

**Journal of Comprehensive Science**  
**p-ISSN: 2962-4738 e-ISSN: 2962-4584**  
**Vol. 3. No. 7, Juli 2024**

---

**Pengaruh Harga, Pendapatan, dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan  
Dengan Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening**

Sansan Fardan Hamdani, Ade Komaludin, Asep Yusuf Hanapia  
Program Studi Magister Manajemen Program Pascasarjana Universitas Siliwangi  
Tasikmalaya  
Email : sansanfham@gmail.com

---

**Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh langsung dan tidak langsung harga, pendapatan dan kualitas produk dengan keputusan pembelian sebagai variabel intervening. Studi empiris dilakukan pada Gabungan Kelompok Tani di 5 Kecamatan Tasikmalaya. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik sensus dengan jumlah sampel sebanyak 367 sampel yang merupakan Gabungan Kelompok Tani di 5 Kecamatan Tasikmalaya. Instrumen penelitian ini adalah kuisioner pernyataan dengan skala likert. Teknik analisis data menggunakan Stuctural Equation Modelling dengan aplikasi Smart PLS. Hasil penelitian menunjukkan 1) Harga, kualitas produk dan kepuasan pelanggan ada dalam kriteria kurang baik, sedangkan keputusan pembelian ada dalam kriteria tidak baik. Rata-rata pedapatan sebesar Rp. 1.865.650, dari seluruh responden yang terbanyak masuk dalam kriteria sedang. 2) Harga, pendapatan, dan kualitas produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. 3) harga, pendapatan dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. 4) Keputusan pembelian tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. 5) Harga, pendapatan, dan kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan melalui keputusan pembelian.

**Kata Kunci:** Harga, Pendapatan, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian, Kepuasan Pelanggan

---

**Abstract**

This research aims to examine the direct and indirect influence of price, income and product quality on purchasing decisions as an intervening variable. Empirical studies were conducted on Farmer Group Associations in 5 Tasikmalaya Districts. Sampling was carried out using a census technique with a total sample of 367 samples from the Combined Farmer Groups in 5 Tasikmalaya Districts. The instrument of this research is a statement questionnaire with a Likert scale. The data analysis technique uses Structural Equation Modeling with the Smart PLS application. The research results show 1) Price, product quality and customer satisfaction are in the poor criteria, while purchasing decisions are in the bad criteria. The average income was 1,865,650 rupiah, of all respondents the majority fell into the medium criteria. 2) Price, income and product quality have no influence on purchasing decisions. 3) price, income and product quality have a significant effect on customer satisfaction. 4) Purchasing decisions have no effect on customer satisfaction. 5) Price, income and product quality do not have a significant effect on customer satisfaction through purchasing decisions.

**Keywords:** Price, Income, Product Quality, Purchasing Decisions, Customer Satisfaction

---

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang Masalah

Pertanian merupakan sektor penting dalam perekonomian negara, dan pupuk berperan penting dalam meningkatkan hasil panen. Keberhasilan pertanian modern sangat bergantung pada pemilihan dan penggunaan pupuk yang sesuai. Salah satu prioritas pengadaan yang paling penting adalah kualitas produk. Kualitas produk mencakup harga, dan persepsi pelanggan dalam membeli barang yang menyesuaikan dengan pendapatan pembeli sendiri. Berdasarkan data yang diperoleh dari Kementerian Pertanian pada tahun 2020, Jawa Barat merupakan salah satu sentra produksi padi Indonesia ditunjang dengan posisinya sebagai provinsi penghasil beras terbesar ketiga dengan luas panen 1.578.835 ha pada tahun 2019, mampu menghasilkan 9.084.957 ton GKG atau setara dengan 5.212.039 ton beras.

Dalam kegiatan pertanian, pupuk memiliki peran penting sebagai penunjang keberhasilan produksi. Pupuk menjadi penting ketika manusia semakin sadar akan pentingnya menjaga alam dan sumber daya alam, serta memastikan bahwa alam dapat terus memberikan kebutuhan hidup manusia.

Definisi pupuk di PP No. 8 tahun 2001 Bab 1 Pasal 1 yaitu, pupuk adalah bahan kimia atau organisme yang berperan dalam penyediaan unsur hara bagi keperluan tanaman secara langsung atau tidak langsung. Pupuk dibedakan menjadi dua berdasarkan distribusi dan pengadaannya, yaitu. pupuk bersubsidi dan pupuk non-subsidi. Pupuk bersubsidi merupakan pupuk yang didapat dari dukungan masyarakat yang pembelian dan penyalurannya untuk memenuhi kebutuhan petani, yang dilaksanakan berdasarkan program pemerintah berdasarkan Peraturan Menteri Perindustrian dan Perdagangan 306/MPP/Kep/4/2003. Pupuk subsidi dari pemerintah tidak diberi secara gratis tetapi dapat di beli dengan harga terjangkau. Sedangkan pupuk non subsidi adalah pupuk yang pengadaan dan penyalurannya di luar program pemerintah dan tidak mendapat subsidi.

Meskipun antara pupuk subsidi dan non subsidi secara kualitas hampir sama, namun pupuk subsidi yang paling unggul karena komposisi dan formulanya berbeda. Dengan adanya pupuk subsidi, kualitas pupuk yang dipasok lebih terjamin karena memenuhi standar dan spesifikasi yang dipersyaratkan kualitas sesuai Standar Nasional Indonesia sehingga subsidi pupuk berperan menjaga dan meningkatkan produktivitas pertanian. Selain itu, dari segi harga pupuk subsidi dan non subsidi pun berbeda yaitu harga pupuk subsidi lebih murah dari pupuk non subsidi (Ramdhani & Rahmat, 2023).

Penggunaan pupuk sebagai elemen kunci dalam kegiatan pertanian untuk memenuhi kebutuhan nutrisi tanaman memiliki peran krusial dalam meningkatkan hasil produksi dan produktivitas dalam sektor pertanian. Adanya petani di Indonesia membuat mereka bergantung pada bantuan pemerintah melalui program pupuk bersubsidi. Meskipun demikian, masih terdapat berbagai permasalahan yang muncul dalam proses distribusi pupuk bersubsidi. Kenaikan harga pupuk non- subsidi sejak tahun 2021 hingga saat ini menimbulkan kekhawatiran akan potensi penurunan produksi dan produktivitas pertanian.

Harga merupakan pengorbanan ekonomis yang dilakukan konsumen untuk memperoleh produk atau jasa. Selain itu harga salah satu faktor penting pelanggan dalam mengambil keputusan untuk melakukan pembelian atau tidak (Dalmayani et al., 2023).

Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen terhadap suatu barang. Semakin mahal harga suatu barang maka konsumen akan semakin mengurangi konsumsi barang tersebut atau mencari barang yang sama dengan harga yang lebih murah, padahal konsumen dapat membayar barang tersebut sesuai dengan pendapatannya. Sebaliknya, semakin murah harga suatu barang, maka semakin loyal konsumen dalam mengonsumsi barang tersebut.

Dalam kehidupan bisnis, harga merupakan salah satu faktor penting yang mempengaruhi pemasaran suatu produk. Tinggi rendahnya harga selalu menjadi perhatian utama para

konsumen saat mereka mencari suatu produk. Kualitas produk adalah kemampuan produk untuk melaksanakan fungsi-fungsinya, kemampuan itu menjadi meliputi daya tahan, keandalan, dan atribut lain yang berharga pada produk secara keseluruhan (Kotler, P., 2011).

Harga juga mempengaruhi kepuasan pada konsumen. Persepsi harga ialah pandangan tentang harga tentang bagaimana konsumen dalam memandang persepsi harga dengan maksud harga yang tinggi atau rendah dan masuk akal itu memiliki pengaruh yang kuat dengan maksud membeli serta kepuasan membeli (Schiffman & Kanuk, 2009). Faktor pendapatan juga sangat mempengaruhi keputusan pembelian seseorang untuk membeli barang tersebut. Karena pendapatan menentukan daya beli seseorang. Orang yang berpenghasilan tinggi akan mengkonsumsi barang-barang dengan brand terkenal, sedangkan orang yang berpenghasilan pas-pasan akan mengkonsumsi barang sesuai dengan kebutuhan dasarnya (Laksono & Iskandar, 2018).

Konsumen selalu menghadirkan berbagai permintaan terhadap berbagai barang yang dibutuhkan dalam kehidupan sehari-hari. Tentunya dalam hal ini konsumen harus menyesuaikan permintaannya dengan pendapatan yang diperolehnya. Jika pendapatannya tinggi maka jumlah pemintaannya akan tinggi dan sebaliknya jika pendapatannya rendah maka jumlah permintaannya akan sedikit.

Harga yang lebih tinggi dapat membuat pupuk non-subsidi menjadi lebih mahal bagi petani. Petani dengan keterbatasan keuangan dikarenakan pendapatan yang kurang mungkin menjadi kurang mampu untuk membeli pupuk non-subsidi dalam jumlah yang dibutuhkan. Ini dapat mempengaruhi keputusan mereka dalam menggunakan jenis pupuk tertentu atau bahkan mempengaruhi produktivitas pertanian mereka secara keseluruhan.

Kualitas merupakan komponen penting dari produk dan jasa tersebut karena konsumen dapat membeli produk tersebut. Kualitas produk biasanya mengacu pada manfaat atau kegunaan dan fungsi produk. Kualitas juga ditentukan oleh penggunaan atau kinerjanya, termasuk ketahanan, keandalan dengan produk atau komponen lain. Kualitas yang diharapkan konsumen berada pada tingkat harga yang lebih tinggi namun diharapkan pada tingkat harga yang lebih rendah (Syafiie, Kencana, & Inu, 2011).

Kualitas produk biasanya masih ditemukan oleh pelanggan kualitas produk yang sudah menurun seperti produk penyok, produk rusak, produk berkarat dan bahkan produk expired dan kurangnya pengetahuan tentang kualitas produk serta kurang telitinya dalam QC (Quality Control) produk, maka dari itu sebaiknya produsen harus menjaga ketelitiannya sehingga dapat menjual produk dengan kualitas yang baik, Jika konsumen mendapatkan produk dengan kualitas yang baik maka kemungkinan konsumen akan membeli lagi sehingga hal itu dapat mempengaruhi keputusan pembelian pada konsumen (Bahruddin & Sentosa, 2022).

Kepuasan pelanggan muncul akibat pelayanan yang diberikan dari suatu pembelian produk di suatu toko. Kepuasan pelanggan ini memunculkan tindakan pelanggan tersebut untuk melakukan pembelian berulang. Keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh salah satu faktor yaitu situasi konsumen itu sendiri. Salah satu hal yang memunculkan kepuasan pelanggan atas pelayanan yang diberikan adalah dari suasana lingkungan tempat pembelian, pengemasan produk, dan hal lain yang memicu emosi untuk melakukan pembelian tersebut (Navila et al., 2023).

Persaingan yang semakin ketat ini menuntut perusahaan untuk menawarkan produk yang berkualitas dan memiliki nilai tambah yang berbeda dari produk pesaingnya. Kualitas ditentukan oleh sekumpulan kegunaan dan fungsinya, termasuk di dalamnya daya tahan, ketidaktergantungan pada produk lain atau komponen lain, eksklusifitas, kenyamanan, wujud luar (warna, bentuk, pembungkusan, dan sebagainya). Produk yang memiliki kualitas paling baik akan mampu tumbuh dengan pesat dan akan mampu merebut pangsa pasar (Saragih, MM., 2018).

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu disebutkan bahwa Kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Kepuasan pelanggan merupakan kunci sukses dalam sebuah bisnis. Pelanggan yang puas akan menjadi pelanggan yang loyal. Mereka akan cenderung melakukan pembelian ulang dan menjadi promotor bagi produk, yang pada akhirnya akan meningkatkan pendapatan perusahaan (Mukuan et al., 2023).

Kepuasan konsumen merupakan harapan dari para pelaku bisnis, kepuasan pelanggan menjadi tujuan dalam keberhasilan suatu pelaku bisnis. Kepuasan pelanggan mempunyai pengaruh penting terhadap keputusan pembelian, perusahaan pun berusaha untuk membuat kualitas produk dan kualitas pelayanan yang dapat memenuhi harapan para konsumen sehingga konsumen merasa puas dan memutuskan untuk melakukan pembelian. berarti semakin tinggi kepuasan pelanggan maka semakin tinggi tingkat keputusan pembelian (Ilham Hadi Nur Yufa & Dwi Lestari, 2023).

Kepuasan pelanggan menjadi tolak ukur perusahaan bagaimana hal ke depannya atau bahkan ada beberapa hal yang harus dirubah karena pelanggan merasa tidak puas atau dirugikan. Jika konsumen tidak puas tentunya konsumen tidak akan kembali lagi dan mungkin bisa juga mengeluhkan ketidakpuasannya kepada konsumen lain. Tentunya hal ini akan menjadi ancaman bagi pengusaha tersebut. Seseorang yang kembali membeli, dan akan memberitahu yang lain tentang pengalaman baiknya dengan produk tersebut dapat dikatakan pelanggan tersebut merasa puas (Mukuan et al., 2023).

Di Indonesia terdapat beberapa pabrik yang memproduksi pupuk subsidi maupun pupuk non subsidi. PT Petrokimia Gresik merupakan Produsen Pupuk Terlengkap di Indonesia yang memproduksi berbagai macam pupuk dan bahan kimia untuk solusi agroindustri. Brand pupuk non subsidi Petrokimia Gresik, NPK Phonska Plus menempati urutan pertama untuk kategori pupuk non subsidi dan menjadi brand yang paling direkomendasikan oleh konsumen versi Indonesia Wow Brand 2023 dan meraih Gold Champion untuk Kategori pupuk non subsidi. Selain PT Petrokimia Gresik, adapun PT Pupuk Indonesia yang akan menjalankan program Gebyar Diskon Pupuk sesuai dorongan pemerintah agar petani bisa menikmati pupuk non subsidi dengan harga terjangkau serta membantu meningkatkan produktivitas pertanian dan kesejahteraan petani.

Organisasi petani menjadi peran kunci dalam pengembangan sektor pertanian di Indonesia, menjadi salah satu sarana untuk mengatasi tantangan-tantangan di bidang pertanian. Selain itu, organisasi petani dapat memperkuat persatuan dan kerjasama antarpetani demi kebaikan bersama, bukan untuk merugikan satu sama lain atau menjadi rentan dihadapan perusahaan besar dan pasar modern. Bahkan, lembaga-lembaga petani lebih lanjut dapat memfasilitasi kolaborasi positif antara petani dan perusahaan besar serta pasar modern untuk mencapai hubungan mutualisme yang lebih baik (Rosidin et al., 2023).

Gabungan Kelompok Tani (Gapoktan) merupakan kelembagaan ekonomi di pedesaan yang didalamnya tergabung beberapa kelompok tani. Menurut Pedoman Pembinaan Kelembagaan Petani yang diatur dalam Peraturan Menteri Pertanian Nomor: 273/Kpts/ot.160/4/2007, Gapoktan merupakan agregasi dari beberapa kelompok tani yang bersatu dan bekerja sama untuk meningkatkan skala ekonomi dan efisiensi usaha pertanian.

Gapoktan hadir dengan maksud agar kelompok tani dapat beroperasi dengan lebih efektif dan efisien, menyelenggarakan sarana produksi pertanian, meningkatkan tingkat permodalan, dan meluaskan cakupan usaha tani untuk kepentingan petani dan kelompok tani di sektor hulu dan hilir. Selain itu, tujuan lainnya mencakup peningkatan kerjasama dan strategi pemasaran untuk produk- produk pertanian. Gapoktan diharapkan dapat memainkan peran kunci dalam menyediakan dukungan untuk pembiayaan pertanian, menyediakan fasilitas produksi, mengelola pemasaran produk pertanian, dan memberikan informasi yang diperlukan oleh petani (Rosidin et al., 2023).

Pembentukan kelompok tani berfungsi sebagai wadah bagi para petani untuk memperoleh pengetahuan baru terkait karakteristik lahan, kerjasama dengan pihak eksternal, penanganan penyakit tanaman, serta mendapatkan peralatan dan sarana pertanian. Selain itu, kelompok tani berperan sebagai motor penggerak pembangunan ekonomi di suatu wilayah desa. Umumnya, dalam suatu wilayah desa yang terdiri dari beberapa dusun, dibentuklah Gapoktan sebagai entitas yang menggabungkan berbagai kelompok tani di tingkat dusun (Pratiwi, 2018).

Kabupaten Tasikmalaya memiliki wilayah seluas 270.882 hektar, dimana 245.412 hektar digunakan untuk lahan pertanian, sementara 25.470 hektar merupakan lahan non-pertanian. Kabupaten Tasikmalaya melintasi rangkaian pegunungan berapi di Pulau Jawa, memberikan tanah yang alami kaya dan subur serta melimpahkan sumber daya air. Daerah ini terletak di lereng gunung yang rendah, sehingga menjadi tempat utama untuk menangkap curah hujan dan menyediakan daerah resapan air yang lebih melimpah (RKPD Kabupaten Tasikmalaya 2017).

Kabupaten Tasikmalaya dibagi menjadi beberapa kecamatan, diantaranya kecamatan Bojonggambir, Sodonghilir, Taraju, Salawu, dan Puspahiang yang akan menjadi tempat untuk dilakukan penelitian. Potensi-potensi yang terdapat di wilayah tersebut mencakup penggunaan sumber daya alam, yang selanjutnya dapat mendukung upaya Gabungan Kelompok Tani (Gapoktan) dalam memberdayakan komunitas petani dan juga warga sekitar. Keberadaan Gapoktan ini diharapkan dapat mendorong inovasi masyarakat dan berkontribusi pada perkembangan ekonomi lokal.

Dalam sektor pertanian, sering kali muncul masalah kelangkaan pupuk, yang dapat mempengaruhi proses penanaman yang dilakukan oleh para petani. Keterbatasan pasokan pupuk ini sering disebabkan oleh hambatan dalam pendistribusian pupuk bersubsidi yang terhambat dan tidak merata. Sementara itu, pupuk memainkan peran penting dalam meningkatkan produktivitas pertanian.

Berdasarkan hasil survey awal, para petani di 5 Kecamatan Kabupaten Tasikmalaya, para petani mengungkapkan bahwa mereka merasa kesulitan dengan persyaratan yang semakin rumit untuk memperoleh pupuk subsidi yang membutuhkan langkah-langkah seperti menggesek kartu tani, melampirkan KTP, dan bahkan mengharuskan penggunaan foto. Selain menyampaikan keluhan tentang rumitnya persyaratan mendapatkan pupuk subsidi, para petani menyebutkan bahwa adanya pengurangan alokasi kuota pupuk bersubsidi oleh pemerintah pada tahun 2024 kini memengaruhi para petani. Alokasi pupuk bersubsidi jenis NPK Phonska dari tahun 2023 sebanyak 2.120 Ton, di tahun 2024 alokasinya turun menjadi 1.190 Ton. Saat memasuki musim tanam, banyak petani mengalami kesulitan dalam memperoleh pasokan pupuk. Pupuk yang disediakan oleh pemerintah kepada para petani, bukan hanya tidak mencukupi untuk mencover kebutuhan pupuk dalam setahun, bahkan dengan kuota yang telah dipangkas, pasokan tersebut tidak memadai untuk satu kali panen. Oleh karena itu, adanya pupuk non subsidi menjadi solusi untuk para petani guna memenuhi kebutuhannya. Fenomena tersebut mendorong sebagian petani untuk membeli pupuk non subsidi dengan harga yang murah dengan kualitas yang baik.

Berdasarkan uraian, dikarenakan belum banyak yang menggunakan variabel harga, pendapatan, dan kualitas produk dalam kaitannya dengan keputusan pembelian dan kepuasan pelanggan pupuk non subsidi, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh harga, pendapatan, dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan dengan keputusan pembelian sebagai variabel intervening (Sensus Pupuk NPK Phonska Non Subsidi Pada Gabungan Kelompok Tani di 5 Kecamatan Kabupaten Tasikmalaya).

### **Identifikasi Penelitian**

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah;

1. Pengaruh harga, pendapatan, dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan melalui keputusan pembelian pupuk NPK Phonska Non Subsidi
2. Bagaimana pengaruh harga, pendapatan, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pupuk NPK Phonska Non Subsidi
3. Bagaimana pengaruh harga, pendapatan, dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pupuk NPK Phonska Non Subsidi
4. Bagaimana pengaruh keputusan pembelian terhadap kepuasan pelanggan pada pelanggan pupuk NPK Phonska Non Subsidi
5. Bagaimana pengaruh harga, pendapatan, dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan melalui keputusan pembelian pupuk NPK Phonska Non Subsidi

### **Tujuan Penelitian**

1. Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah:
2. Menganalisis pengaruh harga, pendapatan, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pupuk NPK Phonska Non Subsidi
3. Menganalisis pengaruh harga, pendapatan, dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pupuk NPK Phonska Non Subsidi
4. Menganalisis pengaruh keputusan pembelian terhadap kepuasan pelanggan pada pelanggan pupuk NPK Phonska Non Subsidi
5. Menganalisis pengaruh harga, pendapatan, dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan melalui keputusan pembelian pupuk NPK Phonska Non Subsidi

### **Manfaat Penelitian**

#### **Manfaat Teoritis**

Menambah pengetahuan dan wawasan mengenai ilmu manajemen khususnya dalam upaya peningkatan minat beli konsumen serta penjualan dan dapat dijadikan rujukan bagi mahasiswa pascasarjana magister manajemen yang melaksanakan karya tulis ilmiah, dan juga sebagai perbandingan bagi mahasiswa dalam memperoleh informasinya.

#### **Manfaat Praktis**

Menambah bahan informasi dan masukan kepada penyelenggara pupuk non subsidi untuk meningkatkan minat beli dan keputusan pembelian konsumen dan diharapkan juga memberikan informasi kepada semua pihak yang berkepentingan dalam penelitian ini.

## **METODE PENELITIAN**

### **Objek Penelitian**

Objek dalam penelitian ini adalah harga, pendapatan, kualitas produk, kepuasan pelanggan dan keputusan pembelian pupuk phoska non subsidi. Ruang lingkup penelitian ini adalah mengenai “Pengaruh Harga, Pendapatan, Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Dengan Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening (Sensus Pupuk Phonska Non Subsidi Pada Gabungan Kelompok Tani di 5 Kecamatan Kabupaten Tasikmalaya)”

### **Metode Penelitian**

Menurut Sugiyono (2016: 2) metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Penelitian ini termasuk penelitian kuantitatif dalam pengertian bahwa dalam penelitian ini menggunakan angka-angka, mulai dari pengumpulan data sampai penafsiran terhadap data dengan pengujian statistik.

Peneliti kuantitatif dalam melihat hubungan variabel terhadap objek yang diteliti lebih bersifat sebab dan akibat (kausal), sehingga dalam penelitiannya ada variabel independen dan dependen. Dari variabel tersebut selanjutnya dicari seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Pada umumnya penelitian kuantitatif lebih menekankan pada keluasan informasi, (bukan kedalaman) sehingga metode ini cocok digunakan untuk populasi yang luas dengan variabel yang terbatas.

Menurut Sugiyono (2016: 7) bahwa metode kuantitatif adalah metode ilmiah/scientific karena telah memenuhi kaidah-kaidah ilmiah yaitu konkrit/empiris, obyektif, terukur, rasional dan sistematis. Secara spesifik metode yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah metode ekplanasi (explanatory survey). Explanatory survey adalah suatu survey yang digunakan untuk menjelaskan hubungan kausal antara dua variabel melalui pengujian hipotesis. Berdasarkan definisi tersebut, maka dapat dikatakan bahwa explanatory survey adalah metode yang digunakan untuk menjelaskan hubungan dua variabel melalui pengujian hipotesis.

**Operasional Variabel**

Dalam penelitian ini digunakan 3 (tiga) jenis variabel yaitu variabel independen/eksogen (X), variabel intervening (Y), dan variabel dependen/endogen (Z). Secara operasional variabel tersebut dijelaskan sebagai berikut:

**Teknik Pengumpulan Data**

**a. Jenis dan Sumber Data**

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang diperoleh langsung peneliti yang berasal dari objek penelitian. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah responden yang telah ditentukan oleh peneliti, metode kuesioner (angket) merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab atau diberi tanggapan (Sugiyono, 2009:135).

Data sekunder merupakan data konsumen yang diperoleh dari lain salah satunya Dinas Pertanian Kabupaten Tasikmalaya (Sahputra & Nendi, 2024). Dalam penelitian ini, sumber data diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner kepada Gapoktan di 5 Kecamatan Kabupaten Tasikmalaya.

**b. Populasi**

Populasi adalah sekumpulan dari individu yang memiliki karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti atau populasi adalah keseluruhan subjek yang dibatasi kriteria tertentu (Sugiyono, 2015: 115). Populasi dalam penelitian adalah Gabungan Kelompok Tani (Gapoktan) yang berada di 5 Kecamatan Kabupaten Tasikmalaya.

**Tabel 3.2.** Data Gapoktan 5 Kecamatan Kabupaten Tasikmalaya

Wilayah	Jumlah Gapoktan	Jumlah Anggota Gapoktan
Bojonggambir	10	87
Sodonghilir	12	113
Taraju	9	55
Salawu	12	80
Puspahiang	8	41
<b>Total</b>	<b>51</b>	<b>376</b>

*Sumber: Dinas Pertanian Kabupaten Tasikmalaya 2024*

**c. Sampel**

Sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2008: 80). Dikarenakan jumlah populasinya sedikit, maka pengambilan sampel menggunakan teknik sampling jenuh atau teknik sensus, dimana semua anggota populasi dijadikan sampel.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi hasil penelitian ini akan menunjukkan gambaran mengenai harga, pendapatan dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian serta dengan kepuasan pelanggan Pupuk Phonska Non Subsidi pada gabungan kelompok tani di 5 Kecamatan Kabupaten Tasikmalaya yang menjadi objek penelitian, untuk variabel bebas meliputi: harga, pendapatan dan kualitas produk sedangkan untuk variabel terikat meliputi kepuasan pelanggan serta dengan keputusan pembelian.

Untuk mengetahui harga, pendapatan dan kualitas produk di Sensus Pupuk Phonska Non Subsidi pada gabungan kelompok tani di 5 Kecamatan Kabupaten Tasikmalaya penulis menyebarkan kuesioner sebanyak 376 eksemplar untuk 376 responden, yang merupakan gabungan kelompok tani dimana terhadap hasil jawaban kuesioner tersebut telah dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas dan hasilnya dapat dinyatakan valid dan reliabel dapat dilihat di lampiran.

Hasil menunjukkan bahwa seluruh butir pernyataan yang terdapat pada variabel penelitian, dinyatakan valid dibuktikan dengan koefisien korelasi yang lebih besar dari 0.39607. menurut Sugiyono (2016), nilai korelasi selanjutnya dibandingkan dengan  $R_{tabel}$  dengan taraf kesalahan 5% dan  $df = n - 2 = 23$ , maka diperoleh 0.39607.

**Tabel 4.1** Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penelitian

Variabel	Nilai <i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N Of Items</i>	Keterangan
Harga	0.757	5	Reliabel
Pendapatan	0.878	5	Reliabel
Kualitas produk	0.766	5	Reliabel
Keputusan pembelian	0,629	5	Reliabel
Kepuasan pelanggan	0.778	5	Reliabel

*Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2024*

Berdasarkan Tabel 4.1 setiap variabel dalam penelitian, dinyatakan reliabel dibuktikan dengan nilai Cronbach's Alpha yang lebih besar dari 0,6. Maka seluruh instrument dalam variabel penelitian dapat dikatakan reliabel, dan layak digunakan dalam penelitian.

Harga, pendapatan dan kualitas produk dilakukan untuk memperbaiki sistem pelayanan yang lebih baik dan mencegah penyimpangan-penyimpangan yang terjadi sehingga dapat meningkatkan terhadap tata kelola perusahaan akan lebih baik khususnya pada Sensus Pupuk Phonska Non Subsidi pada gabungan kelompok tani di 5 Kecamatan Kabupaten Tasikmalaya. Adapun hasil penelitian tentang tanggapan responden mengenai harga, pendapatan dan kualitas produk, dipaparkan di bawah ini.

### **4.1.1 Tanggapan Responden Mengenai Harga Pada Sensus Pupuk Phonska Non Subsidi pada gabungan kelompok tani di 5 Kecamatan Kabupaten Tasikmalaya**

Untuk mengetahui harga pada Sensus Pupuk Phonska Non Subsidi pada gabungan kelompok tani di 5 Kecamatan Kabupaten Tasikmalaya, maka dilakukan penyebaran kuisioner yang terdiri dari pertanyaan-pertanyaan yang berkaitan dengan bukrti langsung. Adapun kuisioner tersebut diberikan kepada 376 responden.

Diketahui bahwa nilai yang diperoleh dari perhitungan terhadap tanggapan responden atas harga di Pupuk Phonska Non Subsidi pada gabungan kelompok tani di 5 Kecamatan Kabupaten Tasikmalaya adalah sebesar 5569 dan masuk klasifikasi kurang baik. Dari beberapa kriteria yang diajukan nilai tertinggi hasil jawaban responden mengenai harga digunakan untuk memutuskan prioritas- prioritas dan kebutuhan para gabungan kelompok tani. Berarti bahwa harga yang disusun dan ditetapkan Pupuk Phonska Non Subsidi pada gabungan kelompok tani di 5 Kecamatan Kabupaten Tasikmalaya masih kurang baik sehingga kurang sesuai keterjangkauan dan harapan gabungan kelompok tani.

#### **4.1.2 Tanggapan Responden Mengenai Pendapatan Pada Pupuk Phonska Non Subsidi Pada Gabungan Kelompok Tani di 5 Kecamatan Kabupaten Tasikmalaya**

Diketahui bahwa nilai yang diperoleh dari perhitungan terhadap tanggapan responden atas kualitas produk di Sensus Pupuk Phonska Non Subsidi pada gabungan kelompok tani di 5 Kecamatan Kabupaten Tasikmalaya adalah sebesar 5707 dan masuk klasifikasi kurang baik. Dari beberapa kriteria yang diajukan nilai tertinggi hasil jawaban responden mengenai kualitas produk Pupuk Phonska Non Subsidi pada gabungan kelompok tani di 5 Kecamatan Kabupaten Tasikmalaya masih kurang baik sehingga kurang sesuai keterjangkauan dan harapan gabungan kelompok tani.

#### **4.1.4 Tanggapan Responden Mengenai Kepuasan Pelanggan Pupuk Phonska Non Subsidi Pada Gabungan Kelompok Tani di 5 Kecamatan Kabupaten Tasikmalaya**

Dengan demikian bahwa nilai yang diperoleh dari perhitungan terhadap tanggapan responden atas kepuasan pelanggan Pupuk Phonska Non Subsidi pada gabungan kelompok tani di 5 Kecamatan Kabupaten Tasikmalaya adalah sebesar 5718 dan masuk klasifikasi kurang baik. Dari beberapa kriteria yang diajukan nilai tertinggi hasil jawaban responden mengenai kepuasan pelanggan digunakan untuk memutuskan prioritas-prioritas dan ukuran-ukuran bagi para gabungan kelompok tani. Berarti bahwa kepuasan pelanggan bagi para gabungan kelompok tani disusun ditetapkan di 5 Kecamatan Kabupaten Tasikmalaya masih kurang baik sehingga kurang sesuai keterjangkauan dan harapan gabungan kelompok tani.

#### **Pengujian Hipotesis**

Pada penelitian ini dikarenakan menggunakan PLS maka untuk melihat hasil analisis jalur dapat dilakukan dengan analisis direct effect (pengaruh langsung) dan analisis indirect effect (pengaruh tidak langsung). Analisis direct effect berguna untuk menguji hipotesis pengaruh langsung suatu variabel yang mempengaruhi (eksogen) terhadap variabel yang dipengaruhi (endogen). Menurut Juliandi (2018) kriteria analisis direct effect adalah sebagai berikut:

##### **a) Koefisien Jalur (Path Coefficient)**

Jika nilai koefisien jalur (path coefficient) adalah positif, maka pengaruh suatu variabel terhadap adalah searah, jika nilai suatu variabel eksogen meningkat/naik, maka nilai variabel endogen juga meningkat/naik.

Jika nilai koefisien jalur (path coefficient) adalah negatif, maka pengaruh suatu variabel terhadap adalah berlawanan arah, jika nilai suatu variabel eksogen meningkat/naik, maka nilai variabel endogen menurun.

##### **b) Nilai probabilitas/signifikansi (P-Value)**

Jika nilai P-Value  $< 0,05$ , maka signifikan.

Jika nilai P-Value  $> 0,05$ , maka tidak signifikan.

**Tabel 4.39** Hasil Pengujian Hipotesis

<b>Hipotesis</b>	<b>Path Coefficients</b>	<b>P-Value</b>	<b>Keterangan Hipotesis</b>
Hipotesis 1	0,0726	<b>0,4565</b>	Ditolak
Hipotesis 2	0,0995	<b>0,3215</b>	Ditolak
Hipotesis 3	0,0128	<b>0,9312</b>	Ditolak
Hipotesis 4	0,2570	<b>0,0367</b>	Diterima
Hipotesis 5	0,6161	<b>0,0000</b>	Diterima
Hipotesis 6	0,5871	<b>0,0000</b>	Diterima
Hipotesis 7	-0,0478	<b>0,6377</b>	Ditolak
Hipotesis 8	0,1240	<b>0,0790</b>	Ditolak
Hipotesis 9	0,0995	<b>0,3215</b>	Ditolak
Hipotesis 10	0,0128	<b>0,9312</b>	Ditolak

*Sumber : Pengolahan Data SmartPLS, 2024*

Hasil pengujian masing-masing hipotesis berdasarkan hasil t-statistics dan path coefficients pada Tabel 4.39 dijelaskan sebagai berikut:

1. H1 : Harga berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap keputusan pembelian pada gabungan kelompok tani di 5 Kecamatan Kabupaten Tasikmalaya.

Berdasarkan hasil evaluasi inner model atas variabel harga terhadap keputusan pembelian dihasilkan nilai p value sebesar 0,4546 ( $> 0,05$ ) sehingga hipotesis ini dinyatakan ditolak.

2. H2 : Pendapatan berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap keputusan pembelian pada gabungan kelompok tani di 5 Kecamatan Kabupaten Tasikmalaya.

Berdasarkan hasil evaluasi inner model atas variabel pendapatan terhadap keputusan pembelian dihasilkan nilai p value sebesar 0,3215 ( $> 0,05$ ) sehingga hipotesis ini dinyatakan ditolak.

3. H3: Kualitas produk berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap keputusan pembelian pada gabungan kelompok tani di 5 Kecamatan Kabupaten Tasikmalaya.

Berdasarkan hasil evaluasi inner model atas variabel kualitas produk terhadap keputusan pembelian dihasilkan nilai p value sebesar 0,9312 ( $> 0,05$ ) sehingga hipotesis ini dinyatakan ditolak.

4. H4 : Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada gabungan kelompok tani di 5 Kecamatan Kabupaten Tasikmalaya.

Berdasarkan hasil evaluasi inner model atas variabel harga terhadap kepuasan pelanggan dihasilkan nilai p value sebesar 0,0367 ( $< 0,05$ ) sehingga hipotesis ini dinyatakan diterima.

5. H5 : Pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada gabungan kelompok tani di 5 Kecamatan Kabupaten Tasikmalaya.

Berdasarkan hasil evaluasi inner model atas variabel pendapatan terhadap kepuasan pelanggan dihasilkan nilai p value sebesar 0,000 ( $< 0,05$ ) sehingga hipotesis ini dinyatakan diterima.

6. H6 : Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada gabungan kelompok tani di 5 Kecamatan Kabupaten Tasikmalaya.

Berdasarkan hasil evaluasi inner model atas variabel kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan dihasilkan nilai p value sebesar 0,000 ( $< 0,05$ ) sehingga hipotesis ini dinyatakan diterima.

7. H7 : Keputusan pembelian berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada gabungan kelompok tani di 5 Kecamatan Kabupaten Tasikmalaya.

Berdasarkan hasil evaluasi inner model atas variabel keputusan pelanggan terhadap kepuasan pelanggan dihasilkan nilai p value sebesar 0,6377 ( $< 0,05$ ) sehingga hipotesis ini dinyatakan ditolak.

8. H8 : Harga berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan melalui keputusan pembelian pada gabungan kelompok tani di 5 Kecamatan Kabupaten Tasikmalaya.

Berdasarkan hasil evaluasi inner model atas variabel harga terhadap kepuasan pelanggan melalui keputusan pembelian dihasilkan nilai p value sebesar 0,0790 ( $< 0,05$ ) sehingga hipotesis ini dinyatakan ditolak.

9. H9 : Pendapatan berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan melalui keputusan pembelian pada gabungan kelompok tani di 5 Kecamatan Kabupaten Tasikmalaya.

Berdasarkan hasil evaluasi inner model atas variabel pendapatan terhadap kepuasan pelanggan melalui keputusan pembelian dihasilkan nilai p value sebesar 0,3215 ( $< 0,05$ ) sehingga hipotesis ini dinyatakan ditolak.

10. H10: Kualitas produk berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan melalui keputusan pembelian pada gabungan kelompok tani di 5 Kecamatan Kabupaten Tasikmalaya.

Berdasarkan hasil evaluasi inner model atas variabel kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan melalui keputusan pembelian dihasilkan nilai p value sebesar 0,9312 ( $< 0,05$ ) sehingga hipotesis ini dinyatakan ditolak.

#### **4.2.2 Pengaruh Harga, Pendapatan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Dengan Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening**

Berdasarkan hasil analisis statistik dengan menggunakan Partial Least Square (PLS). PLS merupakan metode alternatif analisis dengan Structural Equation Model (SEM) yang berbasis variance. Alat bantu yang digunakan berupa program Smart PLS Versi 3 yang dirancang khusus untuk mengestimasi persamaan struktural dengan basis variance dari hasil perhitungan sebesar 0,178 yang menunjukkan bahwa keeratan hubungan antara harga, pendapatan, kualitas produk secara bersama-sama dengan kepuasan pelanggan termasuk kategori sangat rendah.

Nilai koefisien korelasi yang positif menunjukkan bahwa korelasi antara harga, pendapatan, kualitas produk secara bersama-sama dengan kepuasan pelanggan bersifat searah, artinya jika terjadi peningkatan harga, pendapatan, dan kualitas produk secara bersama-sama, maka kepuasan pelanggan akan meningkat.

Besar pengaruh harga, pendapatan, dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan dengan keputusan pembelian sebagai variabel intervening pada Sensus Pupuk NPK Phonska Non Subsidi Pada Gabungan Kelompok Tani di 5 Kecamatan Kabupaten Tasikmalaya dapat dilihat dari nilai koefisien determinasi ( $K_d$ ), yaitu sebesar 0,032 atau sebesar 3,2 %, dan sisanya sebesar 96,8% merupakan faktor lain yang tidak diteliti, misalnya kualitas pelayanan, lokasi, ketersediaan produk, fasilitas dan lain-lain.

Harga, pendapatan, dan kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan keputusan pembelian sebagai variabel intervening pada Sensus Pupuk NPK Phonska Non Subsidi Pada Gabungan Kelompok Tani di 5 Kecamatan Kabupaten Tasikmalaya. Hal ini dapat dipahami karena besar pengaruh harga, pendapatan, dan kualitas produk secara simultan terhadap kepuasan pelanggan dengan keputusan pembelian sebagai variabel intervening pada Sensus Pupuk NPK Phonska Non Subsidi Pada Gabungan Kelompok Tani di 5 Kecamatan Kabupaten Tasikmalaya sangatlah kecil.

Tidak signifikannya pengaruh tersebut menunjukkan bahwa harga, pendapatan dan kualitas produk bukan pertimbangan utama bagi kelompok tani dalam merasakan kepuasan,

karena terdapat faktor lain yang diduga lebih mempengaruhi dan menjadi pertimbangan utama bagi kelompok tani terkait rasa kepuasannya, misalnya ketersediaan produk, lokasi, dan lain-lain.

#### **4.2.3 Pembahasan Kepuasan Pelanggan Dengan Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening**

Besarnya pengaruh dimensi kepuasan pelanggan dengan keputusan pembelian sebagai variabel intervening pada Sensus Pupuk NPK Phonska Non Subsidi Pada Gabungan Kelompok Tani di 5 Kecamatan Kabupaten Tasikmalaya sebesar 0,068 yang artinya dimensi kepuasan pelanggan yang berdampak berkontribusi sebesar 6,8% dalam upaya mencapai peningkatan keputusan pembelian. Artinya variabel tingkat kepuasan pelanggan berdampak kepada keputusan pembelian sebagai variabel intervening. Hal ini berarti kepuasan pelanggan pada Sensus Pupuk NPK Phonska Non Subsidi Pada Gabungan Kelompok Tani di 5 Kecamatan Kabupaten Tasikmalaya dipengaruhi oleh berbagai macam tingkat terutama peningkatan keputusan pembelian. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Ferdiansyah pada tahun 2022 bahwa variabel tingkat kepuasan pelanggan mempunyai korelasi dan berdampak kepada peningkatan keputusan pembelian sebagai variabel intervening pada Sensus Pupuk NPK Phonska Non Subsidi Pada Gabungan Kelompok Tani di 5 Kecamatan Kabupaten Tasikmalaya.

Jadi uraian di atas, setiap organisasi pasti mengedepankan sebuah tingkat harga, pendapatan dan kualitas produk agar tercipta hasil yang selaras. Dengan kata lain harga, pendapatan dan kualitas produk adalah proses upaya mencapai peningkatan keputusan pembelian. Artinya variabel tingkat kepuasan pelanggan berdampak kepada keputusan pembelian sebagai variabel intervening. Hal ini berarti kepuasan pelanggan pada Sensus Pupuk NPK Phonska Non Subsidi Pada Gabungan Kelompok Tani di 5 Kecamatan Kabupaten Tasikmalaya dipengaruhi oleh berbagai macam tingkat terutama peningkatan keputusan pembelian.

### **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan maka penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut: Harga, pendapatan, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Pupuk NPK Phonska Non Subsidi pada gabungan kelompok tani di 5 Kecamatan Kabupaten Tasikmalaya. Pendapatan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Pupuk NPK Phonska Non Subsidi pada gabungan kelompok tani di 5 Kecamatan Kabupaten Tasikmalaya. Kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Pupuk NPK Phonska Non Subsidi pada gabungan kelompok tani di 5 Kecamatan Kabupaten Tasikmalaya. Harga, pendapatan, dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Pupuk NPK Phonska Non Subsidi pada gabungan kelompok tani di 5 Kecamatan Kabupaten Tasikmalaya. Pendapatan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Pupuk NPK Phonska Non Subsidi pada gabungan kelompok tani di 5 Kecamatan Kabupaten Tasikmalaya. Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Pupuk NPK Phonska Non Subsidi pada gabungan kelompok tani di 5 Kecamatan Kabupaten Tasikmalaya. Keputusan pembelian tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pembelian Pupuk NPK Phonska Non Subsidi pada gabungan kelompok tani di 5 Kecamatan Kabupaten Tasikmalaya. Harga, pendapatan, kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan melalui keputusan pembelian. Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan melalui keputusan pembelian Pupuk NPK Phonska Non Subsidi pada gabungan kelompok tani di 5 Kecamatan Kabupaten Tasikmalaya. Pendapatan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan melalui keputusan pembelian Pupuk NPK Phonska Non Subsidi pada gabungan

kelompok tani di 5 Kecamatan Kabupaten Tasikmalaya. Kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan melalui keputusan pembelian Pupuk NPK Phonska Non Subsidi pada gabungan kelompok tani di 5 Kecamatan Kabupaten Tasikmalaya.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Amalia Fatimatuzahra, & Evi Selvi. (2023). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Petani Padi Pupuk Bersubsidi PT.Kujang- Studi Kasus Pada (kios-kios) di Wilayah Karawang Timur. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(10), 24–34.
- Sahputra, E. S. A., & Nendi, I. (2024). Penerapan Big Data Dan Analytics Untuk Meningkatkan Keunggulan Kompetitif. *Cakrawala Repositori IMWI*, 7(1), 297–304.
- Alfiah, A., Suhendar, A., & Yusuf, M. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Vinyl Flooring Merek Taco di CV Indosanjaya Kota Bandung. *SEIKO : Journal of Management & Business*, 6(1), 492–503.
- Assauri, Sofjan. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Bahrudin, B., & Sentosa, E. (2022). Pengaruh Harga, Kelengkapan Produk dan Kualitas Produk Terhadap Volume Penjualan Produk di Foodmart Supermarket Atrium Senen. *Ikraith-Ekonomika*, 6(2), 133–142.
- Draper, N. and Smith, H. (1981). *Analisis Regresi Terapan Edisi Kedua*. Sumantri B, penerjemah. Jakarta: Gramedia, Terjemahan dari: *Applied Regression Analysis*.
- Dalmayani, F., Syahriza, R., Ria, R., & Hasibuan, A. (2023). Pengaruh Harga dan Lokasi terhadap Volume Penjualan Ikan di Pasar Kecamatan Deli Tua. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 6(1).
- Ernawati, D. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung. *JWM (Jurnal Wawasan Manajemen)*, 7(1), 17.
- Ghozali & Latan. (2014). *Konsep, Teknik, Aplikasi Menggunakan Smart PLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris (BP Undip (ed.))*.
- Hair, J. F et. al. (2019). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling Based Discrete Choice Modeling: An Illustration In Modeling Retailer Choice*. *Business Research*. 12(1).
- Hardianto. (2021). Pengaruh Harga terhadap dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan pembelian Pupuk Tanaman Pada CV. Anugrah Jaya Medan. *Skripsi Fakultas Ekonomi, Universitas Darmawangsa Medan*.
- Husein Ummar. (2013). *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Gramedia Pustaka.
- Ilham Hadi Nur Yufa, D., & Dwi Lestari, W. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Dan Pengaruh Potongan Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Mirai Management*, 8(2), 614–626.
- Kotler, dan Armstrong. (2015). *Marketing an Introducing Pretiece Hall twelfth edition*. England : Pearson Education.
- Kotler, Phillip dan Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2*. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, Philip. (2011). *Manajemen Pemasaran di Indonesia: Analisis Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, P., dan G. A. (2011). *Prinsip-Prinsip Pemasaran (12 Jilid 1)*. Erlangga.
- Laksono, D. D., & Iskandar, D. A. (2018). Pengaruh Gaya Hidup Dan Pendapatan Terhadap Keputusan Pembelian Helm Kbc. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 3(2), 145–154.
- Lupiyoadi, R dan hamdani, A. (2015). *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori Dan Praktik*. Jakarta: Salemba Empat.

- Manalu, D., & Johanna Roshinta. (2021). Pengaruh Gaya Hidup Dan Pendapatan Terhadap Keputusan Pembelian Starbucks Coffee Di Center Point Medan. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Politik*, 1(2), 173–189.
- Mukuan, K. D., Mandey, S. L., & Tampenawas, J. L. A. (2023). Pembelian Makanan Di Rumah Makan Maji Ayam Geprek Cabang Jalan Bethesda Sario. 11(4), 642–652.
- Narimawati, U. & J. S. (2007). Structural Equation Model (SEM) dalam Riset Ekonomi: Menggunakan Lisrel. Gava media.
- Navila, V. (2023). Analisis Pengaruh Gaya Hidup Dan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Terhadap Keputusan Pembelian Berulang Produk Kopi Gayo Aceh Di Coffee Shop Tuku Cipete Vivi Navila. *Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 1(4), 292–302.
- Nopirin. (2010). Pengantar Ilmu Ekonomi Makro & Mikro, Yogyakarta □ BPFE Novitasari, D. A., & AC, A. M. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening pada Nilna Mukena Ngunut Tulungagung. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 8(1), 962.
- Rangkuti, F. (2009). Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Ramdhani, M. F. A., & Rahmat, Y. (2023). Pengaruh Harga Terhadap Volume Penjualan Pupuk Urea Bersubsidi Pada Pt. Pertani (Persero) Cabang Banten. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 2(1), 19–27.
- Sangadji, Etta Mamang, Sopiah. (2013). Perilaku Konsumen. Yogyakarta: Andi. Saragih, MM., B. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 6(3), 26– 33.
- Syahatah, Husein. (2008). Ekonomi Rumah Tangga Muslim, Jakarta □ Gema Insani Press.
- Schiffman & Kanuk. (2009). Persepsi Kualitas Consumer Behavior. Perason Prestice Hall.
- Sugiyono. (2009). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif. Alfabeta Bandung.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Bisnis. Cetakan kedelapan belas. Alfabeta. Bandung.
- Sumardi, Wukirno. (2018). Faktor-faktor Produktivitas Gabungan kelompok tani, Jakarta, Bumi Aksara.
- Sutedjo. (1994). Pupuk dan Cara Pemupukan. Rineka Cipta.
- Syafiie, Kencana, & Inu, D. R. (2011). Manajemen Pemerintahan. Pustaka Reka Cipta.
- Tjiptono. (2008). Service Management: Mewujudkan Layanan Prima, Edisi Kedua, Yogyakarta: Andi.



**This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.**