



UIN SUSKA RIAU

© Hak Cipta milik UIN



Hak Cipta Dilindungi Undang-Unda

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak meugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI HARGA DAN KERAGAMAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN OBAT PERTANIAN DI DESA KOTABARU KECAMATAN KERITANG



OLEH:

MEGA

12070121775

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU

PEKANBARU

2025



UIN SUSKA RIAU

SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI HARGA DAN KERAGAMAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN OBAT PERTANIAN DI DESA KOTABARU KECAMATAN KERITANG

Diajukan untuk memenuhi serta melengkapi syarat-syarat untuk mencapai gelar sarjana strata 1 (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau



OLEH:

MEGA

12070121775

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU

PEKANBARU

2025

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak mengujikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : MEGA
NIM : 12070121775
PROGRAM STUDI : S1 MANAJEMEN
KONSENTRASI : MANAJEMEN PEMASARAN
FAKULTAS : EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
SEMESTER : X (SEPULUH)
JUDUL : PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI HARGA DAN KERAGAMAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN OBAT PERTANIAN DI DESA KOTA BARU KECAMATAN KERITANG

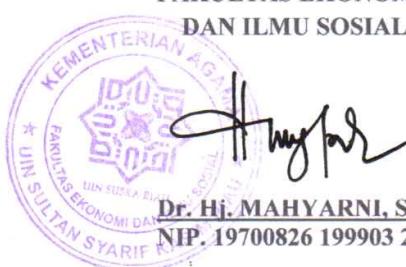
DISETUJUI OLEH :

PEMBIMBING

Dr. JULINA, S.E., M.Si
NIP. 19730722 199903 2 001

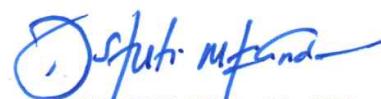
MENGETAHUI :

DEKAN
FAKULTAS EKONOMI
DAN ILMU SOSIAL



Dr. Hj. MAHYARNI, S.E., MM
NIP. 19700826 199903 2 001

KETUA PROGRAM STUDI
S1 MANAJEMEN



ASTUTI MEFLINIA, SE., MM
NIP. 19720513 200701 2 018

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Mega
Nim : 12070121775
Program Studi : S1 Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul : Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Obat Pertanian Di Desa Kotabaru Kecamatan Keritang
Tanggal Ujian : 12 Juni 2025

TIM PENGUJI

Ketua
Astuti Meflinda, SE.,MM
NIP. 19720513 200701 2 018

Sekretaris
Ermansyah, SE.,MM
NIP. 19850328 202321 1 011

Pengaji 1
Dr. Dony Martias SE.,MM
NIP. 19760306 200710 1 004

Pengaji 2
Ferizal Rachmad SE., MM
NIP. 19750216 201411 1 001

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Mega
NIM : 12070121775
Tempat/Tgl. Lahir : Kuala Tungkal, 13 Juli 2001
Fakultas/Pascasarjana : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Prodi : Manajemen

Judul Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya*:

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI HARGA DAN
KERAGAMAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN OBAT
PERTANIAN DI DESA KOTABARU KECAMATAN KERTANG

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa:

1. Penulisan Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya* dengan judul sebagaimana tersebut diatas adalah hasil pemikiran dan penelitian saya sendiri.
2. Semua kutipan pada karya tulisa saya ini sudah disebutkan sumbernya.
3. Oleh karena itu Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya* saya ini, saya nyatakan bebas dari plagiat.
4. Apabila dikemudian hari terbukti terdapat plagiat dalam penulisan Disertasi/Thesis/Skripsi/(Karya Ilmiah lainnya*) saya tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan.

Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan kesadaran dan tanpa paksaan dari pihak manapun juga.

Pekanbaru, April 2025



(Mega)



UN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI HARGA DAN KERAGAMAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN OBAT PERTANIAN DI DESA KOTABARU KECAMATAN KERITANG

Oleh:

MEGA
NIM : 12070121775

Keputusan pembelian adalah keputusan final konsumen untuk membeli atau tidaknya suatu barang dan jasa dengan membandingkan banyak pertimbangan. Ketika melakukan keputusan pembelian, seringkali terdapat berberapa pilihan antara dua atau lebih alternatif. Ada pun tujuan dilakukannya penelitian ini untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Obat Pertanian di Desa Kotabaru Kecamatan Keritang. Populasi dalam penelitian ini adalah orang yang membeli obat pertanian di Desa Kotabaru. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan metode purposive sampling, dengan jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini sebanyak 100 Responden. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarluaskan kuesioner. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan analisis data regresi linear berganda. Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial Kualitas Pelayanan;Persepsi Harga;Keragaman Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian obat pertanian. Secara simultan Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga dan Keragaman Produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian obat pertanian di Desa Kotabaru Kecamatan Keritang. Hasil Koefisien Determinasi (R^2) menunjukkan bahwa besarnya pengaruh dari ketiga variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya sebesar 80,3%, sedangkan sisanya 19,7% merupakan variabel lain yang tidak diteliti kedalam penelitian ini.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Keragaman Produk, Keputusan Pembelian

UIN SUSKA RIAU



UIN SUSKA RIAU

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY, PRICE PERCEPTIONS AND PRODUCT DIVERSITY ON PURCHASING DECISIONS FOR AGRICULTURAL DRUG IN KOTABARU VILLAGE, KERITANG DISTRICT

By:

MEGA
NIM : 12070121775

Purchasing decisions are final consumer decisions to buy or not a good and service by comparing many considerations. When making a purchase decision, there are often several choices between two or more alternatives. There is also the purpose of this study to determine the effect of service quality, price perceptions and product diversity on purchasing decisions for agricultural drugs in Kotabaru Village, Keritang District. The population in this study were people who bought agricultural medicine in Kotabaru Village. The sampling technique in this study used purposive sampling method, with the number of samples taken in this study as many as 100 respondents. Data collection was carried out by distributing questionnaires. The method used in this research is quantitative with multiple linear regression data analysis. Based on the results of this study indicate that partially Service Quality; Price Perception; Product Diversity has a positive and significant effect on purchasing decisions for agricultural drugs. Simultaneously Service Quality, Price Perception and Product Variety affect the decision to purchase agricultural drugs in Kotabaru Village, Keritang District. The results of the Coefficient of Determination (R^2) show that the magnitude of the influence of the three independent variables together on the dependent variable is 80.3%, while the remaining 19.7% is another variable not examined in this study.

Keywords: *Service Quality, Price Perception, Product Diversity, Purchase Decision*

UIN SUSKA RIAU



UIN SUSKA RIAU

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Warahmatullah Wabarakatuh.

Alhamdulillahirobbil'alamin

Segala puji dan syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat, karunia dan hidayah-Nya yang diberikan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Alhamdulillah, penulis telah dapat menyelesaikan penelitian skripsi ini yang berjudul "**Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Obat Pertanian di Desa Kotabaru Kecamatan Keritang**".

Penulisan skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi studi strata satu (S1) Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Penulis mengucapkan terimakasih banyak kepada yang teristimewa untuk kedua orang tua tercinta, Almarhum Bapak Sugeni dan Ibu Masita yang tak pernah berhenti mendoakan, mendukung penulis dalam bentuk perhatian, kasih sayang dengan penuh cinta dan semangat yang tiada hentinya mengalir dan mencukupi segala kebutuhan materi maupun non materi dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis juga menyadari tanpa bantuan, bimbingan, saran dan fasilitas berbagai pihak , skripsi ini tidak dapat terselesaikan dengan baik. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :



UN SUSKA RIAU

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

1. Bapak Prof. Dr. Hj. Leny Nofianti, MS., S.E., M.Si., AK., CA selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
2. Ibu Dr. Mahyarni, S.E., M.M, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
3. Bapak Dr. Kamaruddin, S.Sos., M.Si selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
4. Bapak Dr. Mahmuzar, M.Hum selaku Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
5. Ibu Dr. Julina, S.E., M.Si selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, dan juga sebagai Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu, membuka pikiran penulis, memberi motivasi, bimbingan, arahan, saran-saran kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi.
6. Ibu Astuti Meflinda, S.E., M.M selaku Ketua Prodi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
7. Bapak Fakhrurozi, S.E., M.M selaku sekretaris Prodi S1 Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Islam Negeri (UIN) Sultan Syarif Kasim Riau.
8. Bapak Ilham Chanra Putra S.E., M.M selaku penasehat akademik yang telah memberikan bimbingan kepada penulis selama masa perkuliahan di Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim



UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan selama masa perkuliahan.

10 Seluruh Staf dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

11 Terimakasih kepada kakak saya Rina Octavia dan suaminya Sulaiman, abang saya Agus Setiyawan, Amiruddin, Afrizal dan adek saya Dahlia atas dukungannya secara moril maupun material, terimakasih juga atas segala doa, dukungan, motivasi serta semangat dan perhatian yang sangat luar biasa diberikan kepada penulis.

12. Terimakasih kepada Hijri Aprianto yang selalu memotivasi penulis dan memberikan semangat kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
13. Terimakasih kepada sahabat penulis Elmi Navelia, Mutia Saputri, Rismawati, Khairunnisa, Kurnia Laela Sadiah, Resti Marlinda yang selalu memberikan motivasi, dukungan kepada penulis dan selalu siap mendengarkan keluh kesah penulis.

Akhir kata penulis mohon maaf atas segala kekhilafan. Penulis menyadari bahwa masih terdapat kekurangan dan kelemahan pada penulisan skripsi ini. Oleh karena itu, dengan kerendahan hati penulis sangat mengharapkan kritik maupun saran yang bersifat membangun yang bertujuan untuk menyempurnakan isi dari skripsi ini di tengah-tengah masyarakat.

Wassalamuallaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Pekanbaru, 13 Maret 2025
Penulis,

MEGA
NIM: 12070121775

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
1.5 Rencana dan Sistematika Penulisan.....	12
BAB II TELAAH PUSTAKA	14
2.1 Pengertian Pemasaran	14
2.1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran	14
2.2 Keputusan Pembelian	15
2.2.1 Proses Keputusan Pembelian	15
2.2.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen ...	17
2.2.3 Indikator Keputusan Pembelian Konsumen.....	18
2.3 Kualitas Pelayanan	18
2.3.1 Ciri-ciri Pelayanan Yang Baik	20
2.3.2 Indikator Kualitas Pelayanan	20
2.4 Persepsi Harga	21
2.4.1 Dimensi Persepsi Harga	22
2.4.2 Indikator Persepsi Harga.....	22
2.5 Keragamanan Produk.....	23
2.5.1 Pengertian Produk	23
2.5.2 Pengertian Keragaman Produk	24
2.5.3 Dimensi Keragaman Produk	25
2.5.4 Indikator Keragaman Produk	25
2.6 Pandangan Islam Tentang Variabel Penelitian	26
2.6.1 Pandangan Islam Tentang Variabel Kualitas Pelayanan	26



UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.7 Penelitian Terdahulu.....	28
2.8 Pengaruh Antar Variabel	31
2.8.1 Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian	31
2.8.2 Hubungan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	31
2.8.3 Hubungan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian....	32
2.8.4 Hubungan Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	33
2.9 Variabel Penelitian.....	34
2.10 Kerangka Pemikiran	35
2.11 Konsep Operasional Variabel.....	35
BAB III METODE PENELITIAN	38
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	38
3.2 Jenis dan Sumber Data	38
3.2.1 Data Primer	38
3.2.2 Data Sekunder.....	38
3.3 Populasi dan Sampel.....	39
3.3.1 Populasi.....	39
3.3.2 Sampel.....	39
3.4 Metode Pengumpulan Data	41
3.4.1 Angket atau kuesioner.....	41
3.4.2 Dokumentasi	41
3.4.3 Skala Pengukuran Data	41
3.5 Metode Analisis Data	42
3.6 Uji Kualitas Data	42
3.6.1 Uji Validitas.....	42
3.6.2 Uji Reliabilitas	43
3.6.3 Uji Asumsi Klasik.....	43
3.6.4 Uji Normalitas.....	43
3.6.5 Uji Multikolinearitas.....	44
3.6.6 Uji Heterokedastisitas	44
3.6.7 Uji Autokorelasi.....	45
3.7 Analisis Regresi Linear Berganda	45
3.8 Uji Hipotesis	46
3.8.1 Uji Parsial (Uji T)	46
3.8.2 Uji Simultan (Uji F).....	47



UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3.9 Uji Koefisien Determinasi (R2).....	47
BAB IV GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	49
4.1 Sejarah Singkat Toko Pertanian Di Desa Kotabaru.....	49
4.1.1 Sejarah Singkat Toko Damai Tani 2	49
4.1.2 Sejarah Singkat Toko UD Tegar Tani	50
4.1.3 Sejarah Singkat Toko Usaha Tani.....	51
4.1.4 Sejarah Singkat Toko Damai Tani	51
4.2 Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	52
4.2.1 Sejarah Desa Kotabaru Kecamatan Keritang.....	52
4.2.2 Kondisi Geografis Desa	53
4.2.3 Pembagian Wilayah Desa	53
4.2.4 Visi Dan Misi Desa Kotabaru Kecamatan Keritang	54
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN	56
5.1 Karakteristik Responden.....	56
5.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	56
5.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	56
5.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	57
5.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Perkerjaan	57
5.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Toko Pembelian.....	58
5.1.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Obat Pertanian	58
5.1.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian	59
5.1.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Tanaman Perkebunan	59
5.2 Deskripsi Variabel	60
5.2.1 Analisis Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian	60
5.2.2 Analisis Deskripsi Variabel Kualitas Pelayanan.....	61
5.2.3 Analisis Deskripsi Variabel Persepsi Harga	62
5.2.4 Analisis Deskripsi Variabel Keragaman Produk	63
5.3 Uji Kualitas Data	64
5.3.1 Uji Validitas	64
5.3.2 Uji Reliabilitas	65
5.4 Uji Asumsi Klasik	66
5.4.1 Uji Normalitas.....	66
5.4.2 Uji Multikolinearitas.....	67
5.4.3 Uji Heteroskedastisitas.....	68



UN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

5.4.4 Uji Autokorelasi.....	69
5.5 Uji Analisis Linear Berganda	70
5.6 Uji Hipotesis Penelitian	72
5.6.1 Uji Secara Parsial (Uji T).....	72
5.6.2 Uji Secara Simultan (Uji F)	74
5.6.3 Uji Koefisien Determinasi (R ²)	75
5.7 Pembahasan	76
5.7.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian.....	76
5.7.2 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian	77
5.7.3 Pengaruh Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian	77
5.7.4 Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	78
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....	79
6.1 Kesimpulan	79
6.2 Saran	80
DAFTAR PUSTAKA	81
LAMPIRAN.....	82

UIN SUSKA RIAU

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

- 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR TABEL



UIN SUSKA RIAU

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

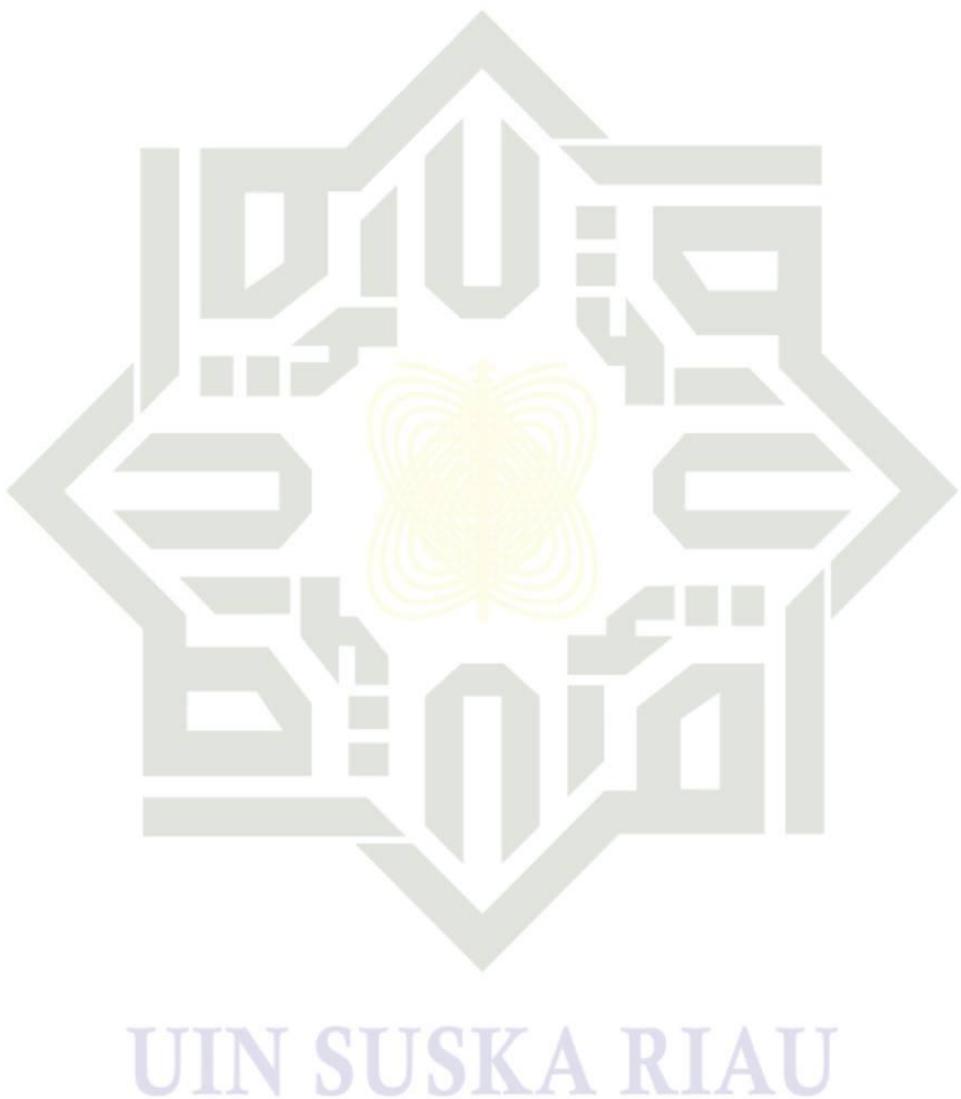
© Hak Cipta milik UIN Suska Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	35
-------------------------------------	----



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak rugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB I**PENDAHULUAN****1. Latar Belakang**

Perkembangan dunia bisnis saat ini sangat pesat, membuat para pelaku bisnis harus saling bersaing untuk menarik para konsumen. Para pelaku bisnis dituntut untuk lebih kreatif dan inovatif agar dapat bertahan di tengah persaingan yang semakin ketat. Perusahaan diharapkan mampu untuk memenuhi apa yang diinginkan dan dibutuhkan oleh para konsumen. Karena konsumen saat ini sudah mulai kritis dan cerdas dalam memilih produk mana yang mereka butuhkan dan bagaimana manfaatnya untuk mereka. Sehingga perusahaan harus bisa memahami perkembangan dan kebutuhan yang diinginkan oleh konsumen, dengan terus meningkatkan kekuatan yang dimiliki (Trisno et al., 2020).

Pertanian merupakan salah satu sektor yang memegang peranan penting dalam bidang perekonomian Indonesia. Keadaan geografis Negara Indonesia yang merupakan wilayah tropis, beriklim basah, serta berada di wilayah khatulistiwa yang sangat cocok dan mendukung untuk digunakan dalam bercocok tanam (Al Amin et al., 2023). Toko pertanian merupakan tempat penjualan produk pertanian yang dijalankan oleh petani atau kelompok tani. 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 (Rosita & Purwanto, 2023).

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Kecamatan Keritang merupakan salah satu Kecamatan yang memiliki potensi yaitu penghasil beras, kelapa dan sawit sebagian besar sumber mata pencarian masyarakat Kecamatan Keritang adalah petani. Dengan mengandalkan sektor pertanian maka masyarakat perlu menjaga dan meningkatkan produktivitas hasil pertanian. Untuk meningkatkan produktivitasnya para petani tentu membutuhkan pupuk serta obat-obatan pertanian, dengan diperlukannya kebutuhan para petani membuat berberapa ritel pertanian bermunculan.

Berdasarkan observasi yang peneliti lakukan pada toko pertanian di Kecamatan Keritang terdapat 12 toko pertanian yang berdiri. Berikut adalah daftar nama toko pertanian yang ada di Kecamatan Keritang.

**Tabel 1.1
Daftar Toko Pertanian Yang Berada Di Kecamatan Keritang**

No	Nama Toko	Alamat
1	Toko Damai Tani 2	Jl. Pesisir, Kotabaru, Kec. Keritang
2	Usaha Tani	Jl. Pemuda, Kotabaru Kec. Keritang
3	UD Tegar Tani	Jl. Pesisir, Kotabaru Kec. Keritang
4	Toko Damai Tani	Jl. Riau, Kotabaru, Kec. Keritang
5	Berkah Tani	Jl. Ahamad Yani, Pebenaan, Kec. Keritang
6	Toko Karya Tani	Pasar Kotabaru, Kec. Keritang
7	Nuansa Tani	Jl. Sumatra, Kotabaru, Kec. Keritang
8	UD Berkah Usaha Tani	Desa Nusantara Jaya, Kec. Keritang
9	Berkah Tani Mandiri	Jl. Lintas Sumatra, Pengalihan, Keritang
10	Toko Sahabat Tani	Desa Pebenaan, Kecamatan Keritang
11	Toko Bella Tani	Jl. M.Boya, Pengalihan, Kec. Keritang
12	UD Sahabat Tani	Jl. Lintas Samudra, Petalongan, Keritang
13	Toko Mitra Tani	Nusantara Jaya, Kec. Keritang

Sumber: Data diolah peneliti, 2024

Berdasarkan data observasi pada Tabel 1.1, terdapat 6 (enam) toko pertanian di Desa Kotabaru yaitu Toko Damai Tani 2, Usaha Tani, UD Tegar Tani, Toko Damai Tani, Toko Karya Tani dan Nuansa Tani . Meskipun menjual produk yang sama, keenam toko tersebut tentu memiliki ciri khasnya masing-masing yang menjadi bahan pertimbangan konsumen dalam evaluasi alternatif yang dapat

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

memenuhi keinginan konsumen. Toko yang dipilih sebagai subjek penelitian oleh peneliti adalah Toko Damai Tani 2 yang telah beroperasi sejak tahun 2012, Usaha Tani yang telah beroperasi sejak tahun 1990, UD Tegar Tani yang telah beroperasi sejak tahun 2022 dan Toko Damai Tani yang telah beroperasi sejak tahun 1996. Dalam operasionalnya sehari-hari Toko Damai Tani 2, UD Tegar Tani, Toko Usaha Tani dan Toko Damai Tani menyediakan produk pertanian dengan berbagai macam jenis, merek, dan ukuran pada tingkat harga yang bervariasi. Produk yang dijual berupa obat pertanian herbisida, insektisida, fungisida, peralatan pertanian dan lain sebagainya.

Berikut menunjukkan data penjualan selama lima tahun terakhir di toko pertanian Damai Tani 2, UD Tegar Tani, Usaha Tani dan Damai Tani dengan rincian penjualan berdasarkan produk dan volume penjualan.

**Tabel 1.2
Data Penjualan Toko Pertanian Di Desa Kotabaru**

No	Tahun	Total Penjualan Toko Damai Tani 2	Total Penjualan Toko UD Tegar Tani	Total Penjualan Toko Usaha Tani	Total Penjualan Toko Damai Tani
1	2020	Rp. 954.872.000	-	Rp. 618.345.000	Rp. 678.825.000
2	2021	Rp. 1.221.358.000	-	Rp. 682.570.000	Rp. 722.670.000
3	2022	Rp. 1.159.566.000	Rp. 567.870.000	Rp. 523.450.000	Rp. 658.560.000
4	2023	Rp. 1.328.935.000	Rp. 622.654.000	Rp. 604.250.000	Rp. 713.890.000
5	2024	Rp. 2.046.475.000	Rp. 1.026.546.000	Rp. 688.350.000	Rp. 842.780.000

Sumber: Toko Pertanian Di Desa Kotabaru

Berdasarkan Tabel 1.2 Toko Damai Tani 2 menunjukkan kenaikan penjualan yang stabil, meskipun ada sedikit penurunan pada tahun 2022 yaitu Rp. 1.159.566.000 dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Hal ini disebabkan oleh kondisi pasar karena kurangnya permintaan dan perubahan harga. Pada tahun 2024 Toko Damai Tani 2 mengalami lonjakan yang sangat besar penjualan mencapai Rp. 2.046.475.000, yang menunjukkan pencapaian tertinggi dalam lima tahun.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Lonjakan ini disebabkan oleh strategi pemasaran yang lebih efektif, peningkatan permintaan, dan pengenalan produk baru yang menarik konsumen.

Toko UD Tani Tegar baru mulai beroperasi pada tahun 2022, dan penjualannya mengalami kenaikan yang stabil pada setiap tahunnya. Pada tahun 2024 Toko UD Tegar Tani mencatatkan penjualan tertinggi penjualan toko ini melonjak dengan angka yaitu Rp. 1.026.546.000 hal ini menunjukkan bahwa Toko UD Tegar Tani menerapkan strategi pemasaran yang efektif. Ini menunjukkan pencapaian yang luar biasa dalam waktu singkat, terutama bagi toko yang baru beroperasi pada tahun 2022.

Toko Usaha Tani menunjukkan naik turun penjualan dalam lima tahun terakhir, dengan kenaikan di beberapa tahun dan penurunan kecil pada tahun tertentu. Pada tahun 2022, terjadi penurunan penjualan yaitu Rp. 523.450.000. Hal ini menunjukkan bahwa tahun 2022 merupakan tahun yang lebih menantang bagi Toko Usaha Tani, di mana permintaan barang menurun disebabkan kondisi pasar. Pada tahun 2024 Toko Usaha Tani mengalami kenaikan penjualan tertinggi yaitu Rp. 688.350.000. Ini menunjukkan bahwa toko telah berhasil meningkatkan penjualannya setelah penurunan karena kondisi pasar pada tahun 2022.

Toko Damai Tani mengalami kenaikan dan penurunan yang tidak tetap, dengan kenaikan stabil pada beberapa tahun terakhir. Pada tahun 2022 terjadi penurunan penjualan yaitu Rp. 658.560.000 dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Ini menunjukkan bahwa tahun tersebut merupakan tahun yang menantang bagi semua toko termasuk Toko Damai Tani. Pada tahun 2023 dan 2024, penjualan Toko Damai Tani kembali mengalami kenaikan stabil, pada tahun

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2024 Toko Damai Tani mengalami kenaikan penjualan tertinggi dengan angka Rp. 842.780.000, Toko Damai Tani menunjukkan pencapaian yang luar biasa dalam memperbaiki kinerja penjualan.

Dalam berkerja dibidang pemasaran, pelaku usaha harus mampu menyusun rencana bisnis untuk mencapai tujuan toko dengan menciptakan dan meningkatkan pembelian produk tersebut. Berdasarkan hal tersebut, pelaku usaha harus terus berinovasi untuk menarik lebih banyak konsumen agar berbelanja di tokonya. Apa bila pelaku usaha dapat memenuhi kebutuhan konsumen dengan baik, ini akan membuat konsumen merasa puas dan lebih cenderung untuk melakukan pembelian ulang dalam jumlah yang lebih besar. Hal ini disebabkan karena pengalaman positif sebelumnya telah tertanam dalam pikiran konsumen setelah kunjungan yang memuaskan.

Keputusan pembelian adalah suatu alasan tentang bagaimana konsumen menentukan pilihan terhadap pembelian suatu produk yang sesuai dengan kebutuhan, keinginan serta harapan, sehingga dapat menimbulkan kepuasan atau ketidakpuasan terhadap produk tersebut. Keputusan pembelian adalah keputusan Konsumen mengenai preferensi atas merek-merek yang ada di dalam kumpulan pilihan. Untuk memahami pembuatan keputusan konsumen tingkat keterlibatan konsumen dalam suatu pembelian dipengaruhi oleh stimulus (rangsangan). Oleh karena itu, bisa dikatakan bahwa ada konsumen yang mempunyai keterlibatan tinggi dalam pembelian suatu produk atau jasa, dan ada juga konsumen yang mempunyai keterlibatan yang rendah atas pembelian suatu produk atau jasa. Keterlibatan dalam pengambilan keputusan pembelian didorong adanya faktor

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

faktor yang mempengaruhi seperti faktor harga, kualitas pelayanan dan keragaman produk (Faozi & Handayani, 2019).

Kualitas pelayanan merupakan dasar konsumen melakukan pembelian. Perusahaan untuk meraih konsumen dan mempertahankannya serta upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen. Pelayanan secara maksimal yaitu seberapa bagus yang diberikan sesuai ekspektasi pelanggan. Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata mereka terima dengan pelayanan yang diharapkan. Pelayanan antara lain berupa keramahan, sopan santun, cepat tanggap terhadap keluhan serta membangun persepsi konsumen sebagai nilai yang baik. Konsumen akan tertarik untuk datang kembali dan pembelian produk yang ditawarkan sehingga menjadi pelanggan (Geretet al., 2023).

Faktor berikutnya yang mempengaruhi konsumen dalam membeli sebuah produk adalah Harga. Untuk mengambil keputusan pembelian, konsumen juga memperhatikan sektor harga. Perusahaan melakukan pendekatan harga sesuai dengan tujuan perusahaan. Perusahaan perlu memperhatikan harga produk untuk mendorong konsumen membeli produk mereka (Jahroniet al., 2021).

Faktor berikutnya adalah Keragaman Produk kumpulan seluruh produk dan barang yang ditawarkan penjual tertentu kepada pembeli. Keragaman produk merupakan salah satu unsur yang harus diperhatikan oleh suatu bisnis ritel. Adanya keragaman produk yang baik, perusahaan dapat menarik konsumen untuk berkunjung dan melakukan pembelian, yang berarti kinerja pemasaran yang dilakukan sudah baik. Produk merupakan salah satu strategi yang penting bagi

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

perusahaan atau ritel agar produk yang dihasilkan tidak kalah dalam persaingan dengan produk pesaing yang lebih inovatif. Inovasi produk akan memberi nilai tambah pada produk yang pada akhirnya dapat meningkatkan kinerja pemasaran. Hal-hal yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam membeli produk yaitu keragaman produk, kebiasaan pengguna produk, niat pembelian produk, pengaruh orang lain dalam membeli produk. (Andi muhammad dhaifullah dzaky, 2021). Dalam memenuhi kebutuhan konsumen Toko Damai Tani 2, UD Tegar Tani, Usaha Tani dan Damai Tani menyediakan berbagai jenis-jenis obat pertanian, pupuk, serta berbagai alat pendukung pertanian lainnya hal ini bertujuan untuk memudahkan petani dalam berbelanja. Berikut berberapa daftar produk dari Toko Damai Tani 2, UD Tegar Tani, Toko Usaha Tani dan Toko Damai Tani 2

Tabel 1.3
Keragaman Obat Pertanian di Desa Kotabaru

TOKO DAMAI TANI 2					
Nama barang (Herbisida) Sistemik	Isi	Nama Barang (Herbisida) Kontak	Isi	Nama Barang (Fungisida)	Isi
Penta Up	1L, 4L, 5L, 20L	Prima Kuat	1L, 4L, 5L, 20L	Score	80ml, 250ml
Prima Lima	1L, 5L	Ken Tec	1L, 5L	Armure	80ml, 250ml
Sharingan	1L, 5L	Supretox	1L, 5L	Antracol	250g, 500g
Bersih Lalang	1L, 5L	Ridatop 288	1L, 5L	Spontan	200ml, 400ml
Ruso	1L, 5L	Turmadan	1L, 5L	Amistar	50 ml, 100ml
Cetar	1L, 4L, 5L	Megatop	1L, 5L, 20L	Kendizol	250ml
Samurai	1L, 5L	Omni Top	1L, 5L	Prima Zeb	100g, 250g
Centop	1L, 5L, 20L	Marxone	1L, 5L	Filia	100ml, 250ml
Bom Up	1L, 5L	Hydroxone	1L, 5L	Nama Barang (Insektisida)	Isi
Galatop	1L, 5L	Rajaxone 276	1L, 5L	Regent	50ml, 100ml
Jump Up	1L, 5L	Prima Dua	1L, 5L	Decis	50 ml, 100ml
Dry Up	1L, 4L, 5L	Macan	1L, 4L, 5L	Furadan	500g, 1kg
Nara Up	4L, 5L	Quatxone	1L, 5L	Dangke	100g, 250g
Konup	5L	Aditop	5L	Curacron	100ml, 250ml
Ken Up	1L, 4L	Foratop	1L, 5L	Matarin	100ml, 500ml
Kenfosat	1L, 4L	PilarQuat	1L, 4L, 5L	Prima Cell	100ml, 250ml

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak Cipta di miliki oleh Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta Riau

Penta Gliz	1L, 5L	Neo PilarQuat	1L, 4L, 5L	Hades	100ml, 250ml
Turima Up	1L, 5L	Rajaxone Plus	1L, 5L	Takeover	500ml,1000ml
Ken Amine	1L, 400 ml	Centatop	5L	Spontan	500ml,1000ml
Prima Joss	400 ml, 200 ml	Abolisi	400 ml, 200 ml	Kejora	100ml, 500ml
CBA	400 ml, 200 ml	PMA 6	400 ml, 200 ml	Sevin	100 g
Lindomin	400 ml, 200 ml	BAC 6	400 ml, 200 ml	Kencepat	100g, 500g
Starlon	100 ml, 1L	Justmin	200 ml, 400 ml	Darmabas	100ml, 500ml

UD TEGAR TANI

Nama barang (Herbisida) Sistemik	Isi	Nama Barang (Herbisida) Kontak	Isi	Nama Barang (Fungisida)	Isi
Penta Up	1L, 4L, 5L, 20L	Prima Kuat	1L, 4L, 5L, 20L	Score	80ml, 250ml
Prima Lima	1L, 5L	Ken Tec	1L, 5L	Armure	80ml, 250ml
Sharingan	1L, 5L	Supretox	1L, 5L	Antracol	250g, 500g
Elang	1L, 4L	Ridatop 288	1L, 5L	Spontan	200ml,400ml
Ruso	1L, 5L	Turmadan	1L, 5L	Amistar	50 ml, 100ml
Cetar	1L, 4L, 5L	Megatop	1L, 5L, 20L	Kendizol	250ml
Samurai	1L, 5L	Omni Top	1L, 5L	Prima Zeb	100g, 250g
Centop	1L, 5L, 20L	Marxone	1L, 5L	Filia	100ml, 250ml
				Indokor	80ml, 100ml
Bom Up	1L, 5L	Hydroxone	1L, 5L	Nama Barang (Insektisida)	Isi
Galatop	1L, 5L	Toopzone	1L, 4L	Regent	50ml, 100ml
Jump Up	1L, 5L	Prima Dua	1L, 5L	Decis	50 ml, 100ml
Dry Up	1L, 4L, 5L	Macan	1L, 4L, 5L	Furadan	500g, 1kg
Nara Up	4L, 5L	Quatxone	1L, 5L	Dangke	100g, 250g
Curacron	100ml, 250ml	Aditop	5L	Darmabas	100ml, 500ml
Ken Up	1L, 4L	Foratop	1L, 5L	Matarin	100ml, 500ml
Kenfosit	1L, 4L	PilarQuat	1L, 4L, 5L	Kencepat	100g, 500g
Penta Gliz	1L, 5L	Neo PilarQuat	1L, 4L, 5L	Sevin	100g
Turima Up	1L, 5L	Valino	200ml, 400ml	Takeover	500ml,1000ml
Prima Joss	400 ml, 200 ml	Abolisi	400 ml, 200 ml	Starele 660ec	80ml
CBA	400 ml, 200 ml	PMA 6	400 ml, 200 ml	Lanete	15gr, 100gr
Lindomin	400 ml, 200 ml	BAC 6	400 ml, 200 ml	Braso 250ec	1L
Metsulindo	250gr	Metsulindo Pls	40gr	Kejora	100ml, 500ml

TOKO USAHA TANI

Nama barang (Herbisida) Sistemik	Isi	Nama Barang (Herbisida) Kontak	Isi	Nama Barang (Fungisida)	Isi
Penta Up	1L, , 5L, 20L	Prima Kuat	1L, 4L, 5L, 20L	Score	80ml, 250ml
Prima Lima	1L, 5L	Ken Tec	1L, 5L	Armure	80ml, 250ml
Sharingan	1L, 5L	Supretox	1L, 5L	Antracol	250g, 500g
Supremo	1L, 4L	Ridatop288	1L, 5L	Spontan	200ml,400ml

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak Cipta milik Universitas Islam Sultan Syarif Kasim Riau

Ruso	1L, 5L	Turmadan	1L, 5L	Amistar	50 ml, 100ml
Cetar	1L, 4L, 5L	Megatop	1L, 5L, 20L	Kendizol	250ml
Samurai	1L, 5L	Omni Top	1L, 5L	Prima Zeb	100g, 250g
Centop	1L, 5L, 20L	Marxone	1L, 5L	Filia	100ml, 250ml
Bom Up	1L, 5L	Hydroxone	1L, 5L	Nama Barang (Insektisida)	Isi
Galatop	1L, 5L	Rajaxone Plus	1L, 5L	Regent	50ml, 100ml
Jump Up	1L, 5L	Centatop	5L	Decis	50 ml, 100ml
Dry Up	1L, 4L, 5L	Macan	1L, 4L, 5L	Furadan	500g, 1kg
Nara Up	4L, 5L	Quatxone	1L, 5L	Dangke	100g, 250g
Konup	5L	Aditop	5L	Curacron	100ml, 250ml
Ken Up	1L, 4L	Foratop	1L, 5L	Matarin	100ml, 500ml
Kenfosat	1L, 4L	PilarQuat	1L, 4L, 5L	Sevin	100g
Penta Gliz	1L, 5L	Neo PilarQuat	1L, 4L, 5L	Takeover	500ml,1000ml
Ken Amine	1L, 400 ml	Abolisi	400 ml, 200 ml	Spontan	500ml,1000ml
Starlon	100 ml, 1L	BAC 6	400 ml, 200 ml	Darmabas	100ml, 500ml
Prima Joss	400 ml, 200 ml	Lindomin	400 ml, 200 ml	Kejora	100ml, 500ml
Cba	200 ml, 400 ml	PMA	200 ml, 400 ml		

TOKO DAMAI TANI

Nama barang (Herbisida) Sistemik	Isi	Nama Barang (Herbisida) Kontak	Isi	Nama Barang (Fungisida)	Isi
Penta Up	1L, 4L, 5L, 20L	Prima Kuat	1L, 4L, 5L, 20L	Score	80ml, 250ml
Prima Lima	1L, 5L	Ken Tec	1L, 5L	Armure	80ml, 250ml
Sharingan	1L, 5L	Supretox	1L, 5L	Antracol	250g, 500g
Bersih Lalang	1L, 5L	Ridatop 288	1L, 5L	Spontan	200ml,400ml
Ruso	1L, 5L	Turmadan	1L, 5L	Amistar	50 ml, 100ml
Cetar	1L, 4L, 5L	Megatop	1L, 5L, 20L	Kendizol	250ml
Samurai	1L, 5L	Omni Top	1L, 5L	Prima Zeb	100g, 250g
Centop	1L, 5L, 20L	Marxone	1L, 5L	Filia	100ml, 250ml
Bom Up	1L, 5L	Hydroxone	1L, 5L	Nama Barang (Insektisida)	Isi
Galatop	1L, 5L	Centatop	5L	Regent	50ml, 100ml
Jump Up	1L, 5L	Prima Dua	1L, 5L	Decis	50 ml, 100ml
Dry Up	1L, 4L, 5L	Macan	1L, 4L, 5L	Furadan	500g, 1kg
Nara Up	4L, 5L	Quatxone	1L, 5L	Dangke	100g, 250g
Konup	5L	Neo PilarQuat	1L, 4L, 5L	Curacron	100ml, 250ml
Ken Up	1L, 4L	Foratop	1L, 5L	Matarin	100ml, 500ml
Kenfosat	1L, 4L	PilarQuat	1L, 4L, 5L	Prima Cell	100ml, 250ml
Penta Gliz	1L, 5L	Lindomin	400 ml, 200 ml	Darmabas	100ml, 500ml
Starlon	100 ml, 1L	BAC 6	400 ml, 200 ml	Takeover	500ml,1000ml
Ken Amine	1L, 400 ml	Justmin	200 ml, 400 ml	Spontan	500ml,1000ml
Prima Joss	400 ml, 200 ml	Abolisi	400 ml, 200 ml	Kejora	100ml, 500ml
CBA	400 ml, 200 ml	PMA 6	400 ml, 200 ml	Sevin	100g

Sumber : Data Toko Pertanian di Desa Kotabaru

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Berdasarkan Tabel 1.3 jenis obat pertanian tersedia beragam pilihan merek ukuran yang ditawarkan oleh toko tersebut diharapakan memudahkan konsumen dalam memilih berbagai macam jenis produk sesuai kebutuhan yang diinginkan. Pilihan jenis obat pertanian yang beragam mampu memenuhi kebutuhan preferensi konsumen yang berbeda-beda, sehingga meningkatkan daya tarik toko. Maka peneliti tertarik untuk meneliti apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga & keragaman produk terhadap keputusan pembelian. Dengan variabel *independent* kualitas pelayanan, persepsi harga dan keragaman produk, sedangkan variabel *dependent* adalah keputusan pembelian dengan lokasi penelitian di Kotabaru Seberida, Kecamatan Keritang, Kabupaten Indragiri Hilir. Oleh karena itu penelitian ini mengambil judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Obat Pertanian Di Desa Kotabaru Kecamatan Keritang”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas maka perumusan masalahnya adalah sebagai berikut:

1. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh secara Parsial terhadap Keputusan Pembelian Obat Pertanian di Desa Kotabaru Kecamatan Keritang?.
2. Apakah Persepsi Harga berpengaruh secara Parsial terhadap Keputusan Pembelian Obat Pertanian di Desa Kotabaru Kecamatan Keritang?.
3. Apakah Keragaman Produk berpengaruh secara Parsial terhadap Keputusan Pembelian Obat Pertanian di Desa Kotabaru Kecamatan Keritang?.
4. Apakah Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga dan Keragaman Produk



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

berpengaruh secara Parsial terhadap Keputusan pembelian Obat Pertanian di Desa Kotabaru Kecamatan Keritang?.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini diambil dari permasalahan yang dikemukakan pada rumusan masalah di atas.

1. Untuk mengetahui dan menganalisa Kualitas Pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian Obat Pertanian di Desa Kotabaru Kecamatan Keritang.
2. Untuk mengetahui dan menganalisa Persepsi Harga berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian Obat Pertanian di Desa Kotabaru Kecamatan Keritang.
3. Untuk mengetahui dan menganalisa Keragaman Produk berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian Obat Pertanian di Desa Kotabaru Kecamatan Keritang.
4. Untuk mengetahui dan menganalisa Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga dan keragaman Produk berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian Obat Pertanian di Desa Kotabaru Kecamatan Keritang.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berberapa pemangku kepentingan, antara lain:

1. Peneliti

Penelitian ini menunjukkan kemampuan peneliti dalam mempraktikkan teori yang dipelajari dari penelitian penulis. Juga sebagai



UN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

wadah untuk menggali lebih jauh ilmu pengetahuan bidang terkait manajemen pemasaran dan memenuhi salah satu prasyarat untuk berhasil menyelesaikan program gelar sarjana. Informasi yang disajikan di sini diharapkan dapat bermanfaat bagi pembaca dan penelitian masa depan.

2. Praktisi

Membantu untuk memberi informasi kepada pengusaha mengenai faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian obat pertanian terutama faktor kualitas pelayanan, persepsi harga dan keragaman produk terhadap keputusan pembelian obat pertanian di Desa Kotabaru. Sehingga dapat membantu perusahaan dalam mengembangkan produk dan strategi terutama dalam kaitan keputusan pembelian produk selanjutnya.

3. Akademis

Penelitian ini memberi pengetahuan dan referensi untuk penelitian selanjutnya yang lebih mendalam, khususnya dalam pengukuran pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga dan keragaman produk terhadap keputusan pembelian.

1 Rencana dan Sistematika Penulisan

Secara sistematis susunan penelitian ini terdiri dari enam bab yang masing-masing bab mempunyai sub-bab. Sub-bab tersebut adalah sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Pada bab ini penulis menguraikan latar belakang penulisan, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB II : LANDASAN TEORI

Dalam bab ini merupakan uraian landasan teori yangnantinya akan membantu dalam analisis hasil-hasil penelitian, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran konsep operasional variabel dan hipotesis

BAB III : METODE PENELITIAN

Dalam bab ini digunakan untuk menguraikan lokasi penelitian, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, populasi dan sampel serta analisis data.

BAB IV : GAMBARAN UMUM PENELITIAN

Dalam bab ini di uraikan tentang secara rinci sejarah dan gambaran mengenai objek tempat penelitian.

BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHSAN

Dalam bab ini akan menguraikan pembahasan dari hasil penelitian tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Obat Pertanian Di Desa Kotabaru Kecamatan Keritang

BAB VI : PENUTUP

Dalam bab ini akan menguraikan keisimpulan, saran dan daftar Pustaka yang diharapkan dapat bermanfaat dalam membantu manajemen perusahaan

BAB II

TELAAH PUSTAKA

2.1 Pengertian Pemasaran

Secara sederhana pasar dapat di pahami sebagai tempat di mana sekelompok penjual dan pembeli bertemu untuk melakukan transaksi tukara menukar barang. Pasar merupakan tempat di mana pelanggan dengan kebutuhan dan keinginannya bersedia dan mampu untuk terlibat dalam pertukaran guna memenuhi kebutuhan dan keinginan tersebut. Pemasaran merupakan suatu proses sosial dan manajerial di mana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan dan bertukar sesuatu yang bernilai satu sama lain (Laksono, 2022).

2.1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran

Perusahaan memerlukan berbagai cara untuk dapat mengatur kegiatan pemasarannya agar sesuai dengan tujuan perusahaan yang telah ditetapkan, dengan demikian diperlukan suatu pengaturan atau manajemen dalam hal ini adalah manajemen pemasaran. Menurut (Kotler dan Keller, 2020). Manajemen Pemasaran adalah seni dan ilmu memilih pasar Sasaran dan mendapatkan, menjaga dan menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, menyerahkan dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang unggul.

Dengan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa manajemen pemasaran merupakan suatu seni dan ilmu untuk memilih pasar Sasaran dan meraih, mempertahankan, serta menumbuhkan pelanggan dengan melakukan analisis, perencanaan. Penerapan, dan pengendalian dengan harapan agar

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

tujuan perusahaan dapat tercapai (Saputra, 2021).

Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian merupakan tindakan dari konsumen dalam membeli atau tidaknya suatu barang atau jasa, oleh karena itu keputusan pembelian konsumen adalah proses pemilihan salah satu dari beberapa pilihan dengan tindak lanjut yang nyata. Keputusan untuk membeli suatu barang atau jasa timbul karena adanya dorongan emosional dari dalam diri individu tersebut atau atas dorongan orang lain (Adawiyah et al., 2022).

2.2.1 Proses Keputusan Pembelian

Menurut Kotler et al (2024) Proses keputusan pembelian terdiri dari lima tahap: pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian. Pemasar perlu fokus pada keseluruhan proses pembelian yang dimulai jauh sebelum dan berakhir lama setelah pembelian sebenarnya.

1. Pengenalan kebutuhan, kebutuhan hidup itu dapat digerakkan dari rangsangan dari dalam pembeli atau dari luar. Dengan menghimpun informasi dari sejumlah konsumen para pemasar dapat mengenal rangsangan yang lebih sering terjadi untuk membangkitkan minat dalam jenis produk tertentu.
2. Pencarian informasi, biasanya pencarian informasi meningkat tatkala konsumen mulai bergerak dari keputusan situasi pemecah masalah yang terbatas ke pemecahan masalah yang lebih luas. Yang menjadi pusat perhatian pemasar adalah sumber-sumber informasi pokok yang akan



UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

diperhatikan konsumen dan pengaruh relatif dari setiap informasi itu terhadap rangkaian keputusan membeli. Sumber-sumber informasi konsumen terbagi menjadiempat kelompok, yaitu:

- a. Sumber pribadi (keluarga, teman, kenalan, tetangga)
 - b. Sumberniaga (periklanan, petugas penjualan, penjual, bungkus dan pameran)
 - c. Sumber umum (media massa, organisasi konsumen)
 - d. Sumber pengalaman (pernah menangani, menguji produk)
3. Evaluasi alternatif, berberapa faktor yang menjadi pertimbangan konsumen untuk memilih satu alternatif dari banyak alternatif yang tersedia adalah:
 - a. Sifat-sifat produk
 - b. Kepercayaan merek
 - c. Fungsi kemanfaatan untuk setiap ciri
 - d. Prosedur pemilihan
 4. Perilaku keputusan membeli, melibatkan lima sub keputusan, yaitu keputusan tentang merek, keputusan dari siapa membeli, keputusan tentang jumlah, keputusan waktu membeli dan keputusan cara pembayarannya.
 5. Perilaku pasca pembelian, keputusan atau ketidakpuasan membeli produk akan mempengaruhi perilaku berikutnya. Bila konsumen puas maka ada peluang konsumen akan membeli lagi dan mereka pada umumnya akan bercerita pada orang lain. Ini merupakan iklan yang paling efektif dan

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

murah. Sebaliknya, bila tidak puas atau kecewa akan mengakibatkan mereka tidak mau membeli lagi dan bercerita negatif kepada orang lain. Ini sangat merugikan.

2.2.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian

Konsumen

Menurut Kotler et al (2024) pembelian konsumen sangat dipengaruhi oleh karakteristik budaya, sosial, pribadi, dan psikologis. Umumnya, pemasar tidak bisa mengendalikan faktor-faktor tersebut, namun mereka harus memperhitungkannya.

1. Faktor budaya, Budaya merupakan penentu keinginan dan perilaku paling dasar. Masing masing budaya yang dimiliki oleh konsumen terdiri dari sejumlah sub-budaya yaitu kebangsaan, agama, kelompok ras, dan wilayah geografis.
2. Faktor Sosial, faktor sosial adalah faktor yang dipengaruhi oleh orang-orang disekitar kita. Faktor sosial memiliki beberapa komponen seperti, kelompok acuan, keluarga, serta peran, dan status sosial.
3. Faktor Pribadi, faktor pribadi merupakan karakteristik yang dimiliki oleh konsumen yang mampu mempengaruhi keputusan pembelian. Karakteristik tersebut meliputi usia dan tahap dalam siklus hidup, pekerjaan, keadaanekonomi, kepribadian, dan konsep diri, serta nilai dan gaya hidup pembeli.
4. Faktor Psikologis, faktor psikologis seperti motivasi, persepsi, belajar, kepercayaan dan memori akan menentukan keputusan pembelian

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

konsumen sesuai dengan kebutuhan psikologis yang timbul.

2.2.3 Indikator Keputusan Pembelian Konsumen

Menurut Kotler Phillip (2021) terdapat beberapa indikator dalam keputusan pembelian sebagai berikut:

1. Adanya sebuah kemampuan produk, sebuah keputusan pembelian dapat juga dilakukan oleh konsumen dengan mencari sebuah informasi tersebut.
2. Terdapat kebiasaan membeli, mendapatkan rekomendasi dari supplier yang informasi penting, bahwa sebuah indikator keputusan pembelian sangat menarik.
3. Rekomendasi dari orang lain, dapat menyampaikan sebuah informasi dari orang lain agar dapat tertarik melakukan pembelian ini.
4. Adanya pembelian ulang, ini sangat penting dalam bisnis anda, maka adanya sebuah sebab kemudian konsumen juga melakukan pembelian ulang pada suatu produk.

2.3 Kualitas Pelayanan

Menurut Jeany & Mauli Siagian (2020) kualitas pelayanan merupakan sebuah perilaku yang dapat mewujudkan perubahan yang akan diperlukan oleh konsumen sehingga seorang konsumen dapat juga melakukan sebuah evaluasi terhadap bagaimana pelayanan, kualitas pelayanan dapat disebut sebagai takaran yang menyatakan bahwa seberapa tingkat kualitas layanan yang dapat dihaturkan untuk mencukupi oleh keputusan pembelian.

Menurut Inge Cicilia et al (2022) pelayanan merupakan suatu usaha untuk

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

memenuhi kebutuhan dengan memberikan kualitas pelayanan yang sebaik mungkin terhadap apa yang diperlukan pelanggan. Adanya kualitas pelayanan yang baik, maka pelanggan akan memperoleh barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhannya. Kualitas pelayanan yang baik menjadi hal yang sangat penting dalam usaha ritel. Pelanggan akan menyukai pelayanan yang diberikan sehingga pada akhirnya pelanggan akan datang kembali dan melakukan pembelian ulang. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan, yaitu bertujuan untuk memberikan kemudahan bagi konsumen. Setiap menjalankan proses bisnis baik barang maupun jasa, konsumen harus diberikan pelayanan yang baik karena kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan keputusan pembelian. Perusahaan dapat mempertahankan usahanya dan mampu bersaing dengan pesaing lainnya apabila memberikan pelayanan yang baik. Pelayanan konsumen yang baik dan memuaskan harus menjadi misi utama bagi sebuah swalyan dimana kepuasan konsumen menjadi sorotan utama bagi perusahaan-perusahaan dalam memutuskan strategi untuk memenangkan persaingan.

Berdasarkan beberapa pengertian yang telah diuraikan di atas maka dapat ditarik suatu kesimpulan bahwa kualitas layanan merupakan suatu bentuk perilaku yang dapat memberikan suatu pemenuhan kebutuhan serta dari pelanggan atas produk atau jasa yang telah mereka gunakan sehingga pelanggan dapat memberikan penilaian terhadap kualitas layanan yang telah diberikan tersebut (Maryari, 2022).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.3.1 Ciri-ciri Pelayanan Yang Baik

Hampir seluruh perusahaan menggunakan kriteria yang sama untuk membentuk suatu karakter pelayanan yang baik. Ada beberapa faktor pendukung yang secara langsung mempengaruhi kualitas pelayanan yang diberikan. Berikut ini beberapa ciri pelayanan yang baik yang harus diikuti oleh karyawan dalam melayani konsumen yaitu: (Zulkarnain, et al:2020).

- 1) Tersedianya sarana dan prasarana yang baik
- 2) Bertanggung jawab kepada konsumen
- 3) Mampu melayani konsumen dengan cepat tanggap
- 4) Mampu berkomunikasi
- 5) Memberikan jaminan kerahasiaan setiap transaksi
- 6) Memiliki pengetahuan dan kemampuan yang baik
- 7) Berusaha memahami kebutuhan konsumen
- 8) Mampu memberikan kepercayaan kepada konsumen

2.3.2 Indikator Kualitas Pelayanan

Indikator-indikator kualitas pelayanan menurut (Ramli & Silalahi, 2020) yaitu :

1. *Reliability* yang ditandai dengan kualitas pelayanan yang tepat dan benar.
2. *Tangibles* yang ditandai dengan penyediaan yang memadai sumber daya lainnya.
3. *Responsiveness* ditandai dengan keinginan melayani konsumen dengan tepat.
4. *Assurance* yang ditandai tingkat perhatian terhadap etika dan moral dalam

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

memberikan kualitas pelayanan.

5. Empati yang ditandai tingkat kemauan untuk mengetahui keinginan konsumen

2.4 Persepsi Harga

Menurut Chania (2023) harga bersifat fleksibel karena dapat berubah sewaktu waktu sesuai dengan waktu dan lokasi. Selain diwakili oleh nomor pada label atau rak toko, harga itu sendiri juga mempunyai banyak ragam dalam melaksanakan fungsinya. Menurut Suryajaya & Sienatra (2021) Harga adalah kuantitas dari sesuatu yang berharga, biasanya dinyatakan dalam bentuk uang, yang harus dikorbankan untuk mendapatkan suatu barang. Konsumen sering menggunakan harga untuk menilai seberapa cocok keunggulan dan kualitas produk.

Menurut Rifa'I et al (2020) Persepsi harga adalah penilaian konsumen terhadap apakah harga yang ditawarkan oleh penjual dan harga yang dibandingkan dengan pihak lain itu adil, wajar, atau rasional, beserta respon emosional yang menyertainya. Akibatnya, konsumen pada awalnya tertarik maupun minat pada produk berdasarkan seberapa banyak mereka bersedia membayar untuk produk tersebut. Persepsi harga merupakan biaya relatif yang harus ditanggung konsumen untuk menerima barang atau jasa yang diinginkan.

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa persepsi harga adalah suatu pemikiran/penafsiran seorang konsumen/pelanggan terhadap sejumlah uang yang akan dipergunakan dalam mendapatkan produk ataupun jasa yang dimaksud nilai pengorbanan seseorang sesuai dengan apa yang mereka dapatkan dari produk maupun jasa.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.4.1 Dimensi Persepsi Harga

Menurut Chania (2023) Persepsi harga sering diidentikan dengan persepsi kualitas dan persepsi biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh produk. Ada dua dimensi persepsi harga yakni:

1. *Perceived Quality* (persepsi kualitas)

Konsumen cenderung lebih menyukai produk yang harganya mahal ketika informasi yang didapat hanya harga produknya. Persepsi konsumen terhadap kualitas suatu produk dipengaruhi oleh persepsi mereka terhadap nama merek, nama toko, garansi yang diberikan (after sale services), dan negara yang menghasilkan produk tersebut.

2. *Perceived Monetary Sacrifice* (persepsi biaya yang dikeluarkan)

Secara umum konsumen menganggap bahwa harga merupakan biaya yang dikeluarkan atau dikorbankan untuk mendapatkan produk. Akan tetapi konsumen mempunyai persepsi yang berbeda-beda terhadap biaya yang dikeluarkan meskipun untuk produk yang sama. Hal ini tergantung situasi dan kondisi yang dialami oleh konsumen, dalam hal ini terdapat tiga kondisi yang mempengaruhi persepsi konsumen terhadap biaya yang dikeluarkan, yaitu persepsi terhadap pajak, persepsi terhadap kewajaran harga dan efek ekuitas merek.

2.4.2 Indikator Persepsi Harga

Menurut Khoirunnisa (2021) Persepsi harga dapat diukur melalui beberapa indikator yang terdiri dari:

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Keterjangauan harga

Kesenjangan harga yaitu aspek penetapan harga yang dilakukan produsen/penjual yang sesuai dengan kemampuan beli konsumen atau daya beli konsumen. Produk yang ditawarkan perusahaan yang sesuai dengan kemampuan beli konsumen akan mengundang minat konsumen untuk membeli produk tersebut karena produk tersebut mempunyai harga yang sesuai dengan keinginan mereka.

2. Daya saing harga

Harga lebih murah dari pesaing adalah aspek penetapan harga yang dilakukan oleh produsen/penjual kepada konsumen dengan membeirikan harga yang lebih murah dari harga yang diberikan pesaing dengan tujuan dapat menarik minat konsumen.

3. Kesesuaian harga

Bagi konsumen, harga sering digunakan sebagai indikator kualitas produk, jika harga tinggi, konsumen juga menganggap kualitas produk baik.

Berdasarkan indikator persepsi harga diatas, dalam mengukur persepsi harga, konsumen selalu mempertimbangkan kesesuaian harga dengan kualitas produk, kesesuaian harga dengan manfaat dan harga bersaing antara produk yang sejenis.

2. Keragamanan Produk

2.5.1 Pengertian Produk

Produk merupakan titik pusat dari kegiatan pemasaran karena produk merupakan hasil dari suatu perusahaan yang dapat ditawarkan ke pasar untuk

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

di konsumsi. Produk juga menjadi dari alat suatu perusahaan untuk mencapai tujuan dari perusahaan. Sebuah produk harus memiliki kualitas atau keunggulan dibanding produk serupa yang lain. Baik dari segi desain, bentuk, kualitas, ukuran, kemasan, rasa dan lain sebagainya (Gischa, 2023).

Produk merupakan segala sesuatu baik yang berwujud ataupun tidak berwujud yang ditawarkan kepada pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau pemenuhan kepuasan keinginan konsumen. Dalam persaingan yang sangat kompetitif sekarang ini, suatu perusahaan harus mampu merumuskan dan merancang strategi pemasaran yang tepat terutama mengenai strategi produk-produk yang dianggap bernilai adalah produk yang memiliki kualitas yang mampu memberikan kontribusi terhadap pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen.

2.5.2 Pengertian Keragaman Produk

Menurut Novry (2021) keragaman produk adalah bagian terpenting dalam rencana kegiatan bisnis, karena ini berperan dalam menciptakan suatu pembelian produk dengan cara menarik dan membuat minat kosumen dalam melakukan pembelian pada kegiatan bisnis, dan ini harus sangat dicatat pengusaha bisnis.

Keragaman produk adalah salah satu bidang yang perlu diperhatikan bisnis. Dengan jenis produk yang tepat, bisnis dapat mengundang pelanggan untuk berkunjung berbelanja. Yang harus dipertimbangkan bisnis ara untuk membuat keputusan tentang bauran produk sekarang dan di masa depan (Novry, 2021).

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.5.3 Dimensi Keragaman Produk

Dimensi dari keragaman produk menurut (Dewi & Sindarko, 2021)

antara lain:

1. Lebar Suatu bauran produk mengacu pada berapa banyak lini produk yang berbeda dimiliki perusahaan tersebut. (Contoh: perusahaan memproduksi beberapa produk yang tidak sejenis).
2. Kedalaman Suatu bauran produk mengacu pada jumlah seluruh barang dalam bauran tersebut. (Contoh: jumlah produk yang tersedia).
3. Keluasan Suatu bauran produk mengacu pada berapa banyak jenis yang ditawarkan masing-masing produk dalam lini tersebut. (Contoh: variasi rasa dalam satu jenis produk).
4. Konsistensi Bauran produk tersebut mengacu pada seberapa erat hubungan berbagai lini produk dalam penggunaan akhir, ketentuan produksi, saluran distribusi, atau hal-hal lainnya.

2.5.4 Indikator Keragaman Produk

Menurut Utami ada beberapa indikator yang mengukur keragaman produk yaitu:

1. Variasi Merek Produk

Variasi merek produk merupakan banyaknya jenis merek produk yang ditawarkan, dapat didefinisikan sebagai persentase permintaan untuk beberapa standar kualitas umum yang memuaskan.

2. Variasi kelengkapan produk Variasi

Variasi kelengkapan produk adalah sejumlah kategori barang-barang yang

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

berbeda di dalam toko atau departement storei. Toko dengan banyak jenis atau tipe produk barang yang dijual dapat dikatakan mempunyai banyak ragam kategori produk yang ditawarkan.

3. Variasi ukuran produk

Variasi ukuran produk atau keberagaman merupakan sejumlah standar kualitas umum dalam kategori toko dengan keberagaman yang luas dapat dikatakan mempunyai kedalaman yang baik.

4. Variasi kualitas produk

Variasi kualitas produk adalah standar kualitas umum dalam kategori barang yang berkaitan dengan kemasan, label, ketahanan suatu produk, jaminan, dan bagaimana produk dapat memberikan manfaat.

2.6 Pandangan Islam Tentang Variabel Penelitian**2.6.1 Pandangan Islam Tentang Variabel Kualitas Pelayanan**

Dalam Islam proses pengambilan keputusan diterangkan dalam beberapa ayat yang bersifat umum dan dapat diterapkan dalam segala aktivitas. Konsep pengambilan keputusan dalam islam lebih ditekankan pada sifat adil dan berhati-hati dalam menerima informasi seperti yang dijelaskan dalam Al-Quran:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِنْ جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوهُ أَنْ تُصِيبُوهُ قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصْبِحُوا عَلَىٰ مَا فَعَلُوا نَذِيرًا ﴿٦﴾

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Artinya : “Hai orang-orang yang beriman, jika datang kepadamu orang Fasik membawa suatu berita, maka periksalah dengan teliti agar kamu tidak menimpa suatu musibah kepada suatu kaum tanpa mengetahui keadaannya yang menyebabkan kamu menyesal atas perbuatan mu itu” (Q.S. Al-Hujurat:06).

Dari ayat diatas dapat diketahui bahwa sebagai umat muslim hendaknya berhati-hati dalam menerima suatu berita atau informasi. Ketika kita tidak mempunyai pengetahuan tentang hal tersebut maka sebaiknya periksa dan teliti terlebih dahulu. Ayat ini juga disandarkan dengan sikap hati-hati umat islam dalam membuat keputusan untuk mengkonsumsi atau menggunakan suatu produk. Seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya bahwa terdapat tahapan-tahapan yang dilalui seseorang dalam pengambilan keputusan konsumen. Dimulai dari pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, pemilihan alternatif, pengambilan keputusan, dan perilaku pasca pembelian.

Selain itu, keputusan pembelian dalam konsep islam juga memfokuskan pada keseimbangan. Berikut ini firman Allah Swt dalam AlQur'an Surah Al-Furqan ayat 67 yaitu :

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوْامًا ﴿٦٧﴾

Artinya : “Dan orang-orang yang apabila membelanjakan (harta), mereka tidak berlebih-lebihan, dan tidak (pula) kikir, dan adalah (pembelanjaan itu) tengah-tengah antara yang demikian.”

Pada ayat diatas, bahwa membeli sesuatu haruslah seimbang. Dapat dikatakan seimbang, jika membeli barang apapun tidak berlebih-lebihan ataupun kikir. Selain itu, membeli sesuatu tidak boleh menuruti keinginan dan nafsu. Boleh melakukan pembelian namun hanya sewajarnya.

Penelitian Terdahulu

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, p
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

NO	NAMA	JUDUL	VARIABEL	HASIL
1.	Agung Budi Laksono (2022)	Pengaruh Persepsi Harga, Kelengkapan Produk dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Adi Variasi Kecamatan Bangkinang, Kabupaten Kampar	Terikat: Keputusan Pembelian Bebas: Persepsi Harga, Kelengkapan Produk dan Lokasi.	Persepsi Harga positif signifikan, Kelengkapan Produk positif signifikan, Lokasi positif signifikan.
	Persamaan Perbedaan	Variabel terikat : Keputusan pembelian Variabel bebas : Kualitas Pelayanan dan Keragaman Produk		
2.	Ervan Angga Saputra (2021)	Pengaruh Persepsi Harga,Keragaman Produk Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toserba Indrako Taluk Kuantan Kabupaten Kuantan Singgingi	Terikat : Keputusan Pembelian Bebas: Persepsi Harga, Keragaman Produk dan Lokasi	Persepsi Harga positif signifikan, Keragaman Produk positif signifikan, Lokasi positif signifikan
	Persamaan Perbedaan	Variabel terikat : Keputusan pembelian Variable bebas : Persepsi Harga dan Keragaman Produk		
3.	Mohammad Yodimas Pratama (2021)	Pengaruh Potongan Harga, Keragaman Produk, Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian di Toko UmiPutra Kecamatan Dukuhturi Kabupaten Tegal	Terikat : Keputusan Pembelian Bebas: Potongan Harga,Keragaman Produk, Lokasi dan Kualitas Pelayanan	Potongan Harga positif signifikan, Keragaman Produk positif signifikan, Lokasi positif signifikan, Kualitas Pelayanan positif signifikan
	Persamaan Perbedaan	Variabel terikat : Keputusan pembelian Variabel bebas : Keragaman Produk dan Kualitas Pelayanan		
		Variabel bebas : Potongan Harga dan Lokasi Waktu penelitian : 2021		

1.	Hasuna Eriyanti dan Deri Kusmadeni(2021)	Pengaruh Kualitas, Pelayanan, Variasi, Produk, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Supermarket di Pangkal Pinang	Terikat : Keputusan Pembelian Bebas: Kualitas Pelayanan, Variasi Produk, Harga dan Lokasi	Kualitas Pelayanan positif signifikan, Variasi Produk positif signifikan, Harga positif signifikan, Lokasi non Signifikan
		Variabel terikat : Keputusan pembelian Variable bebas : Kualitas Pelayanan dan Harga		
2.	Rudi Yanto Batara Silalahi (2020)	Perbedaan Variable bebas : Variasi Produk dan Lokasi Lokasi penelitian : Pangkal Pinang Waktu penelitian : 2021		
		Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Yaris Di Wilayah Batam	Terikat : Keputusan Pembelian Bebas : Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Kualitas Produk	Kualitas Pelayanan positif signifikan, Persepsi Harga positif signifikan, Kualitas Produk positif
3.	Chela Al Amin, Samari Samari,Rino Sardanto (2023)	Persamaan Variabel terikat : Keputusan Pembelian Variabel bebas : Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga		
		Perbedaan Variabel bebas : Kualitas Produk Waktu penelitian : 2020		
6.	Ridho Setiawan (2022)	Persamaan Pengaruh Harga, Keragaman Produk dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Obat Pertanian MutiaraTani Desa Manggis	Terikat : Keputusan Pembelian Bebas :Harga, Keragaman Produk dan Lokasi	Harga positif signifikan, Keragaman Produk non signifikan, Lokasi non signifikan
		Perbedaan Variabel terikat : Keputusan Pembelian Variabel bebas : Harga dan Keragaman Produk		
7.		Perbedaan Variabel bebas : Lokasi Waktu penelitian : 2023		
		Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Obat Pertaniandi Toko Bagas Desa Semerap Kabupaten Kerinci	Terikat : Keputusan Pembelian Bebas: Kualitas Pelayanan, Harga	Kualitas Pelayanan positif signifikan, Harga positif signifikan
8.		Persamaan Variabel terikat : Keputusan Pembelian Variabel bebas : Kualitas Pelayanan dan Harga		
		Perbedaan Waktu penelitian : 2022 Lokasi penelitian : Kabupaten Kerinci		

- | | | | |
|----|--|--|--|
| | | | Hasuna Eriyanti dan Deri Kusmadeni(2021) |
| | | Persamaan | |
| | | Perbedaan | Rudi Yanto Batara Silalahi (2020) |
| | | Persamaan | |
| | | Perbedaan | |
| 6. | | Chela Al Amin,Samari Samari,Rino Sardanto (2023) | |
| | | Persamaan | |
| | | Perbedaan | |
| 7. | | Ridho Setiawan (2022) | |
| | | Persamaan | |
| | | Perbedaan | |

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang	Sumber	© Hak Cipta milik UIN Suska Riau	
		Persamaan	Perbedaan
1.	Anisa Dwi Rosita, Hari Purwanto (2023)	Pengaruh Harga dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Harapan Tani Saradan Kabupaten Madiun	Terikat : Keputusan Pembelian Bebas: Harga, Kelengkapan Produk Harga positif signifikan, kelengkapan Produk positif signifikan
2.	Suryadi, Nani Septina, Peti Ninda Maryuni (2023)	Variabel terikat : Keputusan pembelian Variabel bebas : Kualitas Pelayanan Variabel bebas : Promosi Waktu penelitian : 2022	Pengaruh Inovasi, Promosi, Harga, Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada konsumen Drw Skincare di Mulyojati Metro Barat)
3.	Ingei Cicillia Tahara, Nina Lelawati (2022)	Variabel terikat : Keputusan pembelian Variabel bebas : Harga, Kualitas Pelayanan Variabel bebas : Inovasi, Promosi dan Lokasi Waktu penelitian : 2023 Lokasi penelitian : Mulyojati Metro Barat	Terikat : Keputusan Pembelian Bebas : Inovasi, Promosi, Harga, Kualitas Pelayanan dan Lokasi Inovasi positif signifikan, Promosi positif signifikan, Harga non signifikan, Kualitas Pelayanan positif signifikan, Lokasi positif signifikan
4.		Variabel terikat : Keputusan pembelian Variabel bebas : Kualitas Pelayanan	
5.		Variabel bebas : Analisis Strategi Promosi Lokasi Penelitian : Toko Ria Subur Metro Waktu penelitian : 2022	

Sumber: data diolah oleh peneliti, 2025

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, p
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.8 Pengaruh Antar Variabel

2.8.1 Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian

Kualitas pelayanan merupakan seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas pelayanan yang diterima atau diperoleh. Kualitas pelayanan sangat tergantung dari kemampuan pegawai dalam memberikan pelayanan, hal ini memberikan gambaran bahwa kualitas pelayanan meliputi pegawai yang memberikan pelayanan kepada pelanggan. Hubungan internal antara pegawai dengan pelanggan akan memberikan pengaruh yang sangat kuat terhadap persepsi kualitas pelayanan. Hal ini menunjukkan bahwa kemampuan pegawai sangat mempengaruhi terhadap persepsi pelanggan dalam menilai kualitas pelayanan.

Pada penelitian sebelumnya Rudi Yanto Batara Silalahi (2020) menyatakan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian. Menurut Pratama (2021), Eriyanti & Kusmadeni (2021), inge Cicillia et al (2022) kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan teradap Keputusan pembelian. Dapat dilihat dari hasil penelitian terdahulu mayoritas penelitian lebih banyak menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian. Maka hipotesis yang dapat diajukan adalah :

H₁: Diduga Persepsi Harga berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian obat pertanian di Desa Kotabaru.

2.8.2 Hubungan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian

Harga adalah nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Menurut Sudaryono (2020) Persepsi Harga adalah hal yang berkaitan dengan bagaimana informasi harga dipahami seluruhnya oleh konsumen dan memberikan makna yang dalam bagi merek.

Pada penelitian sebelumnya Suryadi et al (2023) menyatakan bahwa persepsi harga tidak berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian. Menurut Laksono (2022), Eriyanti & Kusmadeni (2021), Al Amin et al (2023), Saputra (2021) persepsi harga berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan pembelian. Dapat dilihat dari hasil penelitian terdahulu mayoritas penelitian lebih banyak menyatakan bahwa persepsi harga berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian. Maka hipotesis yang dapat diajukan adalah :

H₂: Diduga Persepsi Harga berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian obat pertanian di Desa Kotabaru.

2.8.3 Hubungan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Apabila sebuah toko memiliki beragam produk yang dijualnya, maka akan menarik minat calon pelanggan untuk berbelanja di toko tersebut. Pelanggan akan mendapatkan kemudahan untuk mencari sesuatu yang diinginkan dan memiliki alternatif pilihan dalam satu tempat sehingga tidak perlu repot untuk pindah ke tempat lain hanya untuk mencari produk pembanding. Keragaman yang dijual suatu toko tidak hanya untuk mempermudah pelanggan untuk mencari alternatif kebutuhannya, tetapi juga akan menimbulkan minat beli baru terhadap produk-produk yang menarik perhatian pelanggan tersebut. Semakin lengkap produk yang ditawarkan ke

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

konsumen maka akan semakin tinggi minat konsumen untuk memutuskan membeli berbagai produk yang ditawarkan pada toko tersebut (Eriyanti & Kusmadeni, 2021).

Pada penelitian sebelumnya Saputra (2021) menyatakan bahwa keragaman produk memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian. Menurut Pratama (2021), Al Amin et al (2023), keragaman produk berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan pembelian. Dapat dilihat dari hasil penelitian terdahulu mayoritas penelitian lebih banyak menyatakan bahwa persepsi harga berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian. Maka hipotesis yang dapat diajukan adalah :

H₃: Diduga Keragaman Produk berpengaruh secara persial terhadap keputusan pembelian obat pertanian di Desa Kotabaru.

2.8.4 Hubungan Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga dan Keragaman

Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga dan Keragaman Produk di indikasikan memiliki pengaruh yang simultan terhadap keputusan pembelian konsumen. Apabila pelayanan yang baik dapat menciptakan keputusan pembelian, karena konsumen merasa dihargai dan puas dengan cara mereka layani. Apabila harga yang ditawarkan sesuai dengan pasaran dan juga manfaat maka konsumen akan tertarik untuk melakukan pembelian. Apabila keragaman produk yang disediakan toko juga memberikan peluang lebih dalam menarik konsumen, bila produk yang ditawarkan toko beragam variasi ukuran, merk dan jenisnya maka otomatis konsumen juga akan tertarik

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

melakukan pembelian karena terdapat banyak pilihan sekaligus.

H4: Diduga Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga dan Keragaman Produk berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian obat di Desa Kotabaru.

2.9 Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang akan menjadi objek pengamatan penelitian. Pengertian yang dapat diambil dari definisi tersebut ialah bahwa dalam penelitian terdapat sesuatu yang menjadi sasaran, yaitu variabel, sehingga variabel merupakan fenomena yang menjadi pusat perhatian penelitian untuk diobservasi atau diukur (Pasaribu et al., 2022). Dalam penelitian ini ada tiga variabel bebas dan satu variabel terikat. Variabel-variabel dalam penelitian ini adalah :

1. Variabel Independen (Pengaruh, Bebas, Stimulus, Prediktor).

Merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat) (Pasaribun et al., 2022). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas adalah:

$$X_1 = \text{Kualitas Pelayanan}$$

$$X_2 = \text{Persepsi Harga}$$

$$X_3 = \text{Keragaman Produk}$$

2. Variabel Dependend (Dipengaruhi, Terikat, Output, Kriteria, Konsekuensi). Merupakan variabel yang dipengaruhi atau akibat, karena adanya variabel bebas (Pasaribu et al., 2022). Dalam Penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah keputusan pembelian (Y).

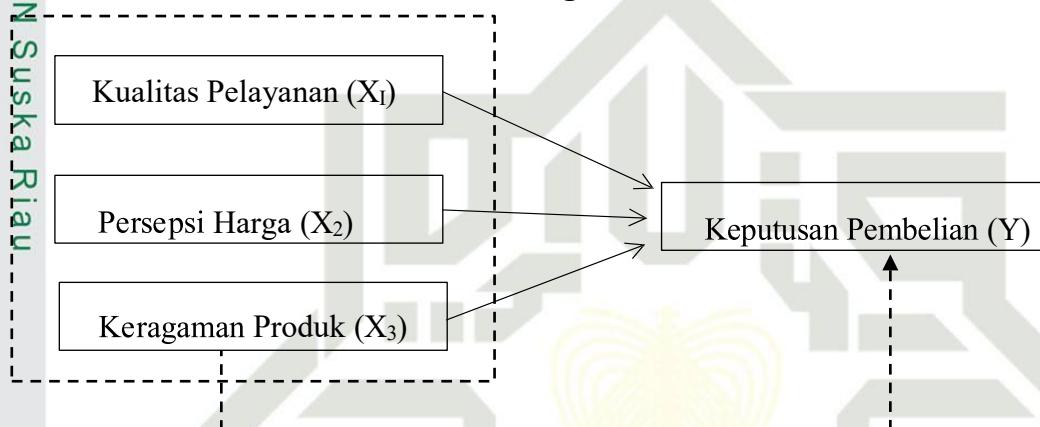
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.10 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini adalah Kualitas Pelayanan (X1), Persepsi Harga (X2), dan Keragaman Produk (X3) terhadap keputusan pembelian (Y). Berikut adalah gambaran kerangka berpikir dalam penelitian ini:

Gambar 2.1: Kerangka Pemikiran



Sumber : Diolah dari berbagai sumber (2024)

Keterangan :

→ = Pengaruh Secara Parsial

→ = Pengaruh Secara Simultan

X1: Kualitas Pelayanan

X2: Persepsi Harga

X3: Keragaman Produk

Y : Keputusan Pembelian

2.11 Konsep Operasional Variabel

Definisi operasional adalah aspek penelitian yang memberikan informasi atau petunjuk kepada kita tentang bagaimana caranya mengukur suatu variabel. Informasi ilmiah yang dijelaskan dalam definisi operasional sangat membantu

peneliti lain yang ingin melakukan penelitian dengan menggunakan variabel yang sama, karena berdasarkan informasi itu, ia akan mengetahui bagaimana caranya melakukan pengukuran terhadap variabel yang dibangun berdasarkan konsep yang sama (Pasaribu et al., 2022).

Tabel 2.2 Konsep Operasional Variabel

No	Variabel Penelitian	Defenisi	Indikator	Skala
1	Keputusan Pembelian (Y)	<p>Keputusan pembelian merupakan tindakan dari konsumen dalam membeli atau tidaknya suatu barang atau jasa, oleh karena itu keputusan pembelian konsumen adalah proses pemilihansalah satu dari beberapa pilihan dengan tindak lanjut yangnyata.</p> <p>Keputusan untuk membeli suatu barang atau jasa timbul karena adanya dorongan emosional dari dalam diri individu tersebut atau atas dorongan orang lain (V Ramadhyanty 2022).</p>	<p>Adanya sebuah kemantapan produk, sebuah keputusan pembelian dapat juga dilakukan oleh konsumen dengan mencari sebuah informasi tersebut</p> <p>Terdapat kebiasaan membeli, mendapatkan rekomendasi dari supplier yang informasi penting.</p> <p>Rekomendasi dari orang lain, dapat menyampaikan sebuah informasi dari orang lain agar tertarik melakukan pembelian.</p> <p>Adanya pembelian ulang, adanya sebuah Sebab kemudian konsumen melakukan pembelian ulang</p>	Likert
2	Kualitas Pelayanan (X1)	<p>Menurut Jeany & Mauli Siagian (2020) kualitas pelayanan merupakan sebuah perilaku yang dapat mewujudkan perubahan yang akan diperlukan oleh konsumen sehingga seorang konsumen dapat juga melakukan sebuah evaluasi terhadap bagaimana pelayanan, kualitas pelayanan dapat disebut sebagai takaran yang menyatakan bahwa seberapa tingkat kualitas layanan yang dapat dihaturkan untuk mencukupi oleh keputusan pembelian.</p>	<p>Reliability yang ditandai dengan kualitas pelayanan yang tepat dan benar.</p> <p>Tangibles yang ditandai dengan penyediaan yang memadai sumber daya lainnya.</p> <p>Responsiveness ditandai dengan keinginan melayani konsumen dengan tepat.</p> <p>Assuranc yang ditandai tingkat perhatian terhadap etika dan moral dalam memberikan kualitas pelayanan.</p> <p>Empati yang ditandai tingkat kemauan untuk mengetahui keinginan dan kebutuhan konsumen.</p>	Likert

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau**Riau**

Persepsi Harga (X2)	Menurut pengertianya harga bersifat fleksibel karena dapat berubah sewaktu waktu sesuai dengan waktu dan lokasi. Selain diwakili oleh nomor pada label atau rak toko, harga itu sendiri juga mempunyai banyak ragam dalam melaksanakan fungsinya. Menurut Suryajaya & Sienatra, (2021) Harga adalah kuantitas dari sesuatu yang berharga, dinyatakan dalam bentuk uang, yang harus dikorbankan untuk mendapatkan barang.	Keterjangkauan harga Daya saing harga yaitu harga lebih murah dari pesaing Kesesuaian harga-harga sering digunakan sebagai indikator kualitas produk	Likert
Keragaman Produk (X3)	Produk merupakan titik pusat dari kegiatan pemasaran karena produk merupakan hasil dari suatu perusahaan yang dapat ditawarkan ke pasar untuk dikonsumsi. Produk juga menjadi alat untuk mencapai tujuan dari perusahaan. Sebuah produk harus memiliki kualitas atau keunggulan dibanding produk serupa yang lain. Baik dari segi desain, bentuk, kualitas, ukuran, kemasan, rasa dan lain sebagainya (Gischa, 2023).	Kelengkapan produk adalah sejumlah kategori barang-barang yang berbeda didalam toko Merek produk adalah banyaknya jenis merek produk yang ditawarkan. Variasi ukuran Produk adalah sejumlah standar kualitas umum dalam toko dengan keberagaman yang luas. Variasi kualitas produk adalah standar kualitas umum dalam kategori barang berkaitan dengan kemasan	Likert

Sumber : Diolah dari berbagai sumber (2024)

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB III**METODE PENELITIAN****3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian**

Penelitian akan dilakukan di Desa Kotabaru Kecamatan Keritang.

Dimulainya penelitian ini dijadwalkan pada bulan Juni 2024.

3.2 Jenis dan Sumber Data

Metode penelitian kuantitatif adalah penelitian dengan alat untuk olah data menggunakan statistik, oleh karena itu data yang diperoleh dan hasil yang didapatkan berupa angka. Penelitian kuantitatif sangat menekankan pada hasil yang objektif, melalui penyebaran kuesioner data bisa diperoleh dengan objektif dan di uji menggunakan proses validitas dan reliabilitas (Sahir, 2022).

3.2.1 Data Primer

Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data (Pasaribu et al., 2022). Data primer dalam penelitian ini diperoleh secara langsung melalui penyebaran kuisioner tentang pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Obat Pertanian di Desa Kotabaru Kecamatan Keritang.

3.2.2 Data Sekunder

Data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat dokumen atau lewat orang lain ataunlewat dokumen. (Pasaribu et al., 2022).

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut (Pasaribu et al., 2022), populasi adalah kumpulan seluruh elemen sejenis tetapi dapat dibedakan satu sama lain karena karakteristiknya. Dalam penelitian ini populasinya adalah konsumen yang membeli obat pertanian di Toko Damai Tani 2 di Desa Kotabaru Kecamatan Keritang.

3.3.2 Sampel

Menurut (Pasaribu et al., 2022), sampel merupakan bagian atau jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Ketika populasi besar, maka tidak mungkin peneliti mempelajari semua yang ada pada populasi. Misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi. Apa yang dipelajari dari sampel itu kesimpulannya akan diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul mewakili.

Sampel dari penelitian ini adalah beberapa konsumen yang membeli obat pertanian di Desa Kotabaru Kecamatan Keritang.

Dalam penelitian ini, peneliti mengambil sampel menggunakan teknik non probability sampling. Non probability sampling adalah teknik pengambilan sampel dengan tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama terhadap populasi untuk dipilih menjadi sampel penelitian (Pasaribu et al., 2022). Dalam pengambilan sampel peneliti menggunakan teknik purposive sampling yaitu teknik sampling yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

anggota sampel (Pasaribu et al., 2022). Adapun kriteria dalam penelitian ini yaitu:

1. Konsumen yang membeli obat pertanian di Desa Kotabaru
2. Petani
3. Domisili di Kecamatan Keritang dan Sekitarnya

Populasi pada penelitian ini tidak diketahui secara pasti, maka penentuan jumlah sampel pada penelitian ini akan menggunakan rumus Cochran dimana :

$$n = \frac{z^2 pq}{e^2}$$

n= Jumlah sampel yang diperlukan

z= Tingkat keyakinan yang dibutuhkan dalam sampel, yakni 95%

p= Peluang benar 50%

q= Peluang salah 50%

Moe : *Margin of Error* atau tingkat kesalahan maksimum yang dapat ditolerir.

Tingkat keyakinan yang digunakan adalah 95% dimana nilai Z sebesar 1,96 dan tingkat error maksimum sebesar 10%. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebagai berikut :

$$n = \frac{(1,96)^2(0,5)(0,5)}{(0,1)^2}$$

$$n = 96,4$$

Dari hasil penjumlahan ukuran sampel diatas, maka jumlah sampel pada penelitian ini berjumlah 96 orang.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan penulis dalam penelitian ini yaitu:

3.4.1 Angket atau kuesioner

Menurut Sugiyono (2022), Kuesioner yaitu suatu teknik pengumpulan data dengan memberikan atau menyebarkan daftar pertanyaan kepada responden dengan harapan memberikan respon atas daftar pertanyaan tersebut. Penulis menyebarkan kuesioner kepada konsumen dengan menggunakan daftar pertanyaan yang menyangkut kualitas pelayanan, persepsi harga dan keragaman produk di Toko Pertanian di Desa Kotabaru.

3.4.2 Dokumentasi

Studi dokumentasi merupakan salah satu cara yang dapat dilakukan peneliti untuk mendapatkan gambaran dari sudut pandang subjek melalui suatu media tertulis dan dokumen lainnya yang ditulis atau dibuat langsung oleh subjek yang bersangkutan. (Sugiyono, 2022)

Dokumen dapat berbentuk tulisan, gambar, catatan harian, sejarah kehidupan, peraturan, kebijakan atau karya-karya monumental seseorang. Dokumen.

3.4.3 Skala Pengukuran Data

Skala pengukuran pada penelitian ini menggunakan skala likert. Menurut Pasaribu et al (2022). Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala likert

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, yang dapat berupa kata-kata antara lain:

Sangat Setuju (SS) = Skor 5

Setuju (S) = Skor 4

Netral (N) = Skor 3

Tidak Setuju (TS) = Skor 2

Sangat Tidak Setuju (STS) = Skor 1

3.5 Metode Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah analisis kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif merupakan suatu kegiatan sesudah data dari seuruh responden atau sumber data-data lain semua terkumpul. Teknik analisis data kuantitatif di dalam penelitian kuantitatif yaitu menggunakan statistik (Pasaribu et al., 2022). Analisis dalam penelitian ini menggunakan data primer yang dikumpulkan dengan memberikan kuisioner kepada responden penelitian.

3.6 Uji Kualitas Data

3.6.1 Uji Validitas

Uji Validitas adalah uji coba pertanyaan atau pernyataan penelitian dengan tujuan untuk melihat sejauh mana responden mengerti akan pertanyaan atau pernyataan yang diajukan peneliti. Jika hasil tidak valid ada kemungkinan responden tidak mengerti dengan pertanyaan atau pernyataan yang diajukan (Sahir, 2022).

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui layak atau tidaknya tanggapan kuisioner dari responden yang akan digunakan dalam penelitian

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ini. Suatu instrument dikatakan valid apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data sudah valid. Sedangkan jika nilai $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data tidak valid.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah uji coba kekonsistennan jawaban responden. Reliabilitas dinyatakan dalam bentuk angka, biasanya sebagai koefisien, semakin tinggi koefisien maka reliabilitas atau konsistensi jawaban responden tinggi (Sahir, 2022). Data dikatakan reliabel jika nilai koefisien Cronbach Alpha $> 0,6$. Sedangkan jika sebaliknya maka data tersebut tidak reliabel.

3.6.3 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk menguji layak atau tidaknya model analisis regresi yang digunakan dalam penelitian. Uji ini antara lain :

3.6.4 Uji Normalitas

Menurut (Sahir, 2022) uji normalitas adalah untuk menguji apakah variabel independen dan variabel dependen berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik seharusnya memiliki analisis grafik dan uji statistik, dengan ketentuan, sebagai berikut:

1. Apabila nilai signifikansi atau nilai $probabilitas > 0,05$ maka, hipotesis diterima karena data tersebut terdistribusi secara normal.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Apabila nilai signifikansi atau nilai *probabilitas* $< 0,05$ maka, hipotesis ditolak karena data tidak terdistribusi secara normal.

3.6.5 Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk melihat ada atau tidaknya hubungan yang tinggi antara variabel bebas. Untuk mendeteksi Multikolinearitas menggunakan metode Variance Inflation Factor (VIF) dan Tolerance (TOL) (Sahir, 2022). Apabila nilai VIF < 10 , berarti tidak terdapat multikolinearitas. Jika nilai VIF > 10 maka terdapat multikolinearitas dalam data.

3.6.6 Uji Heterokedastisitas

Uji Heterokedastisitas bertujuan untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain (Sahir 2022). Pengujian Heterokedastisitas dilakukan dengan menggunakan korelasi Spearman, dengan langkah yang harus dilakukan dengan menguji ada tidaknya masalah Heterokedastisitas dalam hasil regresi dengan menggunakan korelasi Spearman. Dasar yang digunakan dalam pengambilan keputusan yaitu untuk melihat dari angka probabilitas dengan ketentuan, sebagai berikut :

1. Apabila nilai signifikansi atau nilai probabilitas $> 0,05$ maka, hipotesis diterima karena data tersebut tidak ada Heterokedastisitas.
2. Apabila nilai signifikansi atau nilai probabilitas $< 0,05$ maka, hipotesis ditolak karena data ada Heterokedastisitas.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3.6.7 Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi bertujuan untuk mengetahui apakah ada korelasi antara anggota serangkaian data observasi yang diuraikan menurut waktu (times-series) atau ruang 52 (cross section) (Ghozali, 2018). Pada penelitian ini, untuk mengetahui ada atau tidaknya autokorelasi digunakan uji DurbinWatson (DW) dengan kriteria sebagai berikut:

- 1.1** $DU < DW < 4 - DU$ maka H_0 diterima, artinya tidak terjadi autokorelasi
- 2.1** $DW < DL$ atau $DW > 4-DL$ maka H_0 ditolak, artinya terjadi autokorelasi
- 3.1** $DL < DW < DU$ atau $4-DU < DW$ maka tidak menghasilkan kesimpulan yang pasti.

3.7 Analisis Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda merupakan regresi dimana variabel terikat (Y) dihubungkan lebih dari satu variabel, mungkin dua, tiga dan seterusnya variabel bebas (Pasaribu et al., 2022). Analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh antara variabel X1 (Kualitas Pelayanan), X2 (Persepsi Harga), X3 (Keragaman Produk), dan Y (Keputusan Pembelian). Persamaan regresi linier berganda dalam penelitian ini menggunakan rumus sebagai berikut :

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

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

Keterangan :

Y : Keputusan Pembelian

a : Konstanta

b₁, b₂ , dan b₃ : Koefisien Regresi

X₁ : Kualitas Pelayanan

X₂ : Persepsi Harga

X₃ : Keragaman Produk

e : Tingkat Kesalahan (*Error*)

3.8 Uji Hipotesis

Uji hipotesis bertujuan untuk menguji apakah variabel bebas secara parsial dan simultan berpengaruh terhadap variabel terikat.

3.8.1 Uji Parsial (Uji T)

Uji parsial atau uji t menurut Sahir (2022) merupakan pengujian kepada koefisien regresi secara parsial, untuk mengetahui signifikansi secara parsial atau masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Hipotesis yang digunakan dalam pengujian ini adalah:

$H_0: t_{hitung} \leq t_{tabel}$ maka tidak terdapat pengaruh antara variabel dependent terhadap variabel independent.

$H_1: t_{hitung} > t_{tabel}$ maka terdapat pengaruh antara variabel dependent terhadap variabel independent.”

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3.8.2 Uji Simultan (Uji F)

Menurut (Sahir, 2022) percobaan F ini dipakai buat mengenali terdapat tidaknya pengaruh dengan cara bersama-sama (simultan) variabel bebas terhadap variabel terikat. Pembuktian dicoba dengan metode menyamakan angka Fhitung dengan Ftabel pada tingkat kepercayaan 5% dan derajat kebebasan $df = (n-k-1)$ di mana n adalah jumlah responden dan k adalah jumlah variabel. Hipotesis yang digunakan dalam pengujian ini adalah:

H_0 : Variabel-variabel bebas tidak mempunyai pengaruh yang signifikan secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya.

H_a : Variabel-variabel bebas mempunyai pengaruh yang signifikan secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya.

3.9 Uji Koefisien Determinasi (R2)

Uji Koefisien determinasi yang sering disimbolkan dengan pada prinsipnya melihat besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Bila angka koefisien determinasi dalam model regresi terus menjadi kecil atau semakin dekat dengan nol berarti semakin kecil pengaruh semua variabel bebas terhadap variabel terikat atau nilai semakin mendekati 100% berarti semakin besar pengaruh semua variabel bebas terhadap variabel terikat (Sahir, 2022). Tingkat korelasi dan nilai R dijelaskan dibawah ini:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Tabel 3.1
Kriteria Pengujian**

Nilai Korelasi	Keterangan
0	Tidak Berkorelasi
0,1-0,20	Sangat Rendah
0,21-0,40	Rendah
0,41-0,60	Agak Rendah
0,61,0,80	Cukup
0,81-0,99	Tinggi
1	Sangat Tinggi

Sumber : (Sahir,2021)

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB IV**GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN****Sejarah Singkat Toko Pertanian Di Desa Kotabaru****4.1.1 Sejarah Singkat Toko Damai Tani 2**

Toko Pertanian Damai Tani 2 didirikan pada tahun 2012 oleh Bapak H.Sulaiman, seseorang yang memiliki visi untuk mendukung sektor pertanian dengan menyediakan berbagai produk pertanian bagi para petani. Bapak H.Sulaiman, yang berasal dari keluarga petani, menyadari betapa pentingnya akses yang mudah ke bahan pertanian seperti obat pertanian, pupuk, benih, alat pertanian, dan perlengkapan lainnya untuk mendukung hasil pertanian yang optimal.

Pada awalnya, Toko Damai Tani 2 hanya berupa toko kecil 1 pintu ruko yang menjual produk-produk pertanian di wilayah Desa Kotabaru. Dengan modal terbatas, Bapak H.Sulaiman berfokus pada pelayanan yang baik dan membangun hubungan yang erat dengan pelanggan, terutama petani lokal. Toko ini menawarkan produk-produk berkualitas dengan harga yang terjangkau, serta memberikan konsultasi mengenai cara-cara Bertani.

Seiring waktu, toko ini mulai berkembang pesat pada tahun 2018 berkat reputasinya yang baik. Para petani merasa bahwa produk yang dijual di Toko Damai Tani 2 benar-benar membantu mereka dalam meningkatkan hasil pertanian mereka. Selain itu, toko ini juga menawarkan promo yang menarik untuk menarik konsumen. Toko ini juga mulai menggandeng beberapa distributor besar untuk memastikan ketersediaan produk pertanian

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

berkualitas. Keberhasilan Toko Damai Tani 2 tidak hanya terletak pada produk-produk yang dijual, tetapi juga pada komitmennya untuk selalu mendukung para petani dengan pengetahuannya. Berkat pendekatan yang mengutamakan kepuasan pelanggan terhadap sektor pertanian, Toko Damai Tani 2 akhirnya menjadi salah satu toko pertanian terbesar di Desa Kotabaru tersebut.

4.1.2 Sejarah Singkat Toko UD Tegar Tani

Toko Pertanian UD Tegar Tani didirikan pada tahun 2022 oleh saudara Rafli Hardestia (Tegar), seorang pengusaha muda lulusan pertanian. Berawal dari pengalamannya menekuni tentang pertanian. Toko UD Tegar Tani dimulai dengan modal terbatas, namun dengan tekad yang kuat dan visi untuk meningkatkan hasil pertanian di wilayah sekitar. Toko ini menyediakan berbagai produk pertanian seperti obat pertanian, pupuk, benih, alat pertanian. Selain itu, UD Tegar Tani juga berkomitmen memberikan pengetahuan kepada para petani mengenai cara-cara bertani yang lebih efektif dan efisien.

UD Tegar Tani berhasil menarik perhatian banyak petani berkat pelayanan yang baik, kualitas produk yang terjamin, dan harga yang kompetitif, toko ini mulai dikenal dan dipercaya oleh konsumen. Meski baru merintis sejak tahun 2022, UD Tegar Tani telah mengalami perkembangan yang pesat. Toko ini tidak hanya melayani kebutuhan bahan pertanian, tetapi juga terus berinovasi dengan menyediakan informasi terbaru terkait tentang pertanian.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4.1.3 Sejarah Singkat Toko Usaha Tani

Toko Pertanian Usaha Tani didirikan pada tahun 1990 oleh Bapak Kholil Rahman, seseorang yang memiliki latar belakang di bidang pertanian dan bertujuan untuk membantu para petani dalam meningkatkan hasil pertanian mereka. Berawal dari pengalaman Bapak Kholil yang tumbuh besar di desa dengan aktivitas pertanian yang kental, ia menyadari bahwa para petani seringkali kesulitan dalam mendapatkan bahan pertanian yang berkualitas, seperti pupuk, benih, alat pertanian, dan perlengkapan lainnya.

Pada awalnya, toko ini hanya beroperasi di wilayah lokal dan menggunakan modal terbatas. Namun, dengan kualitas produk yang unggul dan perhatian yang besar terhadap kebutuhan pelanggan, Toko Usaha Tani mulai dikenal dan mendapat banyak pelanggan setia dari kalangan petani. Toko ini tidak hanya menjual berbagai produk-produk pertanian tetapi menjual bibit sawit dan kelapa.

4.1.4 Sejarah Singkat Toko Damai Tani

Toko Pertanian Damai Tani didirikan pada tahun 1996 oleh H. Jabir (Alm), seorang yang memiliki visi untuk mendukung dan memajukan sektor pertanian di daerahnya. H. Jabir, yang berasal dari keluarga petani, sangat memahami pentingnya akses yang mudah dan terjangkau terhadap bahan pertanian yang berkualitas, seperti pupuk, benih unggul, alat pertanian, dan perlengkapan lainnya. Sejak awal berdirinya, Toko Damai Tani berkomitmen untuk memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan, dengan menyediakan produk berkualitas dan harga yang bersaing.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pada masa awal, toko ini hanya memiliki ruang usaha yang terbatas, namun dengan tekad yang kuat berhasil membangun kepercayaan para petani. Keberhasilan toko ini semakin meningkat seiring dengan berkembangnya permintaan akan produk pertanian berkualitas. Sebagai induk pertama dari Toko Damai Tani 2, kini usahanya dijalankan oleh anaknya yang pertama keberhasilan Toko Damai Tani menjadi tonggak penting dalam ekspansi usaha ini, yang kemudian membuka cabang kedua yaitu toko damai tani 2 yang dipegang oleh anak kedua dari H. Jabir tersebut, Setelah H. Jabir (Alm) wafat, warisan dan visi beliau untuk mendukung pertanian tetap dilanjutkan oleh keluarga dan pihak yang melanjutkan usaha tersebut.

4.2 Gambaran Umum Lokasi Penelitian

4.2.1 Sejarah Desa Kotabaru Kecamatan Keritang

Kotabaru Seberida atau lebih dikenal dengan nama Kotabaru merupakan salah satu desa yang ada di Kecamatan Keritang, Kabupaten Indragiri Hilir, Provinsi Riau, Indonesia. Kotabaru adalah salah satu desa yang ada di wilayah Indragiri Hilir Selatan (INSEL), desa ini berada pada jalan lintas penunjang/perintis, dengan beberapa titik infrastruktur jalan yang lebar dan merupakan salah satu akses jalan darat yang menghubungkan desa ini hingga ke lintas timur.

Desa Kotabaru berdiri pada tahun 1940 yang mana sebelum berdiri, desa Kotabaru merupakan bagian dari Kecamatan Seberida dan dengan berdirinya desa Kotabaru ini sebagai desa baru atau Kotabaru maka diberi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

nama desa ini yaitu Desa Kotabaru Seberida atau Kotabaru. Desa yang dihuni beragam suku ini menggunakan bahasa Melayu sebagai bahasa pengantar sehari-hari. Desa yang berada di sisi Sungai Gangsal ini bisa dicapai dengan menggunakan transportasi sungai maupun kendaraan darat. Desa Kotabaru Seberida yang sebagian besar masyarakatnya adalah petani dengan luas wilayah berkisar 3.720 M^2 dengan penduduk 9.053 jiwa.

Desa Kotabaru Seberida adalah salah salah satu desa dari 1 Kelurahan dan 16 desa yang ada di Kecamatan Keritang, Kabupaten Indragiri Hilir. Desa Kotabaru Seberida memiliki 10 Dusun, 10 Rukun Warga (RW) dan 45 Rukun Tetangga (RT). Pada tahun 1940 – 14 Juli 1965, desa Kotabaru Seberida merupakan bagian dari Kecamatan Seberida, Kabupaten Indragiri Provinsi Riau.

4.2.2 Kondisi Geografis Desa

Secara geografis, desa Kotabaru Seberida terletak di bagian selatan kabupaten Indragiri Hilir dengan luas wilayah lebih kurang 3.720 M^2 dengan batas sebagai berikut :

- Sebelah Timur Berbatas dengan Kelurahan Kotabaru Reteh.
- Sebelah Barat Berbatas dengan Desa Pasar Kembang.
- Sebelah Utara Berbatas dengan Desa Kembang Mekar Sari.
- Sebelah Selatan Berbatas dengan Desa Kayu Raja.

4.2.3 Pembagian Wilayah Desa

Desa Kotabaru Seberida terdiri dari 10 (sepuluh) Dusun, 10 Rukun Warga (RW) dan 48 Rukun Tetanga (RT) dengan perincian sebagai berikut:



UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Dusun Mulia terdiri dari 1 RW dan 6 RT
2. Dusun Pelita terdiri dari 1 RW dan 4 RT
3. Dusun Mekar terdiri dari 1 RW dan 5 RT
4. Dusun Taqwa terdiri dari 1 RW dan 6 RT
5. Dusun Belimbing terdiri dari 1 RW dan 6 RT
6. Dusun Duku terdiri dari 1 RW dan 4 RT
7. Dusun Teladan terdiri dari 1 RW dan 3 RT
8. Dusun Sepakat terdiri dari 1 RW dan 5 RT
9. Dusun Damai terdiri dari 1 RW dan 4 RT
10. Dusun Keramat terdiri dari 1 RW dan 5 RT

4.2.4 Visi Dan Misi Desa Kotabaru Kecamatan Keritang

Adapun yang menjadi visi dan misi Desa Kotabaru Seberida Kecamatan Keritang Indragiri Hilir secara umum adalah sebagai berikut:

1. Visi

Mewujudkan Desa Kotabaru Seberida menjadi desa mandiri melalui pengembangan sektor pertanian, perkebunan dan peningkatan insfrastuktur disegala lini.

2. Misi

1. Memperbaiki dan menambah sarana dan prasarana yang dibutuhkan untuk meningkatkan sumber daya manusia melalui pendidikan formal maupun informal.
2. Berkerjasama dengan petugas penyuluhan lapangan untuk meningkatkan hasil pertanian.



UIN SUSKA RIAU

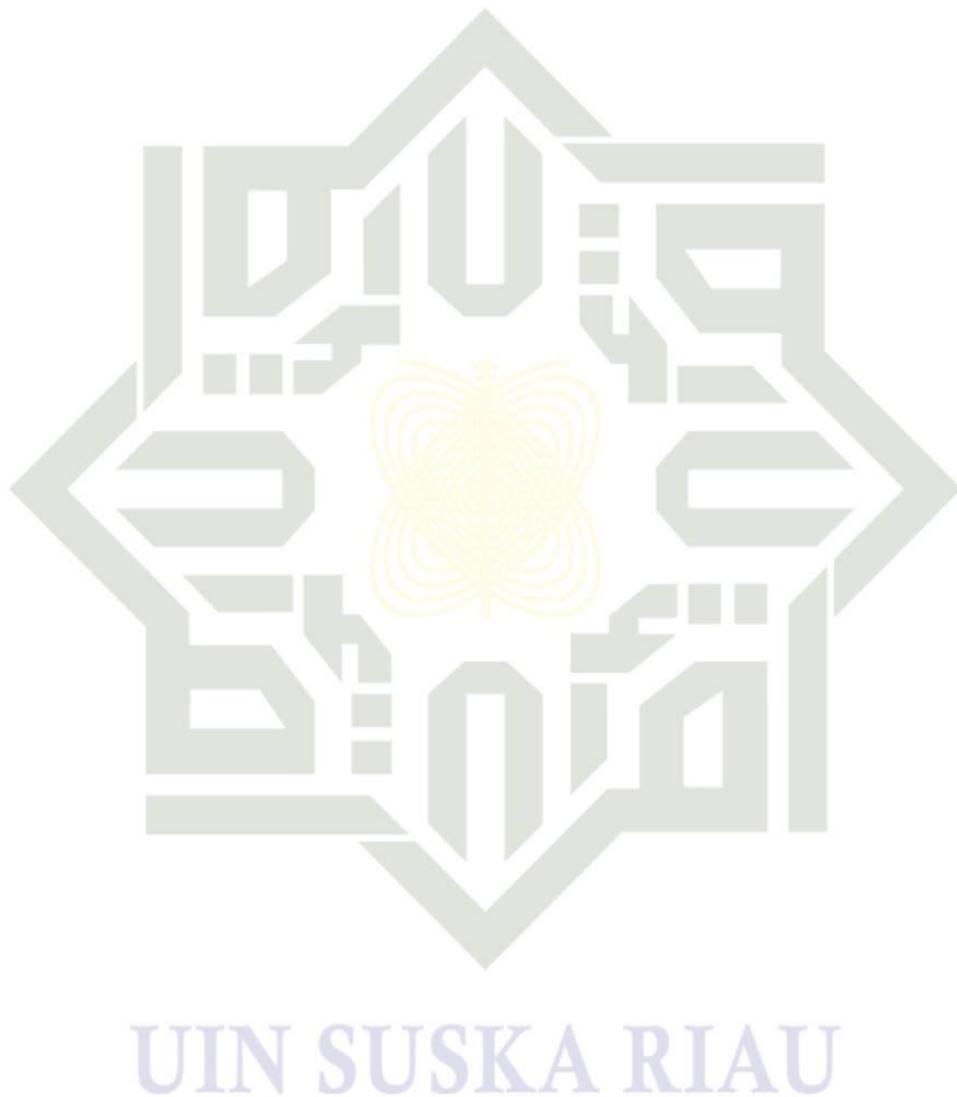
© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak rugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Meningkatkan usaha pertanian.
4. Meningkatkan dan mengelola pendapatan asli desa.
5. Mewujudkan pemerintahan yang baik dan bersih melalui pelaksanaan otonomi daerah.





UIN SUSKA RIAU

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan Penelitian yang telah dilakukan mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Obat Pertanian di Desa Kotabaru Kecamatan Keritang, maka kesimpulan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Obat Pertanian di Desa Kotabaru Kecamatan Keritang.
2. Persepsi Harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Obat Pertanian di Desa Kotabaru Kecamatan Keritang.
3. Keragaman Produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Obat Pertanian di Desa Kotabaru Kecamatan Keritang.
4. Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga dan Keragaman Produk secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Obat Pertanian di Desa Kotabaru Kecamatan Keritang. Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi didapatkan yaitu sebesar 0,803 yang menunjukkan bahwa keputusan pembelian obat pertanian di Desa Kotabaru Kecamatan Keritang dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, persepsi harga dan keragaman produk sebesar 80,3% sedangkan sisanya 19,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini, maka berberapa saran pelengkap terhadap toko adalah sebagai berikut :

1. Untuk toko Damai Tani 2 agar lebih memperhatikan keramahan dari karyawan untuk konsumen, dengan menerapkan 5S (senyum, sapa, salam, sopan dan santun) untuk karyawan toko agar konsumen merasa nyaman saat berbelanja. Selain itu tetap mempertahankan pengetahuan tentang produk, sehingga mampu mempengaruhi persepsi konsumen dan meningkatkan penjualan.
2. Owner harus tetap update tentang harga agar bisa bersaing dengan toko obat pertanian lain yang ada di Desa Kotabaru Kecamatan Keritang. Owner tetap mempertahankan harus penawaran yang menarik sehingga menjangkau lebih banyak konsumen.
3. Setiap toko agar tetap mempertahankan merek yang berkualitas dan terpercaya dan tidak lupa memperhatikan persedian barang yang memadai untuk dijual, persedian yang lengkap akan menarik lebih banyak konsumen/pelanggan.
4. Bagi penelitian selanjutnya agar menguji variabel yang berbeda, yaitu variabel sisa 19,7% dari penelitian ini yang tidak di uji, seperti : kualitas produk, lokasi, promosi dan potongan harga. Hal ini dapat memberikan referensi lebih baik untuk penelitian yang selanjutnya.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR PUSTAKA

- Adawiyah, D. A., Aisyah, S., & Ramadhani, S. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Celebrity Endors Terhadap Keputusan Pembelian Produk Ms Glow. *OIKONOMIKA: Jurnal Kajian Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 3(2), 133–143.
- Al Amin, C., Sardanto, R., Nusantara PGRI Kediri, U., Ahmad Dahlan No, J. K., Kediri, K., Timur, J., & Artikel, I. (2023). Simposium Manajemen dan Bisnis II Program Studi Manajemen-Feb Unp Kediri Pengaruh Harga, Keragaman Produk Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Obat Pertanian Pada Toko Pertanian Mutiara Tani Desa Manggis. 2(marketing mix), 1335–1342.
- Andi muhammad dhaifullah dzaky. (2021). Pengaruh Keragaman Produk Dan Kuakitas Layanan Terhadap Pemasaran Melalui Keunggulan Bersaing Pada Swalayan Hero Dan Transmart, Kota Makassar, Manajemen, Program Magister Ekonomi, Fakultas Bisnis, Hasanuddi.
- Azizah, L. N. (2020). Pengaruh Lokasi, Harga, Dan Keberagaman Produk Terhadap Minat Beli Pada Pasar Tradisional Kiringan. *Media Mahardhika*, 19(1), Cynthia, D., Hermawan, H., & Izzuddin, A. (2022). Pengaruh Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. Publik: *Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik*, 9(1), 104–112.
- Chania, S. (2023). Pengaruh Gaya Hidup, Kualitas Produk dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Second pada Pasar Senggol Dumai.
- Dewi, L., & Sindarko, W. (2021). Pengaruh Keragaman Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen La Cherie. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi Terapan (JIMAT)*, 9(2), 61–69.
- Eriyanti, H., & Kusmadeni, D. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Variasi Produk, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Supermarket di Pangkalpinang. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen (JEM)*, 7(1), 1–14.
- Faozi, I., & Handayani, S. (2019). Analisa Keputusan Pembelian Yang Dipengaruhi Harga Promosi Dan Kualitas Pelayanan Pada Pt Bina Pertiwi Semarang. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi*, 47, 44–52.
- Geret, M., Yelviana, A., Sagitary, A., Fitri, A., Putri, I. K., & Putra, R. B. (2023). Pengaruh Keragaman Produk, Persepsi Harga, Dan Kualitas Pelayanan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilang mengumumkan dan memperbarui sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25 edisi ke-9.*

Perhadap Keputusan Pembelian Konsumen Perusahaan Transmart Padang. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin Ilmu Nusantara*, 1(1), 14–19.
<https://doi.org/10.61674/jimin.v1i1.47>

Gischa, S. (2023). Pengertian Produk menurut para ahli. Kompas.Com.

Inge Cicilia Tahara, & Nina Lelawati. (2022). Analisis Strategi Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan PembelianPada Toko Ria Subur Metro. *Jurnal Manajemen Diversifikasi*, 2(3), 616–623.

Khoirunnisa, H. F. (2021). Pengaruh persepsi harga terhadap keputusan pembelian ultra cover bb cream maybelline pada watsonss ciplaz karawang. Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Maybeline Di Watsons Ciplaz Karawang, 368.

Kotler, P., Armstrong, G., & Balasubramanian, S. (2024). *Principles of Marketing*. In Pearson.

Kotler Phillip. (2021). *manajemen pemasaran*. CV Budi Utama, Jakarta.

Laksono, A. budi. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Kelengkapan Produk dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Adi Variasi Kecamatan Bangkinang, Kabupaten Kampar. *Journal of Economic Perspectives*, 2(1), 1–4.

Maryari, M. K. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Time Universe Studio. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 542–550.

Novry, N. P. N. (2021). Pengaruh Keragaman Produk, Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT Seraya Makmur Perdana.

Nur Ichwan Muslim, M. (2023). Tafsir Surat Al ‘Ashr: Membebaskan Diri Dari Kerugian

Pesaribu, B. S., Herawati, A., Utomo, K. W., & Aji, R. H. S. (2022). *Metodologi Penelitian Untuk Ekonomi dan Bisnis*.

Pratama, M. Y. (2021). Pengaruh Potongan Harga, Keragaman Produk, Lokasi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Umi Putra Kecamatan Dukuhturi Kabupaten Tegal.
<https://repository.upstegal.ac.id/3857/>

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Quran NU Online. (2025). *Surat Al-Hujurat Ayat 6: Arab, Latin, Terjemah dan Tafsir Lengkap*. Quran.Nu.or.Id. <https://quran.nu.or.id/>
- Ramli, R. A. L. P., & Silalahi, R. Y. B. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Tingkat Penjualan Mobil Toyota Yaris Di Wilayah Batam. *Jurnal Bening*, 7(1), 43–52.
- Rifa'i, Bayu, Mitariani Ni Wayan Eka, Ayu, & Gusti, I. I. (2020). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Internet Di Gallery Smartfren Denpasar. *Values*, 1, 1–12.
- Rosita, A. D., & Purwanto, H. (2023). Pengaruh Harga Dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Harapan Tani Saradan Kabupaten Madiun. SIMBA: Seminar Inovasi, September 2023.
- Sahir, S. H. (2022). *Metodologi Penelitian*.
- Saputra, E. A. (2021). Pengaruh Persepsi Harga, Keragaman Produk Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toserba Indrako Taluk Kuantan Kabupaten Kuantan Singingi. 4(1), 6.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*.
- Suryajaya, I., & Sienatra, K. B. (2021). Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Ditinjau Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wear It. Performa, 5(3), 176–184.
- Suryadi, Septiana, N., & Maryuni, P. N. (2023). Pengaruh Inovasi, Promosi, Harga, Kualitas Pelayanan, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Studi Kasus Pada Konsumen Drw Skincare Di Mulyojati Metro Barat. *Jurnal Manajemen Diversifikasi*, 3(3), 119–121.
- Tisno, S. D. L., Sepang, J. L., & Supandi, A. (2020). Pengaruh Kelompok Acuan, Persepsi Harga Dan Keragaman Produk 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 Moto. *Jurnal EMBA*, 8(4), 1091–1100.



UN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Obat Pertanian Di Desa Kotabaru Kecamatan Keritang.

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Perkenalkan saya Mega Mahasiswa jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Saat ini sedang melakukan penelitian sebagai tugas akhir skripsi. Saya mohon kesediaan saudara/i untuk meluangkan waktu sejenak membantu mengisi kuisioner ini.

Dalam pengisian kuisioner ini tidak ada jawaban benar atau salah, dan hanya digunakan untuk kepentingan penelitian saja. Seluruh identitas dan respon jawaban yang saudara/i berikan akan dijaga kerahasiaannya oleh peneliti, sesuai dengan etika dalam sebuah penelitian. Terimakasih atas kesediaannya saya ucapan terima kasih.

Wassalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh

Hormat Saya,

Mega
12070121775



UN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Identitas Responden

Petunjuk : berilah tanda checklist () untuk pilihan yang sesuai dengan diri anda.

1. Umur: 17 -20 tahun 21-25 tahun
 26-30 tahun 31-35 tahun
 36- tahun ke atas
2. Pendapatan: 1.000.000 – 2.000.000
 2.000.000 – 3.000.000
 > 3.000.000
3. Jenis kelamin: Laki – Laki Perempuan
4. Pekerjaan: Pelajar/Mahasiswa Wirausaha Karyawan
 Ibu Rumah Tangga PNS/ASN/P3K Lainnya
5. Di toko mana anda membeli obat pertanian?

6. Apa jenis obat pertanian yang anda beli?

7. Berapa kali anda berbelanja obat pertanian di toko tersebut selama 1 tahun terakhir?
 3 kali
 4-6 kali
 > 6 kali
8. Apa tanaman perkebunan yang anda kelola?
 Tanaman Padi
 Tanaman Sawit
 Tanaman Kelapa

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Bagian II**Petunjuk Pengisian Kuisisioner**

1. Sangat Tidak Setuju (STS)
2. Tidak Setuju (TS)
3. Netral (N)
4. Setuju (S)
5. Sangat Setuju (SS)

Keputusan Pembelian

No	Pertanyaan	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1	Saya membeli obat pertanian karena sesuai dengan kebutuhan dan keinginan saya.					
2	Saya sudah menelusuri beberapa tempat sebelum saya memutuskan untuk berbelanja di toko.					
3	Saya memutuskan untuk berbelanja di toko tersebut dengan mempertimbangkan beberapa hal.					
4	Saya membeli obat pertanian di toko tersebut karena sudah terbiasa.					
5	Saya membeli obat pertanian di toko tersebut merupakan sebuah keputusan yang tepat.					
6	Saya akan melakukan pembelian ulang di toko tersebut.					

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Kualitas Pelayanan

No	Pertanyaan	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1	Saya melihat adanya penataan tempat susunan yang baik di toko tempat saya membeli obat pertanian.					
2	Saya merasa senang datang ke toko tersebut karena pertanyaan saya direspon dengan baik.					
3	Saya mendapatkan ketetapan waktu pelayanan yang sesuai di toko tersebut.					
4	Saya mendapatkan pelayanan yang sopan dan ramah dari owner/karyawan toko.					
5	Karyawan/owner di toko memiliki pengetauan dan mampu menciptakan komunikasi yang baik dengan konsumen.					

Persepsi Harga

No	Pertanyaan	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1	Toko obat pertanian tempat saya belanja memberikan harga yang terjangkau untuk semua kalangan.					
2	Harga produk yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk yang dibutuhkan atau diinginkan.					
3	Harga produk yang diberikan toko sesuai dengan daya beli masyarakat.					
4	Harga yang ditawarkan toko cukup bersaing dengan produk yang ditawarkan ditoko lain.					
5	Harga yang ditetapkan toko bersaing dengan toko obat pertanian lainnya di Desa Kotabaru Kecamatan Keritang.					



UN SUSKA RIAU

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Keragaman Produk

No	Pertanyaan	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1	Toko tempat saya berbelanja menyediakan obat pertanian dengan merek yang beragam.					
2	Produk yang ditawarkan toko berasal dari merek yang berkualitas dan terpercaya.					
3	Obat pertanian di toko tersebut tersedia dengan beragam ukuran.					
4	Toko mempunyai persediaan barang yang memadai untuk dijual.					
5	Keragaman obat pertanian sangat memudahkan petani dalam memilih produk yang sesuai dengan kebutuan.					



KUALITAS PELAYANAN						PERSEPSI HARGA					KERAGAMAN PRODUK					KEPUTUSAN PEMBELIAN									
X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y	
2. Dianang menggunakan dan memperbaik sebagian atau seluruh katanya tun m dalam bentuk apapun tanpa menyebutkan sumber: niah, penyusunan laporan, p	4	4	5	5	23	4	4	5	5	5	23	4	4	5	5	4	22	5	5	4	5	4	5	28	
	4	3	4	4	4	19	4	4	4	4	3	19	4	4	4	4	4	20	4	4	5	5	4	5	27
	3	4	3	4	4	18	4	4	3	4	4	19	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	4	4	20
	4	5	4	4	5	22	5	5	5	5	4	24	4	4	4	4	5	21	4	4	4	4	4	4	24
	4	5	4	5	5	23	5	4	5	5	5	24	4	4	4	5	5	22	4	4	5	4	5	4	26
	5	4	4	4	3	20	4	4	3	4	5	20	3	4	4	3	1	15	4	4	5	3	5	4	25
	5	4	3	4	3	19	3	3	4	3	4	17	4	2	2	4	1	13	2	2	4	4	5	5	22
	3	3	3	3	3	15	2	2	2	2	2	10	2	3	2	3	2	12	3	2	2	2	3	1	13
	5	5	3	3	4	20	2	2	2	2	3	11	2	2	2	2	2	10	2	2	3	3	2	2	14
	3	3	4	3	5	18	3	4	3	5	1	16	2	4	3	2	1	12	4	3	2	3	4	3	19
	2	3	3	2	2	12	4	3	2	3	2	14	3	4	3	4	2	16	4	3	3	3	3	2	18
	4	4	3	4	4	19	5	5	4	4	5	23	4	5	5	4	4	22	5	5	5	5	4	5	29
	3	2	3	2	2	12	2	3	2	2	3	12	4	4	3	3	3	17	4	3	4	3	3	4	21
	4	5	5	5	5	24	5	5	4	5	5	24	4	5	5	5	5	24	5	5	5	5	5	5	30
	5	5	5	5	5	25	5	3	3	5	5	21	3	5	5	5	5	23	5	5	5	5	5	5	30
	5	5	5	3	3	21	3	3	3	5	5	19	5	5	4	3	3	20	5	4	4	5	5	3	26
	3	5	3	5	3	19	5	4	3	3	2	17	4	4	4	3	4	19	4	4	4	4	3	4	23
	2	2	3	2	2	11	2	3	2	2	2	11	1	3	2	3	3	12	3	2	2	2	2	2	13
	3	4	3	4	4	18	3	3	3	4	3	16	4	4	4	3	3	18	4	4	4	4	4	3	23
	2	2	2	3	2	11	3	4	2	2	2	13	2	2	3	2	2	11	2	3	2	1	3	2	13
	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	24
	2	5	3	3	3	16	3	3	3	3	3	15	2	3	3	3	4	15	3	3	3	3	3	3	18
	4	5	5	4	5	23	5	3	4	4	5	21	5	4	3	5	4	21	4	3	3	4	5	3	22
	3	2	3	3	1	12	2	2	2	2	3	11	2	2	2	2	2	10	2	2	2	2	2	2	12

5	4	4	4	5	22	5	5	4	5	3	22	5	5	5	5	5	25	5	5	4	5	5	5	29
2	2	3	2	3	12	2	2	3	3	2	12	2	3	2	3	2	12	3	2	3	2	1	3	14
4	4	4	4	3	19	4	4	4	4	3	19	4	4	3	4	2	17	4	3	3	4	3	3	20
5	5	5	3	3	21	3	1	3	5	4	16	4	5	5	5	4	23	5	5	5	4	5	3	27
4	5	5	5	5	24	5	5	4	5	5	24	5	5	4	4	4	22	5	4	5	5	5	5	29
4	4	4	4	4	20	4	4	3	5	3	19	4	4	4	4	2	18	4	4	3	3	3	5	22
3	3	3	3	3	15	3	3	3	2	2	13	2	2	2	2	2	10	2	2	2	2	2	2	12
3	2	3	3	2	13	2	2	2	2	3	11	3	3	3	3	3	15	3	3	3	2	2	3	16
2	3	2	2	3	12	4	3	4	4	4	19	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	3	23
5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	4	5	4	5	23	4	5	5	5	5	5	29
3	4	3	4	4	18	4	4	4	3	3	18	3	4	3	3	4	17	4	3	3	4	4	3	21
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	24
3	3	4	3	4	17	3	4	3	3	3	16	3	3	4	3	4	17	3	4	3	4	3	3	20
3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	3	18
3	2	4	3	4	16	4	4	4	5	3	20	2	4	2	3	3	14	4	2	4	3	4	5	22
5	3	2	3	2	15	3	3	3	3	2	14	4	2	3	3	2	14	2	3	4	3	4	2	18
4	4	3	4	3	18	5	4	5	4	3	21	4	5	4	3	4	20	5	4	4	3	3	4	23
3	4	4	3	3	17	4	3	3	3	4	17	3	3	4	4	3	17	3	4	4	3	4	3	21
4	3	3	3	3	16	1	2	2	4	3	12	2	2	2	2	3	11	2	2	4	4	3	3	18
3	3	3	4	2	15	2	2	2	3	2	11	2	2	2	4	3	13	2	2	4	4	4	3	19
5	4	5	4	3	21	4	3	4	4	3	18	3	3	4	5	4	19	3	4	4	3	4	3	21
4	3	5	3	4	19	3	4	3	5	3	18	4	5	3	4	3	19	5	3	3	4	3	4	22
3	4	5	4	5	21	3	4	3	4	3	17	2	3	2	3	4	14	3	2	4	3	4	3	19
3	4	3	3	4	17	5	4	4	4	4	21	5	5	5	5	4	24	5	5	3	4	3	3	23
5	4	3	4	3	19	1	3	1	4	3	12	1	3	4	3	1	12	3	4	3	4	4	3	21
4	5	5	5	5	24	4	4	4	4	5	21	5	5	5	4	4	23	5	5	5	4	4	4	27

menyebutkan sumber:
ilah, penyusunan laporan, p

3	5	3	2	1	14	5	5	4	4	2	20	5	5	5	3	5	23	5	5	4	5	5	3	27
3	4	3	3	2	15	3	4	4	4	3	18	4	3	5	2	3	17	3	5	5	4	3	5	25
5	5	5	5	5	25	5	5	4	4	4	22	3	3	4	3	4	17	3	4	4	3	5	4	23
3	2	5	3	3	16	4	3	5	3	1	16	2	4	2	2	1	11	4	2	4	3	2	5	20
3	3	4	2	5	17	4	2	2	5	3	16	2	4	4	3	3	16	4	4	2	5	5	3	23
4	3	2	1	1	11	4	3	3	3	2	15	2	3	2	3	2	12	3	2	2	2	2	1	12
4	5	3	4	5	21	4	5	4	4	3	20	4	4	5	5	3	21	4	5	5	4	5	5	28
4	5	4	5	4	22	5	5	5	5	5	25	4	5	5	5	5	24	5	5	5	4	5	4	28
5	5	5	5	5	25	5	5	4	5	4	23	5	5	5	5	4	24	5	5	5	4	5	4	28
4	4	4	4	5	21	4	4	5	5	4	22	5	4	5	5	4	23	4	5	5	5	4	4	27
5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	4	5	5	5	24	4	5	5	5	5	5	29
4	5	4	5	4	22	4	5	4	4	4	21	5	4	4	5	4	22	4	4	5	5	4	5	27
4	3	5	3	4	19	4	5	5	3	4	21	3	2	3	4	5	17	2	3	3	4	2	5	19
4	4	3	5	5	21	5	5	4	5	5	24	4	3	4	4	5	20	3	4	5	4	5	5	26
4	5	3	3	3	18	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	3	18
4	5	4	4	4	21	5	4	4	5	4	22	4	4	4	3	3	18	4	4	4	4	4	5	25
1	5	2	4	4	16	4	3	4	4	3	18	4	3	3	3	4	17	3	3	4	3	5	3	21
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	3	19	4	4	4	3	4	19	4	4	4	4	4	4	24
4	4	3	4	4	19	3	4	4	4	4	19	4	3	2	2	2	13	3	2	2	3	3	3	16
4	5	5	5	4	23	5	5	4	5	4	23	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	4	5	29
5	5	3	4	4	21	4	5	5	5	5	24	5	4	4	4	3	20	4	4	4	3	4	5	24
3	3	3	3	2	14	4	3	3	3	3	16	4	4	3	3	5	19	4	3	2	2	3	4	18
4	4	3	4	4	19	3	4	3	5	3	18	2	3	3	3	3	14	3	3	4	4	5	3	22
3	4	4	3	3	17	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	3	18
3	4	3	3	3	16	4	5	3	4	3	19	5	2	4	3	3	17	2	4	3	3	3	3	20
4	4	3	4	4	19	5	4	4	4	5	22	5	4	4	4	4	21	4	4	5	5	4	4	26

menyebutkan sumber:
ilah, penyusunan laporan, p

5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	30	
3	3	3	3	3	15	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	3	22	
5	3	4	2	4	18	2	2	2	2	10	2	2	2	2	2	10	2	2	2	3	3	14	
5	4	4	5	3	21	5	4	5	3	5	22	5	4	4	4	5	22	4	4	5	5	4	25
4	4	3	3	3	17	3	3	4	3	4	17	4	4	3	3	4	18	4	3	4	4	3	21
3	3	3	5	5	19	4	1	3	3	4	15	5	3	2	4	5	19	3	2	3	4	5	18
2	5	3	3	3	16	4	4	4	4	2	18	2	2	3	4	4	15	2	3	3	3	2	15
4	4	5	5	5	23	4	4	5	5	5	23	4	3	5	5	5	22	3	5	3	5	5	26
4	5	5	2	1	17	5	5	5	4	4	23	3	3	3	3	4	16	3	3	4	4	4	23
3	3	3	3	3	15	3	4	4	3	3	17	3	4	3	4	4	18	4	3	4	4	3	22
4	4	5	5	5	23	4	5	5	5	24	4	5	5	5	4	23	5	5	4	5	4	27	
2	5	5	5	5	22	5	4	4	2	2	17	4	4	4	4	5	21	4	4	5	5	4	25
5	4	2	4	3	18	3	3	4	4	3	17	4	4	3	2	4	17	4	3	5	4	4	23
4	5	5	5	5	24	4	5	3	4	5	21	4	3	4	5	4	20	3	4	5	4	4	24
4	4	3	3	4	18	3	3	4	4	4	18	3	4	4	3	3	17	4	4	4	3	3	22
4	5	5	5	5	24	4	4	5	5	4	22	5	5	5	5	5	25	5	5	5	4	4	27
3	5	4	4	5	21	4	4	5	5	4	22	3	4	5	5	4	21	4	5	5	5	4	27
3	4	4	4	3	18	4	3	3	4	4	18	4	4	3	4	4	19	4	3	4	4	4	23
3	4	4	3	5	19	4	5	4	4	5	22	4	5	5	5	5	24	5	5	5	4	5	29
5	3	3	2	4	17	3	4	4	4	3	18	3	4	4	4	3	18	4	4	4	4	4	22
3	3	4	4	4	18	4	3	3	2	4	16	5	5	3	3	3	19	5	3	2	1	3	17
3	4	5	5	5	22	5	5	5	3	4	22	5	5	5	3	4	22	5	5	3	3	3	21
4	4	4	3	4	19	3	4	3	5	4	19	4	3	4	5	4	20	3	4	5	5	4	26
3	3	4	3	3	16	4	4	3	5	4	20	4	4	4	4	3	19	4	4	4	4	3	23

In dan menyebutkan sumber:
arya ilmiah, penyusunan laporan, p

LAMPIRAN 3

KUALITAS DATA

Uji Validitas

a.) Kualitas Pelayanan (X1)

		Correlations					
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.370**	.355**	.355**	.273**	.620**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.006	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.370**	1	.382**	.569**	.439**	.737**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	.355**	.382**	1	.468**	.532**	.729**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	.355**	.569**	.468**	1	.654**	.826**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.5	Pearson Correlation	.273**	.439**	.532**	.654**	1	.799**
	Sig. (2-tailed)	.006	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1	Pearson Correlation	.620**	.737**	.729**	.826**	.799**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

b.) Persepsi Harga (X2)

		Correlations					
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.651**	.689**	.464**	.482**	.831**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.651**	1	.632**	.492**	.406**	.803**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	.689**	.632**	1	.482**	.490**	.829**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

@

	N	100	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	.464**	.492**	.482**	1	.522**	.748**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
X2.5	N	100	100	100	100	100	100
	Pearson Correlation	.482**	.406**	.490**	.522**	1	.741**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2	Pearson Correlation	.831**	.803**	.829**	.748**	.741**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

c.) Keragaman Produk (X3)

		Correlations					
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3
X3.1	Pearson Correlation	1	.586**	.613**	.519**	.542**	.816**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
X3.2	N	100	100	100	100	100	100
	Pearson Correlation	.586**	1	.649**	.471**	.427**	.768**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.3	Pearson Correlation	.613**	.649**	1	.642**	.560**	.858**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
	Pearson Correlation	.519**	.471**	.642**	1	.590**	.796**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.5	Pearson Correlation	.542**	.427**	.560**	.590**	1	.786**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
	Pearson Correlation	.816**	.768**	.858**	.796**	.786**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Syarif Kasim Riau

d.) Keputusan Pembelian (Y)

		Correlations						
		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y
Y.1	Pearson Correlation	1	.657**	.443**	.460**	.407**	.367**	.704**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y.2	Pearson Correlation	.657**	1	.622**	.626**	.528**	.529**	.845**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y.3	Pearson Correlation	.443**	.622**	1	.677**	.582**	.592**	.836**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y.4	Pearson Correlation	.460**	.626**	.677**	1	.617**	.507**	.826**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y.5	Pearson Correlation	.407**	.528**	.582**	.617**	1	.388**	.745**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y.6	Pearson Correlation	.367**	.529**	.592**	.507**	.388**	1	.734**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y	Pearson Correlation	.704**	.845**	.836**	.826**	.745**	.734**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Uji Reabilitas

a.) Kualitas Pelayanan (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.798	5

b.) Persepsi Harga (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.849	5

c.) Keragaman Produk (X3)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.863	5

d.) Keputusan Pembelian (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.872	6

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. UJI ASUMSI KLASIK

1.) Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.07085614
Most Extreme Differences	Absolute	.068
	Positive	.035
	Negative	-.068
Test Statistic		.068
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

2.) Uji Multikolinearitas

Model	Coefficients ^a					Collinearity Statistics		
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
	B	Std. Error						
1	(Constant)	1.228	1.159		1.059	.292		
	X1	.241	.086	.187	2.806	.006	.461	2.171
	X2	.287	.101	.242	2.843	.005	.283	3.528
	X3	.620	.088	.546	7.026	.000	.340	2.943

- a. Dependent Variable: Y

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3.) Uji Heterokedastisitas**Coefficients^a**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
1	(Constant)	2.791	.699	3.995	.000
	X1	-.006	.052	-.016	.914
	X2	-.002	.061	-.005	.980
	X3	-.057	.053	-.183	.288

a. Dependent Variable: ABSRES

4.) Uji Autokorelasi**Model Summary^b**

Model	R	R Square	Adjusted R	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
			Square		
1	.896 ^a	.803	.797	2.103	1.840

a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

b. Dependent Variable: Y

ANALISIS REGRESI LINEAR BERGANDA / UJI T (PARSIAL)**Coefficients^a**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
1	(Constant)	1.228	1.159	1.059	.292
	X1	.241	.086	.2806	.006
	X2	.287	.101	.2843	.005
	X3	.620	.088	7.026	.000

a. Dependent Variable: Y

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4. UJI HIPOTESIS**1.) Uji T (PARSIAL)**

		Coefficients ^a	
Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
B	Std. Error	Beta	
1.228	1.159		
.241	.086	.187	
.287	.101	.242	
.620	.088	.546	

a. Dependent Variable: Y

2.) Uji F (SIMULTAN)

		ANOVA ^a			
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F
1	Regression	1733.554	3	577.851	130.663
	Residual	424.556	96	4.422	
	Total	2158.110	99		

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

3.) Uji Koefisien Determinasi (R2)

Model	R	Model Summary		
		R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.896 ^a	.803	.797	2.103

a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

LAMPIRAN 4
TABEL T STATISTIK

Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
Df	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374
101	0.67693	1.28999	1.66008	1.98373	2.36384	2.62539	3.17289
102	0.67690	1.28991	1.65993	1.98350	2.36346	2.62489	3.17206
103	0.67688	1.28982	1.65978	1.98326	2.36310	2.62441	3.17125
104	0.67686	1.28974	1.65964	1.98304	2.36274	2.62393	3.17045
105	0.67683	1.28967	1.65950	1.98282	2.36239	2.62347	3.16967
106	0.67681	1.28959	1.65936	1.98260	2.36204	2.62301	3.16890
107	0.67679	1.28951	1.65922	1.98238	2.36170	2.62256	3.16815
108	0.67677	1.28944	1.65909	1.98217	2.36137	2.62212	3.16741
109	0.67675	1.28937	1.65895	1.98197	2.36105	2.62169	3.16669
110	0.67673	1.28930	1.65882	1.98177	2.36073	2.62126	3.16598
111	0.67671	1.28922	1.65870	1.98157	2.36041	2.62085	3.16528
112	0.67669	1.28916	1.65857	1.98137	2.36010	2.62044	3.16460
113	0.67667	1.28909	1.65845	1.98118	2.35980	2.62004	3.16392
114	0.67665	1.28902	1.65833	1.98099	2.35950	2.61964	3.16326
115	0.67663	1.28896	1.65821	1.98081	2.35921	2.61926	3.16262
116	0.67661	1.28889	1.65810	1.98063	2.35892	2.61888	3.16198
117	0.67659	1.28883	1.65798	1.98045	2.35864	2.61850	3.16135
118	0.67657	1.28877	1.65787	1.98027	2.35837	2.61814	3.16074
119	0.67656	1.28871	1.65776	1.98010	2.35809	2.61778	3.16013
120	0.67654	1.28865	1.65765	1.97993	2.35782	2.61742	3.15954

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak rugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilanggar mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



LAMPIRAN 5
TABEL F STATISTIK

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

df untuk penyebu t (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
91	3.95	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
92	3.94	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
93	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
94	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.77
95	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.82	1.80	1.77
96	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
97	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
98	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
99	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
100	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
101	3.94	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
102	3.93	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
103	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
104	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
105	3.93	3.08	2.69						1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
106	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
107	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
108	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
109	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
110	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
111	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
112	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
113	3.93	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.87	1.84	1.81	1.78	1.76
114	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
115	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
116	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
117	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
118	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
119	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
120	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
121	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
122	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
123	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
124	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
125	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
126	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
127	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
128	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
129	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
130	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
131	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak rugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

@ Hikma

LAMPIRAN 6 DOKUMENTASI PENELITIAN

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.



Sim Riau



BIOGRAFI PENULIS

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Mega, lahir di Kuala Tungkal pada tanggal 13 Juli 2001, merupakan anak kelima. Putri dari Bapak Sugeni dan Ibu Masita. Penulis memulai pendidikannya di SDN 002 Kotabaru Seberida, Kecamatan Keritang, Kabupaten Indragiri Hilir, Provinsi Riau pada tahun 2008 dan lulus pada tahun 2014. Penulis melanjutkan Pendidikan di SMP N 1 Keritang, Kabupaten Indragiri Hilir, Provinsi Riau pada tahun 2014 dan lulus pada tahun 2017. Selanjutnya penulis melanjutkan Pendidikan di SMA N 1 Keritang, Kabupaten Indragiri Hilir, Provinsi Riau pada tahun 2017 dan lulus pada tahun 2020. Kemudian pada tahun 2020 penulis melanjutkan Pendidikan di perguruan tinggi jenjang S1 dan mengambil jurusan S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Negeri Sultan Syarif Kasim Riau jalur undangan mandiri. Penulis melaksanakan PKL di PT. Serangkai Agro Tercapai beralamat di Komplek Pergudangan Avian Jl. Riau Ujung, Pekanbaru dan melakukan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Kelurahan Harapan Tani di Kecamatan Kempas. Penulis melakukan penelitian dengan judul penelitian **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Obat Pertanian di Desa Kotabaru Kecamatan Keritang”**