

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia adalah negara agraris yang sebagian besar penduduknya memiliki mata pencaharian dalam bidang pertanian, dengan demikian maka sektor pertanian dituntut untuk berperan dalam meningkatkan perekonomian nasional. Sektor pertanian dalam meningkatkan perekonomian nasional membutuhkan sarana produksi untuk pengelolaan lahan pertanian. Pengelolaan lahan pertanian dengan baik dapat meningkatkan kualitas tanaman dan produktivitas hasil panen. Salah satu sarana produksi untuk menunjang pengelolaan lahan pertanian yaitu pupuk.

Pupuk merupakan salah satu faktor penting dalam menunjang peningkatan hasil pertanian. Pemberian pupuk dengan baik dalam jumlah, segi mutu dan waktunya dapat menentukan kualitas dan kuantitas hasil dari pertanian. Pupuk adalah suatu bahan yang mengandung unsur hara atau nutrisi untuk pertumbuhan dan perkembangan tanaman.¹ Jenis pupuk terdapat dua jenis berdasarkan pembuatannya yaitu pupuk organik dan anorganik.

Pupuk organik adalah pupuk yang berasal dari proses pembusukan material makhluk hidup. Pupuk anorganik merupakan pupuk yang berasal dari proses kimiawi. Pupuk anorganik berdasarkan kandungan unsur haranya dibedakan menjadi beberapa jenis diantaranya ada urea, NPK, ZA, SP36, dan beberapa jenis lainnya.² Kedua pupuk tersebut yakni pupuk organik dan anorganik menjadi salah satu kebutuhan utama bagi petani. Seiring perkembangan zaman banyak tempat yang menawarkan kebutuhan pertanian seperti toko pertanian. Banyaknya toko pertanian mengakibatkan persaingan pasar semakin tinggi dan menjadikan terbatasnya ruang gerak pemasaran bagi perusahaan.

¹ <https://balittanah.litbang.pertanian.go.id>, diakses tanggal 7 Juni 2022, pukul 08.00 WIB

² Ginta Ryan Saputra dan Roswaty, *pengaruh Bauran Pemasaran 4P Terhadap Keputusan Pembelian Pupuk Ecer di Toko Tani Makmur Pagar Alam Sumatra Selatan*, (Jurnal: Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran dan SDM, 2020), hal 32-33.

Persaingan bisnis tidak dapat dihindari, sehingga perusahaan harus dapat memenuhi kebutuhan konsumen dan juga dituntut untuk dapat menciptakan produk yang lebih unggul dari pesaing. Pengembangan produk yang berbeda dari yang lain merupakan salah satu strategi yang efektif dalam memberikan inovasi produk, sehingga keputusan masing-masing pihak dapat tercapai. Pihak pembeli dapat membeli kebutuhan sesuai dengan keinginannya. Pihak perusahaan dapat memperoleh keuntungan atas terjualnya produk, selain itu juga dapat menjaga citra baik perusahaan di mata pelanggan.

Setiap pengusaha dalam menjaga citra baik perusahaan dimata konsumen yaitu dengan berusaha menciptakan suatu produk yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen. Adanya perkembangan usaha mengakibatkan tingkat persaingan juga semakin ketat. Pemilik usaha harus memiliki strategi-strategi dalam mempertahankan usahanya ditengah persaingan yang sangat ketat. Salah satu strategi untuk mencapai daya saing usaha yaitu dengan menerapkan konsep pemasaran.

Konsep pemasaran adalah inti dari budaya organisasi yang berhasil. Perusahaan yang ingin mencapai tujuannya seharusnya memiliki konsep pemasaran yang matang. Setiap bisnis untuk dapat bersaing dalam mendapatkan pasar sasaran harus memiliki strategi pemasaran, karena konsumen saat ini sangat kritis dalam memilih produk sampai pada tahap keputusan pembelian produk tersebut. Strategi tersebut sangat berpengaruh terhadap kinerja suatu bisnis atau usaha.³

Kabupaten Nganjuk merupakan salah satu Kabupaten di Jawa Timur yang memiliki luas lahan pertanian sekitar 90.778 Ha. Lahan pertanian tersebut cukup subur untuk bercocok tanam, dengan demikian tak heran jika mayoritas penduduk di Kabupaten Nganjuk untuk menyambung hidup dengan bertanam atau sebagai petani. Melihat kondisi tersebut kebutuhan akan sarana produksi pertanian pasti tinggi, sehingga menjalarnya beberapa toko pertanian. Hal tersebut juga dapat dilihat lebih khusus dalam skala kecil yaitu pada Kecamatan Ngronggot, yang mana Kecamatan tersebut berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) memiliki areal pertanian yang lebih luas

³ Khanif Fikri, *Hubungan Citra Merek, Kualitas Produk dan Persepsi Harga Dengan Keputusan Pembelian Pada CV. Cindelaras Di Kabupaten Tegal*, (Tegal: UPT, 2021),1.

dibandingkan dengan areal bukan untuk pertanian. Lahan untuk pertanian sendiri seluas 4.109 Ha, sedangkan lahan bukan pertanian seluas 1.189 Ha.⁴

Kecamatan Ngronggot juga merupakan daerah penyangga lumbung padi di Kabupaten Nganjuk. Hal tersebut menunjukkan bahwa sektor pertanian merupakan sektor yang dominan di Kecamatan Ngronggot dan mayoritas penduduknya bekerja sebagai petani.⁵ Mengingat kondisi tersebut dapat memberikan peluang bisnis dalam bidang pertanian yaitu penyedia kebutuhan para petani untuk pengelolaan lahan pertanian seperti membuka usaha penyedia produk pupuk, oleh karena itu peneliti tertarik melakukan penelitian di Kecamatan Ngronggot. Banyak terdapat usaha pertanian yang menyediakan berbagai macam produk pupuk, berikut beberapa nama toko pertanian di kecamatan Ngronggot yang memiliki izin SIUP dan TDP dari dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Nganjuk :

Tabel 1.1
Nama Toko Pertanian di Kecamatan Ngronggot

No	Toko Pertanian	Tahun Berdiri
1	UD. Pertanian Rezeki Tani	1990
2	UD. Pertanian Eka Tani	2004
3	UD. Pertanian Ferry Tani	2005
4	UD. Al- Mubarak	2009
5	UD. Maskur	2010
6	UD. Pertanian Roy Mandiri	2012
7	UD. Pradani Tani Makmur	2019
8	UD. Menara Bahri	2021
9	UD. Berkah Tani	2021

Sumber : Data hasil observasi 1 April 2022

Berdasarkan tabel 1.1 diatas, terdapat 9 usaha yang menjual produk pupuk pertanian di Kecamatan Ngronggot beserta tahun berdirinya. Diantaranya ada UD Pertanian Rezeki Tani yang berdiri pada tahun 1990, UD Pertanian Eka Tani berdiri tahun 2004, UD Ferry Tani berdiri tahun 2005, UD Al- Mubarak berdiri tahun 2009, UD Maskur berdiri tahun 2010, UD Pertanian Roy Mandiri berdiri tahun 2012, UD Pradani Tani makmur berdiri tahun 2019,

⁴ Luas Lahan Pertanian Kecamatan Ngronggot, Badan Pusat Statistik, <https://nganjukkab.bps.go.id>, Diakses pada tanggal 27 Juni 2022, Pukul 09.15 WIB.

⁵ Diambil <https://www.kompasiana.com/desa-trayang-kecamatan-ngronggot>, Diakses pada tanggal 06 Juli 2022. pukul 21.24 WIB

UD Menara Bahri berdiri tahun 2021, UD Berkah Tani berdiri tahun 2021. Dari kesembilan toko pertanian tersebut peneliti melakukan perbandingan pada 3 usaha yang berdiri paling lama seperti UD Pertanian Rezeki Tani, UD Pertanian Eka Tani, UD Pertanian Ferry Tani. Peneliti memilih usaha yang paling lama berdiri karena diasumsikan usaha tersebut mampu bersaing dengan usaha sejenis, sehingga dapat bertahan lama sampai saat ini. Dari hasil observasi yang peneliti lakukan pada tanggal 2 April 2022 diperoleh data sebagai berikut:

Tabel 1.2
Perbandingan Antara UD Pertanian Eka Tani,
UD Pertanian Rezeki Tani, UD Pertanian Ferry Tani

No	Uraian	UD Pertanian Eka Tani	UD Pertanian Rezeki Tani	UD Pertanian Ferry Tani
1	Produk	a. ZA b. Phonska c. Petrocas d. ZK e. Nitralite f. SP 26 g. SP 36	a. ZA Petro b. Phonska c. Petrocas d. ZK e. Urea	a. ZA Petro b. Urea c. NPK d. Organic
2	Harga	a. ZA (Rp.325.000,-) b. Phonska (Rp.122.000,-) c. Petrocas (Rp.300.000,-) d. ZK (Rp.17.000,-) e. Nitralite (Rp.160.000,-) f. SP 26 (Rp.200.000,-) g. SP 36 (Rp.115.000,-)	a. ZA (Rp.330.000,-) b. Phonska (Rp.125.000,-) c. Petrocas (Rp.325.000,-) d. ZK (Rp.25.000,-) e. Urea (Rp.500.000,-)	a. ZA (Rp.327.000,-) b. Urea (Rp.500.000,-) c. NPK (Rp.800.000,-) d. Organik (Rp.30.000,-)
3	Lokasi	a. Parkir b. Buka pukul 07.00 – 16.00	a. Parkir b. Gudang c. Buka pukul 06.30 – 17.00	a. Parkir b. Tempat duduk tunggu c. Gudang d. Buka pukul 06.30 – 16.00
4	Promosi	a. Mulut ke mulut b. Banner c. Brosur d. WA	a. Mulut ke mulut b. Papan nama	a. Mulut ke mulut b. Banner c. WA

5	Jumlah pembeli perminggu	189 pembeli	100 pembeli	140 pembeli
----------	---------------------------------	-------------	-------------	-------------

Sumber : Data hasil observasi pada toko pertanian UD.Eka Tani, UD.Rezeki Tani, UD.Ferry Tani (2022)

Berdasarkan perbandingan tabel 1.2 di atas, UD Pertanian Eka tani memiliki keunggulan pada produk dan harga dibandingkan dengan usaha lainnya. UD Pertanian Eka Tani merupakan toko yang menjual berbagai macam jenis pupuk yang ditawarkan. UD Pertanian Eka Tani ini menawarkan 7 jenis produk diantaranya pupuk ZA, phonska, petrocas, ZK, nitralite, SP 26, SP 36. Produk yang ditawarkan tersebut bisa dipilih oleh konsumen sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya. Selain itu, UD Pertanian Eka Tani memberikan harga yang lebih terjangkau dibandingkan kedua toko tersebut, sehingga dengan harga terjangkau tersebut dapat menarik minat pembeli. Pada UD Pertanian Eka Tani jumlah pembeli lebih unggul dibandingkan dengan UD.Rezeki Tani dan UD.Ferry Tani, hal tersebut menunjukkan bahwa UD Pertanian Eka Tani mampu memenangkan persaingan dengan kompetitor.

Untuk memenangkan persaingan maka perusahaan harus memiliki strategi yang tepat untuk memenuhi kebutuhan pelanggan supaya dapat mewujudkan tujuan perusahaan dalam jangka panjang. Perusahaan harus memiliki strategi pemasaran yang layak agar bisa digunakan untuk patokan dalam menjalankan usaha, yaitu mengacu pada bauran pemasaran. Bauran pemasaran merupakan sekumpulan alat pemasaran yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk mencapai tujuan pemasaran dalam pasar sasaran. Bauran pemasaran sangat penting untuk perkembangan perusahaan dan digunakan sebagai alasan konsumen dalam memilih produk yang akan dibeli atau digunakan. Peneliti pada tanggal 23 Mei 2022 melakukan observasi terhadap 35 responden mengenai produk apa yang kerap dibeli di Toko Eka Tani : ⁶

⁶ Observasi pada konsumen UD.Eka Tani, Ngronggot 23 Mei 2022

Tabel 1.3
Produk yang Paling Banyak Dibeli oleh Konsumen UD Eka Tani Ngronggot

Produk	Jumlah
ZA	12
Phonska	8
Petrocas	3
ZK	5
Nitralite	3
SP 26	-
SP 36	4
Jumlah	35

Sumber : Data hasil observasi pada tanggal 23 Mei 2022

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat produk pupuk yang paling diminati konsumen adalah pupuk ZA sebanyak 12 (dua belas) responden, dan yang memilih produk lain seperti phonska sebanyak 8 (delapan) responden, petrocas sebanyak 3 (tiga) responden, ZK sebanyak 5 (lima) responden, nitralite sebanyak 3 (tiga), SP 26 tidak ada, SP 36 sebanyak 4 (empat) responden. Dari 35 responden tersebut mayoritas membeli pupuk jenis ZA.

Pupuk za ini merupakan salah satu jenis pupuk pestisida anorganik yang cukup terkenal dan digunakan oleh petani di Indonesia, karena memiliki keuntungan dibandingkan pupuk lainnya. Pupuk ini mengandung ammonium sulfat dan memberi tambahan hara nitrogen dan belerang bagi tanaman. Anomium sulfat adalah garam anorganik yang memiliki beberapa kegunaan, seperti sebagai pupuk penghasil unsur hara tanah atau sebagai tambahan tanaman.

Keuntungan penggunaan pupuk ZA ini yaitu dapat mempercepat pertumbuhan tanaman pada tanaman muda, menambah kandungan protein hasil panen, juga meningkatkan produksi dan kualitas hasil panen. Pupuk za ini juga berperan dalam pengembangan sistem imunitas tanaman yang akan meningkatkan kemampuan tanaman untuk mempertahankan diri dari gangguan hama, penyakit, dan kekeringan. Selain itu, karakteristik lainnya dari pupuk ini yaitu aman digunakan pada berbagai jenis tanaman, tahan disimpan dalam waktu yang lama dan juga mudah dalam pengaplikasiannya. Oleh karena itu berdasarkan tabel diatas Nampak jelas, produk yang paling banyak digunakan atau dibeli oleh konsumen pupuk di UD.Pertanian Eka Tani

Ngronggot adalah produk pupuk ZA. Hal tersebut terjadi karena para petani merasa diuntungkan dengan manfaat penggunaan produk tersebut.

Keputusan pembelian menurut Kotler dan Amstrong merupakan suatu tahap yang mana konsumen secara nyata akan melakukan pembelian. Konsumen dalam melakukan pembelian harus dapat mengombinasikan pengetahuan sebelum mengevaluasi produk terkait dengan produk yang akan dibeli. Faktor- faktor yang harus diperhatikan sebelum melakukan keputusan pembelian yaitu bauran pemasaran 4P (produk, harga, lokasi, promosi).

Produk ialah sesuatu yang ditawarkan ke konsumen atau pasar untuk dikonsumsi atau digunakan. Bauran pemasaran produk dapat dikatakan sebagai titik sentral, karena produk dibuat untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Perusahaan harus memastikan jenis produk yang dimiliki sesuai dengan pasar sasaran. Harga menjadi faktor utama yang mempengaruhi pembeli. Ketika konsumen melakukan pembelian hal pertama yang diperhatikan adalah harga, disusul factor lain. Penetapan harga pada produk harus sesuai dan wajar, dimana tingginya harga harus sesuai dengan kualitas dan manfaat yang diterima oleh konsumen. Tinggi rendahnya harga mempengaruhi keputusan pembelian.

Lokasi, atau jangkauan tempat juga menjadi suatu yang harus dipertimbangkan yang mana tempat-tempat yang strategis mempunyai peluang akses publik dengan baik. Pemilihan lokasi dengan baik dapat melancarkan proses distribusi sehingga mendukung dalam meningkatkan hasil penjualan. Faktor promosi juga harus dipertimbangkan dengan matang, karena promosi adalah sarana komunikasi yang menghubungkan langsung antara perusahaan dengan calon konsumen. Promosi merupakan suatu kegiatan memperkenalkan keistimewaan dan mafaat produk yang dijual kepada calon konsumen, sehingga dapat merubah sikap dan mendorong calon konsumen untuk membeli. Berikut alasan konsumen UD Pertanian Eka Tani memutuskan untuk membeli pupuk ZA:⁷

⁷ Observasi pada konsumen UD.Eka Tani Ngronggot pada tanggal 23 Mei 2022

Tabel 1.4
Alasan Konsumen Membeli Pupuk ZA di UD Pertanian Eka Tani Ngronggot

Alasan	Jumlah
Harga	10
Promosi	-
Produk	17
Lokasi	8
Total	35

Sumber : Data hasil observasi pada tanggal 23 Mei 2022

Berdasarkan data di atas, peneliti melakukan observasi terhadap 35 responden dan melakukan pengelompokan alasan dari konsumen membeli membeli produk pupuk ZA di UD Pertanian Eka Tani. Hasil observasi tersebut terdapat konsumen yang memilih karena harga sebanyak 10 responden, karena produk 17 responden, karena lokasi 8 orang dan untuk promosi tidak ada. Hasil tersebut dapat diketahui bahwa faktor yang paling banyak mempengaruhi konsumen produk pupuk ZA pada UD.Pertanian Eka Tani Ngronggot yaitu berdasarkan produk dan harga. Hal tersebut terjadi karena UD.Pertanian Eka Tani Ngronggot menyediakan produk pupuk ZA yang bervariasi kemasannya dengan harga yang terjangkau dibandingkan toko lainnya. Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul “PENGARUH PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PUPUK ZA (Studi Pada UD Pertanian Eka Tani Ngronggot)”.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana kategorisasi produk pupuk ZA pada UD Pertanian Eka Tani?
2. Bagaimana kategorisasi harga pupuk ZA pada UD Pertanian Eka Tani?
3. Bagaimana kategorisasi keputusan pembelian pupuk ZA pada UD Pertanian Eka Tani?
4. Bagaimana pengaruh produk terhadap keputusan pembelian pupuk ZA pada UD Pertanian Eka Tani?
5. Bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pupuk ZA pada UD Pertanian Eka Tani?
6. Bagaimana pengaruh produk dan harga terhadap keputusan pembelian pupuk ZA pada UD Pertanian Eka Tani?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui kategorisasi produk pupuk ZA pada UD Pertanian Eka Tani.
2. Untuk mengetahui kategorisasi harga pupuk ZA pada UD Pertanian Eka Tani.
3. Untuk mengetahui kategorisasi keputusan pembelian pupuk ZA pada UD Pertanian Eka Tani.
4. Untuk mengetahui pengaruh produk terhadap keputusan pembelian pupuk ZA pada UD Pertanian Eka Tani.
5. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pupuk ZA pada UD Pertanian Eka Tani.
6. Untuk mengetahui pengaruh produk dan harga terhadap keputusan pembelian pupuk ZA pada UD Pertanian Eka Tani.

D. Kegunaan Penelitian

1. Bagi penulis

Penulis berharap dapat memberikan pengetahuan dan wawasan tentang berbagai hal salah satunya dalam hal pemasaran dan keputusan pembelian yang terjadi di lapangan. Serta penelitian ini merupakan salah satu bukti bahwa penulis, mampu menerapkan ilmu selama perkuliahan baik teori ataupun praktik.

2. Bagi perusahaan

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi pada perusahaan terutama dalam mempertimbangkan penetapan produk dan harga sehingga dapat mempengaruhi minat pembeli.

3. Bagi lembaga pendidikan

Penulis berharap, bisa membantu mahasiswa maupun kalangan akademis sebagai salah satu referensi untuk menyelesaikan masalah terkait dengan pemasaran ataupun keputusan pembelian.

E. Telaah Pustaka

1. Penelitian dengan judul “Pengaruh harga dan produk terhadap keputusan pembelian bawang putih (studi kasus pada pasar sayur induk Pare

Kabupaten Kediri)” yang dilakukan Mohamad Anas Mahfudin.⁸ Populasi ini mempergunakan populasi tak terhingga dengan sampel 100 orang. Hasilnya menunjukkan uji statistic dengan nilai F 41,132, probabilitas signifikan bernilai 0,000, dapat dinyatakan bahwa variabel produk dan harga secara bersama memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini yaitu di metode penelitian sama- sama menggunakan metode kuantitatif, dan persamaan lainnya yaitu pada variabel penelitian yaitu sama- sama variabel produk dan harga. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini yaitu terdapat pada objek penelitian dimana penelitian terdahulu terletak di pasar sayur induk Pare, dan penelitian ini objeknya terletak di UD Pertanian Eka Tani.

2. Penelitian dengan judul “pengaruh lokasi dan produk terhadap keputusan pembelian varian coklat (studi pada konsumen *Chocolata café* Kediri)”, yang dilakukan oleh Isabellawati.⁹

Teknik pengambilan sampel penelitian ini menggunakan *probability sampling*. Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwasannya lokasi dan produk memiliki pengaruh 75,4%, pada keputusan pembelian varian coklat pada konsumen *Chocolata café* Kediri.

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini yaitu pada metode penelitian dimana sama- sama menggunakan metode kuantitatif. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini terletak pada variabel dan objek penelitian. Variabel penelitian saat ini yaitu variabel produk dan harga, sedangkan penelitian terdahulu variabelnya lokasi dan produk. Objek penelitian ini terletak di UD Pertanian Eka Tani, sedangkan penelitian terdahulu terletak di *Chocolata café* Kediri.

3. Penelitian dengan judul “pengaruh harga terhadap keputusan memilih sarana olahraga air (studi pada kolam renang Tirta Indah Kediri)”, yang

⁸ Mohamad Anas Mahfudin, *Pengaruh Harga dan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Bawang Putih (Studi Kasus Pasar Sayur Induk Pare Kabupaten Kediri)*, (Kediri: IAIN Kediri, 2018)

⁹ Isabellawati, *Pengaruh Lokasi dan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Varian Coklat (Studi pada Konsumen Chocolata café Kediri)*, (Kediri: IAIN Kediri, 2019)

dilakukan oleh Devita Julita Permana.¹⁰ Teknik pengambilan sampel penelitian ini menggunakan *probability sampling*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga berpengaruh terhadap keputusan memilih sarana olahraga dimana dibuktikan dengan nilai determinasi (R) sebesar 80,5%.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu terletak pada metode penelitian yaitu sama- sama menggunakan metode penelitian kuantitatif. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini terdapat pada variabel dan objek penelitian. Variabel penelitian terdahulu menggunakan variabel harga, sedangkan penelitian saat ini menggunakan variabel produk dan harga. Objek penelitian terdahulu terletak di kolam renang Tirta Indah Kediri, sedangkan penelitian ini terletak di UD Pertanian Eka Tani.

4. Penelitian dengan judul “pengaruh produk terhadap keputusan pembelian LCD *handphone* Samsung (studi kasus pada toko Timoritel Kediri)”, yang dilakukan oleh Afisa Nurul Hikma.¹¹ Penelitian ini dalam mengambil sampel menggunakan metode *simple random sampling*. Hasil penelitian ini berdasarkan analisis terdapat pengaruh antara produk dengan keputusan pembelian sebesar 63,0%.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu terdapat pada metode penelitian yang digunakan yaitu sama- sama menggunakan metode penelitian kuantitatif. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini terdapat pada variabel dan objek penelitian. Variabel penelitian terdahulu yaitu menggunakan variabel produk, sedangkan penelitian saat ini menggunakan variabel produk dan harga. Objek penelitian terdahulu terletak di toko Timoritel Kediri, sedangkan penelitian ini terletak di UD Pertanian Eka Tani.

5. Penelitian dengan judul “pengaruh harga dan promosi terhadap keputusan pembelian kartu prabayar IM3 (studi kasus pada siswa- siswi MAN 4 Madiun)”, yang dilakukan oleh Zelika Widiarta.¹² Penelitian ini

¹⁰ Devita Julita Permana, *Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Memilih Sarana Olahraga Air (Studi Pada Kolam Renang Tirta Indah Kediri)*, (Kediri: IAIN Kediri, 2020)

¹¹ Afisa Nurul Hikmah, *Pengaruh Produk Terhadap Keputusan Pembelian LCD Handphone Samsung (studi kasus pada toko Timoretel Kediri)*, (Kediri: IAIN Kediri, 2021)

¹² Zelika Widiarta, *Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Prabayar IM3 (Studi Kasus Pasa Siswa-Siswi MAN 4 Madiun)*, (Kediri: IAIN Kediri, 2019)

mempergunakan anggota populasi sebagai sampel, yang berjumlah sebanyak 200 orang. Berdasarkan uji R square, hasil penelitian menunjukkan variabel harga ataupun promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Kesamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu sama- sama menggunakan metode penelitian kuantitatif. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini terdapat pada variabel dan objek penelitian. Variabel penelitian saat ini yaitu produk dan harga sedangkan penelitian terdahulu yaitu harga dan promosi. Objek penelitian ini terletak di UD Pertanian Eka Tani, sedangkan penelitian terdahulu terletak di MAN 4 Madiun.

F. Hipotesis Penelitian

Hipotesis ialah jawaban sementara dari masalah penelitian yang harus diuji kembali secara empiris.¹³

1. H_0 : tidak terdapat pengaruh produk terhadap keputusan pembelian pupuk ZA pada UD Pertanian Eka Tani.
 H_a : terdapat pengaruh produk terhadap keputusan pembelian pupuk ZA pada UD Pertanian Eka Tani.
2. H_0 : tidak terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pupuk ZA pada UD Pertanian Eka Tani.
 H_a : terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pupuk ZA pada UD Pertanian Eka Tani.
3. H_0 : tidak terdapat pengaruh produk dan harga terhadap keputusan pembelian pupuk ZA pada UD Pertanian Eka Tani.
 H_a : terdapat pengaruh produk dan harga terhadap keputusan pembelian pupuk ZA pada UD Pertanian Eka Tani.

¹³ Surmadi Suryabrata, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Rajagrafindo, 2012),69.