

PENGARUH HARGA DAN KELENGKAPAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO HARAPAN TANI SARADAN KABUPATEN MADIUN

Anisa Dwi Rosita¹⁾, Hari Purwanto²⁾

¹Universitas PGRI Madiun
anisadwirosita429@gmail.com

²Universitas PGRI Madiun
haripurwanto@unipma.ac.id

Abstract

This research is about the effect of price and product completeness on purchasing decisions at Harapan Tani Stores, Saradan, Madiun Regency. The purpose of this research is to find out whether there is an effect of price and product completeness on purchasing decisions. This research was conducted on consumers at Harapan Tani Store, Saradan, Kab. Madiun involving a research sample of 385 respondents. The method used is a quantitative approach using a non-probability sampling technique with a purposive sampling method developed from simple linear regression analysis. The results of this study indicate that price has an effect on purchasing decisions, product completeness has a significant effect on purchasing decisions. Simultaneously price and product completeness influence purchasing decisions at the Harapan Tani store, Saradan, Madiun Regency.

Keywords: Product Prices, Product Completeness, Purchasing Decisions.

Abstrak

Penelitian ini tentang Pengaruh Harga dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Harapan Tani, Saradan, Kabupaten Madiun. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh harga dan kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini dilakukan terhadap konsumen di Toko Harapan Tabi, Saradan, Kab. Madiun dengan melibatkan sampel penelitian sejumlah 385 responden. Metode yang digunakan yaitu dengan pendekatan kuantitatif menggunakan teknik pengambilan sampel *nonprobability* dengan metode *purposive sampling* yang dikembangkan dari analisis regresi linear sederhana. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian, kelengkapan produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Secara simultan harga dan kelengkapan produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada toko Harapan Tani, Saradan, Kabupaten Madiun.

Kata Kunci: Harga Produk, Kelengkapan Produk, Keputusan Pembelian.

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan Negara agraris dengan sebagian besar penduduknya memiliki mata pencarian dalam ruang lingkup pertanian. Oleh karena itu maka dituntut untuk berperan dalam perekonomian nasional melalui pembentukan penyediaan pangan, penyediaan pembukaan lapangan pekerjaan, serta dapat diharapkan untuk menambah pendapatan masyarakat Indonesia. Perkembangan dunia usaha pertanian semakin hari semakin banyak masyarakat yang berminat untuk membuka usaha toko obat pertanian, dengan keadaan ini menyebabkan persaingan bisnis antar toko pertanian.

Bisnis ritel dapat dipahami sebagai semua kegiatan yang terlibat dalam penjualan barang atau jasa secara langsung kepada konsumen akhir untuk penggunaan pribadi dan bukan penggunaan bisnis (Utami, 2010). Menurut Shopiah dan Syhabudhin (2008) kegiatan perdagangan besar dan perdagangan eceran sangatlah penting dalam proses peyaluran barang dan jasa. Serta tanpa adanya usaha perdagangan besar dan eceran, sulit bagi produsen untuk menyalurkan barangnya meskipun produsen dapat langsung menyalurkan barang kepada konsumen atau pada pengecer. Ritel/ pedagang eceran sering kali dianggap usaha yang hanya menjual produk. Akan tetapi, ritel juga menyediakan layanan jasa, seperti layanan jasa antar ke rumah – rumah ataupun jasa layanan lainnya yang mampu memberikan nilai tambah terhadap barang dan jasa yang akan dikonsumsi pelanggan akhir (Utami,2010).

Toko pertanian merupakan tempat penjualan produk pertanian yang dijalankan oleh petani atau kelompok tani. Banyaknya usaha toko obat pertanian di Kecamatan Saradan membuat persaingan menjadi ketat dan pemilik usaha berlomba – lomba untuk mempertahankan atau meningkatkan penjualan. Sebuah toko dikatakan mampu bersaing bila mampu menciptakan sebuah inovasi baru yang memberikan kepuasan bagi konsumennya, baik dari segi kualitas, harga produk, dan pemasarannya, sehingga dengan demikian konsumen dapat menentukan pilihannya. Persaingan seperti sekarang ini, perusahaan dituntut untuk menawarkan produk yang berkualitas dan mempunyai nilai lebih, sehingga tampak berbeda dengan produk pesaing.

Hama tanaman menjadi masalah yang sering kali harus dihadapi petani. Ketika hama tanaman muncul, maka tanaman menjadi terganggu pertumbuhannya, rusak, tak berbuah hingga mati. Ketika hama tanaman muncul, maka tanaman menjadi terganggu pertumbuhannya, rusak, tak berbuah hingga mati. Kegiatan pengendalian hama merupakan satu kegiatan yang bisa menentukan pada keberhasilan usaha tani, banyak petani yang saat melaksanakan

pengendalian hama ini tidak sesuai ajuran, karena kebiasaan petani menggunakan pestisida jor – joran tidak sesuai dengan prinsip yang tepat.

Untuk membasmi hama – hama tanaman, maka salah satu yang bisa dilakukan adalah dengan menggunakan pestisida. Pestisida adalah bahan atau zat kimia yang digunakan untuk membunuh hama, penyakit tumbuhan baik yang berupa tumbuhan, serangga maupun hewan lain yang nampak atau tidak nampak di mata kita. Berdasarkan jenis hama penyakit yang akan dikendalikan pestisida digolongkan menjadi 8 golongan di antaranya sebagai berikut : insektisida, herbisida, fungisida, rodentisida, nematisida, bacterisida, akarisisida, dan mulluskisida.

Fenomena toko pertanian adalah toko pertanian menjadi tempat penting bagi konsumen untuk memenuhi kebutuhan mereka terkait dengan produk pertanian. Salah satu toko pertanian ialah Toko Harapan Tani yang merupakan satu dari beberapa toko yang ada di Kecamatan Saradan, Kabupaten Madiun, Jawa Timur, guna untuk menyediakan sarana dan prasarana kebutuhan petani pada Desa Sukorejo Kecamatan Saradan, yang menjual berbagai macam varian model produk pertanian, mulai dari alat-alat keperluan pertanian, alat semprot pertanian (*sprayer*), penyedia bibit padi dan porang, pestisida hingga penyedia pupuk dengan jenis pupuk subsidi dan non subsidi yang beragam.

Namun sebelum konsumen membeli produk, konsumen terlebih dahulu memutuskan keputusan pembelian mereka dahulu tentang produk apa yang akan mereka beli, dimana individu mengevaluasi berbagai pilihan dan memutuskan pada suatu produk dari sekian banyaknya pilihan. Fenomena ini dapat diamati pada saat konsumen melakukan pembelian produk di toko obat pertanian, di mana mereka mempertimbangkan dan menentukan pilihan produk yang akan dibeli. Dalam persaingan yang semakin ketat, penting bagi toko pertanian untuk memahami faktor – faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Hasil penelitian Mursalim (2022) mengemukakan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Konsumen Online Shop Tokopedia.Com Di Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Negeri Medan. Penelitian Raquelita Febitasari (2022), menyatakan bahwa kelengkapan produk tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Minimarket di Kecamatan Barat. Namun, penelitian Lati Sari Dewi (2021) kelengkapan produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian di Koperasi Pegawai Bank Indonesia. Penelitian Rina Maharaja dan Rika Meihayani Ginting (2022) menunjukkan harga dan kelengkapan produk secara berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada toko bangunan Johor Mas Medan. Dan menurut Hasyim Ibrahim (2022) harga dan

kelengkapan produk secara simultan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian di toko Mutiara Fajar Gresik.

KAJIAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESA

Pemasaran

Menurut Imsar et al., (2023), pemasaran merupakan proses sosial dan managerial, suatu individu serta kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penawaran, penciptaan, dan pertukaran produk yang bernilai satu sama lain.

Keputusan Pembelian

Menurut (Kotler & Armstrong, 2018) keputusan pembelian konsumen merupakan keputusan untuk membeli merek yang paling disukai, tetapi dua faktor dapat muncul antara niat membeli dan keputusan membeli. Menurut (Tanady & Fuad, 2020) keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh bagaimana suatu proses pengambilan keputusan pembelian itu dilakukan. Menurut Yusuf dalam (Ernawati, 2021) keputusan pembelian adalah suatu pemikiran di mana individu mengevaluasi berbagai pilihan dan membuat pilihan pada suatu produk dari banyak pilihan.

Harga

Menurut Kotler dan Armstrong (2018:318), harga adalah sejumlah uang yang ditukarkan untuk sebuah produk atau jasa. Menurut (Shafa & Hariyanto, 2020) harga ialah sejumlah uang yang digunakan untuk mendapatkan produk – produk tertentu berupa barang atau jasa. Menurut (Nasution, 2019) harga adalah sejumlah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya. Lebih jauh lagi, harga adalah sejumlah nilai yang konsumen tukarkan untuk sejumlah manfaat dengan memiliki atau menggunakan suatu barang atau jasa. Harga memiliki persepsi yang berbeda – beda menurut pandangan setiap orang dalam menentukan keputusan pembelian.

Kelengkapan Produk

Menurut Kotler (2009:42) kelengkapan produk adalah tersedianya semua jenis produk yang ditawarkan untuk dimiliki, dipakai atau dikonsumsi oleh

konsumen yang dihasilkan oleh suatu produsen. Menurut Utami (2010:162), mengemukakan definisi kelengkapan produk adalah keragaman produk yang menyangkut kedalaman, luas, dan kualitas produk yang ditawarkan juga tersedia setiap saat di toko. Menurut Ma'ruf (2005:135) kelengkapan produk adalah kegiatan pengadaan barang – barang yang sesuai dengan bisnis yang dijalani toko (produk berbasis makanann, pakaian, barang kebutuhan rumah, produk umum, dan lain – lain atau kombinasi) untuk di sediakan dalam toko pada jumlah, waktu, dan harga yang sesuai untuk mencapai sasaran toko atau perusahaan ritel.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Analisis kuantitatif ini bertujuan untuk membuktikan adanya pengaruh Harga dan Kelengkapan Prosuok terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini bertujuan mengetahui pengaruh antara variabel *independen* terhadap variabel *dependen* secara parsial. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Kuesioner yang digunakan dalam peneliti ini adalah dengan menyebarkan langsung ke konsumen yang sedang berkunjung di objek penelitian. Sampel pada penelitian ini diperoleh dengan menggunakan *nonprobability sampling dengan metode purposive sampling* yang artinya teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu dengan jumlah 385 responden.

Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini dalah keputusan pembelian. Penelitian ini mendeteksi menggunakan teknik analisis statistika yang dikembangkan dari analisis regresi linear berganda (analisis jalur) dan menggunakan program SPSS.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Responden

Table 1 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1	Laki – laki	259	67%
2	Perempuan	126	33%

Total	385	100%
-------	-----	------

Sumber : Data Primer yang diolah (2023)

Merujuk pada tabel tersebut di atas, ditunjukkan bahwa 385 konsumen petani di Kecamatan Saradan Kabupaten Madiun yang menjadi responden dalam penelitian ini mayoritas berjenis kelamin laki-laki sebanyak 259 responden atau sebesar 67%, dan jenis kelamin perempuan sebanyak 126 responden atau sebesar 33%. Hal ini sejalan menurut BPS (2022) bahwasanya jumlah petani di Kabupaten Madiun didominasi oleh laki-laki.

Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengkaji kenormalan variabel yang diteliti apakah data tersebut berdistribusi normal atau tidak. Hal tersebut penting karena bila data setiap variabel tidak normal, maka pengujian hipotesis tidak bisa menggunakan statistic parametric (Sugiyono, 2020). Uji normalitas data bisa menggunakan uji *one sample kolmogorov smirnov* yang memberikan ketentuan sebagai berikut:

Table 2 Uji Normalitas

**Descriptive Statistics
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		385
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.39275797
Most Extreme Differences	Absolute	.051
	Positive	.051
	Negative	-.030
Test Statistic		.051
Asymp. Sig. (2-tailed)		.086 ^c

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Data Primer Diolah (2023)

Berdasarkan hasil uji normalitas pada tabel di atas, dapat diketahui dari ketiga (3) variabel yang diteliti meliputi harga, kelengkapan produk, dan keputusan pembelian memiliki nilai *Asymp. Sig.(2-tailed)* sebesar $0,86 > 0,05$ sehingga ketiga variabel dalam penelitian ini berdistribusi normal.

Uji Parsial (Uji T)

Menurut Sugiyono (2020) uji t merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah, yaitu yang menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih. Rancangan pengujian hipotesis digunakan untuk mengetahui korelasi dari kedua variabel yang diteliti. Pengukuran hipotesis dilakukan dengan cara sebagai berikut:

Table 3 Hasil Analisis Uji t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.598	.585		2.731	.007
	Harga	.237	.039	.243	6.071	.000
	KelengkapanProduk	.720	.040	.719	18.000	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data Primer Diolah (2023)

Berdasarkan hasil pengujian analisis tersebut di atas, variabel harga (X_1) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada toko Harapan Tani, sehingga hipotesis pertama diterima. Kelengkapan produk (X_2) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada toko Harapan Tani, sehingga hipotesis kedua diterima pada toko Harapan Tani, Saradan Kabupaten Madiun.

Koefisien Determinasi (R^2)

Besarnya proporsi/persentase sumbangan ini disebut koefisien determinasi berganda, dengan symbol R^2 . Untuk nilai koefisien determinasi dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Table 4 Tabel Koefisien Determinasi Berganda

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Model Summary ^b
					Durbin-Watson
1	.928 ^a	.862	.858	1.39640	1.979

a. Predictors: (Constant), KelengkapanProduk, Harga

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data Primer Diolah (2023)

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai Rsquare mendekati 1 yaitu 0,862, berarti ada pengaruh yang kuat antara variabel bebas dengan variable terikat. Untuk persentase sumbangan pengaruh harga dan kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian pada toko Harapan Tani sebagai berikut:

$$R_y^2 \times 100\% = 0,862 \times 100\%$$

$$= 86,2\%$$

Hal ini menunjukkan bahwa besarnya persentase pengaruh harga dan kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian pada toko Harapan Tani sebesar 86,2%. sedangkan sisanya yaitu 13,8% dipengaruhi variabel bebas lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Uji Simultan (Uji F)

Uji F dilakukan untuk melihat pengaruh dari seluruh variabel bebas secara bersama – sama terhadap variabel terikat. Hasil uji F dalam penelitian ini sebagai berikut :

Tabel 5 Hasil Analisis Uji F

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	6171.817	2	85.909	82.574	.000 ^b
	Residual	744.874	382	1.950		
	Total	6916.691	384			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), KelengkapanProduk, Harga

Sumber: Data Primer Diolah (2023)

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa besarnya $F_{hitung} = 82,574 > F_{tabel} = 3,087$ dengan tingkat signifikansi $F = 0,000 < \alpha = 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa secara simultan variabel harga dan kelengkapan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada toko Harapan Tani, sehingga hipotesis ketiga diterima. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi harga dan kelengkapan produk maka keputusan pembelian pada toko Harapan Tani juga meningkat.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada toko pertanian. Hal ini menunjukkan bahwa semakin murah harga produk yang dijual, maka keputusan pembelian konsumen terhadap toko pertanian semakin meningkat.
2. Kelengkapan produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada toko pertanian. Hal ini menunjukkan bahwa semakin lengkap produk yang dijual, maka keputusan pembelian konsumen terhadap toko pertanian semakin meningkat.
3. Harga dan kelengkapan produk berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian pada toko pertanian. Hal ini menunjukkan bahwa

semakin murah dan lengkap suatu produk yang dijual, maka keputusan pembelian konsumen terhadap toko pertanian semakin meningkat.

Saran

Berdasarkan kesimpulan dari penelitian ini maka dapat diberikan saran pada bagi peneliti lain untuk ikut mempertimbangkan sumbangan pengaruh variabel bebas lain yang mempengaruhi keputusan pembelian pada toko pertanian yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Alreza Anan Hafidzi :2013. Pengaruh Kelengkapan Produk dan Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Pada Mini Market Alfamart Jurnal EMBA Vol.1 ISSN 2301-1174
- Alwi, M. K. (2022). *Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Ud. Mahkota Motor Kecamatan Tegaldlimo Kabupaten Banyuwangi* (Doctoral dissertation, Uin Kiai Haji Achmad Siddiq Jember)
- Amanah, D., & Layla, A. A. (2019). Pengaruh harga dan kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian konsumen online shop tokopedia. com di fakultasekonomi jurusan manajemen Universitas Negeri Medan. *Liabilities (Jurnal Pendidikan Akuntansi)*, 2(2), 125-138.
- Edi Sucipto Tanady, M. Fuad. 2020. Analisis Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Tokopedia Di Jakarta. *Jurnal Manajemen* Vol. 9 No. 2.
- Farida, U., & Wijianto, W. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kelengkapan Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Perlengkapan Olahraga (Studi Kasus Konsumen Tukol Sport Ponorogo). *Isoquant: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 7(1), 156-169.
- Firmansyah, M. Anang. 2018. *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta: CV Budi Utama
- Hasyim, I. (2022). *Pengaruh Harga Dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Mutiara Fajar Gresik* (Doctoral dissertation, Universitas Gresik).
- I Made Dangsinawibawa :2014. Analisis Pengaruh Promosi, Kelengkapan Produk, Kualitas Pelayanan, Kenyamanan Berbelanja Terhadap Keputusan Pembelian Pada Waserba Tenera Asahan.

- Kotler dan Armstrong. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 15. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Ma'ruf, Hendri, 2005, *Pemasaran Ritel*, Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Maharaja, R., Purba, M. L., & Ginting, R. M. (2022). Pengaruh Harga Dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Bangunan Johor Mas Medan. *JURNAL Teknologi Kesehatan Dan Ilmu Sosial (Tekesnos)*, 4(2), 400-410
- Muchriady, M., Murniady, M., & Mursalim, M. (2022). The Effect Of Price And Product Completeness On Consumer Purchase Decisions At Indomaret Diponegoro Takalar. *SIMAK*, 20(02), 327-342.
- Mukti, A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Kedai Kirani Coffee. *Jurnal Bina Manajemen*, 10(1), 229-245.
- Nasution, A. E., & Lesmana, M. T. (2019). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Pada Alfamart di Kota Medan). *Prosiding Seminar Nasional Vokasi Indonesia*, 1(2), 83–88
- Sarahwati, Dini, Uswatul Chasanah (2020) *Pengaruh Harga Dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Amanda 2 Swalayan)*
- Senggetang, V., Mandey, S. L., & Moniharapon, S. (2019). Pengaruh Lokasi, Promosi Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Perumahan Kawanua Emerald City Manado. *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(1).
- Shafa, P. M., & Hariyanto, J. (2020). Pengaruh Harga, Ulasan Produk, Dan Metode Pembayaran Terhadap Keputusan Pembelian Dalam Berbelanja Online Melalui Aplikasi Shopee (Studi Kasus Pada Pengguna Aplikasi Shopee Di Bekasi).
- Sopiah. Syihabudhin. 2008. *Manajemen Bisnis Ritel*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. (2002). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Penerbit Andi.
- Utami, C. W. (2010). *Manajemen Ritel, Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat.
- Wibowo . (2014) . *Manajemen Kinerja* . Edisi Keempat . Jakarta : Rajawali Pers.

Zulkifli, A., & Anah, L. (2021). Pengaruh Harga dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian di B2 Variasi Motor Jombang. *BIMA: Journal of Business and Innovation Management*, 3(3), 259-270.