2026

Dalam gambar yang telah disajikan pada Gambar 1 diatas, menunjukan bahwasanya titik dalam gambar tersebar secara acak dan tidak terdapat bentuk atau pola tertentu. Hal ini dapat ditarik kesimpulan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas dan memenuhi homoskedastisitas.

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda berguna untuk mengetahui efek yang disebabkan oleh variabel bebas terhadap variabel terikat. Model regresi yang digunakan dalam studi ini dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Tabel 1. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
Model		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	-12,024	6,616	
	X1	,334	,126	,275
	X2	,339	,116	,303
	X3	,660	,111	,617

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data diolah peneliti 2026

Dalam tabel yang telah diperlihatkan melalui tabel 1 diatas, hasil dari analisis regresi linear berganda pada penelitian ini sebagai berikut:

Konstanta = -12,024

Nilai konstanta yang ditunjukan pada tabel diatas memiliki arti bahwa variabel X1,X2,X3 memiliki nilai nol, maka variabel Y memiliki nilai -12,024

Koefisien X1 = 0,334

Variabel X1 memiliki koefisien regresi 0,334 yang berarti positif terhadap variabel Y. Artinya, bahwa setiap terjadi peningkatan pada X1, maka akan disertai dengan peningkatan Y sebesar 0,334.

Koefisien X2 = 0,339

Variabel X2 memiliki koefisien regresi 0,339 yang berarti positif terhadap variabel Y. Artinya, bahwa setiap terjadi peningkatan pada X2, maka akan disertai dengan peningkatan Y sebesar 0,339.

Koefisien X3 = 0,660

Variabel X3 memiliki koefisien regresi 0,660 yang berarti positif terhadap variabel Y. Hal ini memiliki arti bahwa setiap terjadi peningkatan pada X3, maka akan diikuti dengan peningkatan Y sebesar 0,660.

Uji Hipotesis

Uji t

Tabel 2. Hasil Uji t

Coefficients ^a							
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Collinearity Statistics	
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	VIF
1	(Constant)	-12,024	6,616		-1,817	,077	
	X1	,334	,126	,275	2,643	,012	,976
	X2	,339	,116	,303	2,924	,006	,987
	X3	,660	,111	,617	5,953	,000	,987

a. Dependent Variable: Y

Sumber: data diolah peneliti 2026

Berdasarkan hasil uji t yang telah diperlihatkan pada tabel 2, menunjukan hasil nilai Sig pada variabel X1 sebesar ,012 < 0,05 dengan nilai t 2,643 > t tabel yaitu 2,026 yang berarti H₀ ditolak dan H₁ diterima.

Selanjutnya variabel X2 memiliki nilai Sig ,006 < 0,05 dan nilai t 2,924 > 2,026 yang berarti H_0 ditolak dan H_2 diterima. Variabel X3 memiliki nilai Sig ,000 < 0,05 dan nilai t 5,953 > 2,026 yang berarti H_0 ditolak dan H_3 diterima. Berdasarkan hasil nilai signifikan dan nilai t pada tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa variabel X1, X2, X3 memberikan dampak parsial secara signifikan terhadap variabel Y.

Uji F

Berdasarkan hasil data, nilai Sig yang diperoleh adalah sebesar ,000 < 0,05. Selanjutnya nilai F hitung diperoleh sebesar 19,464 > 2,858. Hasil tersebut memiliki arti bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya, bahwa variabel X1, X2, X3 berpengaruh signifikan secara simultan terhadap variabel Y.

Uji Koefisien Determinan (R^2)

Dalam hasil dari uji koefisien determinan, diketahui bahwa nilai Adjusted R square sebesar ,587. Berarti, variabel bebas dalam penelitian ini dapat menjelaskan variabel terikat sebesar 58,7% sedangkan sisa 41,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diuji dalam penelitian ini.

KESIMPULAN

Penelitian ini memiliki tujuan mencari tau faktor pengaruh harga, kualitas produk, dan pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen pada toko sayur dan sembako yuni desa tosaren. Hasil dari studi ini menyatakan bahwa harga, kualitas produk, dan pelayanan berpengaruh secara parsial maupun simultan terhadap keputusan pembelian pada Toko sayur dan Sembako Yuni Desa Tosaren. Menurut hasil dari analisis regresi linear berganda mempunyai hasil positif, artinya terdapat hubungan antara harga, kualitas produk, dan pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen. Dari hasil penelitian ini, diketahui variabel pelayanan berpengaruh tinggi terhadap keputusan pembelian. Artinya, pelayanan adalah aspek yang sering dipertimbangkan oleh konsumen dalam memutuskan berbelanja di Toko Sayur dan Sembako Yuni.

Berdasarkan hasil penelitian ini, Toko Sayur dan Sembako Yuni didorong untuk terus meningkatkan kualitas layanan mereka, khususnya dalam hal kualitas, kecepatan, dan efisiensi, untuk lebih memenuhi kebutuhan pelanggan. Selanjutnya, penting untuk menilai kualitas produk yang ditawarkan dan menyesuaikan harga dengan kondisi pasar untuk memastikan kepuasan pelanggan. Bagi usaha kecil lainnya, hasil penelitian ini dapat dijadikan dasar untuk memperkembangkan strategi bisnis yang memiliki fokus pada faktor-faktor seperti harga, kualitas produk, dan layanan, dengan tujuan untuk merangsang permintaan. Sebaliknya, para peneliti didorong untuk memperluas penelitian mereka dengan memasukkan variabel lain yang dapat memengaruhi keputusan pembelian, seperti promosi, lokasi toko, loyalitas konsumen, atau retensi pelanggan. Hal ini akan menghasilkan temuan penelitian yang lebih komprehensif yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dalam lanskap pemasaran.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Meliana D, Riswati J, Astuti D. Analisis Perkembangan Bisnis Ritel Di Indonesia. J Bus Econ Manag 2025;01:235–43.
- [2] Utomo TJ. Persaingan Bisnis Ritel : Tradisional vs Modern (The Competition of Retail Business : Traditional vs Modern). Fokus Ekon 2022;6:122–33.
- [3] Ningtias ikfa NC, Istiasih H, Damayanti S. Pengaruh Influencer Endorse, Citra Merek, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare the Originote Di Kota Kediri 2024:134–43.
- [4] Haque MG. The Effect of Product Quality and Price on Purchasing Decisions at Pt. Multitama Diamonds in Jakarta (Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Berlian Multitama Di Jakarta). Pengaruh Kualitas Prod Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt Berlian Multitama Di Jakarta 2020;21:31–8.
- [5] Leonardo J, Ginting N, Laidy J, Dustin M, Tannia A, Firmansyah F. Analisis Pentingnya Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan. J Manag Bussines 2023;5:1438–45. <https://doi.org/10.31539/jomb.v5i2.6561>.
- [6] Suprihatin F, Istiasih H, Damayanti S. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Bakso Pak Ndut Kediri. Simp Manaj Dan Bisnis II Progr Stud Manaj - FEB UNP Kediri 2024;3:1008–16.
- [7] Kholiqoh N, Sa N, Amrullah S, Sanjaya VF, Bisnis M, Ekonomi F, et al. TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN 2024;03:128–34.
- [8] Septiyani AD, Mubarak A. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada

- Angkringan Khas Jogja Bu Tuti. *J Ilm Swara Manaj (Swara Mhs Manajemen)* 2024;4:353–64. <https://doi.org/10.32493/jism.v4i2.42016>.
- [9] Hariadi SD, Relawati R, Baroh I. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sayur Organik di “Orgo Organic Farm” Kota Malang. *J Din Sos Ekon* 2021;22:194. <https://doi.org/10.31315/jdse.v22i2.6428>.
- [10] Oktaviani N, Sumaryanto S. Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian. *J Ris Manaj Dan Ekon* 2024;2:186–97. <https://doi.org/10.54066/jrime-itb.v2i3.2114>.
- [11] Syahrir ayu sulistiya putri, Kurniawan agung widhi, Haeruddin muhammad ilham wardhana, Musa muhammad ichwan, Ruma Z. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening pada Minuman Yotta di Cabang Tinumbu 2024;2.
- [12] Saputra ED, Purba N, Ritonga RR. Mandiri : Jurnal Akuntansi dan Keuangan Pengaruh Kualitas Produk , Kualitas Pelayanan , dan Harga terhadap Keputusan Konsumen Pendahuluan Uraian Teori 2023;2.
- [13] Piyoh D Dela, Rahayu A, Dirgantari PD. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian. *J Manaj Dan Ekon Kreat* 2024;8:132–47. <https://doi.org/10.59024/jumek.v3i1.523>.
- [14] Ramadhani S, Nasution NL, Zebua Y. Pengaruh Kualitas Pelayanan , Kualitas Produk , Harga , Dan Kepuasan Konsumen Pada Master Cash & Credit Kotapinang 2024;5:4850–64.
- [15] Agusvia N, Heryenzus. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT Multikarya Sarana Makmur. *Sci J* 2022;4:1–10.