

Pengaruh Harga, Ketersediaan Produk, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Toko Tani Makmur

Toba Fathir Auladya¹, Ahmad Dwi Nurdiyanto²

¹Institut Teknologi dan Bisnis Semarang, Indonesia

E-mail: tobafathir0404@gmail.com¹, ad.nurdiyanto@gmail.com²

Article History:

Received: 24 Juli 2026

Revised: 18 Agustus 2026

Accepted: 05 September 2026

Keywords:

Harga;
Ketersediaan Produk; Kualitas
Pelayanan; Keputusan
Pembelian

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga, ketersediaan produk, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Toko Tani Makmur Kabupaten Kendal. Persaingan usaha di sektor ritel pertanian menuntut pelaku usaha untuk mampu menawarkan harga yang kompetitif, menjaga ketersediaan produk, serta memberikan kualitas pelayanan yang baik guna meningkatkan keputusan pembelian konsumen. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Populasi penelitian adalah seluruh konsumen Toko Tani Makmur Kabupaten Kendal, sedangkan sampel penelitian berjumlah 97 responden yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner dengan skala Likert, kemudian dianalisis menggunakan analisis regresi linier berganda dengan bantuan perangkat lunak SPSS versi 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan ketersediaan produk dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Secara simultan, harga, ketersediaan produk, dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa peningkatan ketersediaan produk dan kualitas pelayanan menjadi faktor utama yang perlu diperhatikan oleh pengelola toko dalam meningkatkan keputusan pembelian konsumen.

PENDAHULUAN

Sektor pertanian masih menjadi salah satu sektor strategis yang berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi di Kabupaten Kendal. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Kendal, nilai Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) lapangan usaha Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan atas dasar harga berlaku mengalami peningkatan dari Rp10,631 triliun pada tahun 2024 menjadi Rp11,153 triliun pada tahun 2025. Peningkatan tersebut menunjukkan bahwa aktivitas pertanian masih menjadi penggerak utama perekonomian daerah dan terus berkembang seiring meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap hasil pertanian. Kondisi

tersebut turut mendorong meningkatnya permintaan terhadap berbagai sarana produksi pertanian, seperti pupuk, benih, pestisida, dan alat pertanian yang disediakan oleh toko pertanian. Oleh karena itu, keberadaan usaha ritel pertanian memiliki peran penting dalam mendukung kelancaran aktivitas pertanian melalui penyediaan produk yang lengkap, harga yang kompetitif, serta pelayanan yang memuaskan. Di sisi lain, meningkatnya jumlah pelaku usaha pada sektor yang sama menyebabkan persaingan antar toko pertanian semakin ketat sehingga setiap pelaku usaha dituntut mampu menerapkan strategi pemasaran yang efektif untuk mempertahankan konsumen dan meningkatkan keputusan pembelian (Badan Pusat Statistik Kabupaten Kendal, 2025).

Dalam perspektif manajemen pemasaran, keputusan pembelian merupakan hasil dari proses evaluasi konsumen terhadap berbagai alternatif sebelum menentukan pilihan untuk membeli suatu produk. Keputusan tersebut dipengaruhi oleh berbagai faktor yang berasal dari dalam maupun luar diri konsumen, di antaranya harga, ketersediaan produk, dan kualitas pelayanan. Ketiga faktor tersebut merupakan bagian penting dalam bauran pemasaran yang dapat memengaruhi persepsi konsumen terhadap nilai yang diterima. Oleh karena itu, pemahaman mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian menjadi sangat penting sebagai dasar penyusunan strategi pemasaran yang mampu meningkatkan daya saing usaha.

Harga merupakan salah satu faktor yang paling mudah diperhatikan konsumen ketika akan melakukan pembelian. Konsumen umumnya akan membandingkan harga suatu produk dengan manfaat dan kualitas yang diperoleh sehingga harga sering dijadikan dasar dalam menentukan pilihan pembelian. Harga yang dianggap sesuai dengan kualitas produk dan kemampuan daya beli konsumen akan menciptakan nilai yang positif sehingga mendorong terbentuknya keputusan pembelian. Namun, pada kondisi persaingan usaha yang semakin tinggi, harga bukan lagi menjadi satu-satunya pertimbangan konsumen karena aspek lain, seperti ketersediaan produk dan kualitas pelayanan, juga memiliki pengaruh yang besar terhadap keputusan pembelian.

Selain harga, ketersediaan produk merupakan faktor yang sangat penting dalam usaha ritel pertanian. Konsumen mengharapkan produk yang dibutuhkan selalu tersedia ketika akan melakukan pembelian. Ketidaktersediaan produk dapat menyebabkan konsumen menunda pembelian bahkan beralih kepada toko pesaing yang mampu menyediakan produk sesuai kebutuhan. Bagi toko pertanian, kemampuan dalam menjaga ketersediaan berbagai jenis pupuk, benih, pestisida, maupun sarana produksi lainnya menjadi salah satu indikator keberhasilan dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Dengan demikian, pengelolaan persediaan yang baik akan memberikan kemudahan bagi konsumen dalam memperoleh produk sehingga berpotensi meningkatkan keputusan pembelian.

Kualitas pelayanan juga merupakan faktor penting yang memengaruhi perilaku konsumen. Pelayanan yang cepat, ramah, responsif, serta mampu memberikan informasi yang tepat mengenai produk akan menciptakan pengalaman berbelanja yang positif. Dalam konteks toko pertanian, pelayanan tidak hanya berkaitan dengan proses transaksi, tetapi juga mencakup kemampuan karyawan dalam memberikan rekomendasi produk sesuai kebutuhan petani. Pelayanan yang berkualitas akan meningkatkan kepercayaan konsumen sehingga mendorong mereka untuk melakukan pembelian dan berpotensi melakukan pembelian kembali pada masa yang akan datang.

Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa harga, ketersediaan produk, dan kualitas pelayanan memiliki hubungan dengan keputusan pembelian, meskipun hasil penelitian masih menunjukkan inkonsistensi. Penelitian Leonardo et al. (2023) menemukan bahwa harga

dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Sementara itu, penelitian Fadila Rahma dan Moeljono (2023) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian pada objek penelitian yang berbeda. Perbedaan hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa pengaruh masing-masing variabel dapat berbeda sesuai dengan karakteristik konsumen, jenis usaha, maupun kondisi pasar yang diteliti.

Selain adanya perbedaan hasil penelitian, sebagian besar penelitian terdahulu masih berfokus pada sektor ritel modern, produk kosmetik, makanan dan minuman, maupun e-commerce. Penelitian yang mengkaji perilaku konsumen pada sektor agribisnis, khususnya usaha ritel pertanian, masih relatif terbatas. Kondisi tersebut menunjukkan adanya research gap sekaligus menjadi novelty penelitian ini, yaitu menguji pengaruh harga, ketersediaan produk, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Toko Tani Makmur Kabupaten Kendal. Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian empiris dalam bidang manajemen pemasaran, khususnya mengenai perilaku konsumen pada sektor agribisnis, serta memberikan rekomendasi strategis bagi pengelola toko pertanian dalam meningkatkan daya saing usaha.

Toko Tani Makmur Kabupaten Kendal merupakan salah satu usaha ritel pertanian yang menyediakan berbagai kebutuhan sarana produksi pertanian bagi masyarakat. Dalam menjalankan usahanya, toko menghadapi berbagai tantangan, seperti persaingan dengan toko pertanian lain, perubahan harga produk yang dipengaruhi distributor, serta tuntutan konsumen terhadap ketersediaan produk dan kualitas pelayanan yang semakin tinggi. Kondisi tersebut menjadikan harga, ketersediaan produk, dan kualitas pelayanan sebagai faktor yang penting untuk dikaji karena diduga memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen.

Berdasarkan fenomena yang terjadi, hasil penelitian terdahulu, research gap, dan keterbatasan penelitian sebelumnya, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga, ketersediaan produk, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Toko Tani Makmur Kabupaten Kendal. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu manajemen pemasaran, khususnya pada sektor ritel pertanian, serta menjadi bahan pertimbangan bagi pengelola toko dalam merumuskan strategi pemasaran yang lebih efektif dan berorientasi pada kebutuhan konsumen.

METODE PENELITIAN

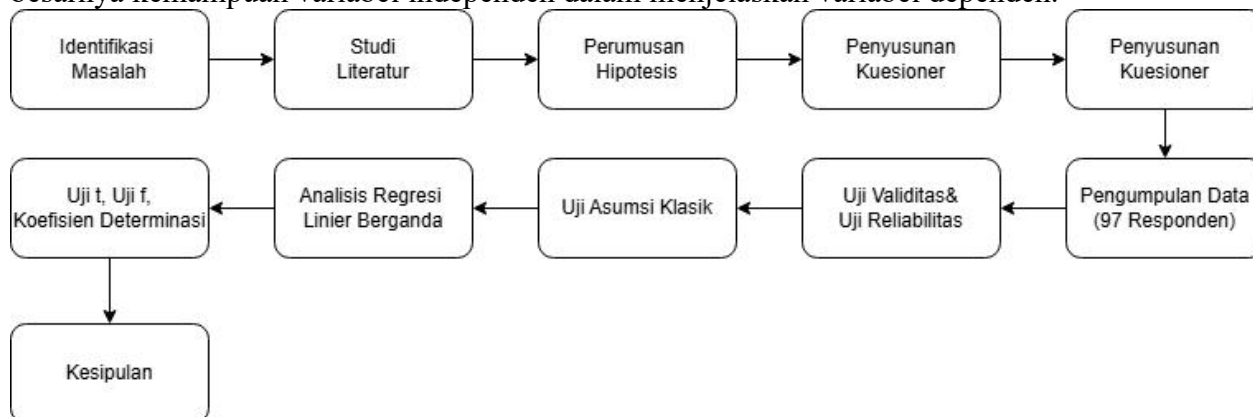
Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei untuk menganalisis pengaruh harga, ketersediaan produk, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Toko Tani Makmur Kabupaten Kendal. Pendekatan kuantitatif dipilih karena mampu menjelaskan hubungan antarvariabel melalui analisis statistik sehingga menghasilkan kesimpulan yang objektif berdasarkan data empiris.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Toko Tani Makmur Kabupaten Kendal. Sampel penelitian berjumlah 97 responden yang ditentukan menggunakan teknik purposive sampling, yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan kriteria tertentu, antara lain konsumen yang pernah melakukan pembelian di Toko Tani Makmur dan bersedia menjadi responden penelitian. Data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner menggunakan skala Likert lima tingkat, sedangkan data sekunder diperoleh dari buku, jurnal ilmiah, serta dokumen yang relevan dengan penelitian.

Variabel independen dalam penelitian ini terdiri atas Harga (X_1), Ketersediaan Produk (X_2), dan Kualitas Pelayanan (X_3), sedangkan variabel dependen adalah Keputusan Pembelian (Y). Sebelum dilakukan analisis, instrumen penelitian diuji menggunakan uji validitas dan uji

reliabilitas untuk memastikan bahwa setiap indikator layak digunakan sebagai alat pengumpulan data.

Analisis data dilakukan menggunakan bantuan perangkat lunak IBM SPSS Statistics versi 25. Tahapan analisis meliputi analisis deskriptif, uji instrumen (validitas dan reliabilitas), uji asumsi klasik yang terdiri atas uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas, kemudian dilanjutkan dengan analisis regresi linier berganda. Pengujian hipotesis dilakukan melalui uji parsial (uji t), uji simultan (uji F), serta koefisien determinasi (R^2) untuk mengetahui besarnya kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen.



Gambar 1. Diagram Alur Penelitian

Sumber: diolah peneliti (2026)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Karakteristik responden dalam penelitian ini disajikan berdasarkan jenis kelamin. Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner kepada 97 responden, diketahui bahwa mayoritas responden berjenis kelamin laki-laki sebanyak 74 orang (76,3%), sedangkan responden perempuan berjumlah 23 orang (23,7%). Hasil tersebut menunjukkan bahwa konsumen Toko Tani Makmur Kabupaten Kendal didominasi oleh laki-laki. Kondisi ini sejalan dengan karakteristik usaha ritel pertanian yang sebagian besar konsumennya merupakan petani atau pelaku usaha pertanian yang umumnya berjenis kelamin laki-laki.

Tabel 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

		Frequency	Percent
Valid	Laki - Laki	74	76.3
	Perempuan	23	23.7
	Total	97	100.0

Sumber : Data primer Diolah (2026)

Hasil Analisis regresi linier berganda

Analisis regresi linier berganda dilakukan untuk mengetahui pengaruh harga, ketersediaan produk, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Toko Tani Makmur Kabupaten Kendal. Hasil analisis regresi menunjukkan persamaan sebagai berikut:

$$Y = 7,857 + 0,020X_1 + 0,111X_2 + 0,181X_3$$

Persamaan tersebut menunjukkan bahwa seluruh koefisien regresi bernilai positif. Hal ini mengindikasikan bahwa peningkatan harga yang sesuai, ketersediaan produk, maupun kualitas pelayanan cenderung diikuti oleh peningkatan keputusan pembelian konsumen. Namun demikian, signifikansi masing-masing variabel perlu dianalisis melalui uji parsial (uji t).

Tabel 2 Hasil Analisis regresi linier berganda

		B	T	Sig.
1	(Constant)	7.857	2.750	0.007
	HargaX1	0.020	0.299	0.765
	Ketersediaan ProdukX2	0.111	1.004	0.318
	Kualitas PelayananX3	0.181	3.013	0.003

Sumber: Hasil olah data SPSS (2026).

Hasil Uji Simultan (Uji F)

Pengujian simultan dilakukan untuk mengetahui pengaruh harga, ketersediaan produk, dan kualitas pelayanan secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian.

Tabel 3 Hasil Uji F

F Hitung	Sig.
5,352	0,002

Sumber: Hasil olah data SPSS (2026).

Nilai signifikansi sebesar 0,002 ($<0,05$) menunjukkan bahwa harga, ketersediaan produk, dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Dengan demikian, model regresi yang digunakan dalam penelitian ini layak digunakan untuk menjelaskan hubungan antarvariabel.

Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 4 Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.384 ^a	0.147	0.120	1.171

Sumber: Hasil olah data SPSS (2026).

Nilai Adjusted R Square sebesar 0,120 menunjukkan bahwa variabel harga, ketersediaan produk, dan kualitas pelayanan mampu menjelaskan 12,0% variasi keputusan pembelian konsumen. Sementara itu, 88,0% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian, seperti promosi, lokasi usaha, citra toko, kualitas produk, kepercayaan konsumen, maupun faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

PEMBAHASAN

Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian

Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga memiliki koefisien regresi sebesar 0,020 dengan nilai signifikansi 0,765, sehingga harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Temuan ini menunjukkan bahwa harga bukan merupakan pertimbangan utama konsumen dalam melakukan pembelian di Toko Tani Makmur Kabupaten Kendal. Sebagian besar konsumen lebih mengutamakan kemudahan memperoleh produk pertanian yang dibutuhkan dibandingkan mempertimbangkan perbedaan harga yang relatif kecil. Dengan demikian, perubahan harga tidak secara langsung memengaruhi keputusan pembelian konsumen pada objek penelitian.

Pengaruh Ketersediaan Produk terhadap Keputusan Pembelian

Ketersediaan produk memperoleh nilai signifikansi sebesar 0,318, sehingga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil ini menunjukkan bahwa meskipun

koefisien regresinya bernilai positif, ketersediaan produk belum mampu memberikan pengaruh yang nyata terhadap keputusan pembelian. Kondisi tersebut dapat disebabkan karena sebagian besar produk yang dibutuhkan konsumen telah tersedia secara merata di berbagai toko pertanian, sehingga keberadaan stok produk tidak lagi menjadi faktor pembeda utama dalam menentukan keputusan pembelian.

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian

Kualitas pelayanan memiliki koefisien regresi sebesar 0,181 dengan nilai signifikansi 0,003, yang menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, semakin tinggi pula keputusan pembelian konsumen. Pelayanan yang cepat, ramah, responsif, serta kemampuan karyawan dalam memberikan informasi mengenai produk pertanian mampu meningkatkan kepercayaan konsumen untuk melakukan pembelian. Oleh karena itu, kualitas pelayanan menjadi faktor yang paling dominan dalam memengaruhi keputusan pembelian pada Toko Tani Makmur Kabupaten Kendal.

Pengaruh Harga, Ketersediaan Produk, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian

Hasil uji simultan menunjukkan nilai F hitung sebesar 5,352 dengan tingkat signifikansi 0,002, sehingga harga, ketersediaan produk, dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut saling melengkapi dalam membentuk keputusan pembelian konsumen. Meskipun secara parsial hanya kualitas pelayanan yang berpengaruh signifikan, kombinasi ketiga variabel tetap memberikan kontribusi terhadap keputusan pembelian. Namun demikian, nilai Adjusted R^2 sebesar 0,120 menunjukkan bahwa kemampuan model dalam menjelaskan keputusan pembelian masih relatif rendah, sehingga terdapat faktor-faktor lain di luar penelitian yang juga memengaruhi perilaku pembelian konsumen.

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga, ketersediaan produk, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Toko Tani Makmur Kabupaten Kendal. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial harga dan ketersediaan produk belum memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Temuan ini mengindikasikan bahwa konsumen tidak hanya mempertimbangkan aspek harga maupun ketersediaan produk ketika melakukan pembelian, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dianalisis dalam penelitian ini. Sebaliknya, kualitas pelayanan terbukti memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, sehingga menjadi faktor yang paling dominan dalam mendorong konsumen untuk melakukan pembelian di Toko Tani Makmur Kabupaten Kendal. Selain itu, pengujian secara simultan menunjukkan bahwa harga, ketersediaan produk, dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen.

Secara teoritis, hasil penelitian ini memperkuat konsep manajemen pemasaran yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor penting dalam membentuk perilaku pembelian konsumen. Pada konteks usaha ritel pertanian, pelayanan yang cepat, responsif, ramah, serta mampu memberikan informasi yang sesuai dengan kebutuhan konsumen terbukti lebih berperan dibandingkan persaingan harga semata. Temuan ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian perilaku konsumen pada sektor agribisnis, khususnya pada usaha ritel pertanian yang masih relatif jarang menjadi objek penelitian dibandingkan sektor

ritel modern.

Dari sisi praktis, pengelola Toko Tani Makmur disarankan untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan melalui peningkatan kompetensi karyawan, pemberian informasi produk yang lebih lengkap, serta pelayanan yang lebih responsif terhadap kebutuhan konsumen. Meskipun harga dan ketersediaan produk tidak berpengaruh signifikan secara parsial, kedua aspek tersebut tetap perlu dipertahankan agar mampu mendukung kualitas layanan secara keseluruhan dan menjaga kepuasan konsumen. Selain itu, pengelola toko juga perlu mempertimbangkan strategi pemasaran lain, seperti program promosi, peningkatan kualitas produk, penguatan hubungan dengan pelanggan, dan pemanfaatan media digital sebagai upaya meningkatkan keputusan pembelian.

Penelitian ini memiliki keterbatasan karena hanya menggunakan tiga variabel independen dengan kemampuan model menjelaskan keputusan pembelian yang masih relatif terbatas. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain, seperti promosi, kualitas produk, citra toko, lokasi usaha, kepuasan konsumen, kepercayaan konsumen, maupun loyalitas pelanggan, sehingga diperoleh model yang lebih komprehensif dalam menjelaskan faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian pada sektor ritel pertanian.

DAFTAR REFERENSI

- Badan Pusat Statistik Kabupaten Kendal. (2025). Produk Domestik Regional Bruto Kabupaten Kendal Menurut Lapangan Usaha 2025. Badan Pusat Statistik Kabupaten Kendal.
- Ghozali, I. (2021). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26 (10th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). Marketing Management (16th Global ed.). Pearson Education.
- Leonardo, A., dkk. (2023). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, xx(x), xx-xx.
- Rahma, F., & Moeljono. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, xx(x), xx-xx.
- Sugiyono. (2022). Metode Penelitian Kuantitatif. Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2020). Strategi Pemasaran (5th ed.). Andi.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2020). Service, Quality & Customer Satisfaction (5th ed.). Andi.