

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
PEMBELIAN OBAT-OBATAN PERTANIAN DI KECAMATAN PUJUT
KABUPATEN LOMBOK TENGAH**

ARTIKEL



**Oleh:
GITHA LAKSMI FAHERA
C1G017072**

**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS MATARAM
2022**

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
PEMBELIAN OBAT-OBATAN PERTANIAN DI KECAMATAN PUJUT
KABUPATEN LOMBOK TENGAH**

*Analysis Of Factors Affecting Decisions To Purchase Agricultural Medicine In Pujut
District, Central Lombok Regency*

Githa Laksmi Fahera*), Abdullah Usman**), dan Nurtaji Wathoni**)

*) Mahasiswa Program Studi Agribisnis Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian

**) Dosen Program Studi Agribisnis Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian

Email: githalaksmifahera@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk : (1) Menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen obat-obatan pertanian di Kecamatan Pujut; (2) Menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen obat-obatan pertanian di Kecamatan Pujut; (3) Menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen obat-obatan pertanian di Kecamatan Pujut; (4) Menganalisis pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen obat-obatan pertanian di Kecamatan Pujut.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif. Penelitian ini dilaksanakan di UD. Bagus Rizki dan UD. Affin De Agro yang ditentukan dengan metode *purposive sampling*. Unit analisis dalam penelitian ini adalah konsumen toko pertanian di kecamatan Pujut. Jumlah responden dalam penelitian ini ditentukan secara *quota sampling* sebanyak 40 orang. Penentuan sampel menggunakan *accidental random sampling*. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis Regresi Linear Berganda. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang didapatkan dari konsumen yang berbelanja di toko pertanian dan data sekunder yang diperoleh dari buku, jurnal, maupun internet.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa : (1) Kualitas produk (X1) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian; (2) Harga (X2) secara parsial berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian; (3) Kualitas pelayanan (X3) secara parsial berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian; (4) Lokasi (X4) secara parsial berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : Keputusan Pembelian, Obat-obatan Pertanian, Konsumen.

ABSTRACT

This study aims to: (1) analyze the effect of product quality on consumer purchasing decisions of agricultural drugs in Pujut District; (2) Analyzing the effect of price on consumer purchasing decisions of agricultural drugs in Pujut District; (3) Analyzing the effect of service quality on consumer purchasing decisions for agricultural drugs in Pujut District; (4) Analyzing the influence of location on consumer purchasing decisions of agricultural drugs in Pujut District. This research uses a descriptive

method. This research was conducted at UD. Good Rizki and UD. Affin De Agro determined by purposive sampling method. The unit of analysis in this study is the consumer of agricultural shops in Pujut sub-district. The number of respondents in this study was determined by quota sampling as many as 40 people. Determination of the sample using accidental random sampling. The data analysis used in this research is Multiple Linear Regression analysis. The types of data used in this study are primary data obtained from consumers who shop at agricultural stores and secondary data obtained from books, journals, and the internet. The results showed that: (1) product quality (X1) partially positive and significant effect on purchasing decisions; (2) Price (X2) partially has a positive and insignificant effect on purchasing decisions; (3) Service quality (X3) partially has a positive and insignificant effect on purchasing decisions; (4) Location (X4) partially has a positive and insignificant effect on purchasing decisions.

Keywords: *Purchase Decision, Agricultural Medicines, Consumers.*

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara agraris yang sangat kaya akan potensi sektor pertaniannya. Sektor pertanian memiliki peranan penting dari keseluruhan perekonomian nasional. Di sektor pertanian, obat-obatan pertanian merupakan kebutuhan dasar petani selain pupuk. Indonesia memiliki potensi luas lahan yang sangat besar, oleh karena itu untuk memenuhi kebutuhan petani akan obat-obatan pertanian, perusahaan produsen menyalurkan obat-obatan pertanian kepada petani melalui distributor dan pedagang pengecer yaitu Usaha Dagang (UD). Usaha Dagang (UD) adalah bentuk usaha yang tidak berbadan hukum yang kegiatan utamanya adalah berdagang yaitu membeli barang kemudian menjualnya kembali dengan tujuan mendapatkan untung tanpa merubah kondisi barang.

Kecamatan Pujut merupakan salah satu kecamatan yang ada di Lombok Tengah dengan luas wilayah 23.355 ha dan luas tanah sawah seluas 6.875 ha. Potensi yang dimiliki ini menjadi peluang yang menjanjikan bagi pelaku usaha di bidang pertanian, khususnya pengadaan obat-obatan pertanian. Selain menguntungkan di sisi pengusaha, hal ini juga akan memudahkan akses para petani untuk mendapatkan obat-obatan pertanian dengan lokasi yang dekat sehingga menghemat biaya untuk ke kota. Di wilayah Pujut, terdapat dua toko khusus yang menjual obat-obatan pertanian yang cukup dikenal masyarakat yaitu UD. Bagus Rizki dan UD. Affin De Agro. Meskipun memiliki beberapa produk yang sama, dua toko ini tentu memiliki ciri khasnya masing-masing yang menjadi bahan pertimbangan konsumen dalam evaluasi alternatif yang akan memenuhi keinginannya. Berdasarkan hal tersebut maka pemilik toko diharuskan untuk melakukan upaya inovasi untuk menarik konsumen lebih banyak belanja di tokonya. Apabila toko dapat memenuhi kebutuhan yang dicari konsumen maka konsumen akan puas dengan toko tersebut dan menstimulasi konsumen untuk melakukan pembelian ulang dalam jumlah yang lebih banyak karena tertanam dalam benak konsumen pada kunjungan sebelumnya yang memuaskan.

Berdasarkan masalah tersebut, maka perlu dilakukan penelitian dengan judul Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Obat-Obatan Pertanian Di Kecamatan Pujut. Tujuan penelitian ini adalah untuk : (1) Menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen obat-obatan

pertanian di Kecamatan Pujut; (2) Menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen obat-obatan pertanian di Kecamatan Pujut; (3) Menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen obat-obatan pertanian di Kecamatan Pujut; (4) Menganalisis pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen obat-obatan pertanian di Kecamatan Pujut.

METODOLOGI PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif, yaitu metode yang digunakan dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Tujuannya untuk memberikan gambaran mengenai fakta atau hubungan antarfenomena yang diselidiki (Nazir, 1998). Unit analisis penelitian ini adalah konsumen toko pertanian di Kecamatan Pujut Kabupaten Lombok Tengah. Penentuan jumlah responden pada penelitian ini menggunakan metode *Quota Sampling* yaitu sebanyak 40 orang yang dipilih menggunakan teknik *Accidental Sampling*, yaitu pemilihan responden secara acak dan kebetulan yang ditemui oleh peneliti di lokasi penelitian. Lokasi penelitian ini ditetapkan di dua tempat menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu UD. Bagus Rizki dan UD. Affin De Agro dengan pertimbangan yaitu merupakan toko yang khusus menjual barang pertanian, dan memiliki pegawai.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif dan data kuantitatif. Data kualitatif yaitu data yang tidak berbentuk bilangan, yang berupa verbal, simbol, ataupun gambar. Dalam penelitian ini misalnya : data karakteristik responden. Data kuantitatif yaitu data penelitian yang berbentuk bilangan, atau kualitatif yang diangkakan. Dalam penelitian ini misalnya : data kuesioner penelitian yang berisi penilaian konsumen terhadap kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, dan lokasi (Supardi, 2013). Adapun sumber data dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari konsumen responden melalui wawancara dan dipandu dengan kuesioner di lokasi penelitian serta stakeholder terkait yang berhubungan dengan penelitian ini. Data ini kemudian digunakan sebagai pendukung dalam menentukan validasi hasil penelitian. Data sekunder adalah data yang diperoleh bukan secara langsung melalui wawancara, melainkan dari literasi seperti buku, jurnal, internet, maupun instansi terkait.

Variabel penelitian terdiri atas dua macam yaitu variabel bebas dan variabel terikat. Dalam penelitian ini ada 5 variabel, variabel bebas yaitu kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, lokasi, dan variabel dependen yaitu keputusan pembelian yang dicerminkan oleh volume pembelian konsumen.

Tabel 1. Variabel dan Cara Pengukuran.

No	Variabel	Indikator	Cara Pengukuran
1	Kualitas Produk (X1)	- Lengkap - Efektif - Ampuh - Kemasan	Diukur menggunakan skoring dengan skala likert 1-5
2	Harga (X2)	- Terjangkau - Relatif murah	Diukur menggunakan skoring dengan skala likert 1-5
3	Kualitas Pelayanan (X3)	- Cepat - Ramah - Tanggap	Diukur menggunakan skoring dengan skala likert 1-5

4	Lokasi (X4)	- Akses - Parkir - Jarak	Diukur menggunakan skoring dengan skala likert 1-5
5	Keputusan Pembelian (Y)	Volume pembelian	Diukur dengan melihat jumlah rupiah yang dibelanjakan dalam sekali beli

Alat analisis dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda yaitu pengembangan dari analisis regresi sederhana terhadap aplikasi yang terdiri dari dua atau lebih variabel independen untuk menduga nilai dari satu variabel dependen (Kasmir, 2005). Analisis regresi linier berganda dapat digunakan untuk mengetahui bagaimana pengaruh variabel bebas yaitu kualitas produk (X1), harga (X2), kualitas pelayanan (X3), dan lokasi (X4) terhadap keputusan pembelian (Y) pada konsumen di Kecamatan Pujut. Persamaan regresi linier yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Keterangan :

Y	= keputusan pembelian Obat-Obatan Pertanian
A	= konstanta
b ₁ b ₂ b ₃ b ₄	= koefisien regresi untuk variabel 1,2,3,4
X ₁	= kualitas produk
X ₂	= harga
X ₃	= kualitas pelayanan
X ₄	= lokasi
e	= error term

Selanjutnya untuk mengkaji pengaruh faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen obat-obatan pertanian, dilakukan uji keberartian koefisien regresi secara serentak (Uji F) dan uji parsial (uji t).

1. Pengujian secara serentak (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah semua variabel independen secara bersama-sama memiliki pengaruh nyata terhadap variabel dependen. Uji keberartian koefisien regresi secara serentak ini digunakan F-test pada taraf nyata 5% dengan rumus sebagai berikut:

$$F\text{-test} = \frac{R^2 / (k-1)}{(1-R^2) / (n-k)}$$

Keterangan :

F-test	= nilai yang dicari (F-hitung)
R ²	= koefisien determinasi
k	= jumlah variabel bebas (independen)
n	= jumlah sampel

Rumus Hipotesis :

- a. H₀ : β₁ = β₂ = β₃ = β₄ = 0, artinya secara serentak variabel independen (X_i) yaitu (kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, dan lokasi) tidak berpengaruh nyata terhadap variabel dependen (Y) keputusan pembelian.

- b. $H_1 : \beta_1 \neq \beta_2 \neq \beta_3 \neq \beta_4 \neq 0$, artinya secara serentak variabel independen (X_i) yaitu (kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, dan lokasi) berpengaruh nyata terhadap variabel dependen (Y) keputusan pembelian.

Kriteria Pengujian :

- Jika probabilitas $>$ nilai signifikansi (0,05) maka variabel kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, dan lokasi secara bersama-sama (serentak) tidak berpengaruh nyata terhadap variabel dependen (Y) keputusan pembelian yaitu volume pembelian.
- Jika probabilitas $<$ nilai signifikansi (0,05) maka variabel kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, dan lokasi secara bersama-sama (serentak) berpengaruh nyata terhadap variabel dependen (Y) keputusan pembelian yaitu volume pembelian.

2. Pengujian secara parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk menguji setiap variabel bebas atau independen variabel (X), apakah mempunyai pengaruh yang positif serta signifikan terhadap variabel terikat atau dependen (Y). Rumus pengujian secara parsial (uji t) sebagai berikut:

$$t_{\text{hitung}} = \frac{\beta_i}{Se(\beta_i)}$$

Keterangan :

β = koefisien regresi ke-i

$Se(\beta_i)$ = standar deviasi (error) dari β_i

Rumusan hipotesis :

- $H_0 : b_1 = 0$, artinya variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat
- $H_1 : b_1 \neq 0$, artinya variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat.

Kriteria pengujian :

- Jika tingkat signifikansi (α) $>$ 0,05 maka variabel kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, dan lokasi tidak berpengaruh nyata terhadap variabel dependen (Y) keputusan pembelian yaitu volume pembelian.
- Jika tingkat signifikansi (α) $<$ 0,05 maka variabel kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, dan lokasi berpengaruh nyata terhadap variabel dependen (Y) keputusan pembelian yaitu volume pembelian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Jenis Kelamin

Tabel 2. Jenis Kelamin Responden di Toko Pertanian Kecamatan Pujut

No	Jenis Kelamin	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Laki-Laki	33	82,5
2	Perempuan	7	17,5
Total		40	100

Sumber : Data Primer Diolah, 2022

Berdasarkan tabel di atas, jenis kelamin responden konsumen toko pertanian di kecamatan Pujut dengan jenis kelamin laki-laki sebanyak 33 orang atau 82,5% dan jenis kelamin perempuan sebanyak tujuh orang atau 17,5%. Hal ini dapat disimpulkan bahwa pengunjung toko pertanian adalah mayoritas laki-laki.

Umur

Tabel 3. Umur Responden di Toko Pertanian Kecamatan Pujut

No	Umur	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	< 30 tahun	9	22,5
2	31 – 40 tahun	13	32,5
3	41 – 50 tahun	13	32,5
4	> 50 tahun	5	12,5
Total		40	100

Sumber : Data Primer Diolah, 2022

Berdasarkan tabel di atas, umur responden yang di bawah 30 tahun sebanyak sembilan orang dengan persentase 22,5%; responden dengan kisaran umur 31-40 tahun sebanyak 13 orang dengan persentase 32,5%; responden dengan kisaran umur 41-50 tahun sebanyak 13 orang dengan persentase 32,5%; dan responden dengan umur di atas 50 tahun sebanyak lima orang dengan persentase 12,5%. Hal ini menunjukkan mayoritas petani yang menjadi pelanggan di toko pertanian di kecamatan Pujut berada di rentang usia yang produktif berkisar antara 31-50 tahun yang jika ditotalkan yaitu sebanyak 26 orang dengan persentase 65%.

Domisili

Tabel 4. Domisili Responden di Toko Pertanian Kecamatan Pujut

No	Desa	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Sengkol	11	27,5
2	Segala Anyar	9	22,5
3	Ketara	4	10
4	Rembitan	1	2,5
5	Teruwai	2	5
6	Pengengat	1	2,5
7	Tumpak	2	5
8	Mertak	4	10
9	Sukadana	3	7,5
10	Tanak Awu	1	2,5
11	Pengembur	2	5
Total		40	100

Sumber : Data Primer Diolah, 2022

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa mayoritas konsumen berasal dari desa Sengkol sebanyak 27,5% dan desa Segala Anyar sebanyak 22,5%. Hal ini dikarenakan lokasi toko memang berada di kedua desa tersebut dan 50% sisanya berasal dari beberapa desa di kecamatan Pujut maupun luar kecamatan Pujut.

Pendidikan Terakhir

Tabel 5. Pendidikan Terakhir Responden di Toko Pertanian Kecamatan Pujut

No	Pendidikan Terakhir	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	SD	10	25
2	SMP	7	17,5
3	SMA/ Sederajat	19	47,5
4	Diploma/S1	4	10
Total		40	100

Sumber : Data Primer Diolah, 2022

Berdasarkan tabel di atas didapatkan hasil bahwa mayoritas pelanggan yang merupakan petani adalah lulusan SMA/Sederajat sebanyak 19 orang dengan persentase 47,5% di ikuti oleh lulusan SD sebanyak 10 orang dengan persentase 25% kemudian lulusan SMP sebanyak tujuh orang dengan persentase 17,5% dan terakhir lulusan Diploma/S1 sebanyak empat orang dengan persentase 10%. Hal ini menunjukkan mayoritas petani merupakan lulusan SMA/Sederajat. Pendidikan merupakan hal yang penting untuk meningkatkan kualitas SDM petani karena pendidikan yang tinggi memungkinkan petani lebih bijak dalam pengambilan keputusan.

Penghasilan Per Bulan

Tabel 6. Penghasilan Per Bulan Responden di Toko Pertanian Kecamatan Pujut

No	Penghasilan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	<1.000.000	10	25
2	1.000.000 – 3.000.000	28	70
3	>3.000.000	2	5
Total		40	100

Sumber : Data Primer Diolah, 2022

Berdasarkan tabel di atas didapatkan hasil bahwa mayoritas konsumen memiliki penghasilan berkisar antara Rp. 1.000.000 – Rp. 3.000.000 yaitu sebanyak 28 orang dengan persentase sebesar 70% di ikuti oleh penghasilan di bawah Rp. 1.000.000 sebanyak 10 orang dengan persentase 25% dan terakhir yang berpenghasilan di atas Rp. 3.000.000 hanya dua orang dengan persentase 5%.

Pengalaman Berusahatani

Tabel 7. Pengalaman Usahatani Responden di Toko Pertanian Kecamatan Pujut

No.	Pengalaman Usahatani	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	1 – 5 tahun	9	22,5
2	6 – 10 tahun	6	15
3	11 – 15 tahun	7	17,5
4	16 – 20 tahun	9	22,5
5	> 20 tahun	9	22,5
Total		40	100

Sumber : Data Primer Diolah, 2022

Berdasarkan tabel di atas, hasil persentase menunjukkan bahwa petani dengan pengalaman berusahatani yang paling banyak adalah 1-5 tahun, 16-20 tahun, dan di atas 20 tahun dengan persentase masing-masing 22,5% diikuti oleh yang berpengalaman 11-15 tahun sebanyak 17,5% dan pengalaman 6-10 tahun sebanyak 15%. Dari keseluruhan jumlah responden sebanyak 40 orang, rata-rata memulai usahatani sejak putus sekolah pada tingkatan SD dan SMP maupun selepas SMA dan beberapa memulai usahatani setelah berumah tangga.

Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan persyaratan statistik yang harus dipenuhi pada regresi linear yang berbasis *Ordinary Least Square* (OLS). Uji asumsi klasik digunakan untuk memastikan model regresi yang akan diperoleh merupakan model regresi yang terbaik dalam hal ketepatan estimasi, tidak bias, serta konsisten (Juliandi *et al.*, 2014).

Model regresi dikatakan baik jika memenuhi kriteria BLUE (*Best Linear Unbiased Estimator*). Ada empat macam uji asumsi klasik yang biasa digunakan yaitu Uji Normalitas, Uji Multikolinearitas, Uji Autokorelasi, dan Uji Heteroskedastisitas. Dalam penelitian ini hanya dilakukan tiga uji yaitu Uji Normalitas, Uji Multikolinearitas, dan Uji Heteroskedastisitas. Uji autokorelasi tidak dilakukan karena masalah autokorelasi biasa terjadi pada data *time series* (data berkala) yaitu data yang terkumpul dari waktu ke waktu untuk memberikan gambaran perkembangan suatu kegiatan. Data yang diperoleh dalam penelitian ini adalah data *cross section* yaitu data yang terkumpul pada suatu waktu tertentu untuk memberikan gambaran perkembangan keadaan atau kegiatan pada waktu itu (Supardi, 2013).

Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah nilai residual yang dihasilkan dari model regresi terdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah yang memiliki nilai residual yang terdistribusi secara normal (Priyatno, 2014). Uji normalitas yang dilakukan dalam penelitian ini adalah uji statistik non-parametrik Kolmogorov-Smirnov. Software yang digunakan yaitu SPSS versi 16..

Tabel 8. Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		40
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	134060.86462484
Most Extreme Differences	Absolute	.180
	Positive	.180
	Negative	-.123
Kolmogorov-Smirnov Z		1.136
Asymp. Sig. (2-tailed)		.151

a. Test distribution is Normal.

Dari tabel di atas diketahui bahwa besarnya nilai Kolmogorov-Smirnov adalah 1,136 dengan nilai Asymp.Sig.(2-tailed) 0,151 > $\alpha = 0,05$. Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa data residual terdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Pada analisis regresi linear berganda dilakukan uji multikolinearitas karena variabel independen lebih dari satu dalam model regresi. Multikolinearitas artinya antar variabel independen yang terdapat dalam model regresi memiliki hubungan linear yang sempurna atau mendekati sempurna (koefisien korelasinya tinggi atau bahkan 1) (Priyatno, 2014).

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Untuk mendeteksi terdapat atau tidaknya multikolinearitas pada model regresi dapat diketahui dari nilai toleransi dan nilai *variance inflation factor* (VIF). Nilai *cut off* yang digunakan adalah untuk nilai *tolerance* 0,10 atau nilai VIF di atas angka 10. Model regresi yang baik adalah yang terbebas dari masalah multikolinearitas.

Tabel 9. Hasil Uji Multikolinearitas.

Model	Coefficients ^a						
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance VIF	
1 (Constant)	-1532643.634	480202.046		-3.192	.003		
X1_KUALITAS_PRODUK	1118031.809	541769.287	.305	2.064	.047	.833	1.201
X2_HARGA	563633.000	327544.790	.279	1.721	.094	.692	1.445
X3_KUALITAS_PELAYANAN	238900.319	177689.532	.203	1.344	.187	.797	1.255
X4_LOKASI	275925.118	335669.865	.113	.822	.417	.965	1.036

a. Dependent Variable: Y_KEPUTUSAN_PEMBELIAN

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai tolerance dari masing-masing variabel yaitu Kualitas Produk 0,833; Harga 0,692; Kualitas Pelayanan 0,797; dan Lokasi 0,965. Nilai VIF dari masing-masing variabel yaitu Kualitas Produk 1,201; Harga 1,445; Kualitas Pelayanan 1,255; dan Lokasi 1,036. Dari hasil tersebut, keseluruhan nilai tolerance masing-masing variabel lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF masing-masing variabel kurang dari 10 sehingga seluruh variabel dinyatakan terbebas dari gejala multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah varian residual yang tidak sama pada semua pengamatan di dalam model regresi. Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika *variance residual* dari satu pengamatan ke pengamatan lain tetap maka disebut homoskedastisitas. Dalam model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi heteroskedastisitas. Dalam penelitian ini, untuk menguji adanya heteroskedastisitas adalah dengan melakukan uji Glejser.

Tabel 10. Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Uji Glejser

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-739015.319	287630.908		-2.569	.015
	X1_KUALITAS_PRODUK	506547.809	324508.388	.254	1.561	.128
	X2_HARGA	110509.187	196192.428	.100	.563	.577
	X3_KUALITAS PELAYANAN	127570.480	106432.286	.199	1.199	.239
	X4_LOKASI	294650.560	201059.177	.221	1.465	.152

a. Dependent Variable: Abresid

Pada tabel hasil output di atas, menunjukkan bahwa tidak ada satupun variabel independen yang signifikan secara statistik mempengaruhi variabel dependen nilai absolut residual (Abresid). Hal ini terlihat dari probabilitas signifikansi tiap-tiap variabel independen yang semuanya lebih besar dari $\alpha = 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi ini tidak mengandung adanya masalah heteroskedastisitas atau bersifat homoskedastisitas.

Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Uji Koefisien Determinasi R²

Tabel 11. Hasil Uji Koefisien Determinasi R²

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	
1	.604 ^a	.365	.293	141514.29020	

a. Predictors: (Constant), X4_LOKASI, X3_KUALITAS PELAYANAN, X1_KUALITAS_PRODUK, X2_HARGA

b. Dependent Variable: Y_KEPUTUSAN_PEMBELIAN

Nilai R Square dari model regresi ini adalah 0,365 yang artinya 36,5% perubahan/variasi nilai variabel dependen (Y) dapat dijeaskan oleh variasi dari semua variabel independen (Kualitas Produk, Harga, Kualitas Pelayanan, dan Lokasi) dan sisanya (100%-36,5%=63,5 %) dijelaskan oleh sebab-sebab yang lain di luar model.

Dalam analisis empiris, nilai R square dapat sangat tinggi meskipun beberapa variabel independen tidak signifikan secara statistik. Jika hal ini terjadi, maka hal itu menunjukkan bahwa model regresi sangat baik, akan tetapi jika mendapatkan hasil R square bernilai rendah bukan berarti model regresi itu tidak baik. Menurut Gujarati (1995) R² dalam analisis regresi dijadikan tolak ukur dalam melihat kecocokan data yang ada di model. Tidak ada dalam CLRM (Classical Linear Regression Model) bahwa R² harus tinggi. Meskipun demikian, nilai R² tetap sangat penting untuk menggambarkan seberapa kuat model regresi menjelaskan perubahan pada variabel Y (dependen).

Uji Serentak (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah semua variabel independen secara bersama-sama memiliki pengaruh nyata terhadap variabel dependen. Uji koefisien regresi secara serentak ini digunakan F-test pada taraf nyata 5% .

Kriteria pengujian :

- Jika probabilitas $>$ nilai signifikansi (0,05) maka variabel kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, dan lokasi secara bersama-sama (serentak) tidak berpengaruh nyata terhadap variabel dependen (Y) keputusan pembelian yaitu volume pembelian.
- Jika probabilitas $<$ nilai signifikansi (0,05) maka variabel kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, dan lokasi secara bersama-sama (serentak) berpengaruh nyata terhadap variabel dependen (Y) keputusan pembelian yaitu volume pembelian.

Tabel 12. Hasil Uji Serentak (Uji F).

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	403514073465.619	4	100878518366.405	5.037	.003 ^a
	Residual	700920301534.381	35	20026294329.554		
	Total	1104434375000.000	39			

a. Predictors: (Constant), X4_LOKASI, X3_KUALITAS_PELAYANAN, X1_KUALITAS_PRODUK, X2_HARGA

b. Dependent Variable:
Y_KEPUTUSAN_PEMBELIAN

Nilai F hitung sebesar 5,037 dengan probabilitas 0,003 lebih kecil dari $\alpha = 0,05$, maka H_0 ditolak. Artinya secara bersama-sama (serentak) semua variabel bebas (kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, dan lokasi) yang dimasukkan ke dalam model berpengaruh nyata terhadap volume pembelian (Y).

Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk menguji setiap variabel bebas atau independen variabel (X), apakah mempunyai pengaruh yang positif serta signifikan terhadap variabel terikat atau dependen (Y).

Kriteria Pengujian:

- Jika tingkat signifikansi (α) $>$ 0,05 maka variabel kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, dan lokasi tidak berpengaruh nyata terhadap variabel dependen (Y) keputusan pembelian yaitu volume pembelian.
- Jika tingkat signifikansi (α) $<$ 0,05 maka variabel kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, dan lokasi berpengaruh nyata terhadap variabel dependen (Y) keputusan pembelian yaitu volume pembelian.

Tabel 13. Hasil Uji Parsial (Uji t).

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-1532643.634	480202.046		-3.192	.003
X1_KUALITAS_PRODUK	1118031.809	541769.287	.305	2.064	.047
X2_HARGA	563633.000	327544.790	.279	1.721	.094
X3_KUALITAS_PELAYANAN	238900.319	177689.532	.203	1.344	.187
X4_LOKASI	275925.118	335669.865	.113	.822	.417

a. Dependent Variable: Y_KEPUTUSAN_PEMBELIAN

Berdasarkan tabel coefficient diketahui bahwa t-hitung untuk X1 sebesar 2,064 dengan probabilitas 0,047 lebih kecil dari $\alpha = 0,05$ maka H_0 ditolak, artinya koefisien regresi X1 signifikan atau berpengaruh nyata terhadap variabel dependen (Y). Nilai t-hitung untuk X2 sebesar 1,721 dengan probabilitas 0,094 jauh lebih besar dari $\alpha = 0,05$ maka H_0 diterima, artinya koefisien regresi X2 tidak berpengaruh nyata terhadap variabel dependen (Y). Nilai t-hitung untuk X3 adalah 1,344 dengan probabilitas 0,187 jauh lebih besar dari $\alpha = 0,05$ maka H_0 diterima, artinya koefisien regresi X3 tidak berpengaruh nyata (negatif) terhadap variabel dependen (Y). Nilai t-hitung untuk X4 adalah 0,822 dengan probabilitas 0,417 jauh lebih besar dari $\alpha = 0,05$ maka H_0 diterima, artinya koefisien regresi X4 tidak berpengaruh nyata (negatif) terhadap variabel dependen (Y).

Berdasarkan tabel coefficient, persamaan regresinya :

$$Y = -1532643.634 + 1118031.809 X_1 + 563633,000 X_2 + 238900.319 X_3 + 275925.118 X_4$$

Konstanta sebesar -1532643.634 artinya jika nilai variabel kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, dan lokasi dianggap konstan atau sama dengan nol maka volume penjualan akan menurun. Nilai konstanta yang negatif dapat disebabkan oleh rentang nilai yang cukup jauh antara variabel independen (X) memiliki rentang nilai 0,50 – 1,00 dan variabel dependen (Y) memiliki rentang nilai 30.000 – 1.000.000

Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian

Koefisien regresi variabel kualitas produk (X1) bernilai positif signifikan sebesar 1118031.809 yang artinya jika ada perubahan ke arah positif terhadap kualitas produk (X1) maka berpengaruh positif terhadap volume pembelian (Y). Kualitas produk dalam penelitian ini adalah kelengkapan, kemampuan, efektivitas, dan kemasan produk. Kualitas produk yang semakin baik menyebabkan volume pembelian meningkat. Hal ini sesuai dengan perilaku konsumen yang dalam proses pengambilan keputusan, konsumen terlebih dahulu mencari tau kebutuhannya kemudian memilih dan mengevaluasi produk baru kemudian memutuskan untuk membeli. Dari sisi konsumen, tentu produk yang terbaiklah yang akan menjadi pilihannya. Dalam penelitian ini, petani akan memilih produk yang tingkat efektivitasnya tinggi untuk menekan biaya produksi karena tidak memerlukan pengulangan pengaplikasian yang sering sehingga biaya yang dikeluarkan tidak terlalu banyak. Fenomena yang terjadi di lapangan adalah setiap toko biasanya memiliki setidaknya satu produk unggulan yang hanya dijual di toko tersebut misalnya UD. Bagus Rizki yang memiliki produk unggulan herbisida yaitu Del Up, dan Liibas-Up sedangkan UD. Affin De Agro memiliki produk unggulan yang disukai petani yaitu Kering. Masing-masing konsumen yang datang sudah mengetahui produk apa saja yang dijual oleh toko.

Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian

Koefisien regresi variabel harga (X2) bernilai positif tidak signifikan sebesar 563633,000 yang artinya jika ada perubahan ke arah positif terhadap harga (X2) maka berpengaruh positif terhadap volume pembelian (Y). Hal ini terkesan janggal dan tidak sesuai dengan teori permintaan bahwa apabila nilai suatu barang naik, maka permintaan akan turun. Berkaitan dengan hal itu, maka dalam penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut. Pada setingan skor harga, digunakan dua indikator yaitu keterjangkauan dan murah. Semakin terjangkau dan murah harga maka skor semakin tinggi. Sehingga dapat diartikan bahwa semakin terjangkau dan murah harganya maka volume pembelian

meningkat. Hal ini sesuai dengan teori Kotler dan Armstrong (2008) yaitu ada empat indikator harga yang menjadi pertimbangan konsumen diantaranya keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, daya saing harga, dan kesesuaian harga dengan manfaat

Dalam penelitian ini juga ditemukan fenomena ketidaktahuan konsumen akan informasi harga dari toko lainnya dan adanya asumsi konsumen mengenai harga ekspektasi yang berdasarkan pengalaman pada pembelian pertama sehingga meskipun tidak ada data konkret mengenai harga yang lebih murah pada toko langganannya mereka akan tetap membeli.

Pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian

Koefisien regresi kualitas pelayanan (X3) bernilai positif tidak signifikan sebesar 238900.319 yang artinya artinya jika ada perubahan ke arah positif terhadap kualitas pelayanan (X3) maka berpengaruh positif terhadap volume pembelian (Y). Hal ini sesuai dengan penelitian sebelumnya oleh Muazidah, L (2022) Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Toko Pertanian Ud. Digma Tani). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan. Dalam penelitian ini, menggunakan tiga indikator dalam pelayanan yaitu cepat, ramah, dan tanggap. Keseluruhan nilai kualitas pelayanan bernilai positif artinya setiap peningkatan mutu kualitas pelayanan dapat meningkatkan volume pembelian. Dari sisi konsumen, pelayanan berkaitan dengan kenyamanan dalam berbelanja sehingga jika pelayanan makin baik, konsumen berpotensi menjadi pelanggan yang loyal dan dapat meningkatkan volume pembelian.

Pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian

Koefisien regresi lokasi (X4) bernilai positif tidak signifikan sebesar 275925.118 yang artinya jika ada perubahan ke arah positif terhadap lokasi (X4) maka berpengaruh positif terhadap volume pembelian (Y). Hasil penelitian ini sesuai dengan teori yang dikemukakan Tjiptono (2002) yaitu kemudahan (Akses) dan tempat parkir yang luas dan aman termasuk menjadi pertimbangan konsumen dalam memilih lokasi. Dalam penelitian ini, indikator dalam pemilihan lokasi meliputi tiga hal yaitu akses yang mudah, lokasi parkir yang luas dan aman, serta jarak. Dari ketiga indikator tersebut keseluruhan nilai variabel lokasi bernilai positif. Semakin mudah akses, lokasi parkir luas dan juga aman, serta jarak tempuh yang relatif dekat dapat meningkatkan volume penjualan. Akses yang mudah membuat konsumen tidak bingung untuk mencari lokasi karena tepat berada di pinggir jalan raya utama. Area parkir juga menjadi pertimbangan penting dalam pemilihan lokasi karena jika tempat parkir tidak memadai, bisa menyebabkan antrean saat ramai. Jarak, adalah hal yang dipertimbangkan oleh konsumen untuk menghemat waktu dan biaya, sehingga semakin dekat jaraknya kemungkinan untuk membeli semakin tinggi.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian disimpulkan bahwa :

1. Kualitas produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, semakin bagus dan berkualitas produk obat-obatan yang ditawarkan maka semakin tinggi antusias petani untuk membeli.

2. Harga secara parsial berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian, harga dalam penelitian ini mengacu pada indikator keterjangkauan dan daya saing harga sehingga semakin terjangkau dan murah suatu barang akan meningkatkan pembelian.
3. Kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian, artinya semakin meningkat mutu pelayanan maka keputusan pembelian meningkat.
4. Lokasi secara parsial berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian, artinya semakin strategis lokasi maka volume pembelian meningkat.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah diuraikan di atas, maka dapat diberikan saran sebagai berikut :

1. Untuk pemilik kios atau toko pertanian agar menjaga kualitas pelayanan tetap stabil dengan menambah karyawan sehingga semua pelanggan dapat dilayani dengan optimal, dan tidak terjadi antrian yang terlalu panjang serta tetap mengedepankan kenyamanan konsumen dalam berbelanja.
2. Untuk para peneliti selanjutnya yang tertarik untuk meneliti hal serupa, diharapkan untuk menambah dan mengkaji variabel yang lainnya yang berkaitan langsung dengan pembelian pestisida seperti luas lahan, frekuensi tanam, pengerjaan tanah, ada atau tidaknya serangan hama, jenis tanaman, maupun pendapatan agar mendapatkan hasil penelitian yang lebih signifikan dan dapat meningkatkan nilai R^2 dalam menjelaskan kemampuan model.

DAFTAR PUSTAKA

- Gujarati, Damodar. N. 1995. *Basic Econometrics. Third Edition*. MCGraw-Hill Book Co. Singapura.
- Juniardi, Hendra. 2020. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Di Kedai Kopi Lokal Di Kota Mataram*. [skripsi, unpublished]. Sosial Ekonomi Pertanian. Fakultas Pertanian. Universitas Mataram. Mataram. Indonesia.
- Kasmir L.J. 2005. *Statistic Untuk Bisnis*. Erlangga. Jakarta. Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian*. Edisi 7 Volume 2. Jakarta : Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Nazir, M. 1998. *Metode Penelitian*. Ghalia Indonesia. Jakarta.
- Priyatno, Duwi. 2014. *SPSS 22 : Pengolahan Data Terpraktis*. Andi Offset. Yogyakarta.
- Puadi, Auliya. 2022. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Di Rumah Makan Rarang Di Kecamatan Terara Kabupaten Lombok Timur*. [skripsi, unpublished]. Sosial Ekonomi Pertanian. Fakultas Pertanian. Universitas Mataram. Mataram. Indonesia.
- Supardi, U.S. 2013. *Aplikasi Statistika Dalam Penelitian Edisi Revisi (Konsep Statistika Yang Lebih Komprehensif)*. Change Publication. Jakarta.
- Tjiptono, F. 2002. *Strategi Pemasaran*. Andi Offset. Yogyakarta.