

**ANALISA PENGARUH HARGA, KERAGAMAN PRODUK DAN
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA TOKO AGRO MART PUNCU KEDIRI**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Penulisan Skripsi Guna Memenuhi Salah Satu Syarat

Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (S.M)

Pada Prodi Manajemen

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri



OLEH:

AMILIYA EKA PRATIWI

NPM: 19.1.02.02.0010

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI**

2023

Skripsi Oleh

AMILIYA EKA PRATIWI

NPM : 19.1.02.02.0010

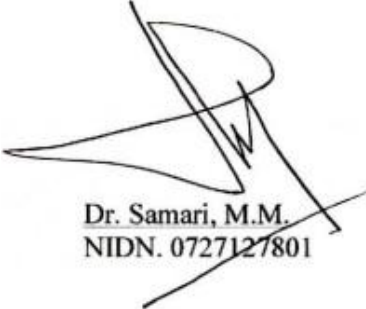
Judul

**ANALISA PENGARUH HARGA, KERAGAMAN PRODUK DAN
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA TOKO AGRO MART PUNCU KEDIRI**

Telah disetujui untuk diajukan Kepada
Panitia Ujian/Sidang Skripsi Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis UN PGRI Kediri

Tanggal.....

Pembimbing I



Dr. Samari, M.M.
NIDN. 0727127801

Pembimbing II



Rino Sardanto, M.Pd
NIDN. 0730127403

Skripsi oleh :

AMILIYA EKA PRATIWI

NPM : 19.1.02.02.0010

Judul

**ANALISA PENGARUH HARGA, KERAGAMAN PRODUK DAN
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA TOKO AGRO MART PUNCU KEDIRI**

Telah dipertahankan didepan Panitia Ujian/Sidang Skripsi
Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNP Kediri
Pada Tanggal.....

Dan Dinyatakan telah Memenuhi Persyaratan

Panitia Penguji :

1. Ketua : Dr. Samari, M.M

2. Penguji I : Suhardi, M.Pd.

3. Penguji II : Rino Sardanto, M.Pd



Mengetahui,
Dekan FEB



Dr. Subagyo, M.M
NIDN. 0717066601

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini saya,

Nama : Amiliya Eka Pratiwi
Jenis Kelamin : Perempuan
Tempat/tgl lahir : Kediri, 13 November 2000
NPM : 19.1.02.02.0010
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenarnya, bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan disuatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya tulis atau pendapat yang pernah diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara sengaja dan tertulis sebagai acuan dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Kediri, 22 Juni 2023
Yang Menyatakan



K.A.P.
NPM : 19.1.02.02.0010

MOTTO

“Tetap Semangat Hidup, Karena Hidup Itu Singkat dan Bermanfaatlah Bagi
Orang Lain. Urusan Pahala Dikali Tiga Disurga”

PERSEMBAHAN

Saya persembahkan skripsi ini kepada:

1. Bapak Ponajat dan Ibu Niswatul Badriyah, motivator tersubhanallah.
2. Ridho Dwi Firmatulloh, musuh teruuuuuuuu.
3. Adeeva Afsen Meeisya, penyemangat dan penghibur terdabest.
4. Keluarga yang tidak bisa disebutkan satu-satu atas jasa dorongannya supaya tetap semangat dan teman-teman yang sangat berpengaruh selama ini.

ABSTRAK

Amiliya Eka Pratiwi : Analisa Pengaruh Harga, Keragaman Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Agro Mart Puncu Kediri, Skripsi, Manajemen, FEB UNP Kediri, 2023.

Kata kunci : harga, keragaman produk, kualitas pelayanan dan keputusan pembelian.

Pertumbuhan populasi ternak yang semakin meningkat menyebabkan bisnis toko ritel pakan ternak menjadi peluang bisnis yang menjanjikan. Toko *Agro Mart* perlu mengembangkan strategi pemasarannya dengan bijak dan benar. Pada toko *Agro Mart* menyediakan pakan ternak, perlengkapan ternak dan obat-obatan yang dibutuhkan peternak. Dengan menentukan harga yang terjangkau, meningkatkan kelengkapan produk dan memberikan kualitas pelayanan yang baik dapat menarik konsumen untuk melakukan pembelian di toko *Agro Mart*. Peneliti ingin melakukan penelitian ini untuk mengetahui apakah harga, keragaman produk dan kualitas pelayanan dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen toko *Agro Mart*.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh secara parsial dan simultan harga, keragaman produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada toko *Agro Mart*. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Populasi dan sampel dalam penelitian menggunakan penyebaran angket kepada konsumen yang sudah membeli minimal 2 kali pembelian di toko *Agro Mart* dan berumur 17 tahun keatas sebanyak 40 responden. Metode pengambilan data menggunakan observasi, wawancara, kuesioner dan studi kepustakaan. Teknik analisis data memakai uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis koefisien determinasi, analisis regresi linier berganda dan uji hipotesis dengan bantuan SPSS v23. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa secara parsial harga, keragaman produk dan kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian di toko *Agro Mart*. Berdasarkan uji simultan harga, keragaman produk dan kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian di toko *Agro Mart*.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kehadiran Allah Tuhan Yang Maha Kuasa karena hanya atas perkenan-Nya tugas penyusunan skripsi ini dapat diselesaikan. Penyusunan skripsi merupakan tugas akhir untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri.

Pada kesempatan ini diucapkan terima kasih dan penghargaan yang setulus-tulusnya kepada:

1. Bapak Zainal Afandi, M.Pd. selaku Rektor Universitas Nusantara PGRI Kediri yang selalu memberikan dorongan motivasi kepada mahasiswa.
2. Dr. Subagyo, M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri yang selalu memberikan dorongan motivasi kepada mahasiswa.
3. Restin Meilina, M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Nusantara PGRI Kediri.
4. Dr. Samari, M.M selaku dosen pembimbing I yang telah memberikan waktunya serta arahan dan motivasi kepada penulis dengan sabar.
5. Rino Sardanto, M.Pd selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan waktunya serta arahan dan motivasi kepada penulis dengan sabar.
6. Kedua orang tua saya Bapak Ponajat dan Ibu Niswatul Badriyah yang telah mendoakan, mendukung, *mensupport*, menggandeng, merangkul, memenuhi pendidikan saya serta mendidik saya selama ini serta kedua adik saya Ridho

Dwi Firmatulloh dan Adeeva Afsen Meeisya yang sudah menghibur disaat penulis merasa lelah.

7. Teman-teman saya yang mendukung dan *mensupport* saya yang telah membantu saya menyelesaikan skripsi ini.
8. Terima kasih juga kepada diri saya sendiri yang telah mampu berjuang sampai sejauh ini serta bertahan dalam menjalani tahapan kehidupan dan perkuliahan hingga saat ini.
9. Semua pihak-pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang sudah membantu kelancaran dalam menyelesaikan proposal seminar manajemen.

Penulis menyadari dalam penulisan skripsi ini masih terdapat kekurangan karena keterbatasan yang dimiliki. Penulis sangat mengharapkan kritik serta saran yang membangun. Semoga proposal seminar ini bermanfaat bagi penulis khususnya dan pembaca pada umumnya.

Kediri, 22 Juni 2023

AMILIYA EKA P.
NPM : 19.1.02.02.0010

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
MOTTO	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	6
C. Batasan Masalah.....	7
D. Rumusan Masalah	7
E. Tujuan Penelitian	8
F. Manfaat Penelitian	8
BAB II KAJIAN TEORI DAN HIPOTESIS.....	10
A. Kajian Teori	10
B. Kajian Peneliti Terdahulu	35
C. Kerangka Berpikir.....	41
D. Kerangka Konseptual	43
E. Hipotesis.....	44
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	45
A. Variabel Penelitian	45
B. Pendekatan dan Teknik Penelitian	48
C. Tempat dan Waktu Penelitian	49
D. Populasi dan Sampel	50

E. Instrumen Penelitian.....	51
F. Teknik Pengumpulan Data.....	55
G. Teknik Analisis Data.....	57
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	64
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	64
B. Gambaran Umum Responden	65
C. Analisis Data	78
D. Pengujian Hipotesis.....	84
E. Pembahasan.....	86
BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN	93
A. Kesimpulan	93
B. Implikasi.....	93
C. Saran.....	94
DAFTAR PUSTAKA	95

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Daftar Toko Pakan Ternak Yang Berada di Kecamatan Puncu.....	5
Tabel 2. 1 Penelitian terdahulu.....	38
Tabel 3. 1 Waktu penelitian	49
Tabel 3. 2 Kriteria pemberian skor	51
Tabel 3. 3 Kisi-kisi Kuesioner Penelitian	52
Tabel 3. 4 Hasil Uji Validitas.....	54
Tabel 3. 5 Penafsiran Uji Reliabilitas	55
Tabel 3. 6 Hasil uji reliabilitas	55
Tabel 4. 1 Karakteristik berdasarkan jenis kelamin	65
Tabel 4. 2 Karakteristik responden berdasarkan usia.....	66
Tabel 4. 3 Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan	66
Tabel 4. 4 Karakteristik responden berdasarkan pembelian	67
Tabel 4. 5 Data tanggapan responden variabel keputusan pembelian	68
Tabel 4. 6 Data tanggapan responden variabel harga	71
Tabel 4. 7 Data tanggapan responden variabel keragaman produk	73
Tabel 4. 8 Data tanggapan responden variabel kualitas pelayanan.....	76
Tabel 4. 9 Hasil uji <i>Kolmogorov-Smirnov test</i>	79
Tabel 4. 10 Uji Multikolinearitas	80
Tabel 4. 11 Uji Autokorelasi.....	82
Tabel 4. 12 Hasil Analisis Koefisien Determinasi	82
Tabel 4. 13 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	83
Tabel 4. 14 Hasil Uji Parsial (uji t)	84
Tabel 4. 15 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	86

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	43
Gambar 4. 1 struktur organisasi	65
Gambar 4. 2 Hasil uji normalitas	79
Gambar 4. 3 Uji Heteroskedastisitas	81

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	99
Lampiran 2 Tabulasi Data Kuesioner Validitas Dan Reliabilitas	104
Lampiran 3 Tabulasi Data Penelitian.....	108
Lampiran 4 Data Output SPSS.....	113
Lampiran 5 Surat Izin Penelitian.....	122
Lampiran 6 Surat Balasan	123
Lampiran 7 Berita Acara.....	124

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Bisnis ritel di Indonesia mengalami perkembangan yang sangat pesat. Hal ini ditandai dengan semakin banyaknya perusahaan ritel yang bermunculan baik dari perusahaan ritel tradisional maupun modern. Perkembangan bisnis ritel di Indonesia menyebabkan persaingan antar bisnis ritel semakin meningkat yang memaksa setiap individu untuk lebih semakin kompetitif dalam bidang pemasarannya (Naufal & Magnadi, 2017). Perkembangan bisnis retail berdampak pada seluruh bisnis ritel diberbagai bidang, salah satunya bisnis ritel pakan ternak.

Pada era globalisasi saat ini, bisnis toko pakan ternak diyakini sebagai peluang bisnis yang menjanjikan. Karena seiring dengan pertumbuhan populasi ternak yang semakin meningkat dan permintaan akan pakan juga semakin meningkat. Untuk memenuhi kebutuhan pakan ternak tidak hanya diperlukan soal kualitas, tetapi yang terpenting adalah untuk menghasilkan pakan yang ekonomis murah dan terjangkau bagi peternak. Hal ini menyebabkan perubahan peta persaingan di pasar Indonesia. Kondisi persaingan yang semakin ketat menuntut perusahaan untuk dapat berubah dengan cepat agar dapat bertahan atau berkembang di pasar yang berkembang pesat saat ini (Zainullah A & Satoto, 2022). Perusahaan perlu memahami faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen agar dapat melakukan perbaikan dan inovasi yang diharapkan supaya dapat meningkatkan respon positif terhadap

produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Perusahaan juga harus dapat memahami apa yang diinginkan konsumen dan mempelajari faktor-faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen (Trisno et al., 2020).

Konsumen merupakan bagian terpenting dari kelangsungan hidup sebuah usaha, karena semakin banyak pelanggan yang dimiliki maka semakin besar pula keuntungan yang bisa didapatkan oleh para pengusaha. Oleh karena itu, pengusaha harus mampu memahami tahapan pengambilan keputusan pembelian oleh pelanggan. Ini terjadi ketika konsumen memiliki masalah dan menyadari kebutuhan akan suatu produk dan manfaatnya. Kemudian, konsumen akan menemukan produk yang dibutuhkan, setelah itu konsumen menimbang dan memilih dari berbagai pilihan yang tersedia dan memilih salah satu yang sesuai dengan kebutuhannya (Trisno et al., 2020).

Keputusan pembelian memiliki peranan penting dalam menciptakan strategi pemasaran yang efektif dan efisien (Mendur et al., 2021). Menurut (Irwansyah et al., 2021) Keputusan pembelian merupakan pemikiran dimana individu mengevaluasi berbagai pilihan dan memutuskan pilihan pada suatu produk dari sekian banyak pilihan. Banyak cara yang bisa digunakan untuk meningkatkan minat beli konsumen misalnya, dengan memperhatikan faktor harga, kelengkapan produk dan kualitas pelayanan. Toko Agro Mart harus memperhatikan faktor tersebut sehingga berdampak pada keputusan pembelian dan konsumen akan melakukan pembelian berulang kali. Banyak faktor-faktor yang menjadi pertimbangan konsumen untuk melakukan keputusan pembelian sebuah produk, salah satunya 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. Harga juga dianggap sebagai pertukaran yang dinilai dengan satuan untuk manfaat yang diterima oleh konsumen atau mendapatkan hak atas produk tersebut (Jahroni et al., 2021). Melalui penetapan harga, pemasar bisa menjual dan memasarkan produknya sesuai dengan harga yang sudah ditetapkan. Kebijakan harga peritel merupakan faktor positioning yang sangat penting dan harus diputuskan dalam kaitannya dengan pasar yang di sasar, pembauran produk dan layanan yang diberikan, serta persaingan yang dihadapi. Hasil penelitian (Gunarsih et al., 2021; Jahroni et al., 2021; Wibowo et al., 2022) menyatakan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Namun berbeda dari hasil penelitian (Nasution et al., 2019) menyatakan bahwa harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Faktor selanjutnya yang mempengaruhi minat konsumen untuk melakukan pembelian adalah keragaman produk. Penyediaan kelengkapan produk yang baik tidak hanya menarik minat konsumen tetapi dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Hal ini terjadi tuntutan tersendiri bagi perusahaan untuk dapat memberikan kelengkapan produk agar konsumen muncul niat belinya dan terjadilah keputusan pembelian (Zainullah A & Satoto, 2022). Toko yang lengkap menjual semua diversifikasi yang ada pada tiap merek produk dan menjual tiap jenis produk banyak dipilih oleh konsumen.

Konsumen memilih toko berdasarkan kemampuannya dalam memenuhi kepuasan yang diharapkan konsumen salah satunya, yaitu tersedianya semua produk dalam satu tempat. Tersedianya semua jenis produk yang ditawarkan untuk dimiliki, dipakai atau di konsumsi oleh konsumen yang dihasilkan oleh suatu produsen (Rhodiyah & Indrasari, 2019). Hasil penelitian (Permatasari et al., 2020; Suhardi et al., 2020; Wibowo et al., 2022) menyatakan bahwa keragaman produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, sementara itu hasil penelitian dari (Badarudin et al., 2021) keberagaman produk tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.

Selanjutnya dalam keputusan pembelian, pelanggan tidak hanya membeli produk tetapi juga membeli pelayanan. Pelaku bisnis harus memberikan pelayanan yang baik serta memuaskan bagi para konsumen baik itu konsumen lama maupun konsumen baru, maka akan dapat memberikan pengaruh yang besar bagi citra toko tersebut. Menurut (Aryandi & Onsardi, 2020) kualitas pelayanan adalah suatu tingkat ukuran akan keunggulan yang diharapkan atas kualitas pelayanan yang dihubungkan dengan perkembangan harga atau tingkat perbandingan pengharapan kualitas jasa konsumen dengan kinerja perusahaan yang dirasakan konsumen untuk menjadi pengendali perkembangan suatu harga. Hasil penelitian (Agustin et al., 2022; Marsella et al., 2020) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, berbeda dengan hasil penelitian dari (Polla et al., 2018; Ramadani, 2020) menyatakan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Banyaknya toko pakan ternak yang berada di Kecamatan Puncu membuat konsumen dapat memilih dengan leluasa toko yang mereka hendaki. Artinya, banyaknya toko pakan ternak yang ada di Kecamatan Puncu menandakan adanya persaingan yang semakin ketat antar pelaku bisnis.

Tabel 1. 1 Daftar Toko Pakan Ternak Yang Berada di Kecamatan Puncu

No.	Nama Toko	Alamat Toko
1.	Agro Mart	Jl. Puncak Dusun Prapatan Desa Asmorobangun Kecamatan Puncu.
2.	Toko Sahabat Pakan	Jl. Puncak Dusun Jomblang Desa Asmorobangun Kecamatan Puncu.
3.	Gaffi Petshop	Dusun Jomblang Desa Asmorobangun Kecamatan Puncu.
4.	Toko Pakan Ternak	Jl. Brawijaya Desa Sidomulyo Kecamatan Puncu.
5.	Toko Bolank Sumber Maju	Jl. Gadungan-Kepung Desa Wonorejo Kecamatan Puncu.

Sumber : hasil observasi

Berdasarkan tabel di atas diketahui terdapat 5 toko pakan ternak yang terdapat di Kecamatan Puncu, salah satunya Toko Agro Mart. Toko Agro Mart merupakan salah satu toko pakan ternak yang berdiri pada tahun 2018 yang didirikan oleh Ibu Sudarti yang bertempat tinggal di Jl Puncak Dusun Prapatan Desa Asmorobangun Kecamatan Puncu. Dari hasil wawancara dan observasi, beberapa konsumen di toko Agro Mart mengatakan bahwa harga produknya kurang stabil sehingga membuat konsumen berpikir dua kali untuk membeli di toko Agro Mart karena masyarakat cenderung memilih toko yang harganya relatif murah. Selain harga yang kurang stabil di toko Agro Mart, toko tersebut memiliki kekurangan dalam kelengkapan produknya sehingga mengharuskan konsumen untuk membeli toko lain yang lebih jauh. Kualitas pelayanan yang

diberikan pada Toko Agro Mart berdasarkan hasil wawancara bahwa konsumen merasakan bahwa pelayanan yang diberikan cepat dan tanggap, mampu memberikan alternatif produk lain jika produk utama tidak ada.

Dari hasil penelitian terdahulu menunjukkan ada perbedaan pendapat dari setiap variabel yang mempengaruhi keputusan pembelian. Oleh karena itu, perlu melakukan analisis kembali faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian meliputi harga, keragaman produk dan kualitas pelayanan pada Toko Agro Mart Puncu Kediri yang terletak di Jl. Puncak Dusun Prapatan Desa Asmorobangun Kecamatan Puncu. Toko Agro Mart merupakan toko ritel yang bergerak di bidang peternakan. Toko Agro Mart menyediakan perlengkapan ternak, obat-obatan ternak dan pakan ternak.

Berdasarkan permasalahan tersebut, penulis tertarik untuk mengkaji dan menganalisis permasalahan tersebut. Melalui penelitian penelitian yang berjudul “**Analisis Pengaruh Harga, Keragaman Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Agro Mart Puncu Kediri**”. Diharapkan melalui penelitian yang diangkat penulis di atas, bisa menjadi bahan evaluasi bagi toko Agro Mart untuk kedepannya, sehingga bisa menarik konsumen lebih banyak dan mampu bersaing secara pasar.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka peneliti mengidentifikasi permasalahan sebagai berikut:

1. Di toko Agro Mart cenderung memiliki harga jual yang kurang stabil sehingga mempengaruhi keputusan pembelian.

2. Keberagaman produk di toko Agro Mart relatif kurang lengkap sehingga mempengaruhi keputusan pembelian.
3. Kualitas pelayanan yang cepat dan tanggap dapat meningkatkan keputusan pembelian.
4. Keputusan pembelian konsumen merupakan salah satu faktor yang sangat penting untuk keberlangsungan operasional toko Agro Mart.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang penulis angkat yaitu penentuan harga, keragaman produk dan pelayanan terhadap keputusan pembelian, untuk mengetahui tentang bagaimana analisis penentuan harga, keragaman produk dan pelayanan pada toko Agro Mart, maka penulis memberikan batasan mengingat keterbatasan penulis, yaitu:

1. Penelitian ini hanya mengacu pada harga, keragaman produk dan kualitas pelayanan yang mempengaruhi keputusan pembelian pada Toko Agro Mart Puncu Kediri.
2. Objek yang akan diteliti adalah Toko Agro Mart Puncu Kediri dengan pelanggan atau konsumen sebagai responden.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang di uraikan di atas, maka rumusan masalah yang diteliti adalah :

1. Adakah pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada toko Agro Mart Puncu Kediri?

2. Adakah pengaruh keragaman produk terhadap keputusan pembelian pada toko Agro Mart Puncu Kediri?
3. Adakah pengaruh pelayanan terhadap keputusan pembelian pada toko Agro Mart Puncu Kediri?
4. Adakah pengaruh secara simultan dan signifikan harga, keragaman produk dan pelayanan terhadap keputusan pembelian pada toko Agro Mart Puncu Kediri?

E. Tujuan Penelitian

Sesuai perumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian yakni untuk menganalisis :

1. Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada toko Agro Mart Puncu Kediri.
2. Pengaruh keragaman produk terhadap keputusan pembelian pada toko Agro Mart Puncu Kediri.
3. Pengaruh pelayanan terhadap keputusan pembelian pada toko Agro Mart Puncu Kediri.
4. Pengaruh harga, keragaman produk, dan pelayanan secara simultan dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada toko Agro Mart Puncu Kediri.

F. Manfaat Penelitian

Dengan dilakukannya penelitian ini, diharapkan dapat diperoleh beberapa manfaat, yaitu:

1. Manfaat Teoritis

- a. Hasil teoritis ini diharapkan dapat bermanfaat untuk memperkaya studi manajemen, khususnya tentang pengaruh harga, keragaman produk, dan pelayanan terhadap keputusan pembelian serta dapat digunakan sebagai bahan referensi bagi peneliti yang ingin mengkaji masalah yang sama.
- b. Bagi perguruan tinggi hasil penelitian diharapkan dapat menjadi dokumen akademik yang berguna untuk dijadikan acuan bagi aktivitas akademik khususnya Fakultas Ekonomi dan Bisnis program *studi* manajemen Universitas Nusantara PGRI Kediri.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Dengan penelitian ini penulis dapat membandingkan antara teori pemasaran yang diperoleh di bangku kuliah dengan praktik yang diterapkan.

b. Bagi Perusahaan

Dapat mengetahui sejauh mana peran harga, keragaman produk, dan pelayanan toko pada keputusan pembelian konsumennya. Selain itu berguna bagi manajemen Toko Agro Mart Puncu Kediri dalam mengambil kebijakan dan strategi pemasaran yang tepat untuk meningkatkan daya saing dan mempertahankan eksistensi toko di pasar yang semakin kompetitif.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, C., Samari, & Sardanto, R. (2022). *Analisis store atmosphere dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada toko kaki empat petcare*. 295–302.
- Almasdi, S. (2021). *Buku Metodologi Penelitian , Edisi Revisi Tahun 2021*. UR Press Pekanbaru.
- Aminuddin, H. (2021). *buku Manajemen Pemasaran dan Perilaku Konsumen (GCAINDO (ed.))*. CV. Diandra Primamitra Media.
- Anang, F. (2019). *Dr.M. Anang Firmansyah, SE., MM. (Cetakan Pe, Issue June)*. CV. Penerbit Qiara Media.
- Aryandi, J., & Onsardi. (2020). Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Ilmu & Riset Manajemen*, 1(8), 1–21.
- Badarudin, N., Tumbuan, W. J. F. A., & Ogi, I. W. J. (2021). Pengaruh Keragaman Produk, Lokasi, Suasana Toko, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Paragon Mart Kabupaten Kepulauan Sangihe. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(3), 313–322.
- Chandra, T., Chandra, S., & Hafni, L. (2020). *Service Quality, Consumer Satisfaction, dan Consumer Loyalty: Tinjauan Teoritis*. Purwokerto.
- Deviana, E., Situmorang, B., Gultom, R., Nadapdap, K., Sihite, M., Methodist, U., & Medan, I. (2019). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK*. 6(1), 38–49.
- Efendi, Purba, S. P. S., Lie, D., Chandra, E., Ervina, N., & Sofiyani. (2021). Pengaruh Brand Image Dan Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko BK Pematangsiantar. *Maker*, 1(1), 47–59. <http://jurnal.stiesultanagung.ac.id/index.php/strategic/article/view/6>
- Ghozali Imam. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Cet. VIII)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunarsih, C. M., Kalangi, J. A. F., & Tamengkel, L. F. (2021). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang. *Productivity*, 2(1), 69–72. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/productivity/article/view/32911/31075>
- Hapsari, B. C., & Astuti, S. R. T. (2022). Pengaruh Keragaman Produk dan

Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Ulang di Toko Online Lazada dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Diponegoro Journal of Management*, 11(2), 1–15.
<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/index>

Hardani, Nur, A., Helmina, A., Roushanfy, F., Jumari, U., Evi, U., & Ria, S. D. I. (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (A. Husnu (ed.); Issue March). CV. Pustaka Ilmu.

Indrasari, M. (2019). *PEMASARAN DAN KEPUASAN PELANGGAN*. Unitomo Press.

Irwansyah, R., Listya, K., Setiorini, A., Hanika, I., Hasan, M., Utomo, K., Bairizki, A., Lestari, A., Rahayu, D., Butarbutar, M., Nupus, H., Hasbi, I., Elvera, & Triwardhani, D. (2021). Perilaku Konsumen. In *Widana Bhakti Persada* (Vol. 3). Widana Bhakti Persada.

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.

Kotler, P., & Keller. (2010). *Marketing-Management* (ed.13 ed.). Erlangga.

Kusnadi, E., Tulhusnah, L., Minullah, & Pramesti, R. (2020). PENGARUH KERAGAMAN PRODUK, HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO RANI LOUHAN DI PAYANGAN BALI Edy. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis GROWTH*, 18(2), 163–178.

Marsella, D. D., Taufik, M., & Hartono. (2020). Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas Pelayanan dan Suasana Toko terhadap Keputusan Pembelian di Butik Nabila Lumajang. *Jobman: Journal of Organization and Business Management*, 2(4), 236–241.
<http://jkm.stiewidyagamalumajang.ac.id/index.php/jrm|236>

Melda, Sutomo, H., & Eviyati. (2015). *PENGARUH HARGA, KERAGAMAN PRODUK, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT PEMBELIAN PRODUK (Studi Kasus di Minimarket Toko Pasti Desa Bojongkulon Kecamatan Susukan Kabupaten Cirebon)*. 29(3), 9–15.

Mendur, M. E. M., Tawas, H. N., Arie, F. V, Harga, P. P., Produk, K., Atmosfer, D. A. N., Manajemen, J., & Ekonomi, F. (2021). *TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO IMMANUEL SONDER THE EFFECT OF PRICE PERCEPTION , PRODUCT QUALITY AND STORE ATMOSPHERE ON PURCHASING DECISIONS AT IMMANUEL SONDER STORES* *Jurnal EMBA Vol . 9 No . 3 Juli 2021 , Hal . 1077 - 1086*. 9(3), 1077–1086.

- Napitupulu, S., Tapiomas, N., & Tobink, R. (2021). *Manajemen Pemasaran* (II). Atalya Rileni Sudeco.
- Nasution, A. E., Putri, L. P., & Lesmana, M. T. (2019). Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Kepercayaan dan Karakteristik Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada 212 Mart di Kota Medan. *Proseding Seminar Nasional Kewirausahaan*, 1(1), 194–199. <http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/snk/article/view/3594/3325>
- Naufal, A. R., & Magnadi, R. H. (2017). Pengaruh Promosi, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Rahma Rahmi Collection). *Diponegoro Journal of Management*, 6(4), 1–9. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/17954>
- Noviyanti, I., Sunarsi, D., & Wijoyo, H. (2021). Pengaruh Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Alfamart Cabang Cipondoh. *Journal of Economic, Management, Accounting and Technology*, 4(1), 43–54. <https://doi.org/10.32500/jematech.v4i1.1447>
- Permatasari, I., Nurfarida, I. N., & Suroso, A. (2020). Pengaruh Keragaman Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Joyshop Malang. *Jurnal Riset Mahasiswa Manajemen*, 6(2), 1–5.
- Polla, F., Mananeke, L., & Taroreh, R. (2018). Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Indomaret Manado Unit Jalan Sea. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(4), 3068–3077. <https://doi.org/10.35794/emba.v6i4.21224>
- Rachman, T., Ritonga, H. M., Fikri, M., Siregar, N., Agustin, R. R., & Hidayat, R. (2018). Manajemen pemasaran. In *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952.
- Rahman, M. (2016). *BIROKRASI DAN PELAYANAN PUBLIK* (G. Wawan (ed.)). UNPAD PRESS.
- Ramadani, M. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Handphone. *IQTISHADEquity Jurnal MANAJEMEN*, 1(2), 36–46. <https://doi.org/10.51804/iej.v1i2.540>
- Razak, M. (2016). *PERILAKU KONSUMEN*. Alaudin University Press.
- Rhadiyah, M. M., & Indrasari, M. (2019). *Pelayanan Pada Decisión Buyer*. 27, 36–47.

- Sena, P., Aditya, W., Ainul, M., Yuniarti, R., Adrianus, H., Jan, S., Darwin, Atik, B., Maya, F., Rambu, N., Amruddin, Gazi, S., Tati, H., Santalia, T., Priskusanti, & Rasinus. (2022). *METODOLOGI PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF DAN KOMBINASI* (M. Arif (ed.)). Media Sains Indonesia.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif* (Setiyawarni (ed.); Kedua). Alfabeta.
- Suhardi, Y., Syachroni, A., Burda, A., & Darmawan, A. (2020). Pengaruh Keragaman Produk, Persepsi Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal STEI Ekonomi*, 29(02), 17–30. <https://doi.org/10.36406/jemi.v29i2.340>
- Trisno, S. D. L., Sepang, J. L., Supandi, A. S., Acuan, P. K., Harga, P., Keragaman, D. A. N., Anugerah, C. V, Tomohon, M., Manajemen, J., & Ekonomi, F. (2020). *TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA PADA CV . ANUGERAH MULIA TOMOHON THE INFLUENCE OF REFERENCE GROUPS , PRICE PERCEPTIONS AND PRODUCT DIVERSITY ON PURCHASING DECISIONS OF HONDA MOTORCYCLES ON Jurnal EMBA Vol . 8 No . 4 Oktober 2020 , Hal . 10. 8(4), 1091–1100.*
- Wibowo, A., Samari, & Ratnanto, S. (2022). Pengaruh Harga, Promosi Dan Keberagaman Produk Terhadap Minat Beli Pada Toko Sami Makmur. *Seminar Nasional ...*, 628–633. <https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/senmea/article/view/2080>
- Zainullah A, E., & Satoto, P. W. (2022). *(Studi Kasus Pada Toko Pakan Ternak Sopyonyono Muneng, Gumukmas – Jember) Anas Wahyu Zainullah. 1(11), 2243–2257.*
- Zusrony, E. (2021). *PERILAKU KONSUMEN Di Era Modern* (R. Kusumajaya (ed.)). YAYASAN PRIMA AGUS TEKNIK.