

# Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Buah Segar Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Di Indogrosir Samarinda

Stenly Rasubala<sup>1</sup>, Rina Masithoh Haryadi<sup>2</sup>, Purwanti<sup>3</sup>  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Samarinda  
Email : stars9595@gmail.com

---

## **Keywords :**

Price, Product Quality,  
Purchasing Decisions

## **ABSTRACT**

*This research aims to determine and analyze the influence of price and product quality simultaneously on customers' purchasing decisions for whole fresh fruit at Indogrosir Samarinda, both partially and simultaneously.*

*The analytical tools used in this research are validity test, reliability test, normality test, autocorrelation test, multicollinearity test, heteroscedasticity test, multiple linear regression analysis, coefficient of determination test ( $R^2$ ),  $t$  test, and  $F$  test.*

*The research results show that price and product quality have a significant influence on purchasing decisions for whole fresh fruit at Indogrosir Samarinda, both partially and simultaneously.*

*Price has an important role in the buyer's decision-making process. The price set by a company influences the general perception of a product or brand and contributes to potential consumers. Product quality can be interpreted as an advantage or specialty of the product in question. Consumers who buy a product that can meet or even exceed consumer expectations in terms of providing satisfaction, the consumer's perception is that they have received a product that has quality. Respondents' positive perceptions regarding the price and quality of fresh fruit products at Indogrosir Samarinda are the main consideration in making decisions to buy these products, as well as influencing the potential for consumers to buy again in the future.*

---

## **PENDAHULUAN**

Perkembangan Manajemen ritel di Indonesia terus berkembang, dengan ritel modern yang semakin berkembang dan populer di kalangan konsumen muda. Ritel modern menawarkan banyak alternatif bagi konsumen dalam memenuhi kebutuhannya, mengingat banyaknya gerai ritel modern di tanah air. Hal ini memudahkan konsumen dalam mengambil keputusan dalam membeli produk. Salah satu contoh gerai dalam pengambilan keputusan tersebut adalah gerai Indogrosir yang memiliki 27 toko di kota-kota besar di Indonesia. Salah satu produk yang dijual adalah berupa buah segar.

Ritel mempunyai fungsi sebagai lembaga tataniaga yang langsung menjual produk kepada konsumen akhir untuk kebutuhan pribadi atau kelompok/organisasi yang bersifat non bisnis. Ritel merupakan matarantai terakhir dalam proses distribusi

komoditi yang langsung berhadapan dengan konsumen akhir, dimana komoditi tersebut tidak akan diperjual belikan lagi. Bisnis ini memerlukan SDM yang mesti memiliki pengetahuan pasar, keterampilan peneglolaan pasar sehingga dapat melihat peluang pasar suatu komoditi misalnya, dan memiliki ketekunan dalam usaha ini untuk terus tumbuh dan berkembang. Diantara sekian banyak fungsi ritel, yang penting adalah bagaimana dia menerapkan harga jual dan mengatur penyediaan jenis produk serta memelihara konsumen pelanggan.

Sumarni dan Soeprihanto (2014:281) mendefinisikan "Harga adalah jumlah uang (ditambah beberapa produk apabila mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya."

Saat ini Harga buah segar di Indogrosir Samarinda dianggap cukup murah dan di minati oleh pelanggan karena Indogrosir Samarinda mampu melakukan deal harga beli dengan supplier agar harga jual ke pelanggan masih dapat dilakukan diskon dan harga yang di dapat oleh pelanggan lebih terjangkau dan bervariasi . Indogrosir Samarinda pun rutin melakukan survei harga ke pasar maupun ke penjual buah segar di sekitar wilayah Indogrosir samarinda agar terciptanya kestabilan harga apabila ada kenaikan harga di pasaran.

Menurut Kotler dan Amstrong (2015:124) mengemukakan "*product quality is the characteristics of a product or service that bear on its ability to satisfy stated or implied customer needs*". Artinya bahwa kualitas produk adalah karakteristik dari suatu produk atau layanan yang bergantung pada kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau tersirat.

Oleh karena itu , adapun kualitas produk yang juga dianggap sebagai penentu adanya keputusan pembelian dari pelanggan di Indogrosir Samarinda. Seperti contoh Indogrosir mampu menyediakan produk dengan kualitas grade A yang jelas secara keseluruhan memiliki kualitas yang bagus namun harganya terjangkau. Untuk menjaga kualitas produk buah segar, Indogrosir melakukan penerimaan barang sesuai dengan prosedur dan selalu memperhatikan standarisasi yang sudah di tetapkan oleh Indogrosir samarinda yang di mana selalu memperhatikan tingkat kematangan pada buah segar dan ukuran buah yang standar penerimaannya harus sesuai agar dapat memberi jaminan kualitas yang bagus kepada pelanggan.

Kotler dan Armstrong dalam Aisyah (2017:15) mendefinisikan keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli di mana konsumen benar-benar membeli. Pengambilan keputusan merupakan suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang yang ditawarkan.

Keputusan pembelian menjadi suatu pilihan terbaik yang dipilih oleh konsumen untuk melakukan keputusan pembelian produk. Banyak faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen atas suatu produk, mengingat perilaku setiap individu dalam proses pembelian berbeda-beda dan semakin beragamnya alternatif produk buah segar di pasar tradisional atau toko retail terdekat.

Beberapa penelitian terdahulu menghasilkan temuan penelitian yang berbeda sehingga menimbulkan kesenjangan penelitian. Restuningtyaswidi dan Simamora (2021) menghasilkan temuan penelitian bahwa harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian buah dan sayuran. Temuan berbeda dari penelitian Marinda, dkk (2022) yang menyatakan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian buah segar di kota Surakarta. Adapun temuan penelitian Maiza,

dkk (2022) serta Nadiya dan Wahyuningsih (2020) yang menyatakan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Maka dari itu peneliti sangat tertarik untuk melihat dan menganalisis pengaruh harga dan kualitas produk buah segar terhadap keputusan pembelian pelanggan di Indogrosir Samarinda.

## METODE PENELITIAN

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang melakukan pembelian produk buah segar pada Indogrosir Samarinda selama periode penelitian di bulan Oktober 2023, dengan jumlah populasi yang tidak diketahui.

Sampel dalam penelitian ini sebanyak 65 orang konsumen produk buah segar pada Indogrosir Samarinda karena dianggap jumlahnya representatif yang diperoleh dari perkalian jumlah indikator sebanyak 13 indikator dikali 5.

Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan analisis regresi linear berganda. Menurut Sugiyono (2017:277), Analisis regresi linier berganda bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Jadi analisis regresi berganda akan dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal 2. Persamaan analisis regresi linear berganda sebagai berikut:

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

Keterangan:

- Y = Keputusan Pembelian
- a = Konstanta
- b<sub>1</sub> - b<sub>2</sub> = Koefisien Regresi
- X<sub>1</sub> = Harga
- X<sub>2</sub> = Kualitas Produk
- e = Error (Variabel Pengganggu)

## HASIL DAN PEMBAHASAN

**Tabel 1.** Hasil Uji t

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8,380	2,246		3,730	,000
	Harga (X1)	,204	,095	,221	2,146	,036
	Kualitas Produk (X2)	,529	,087	,625	6,081	,000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Sumber: Data Diolah (2024)

Berdasarkan hasil uji t pada tabel 1 diatas dapat dijelaskan yaitu:

Nilai  $t_{hitung}$  harga ( $X_1$ ) adalah 2,146 sedangkan nilai  $t_{tabel}$  adalah sebesar 1,66940 (tabel terlampir) sehingga nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$ . Nilai signifikansi harga ( $X_1$ ) adalah 0,036 atau lebih kecil dari 0,05 (Sig < 0,05) sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel harga ( $X_1$ ) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) buah segar di Indogrosir Samarinda. Berdasarkan pemaparan tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang diajukan diterima.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pembelian buah segar di Indogrosir Samarinda, yang merupakan bentuk representasi dari persepsi responden penelitian ini atas kuesioner yang mewakili indikator-indikator harga. Dimulai dari usia responden yang berumur rata-rata 21-25 Tahun sebesar 23,08% adalah responden terbanyak dari penelitian ini, dan berdasarkan jenis kelamin pada penelitian ini di ketahui bahwa 52,31% adalah berjenis kelamin perempuan . Dan rata-rata berdasarkan pekerjaan responden tertinggi yaitu sebesar 30,77% adalah karyawan swasta , serta pendidikan terakhir dari responden terbanyak adalah S1 dengan jumlah 40,00% dari hasil penelitian ini maka dapat di artikan bahwa pada pertanyaan X1.1 mayoritas responden 56,92% setuju dengan pertanyaan harga produk buah segar yang bervariasi dan terjangkau karena indogrosir mampu menjual harga buah segar dengan harga yang sesuai dengan kemampuan beli pelanggan di Indogrosir Samarinda.

Pada pertanyaan X1.2 dapat di artikan bahwa mayoritas responden 46,15% setuju dengan pertanyaan terdapat banyak potongan harga buah segar karena indogrosir mampu melakukan deal harga beli dengan supplier agar harga jual ke konsumen masih dapat dilakukan penurunan harga jual atau potongan harga untuk pelanggan di Indogrosir Samarinda.

Pada pertanyaan X1.3 dapat di artikan bahwa mayoritas responden 50,77% setuju dengan pertanyaan indogrosir menyediakan produk buah segar dengan kualitas baik tapi dengan harga terjangkau karena indogrosir melakukan pembelian produk buah segar grade “A” dengan kondisi pembelian mendapat diskon dari supplier karena melakukan pembelian dengan jumlah dan harga yang telah di sepakati bersama.

Pada pertanyaan X1.4 dapat di artikan bahwa mayoritas responden 43,08% setuju dengan pertanyaan harga yang di tawarkan bervariasi sesuai dengan jenis buah yang di jual , karena Indogrosir Samarinda mampu menyediakan beragam jenis buah lokal dan import sesuai dengan kebutuhan pelanggan.

Pada pertanyaan X1.5 dapat di artikan bahwa mayoritas responden 43,08% setuju dengan pertanyaan harga buah segar di Indogrosir Samarinda memiliki persamaan dengan harga pada toko buah lainnya , karena indogrosir rutin melakukan survei harga pasar dan harga di toko buah lainnya agar penetapan harga bisa stabil mengikuti harga pasar apabila ada kenaikan harga dari supplier.

Pada pertanyaan X1.6 dapat di artikan bahwa mayoritas responden 53,85% tidak setuju dengan pertanyaan harga buah segar di Indogrosir Samarinda lebih murah di bandingkan harga pada toko buah lain nya , hal ini di perkirakan ada harga di Indogrosir Samarinda yang telah di tiru oleh toko lainnya agar mampu bersaing dengan harga di Indogrosir Samarinda.

Pada pertanyaan X1.7 dapat di artikan bahwa mayoritas responden 49,23% setuju dengan pertanyaan harga produk buah segar di Indogrosir Samarinda sesuai dengan kemampuan daya beli saya , karena indogrosir menyediakan beragam macam buah yang di butuhkan dan di sukai oleh kebanyakan pelanggan di Indogrosir

Samarinda , dan menyesuaikan harga terendah yang mampu di berikan Indogrosir Samarinda untuk pelanggan Indogrosir Samarinda. Pada pertanyaan X1.8 dapat di artikan bahwa mayoritas responden 43,08% setuju dengan pertanyaan harga produk buah segar di Indogrosir Samarinda wajar di dibandingkan dengan produk yang di dapat, karena Indogrosir Samarinda mampu menerapkan harga yang sesuai dengan yang di harapkan oleh konsumen dengan tingkat kewajaran yang normal.

Nilai  $t_{hitung}$  kualitas produk ( $X_2$ ) adalah 6,081 sedangkan nilai  $t_{tabel}$  adalah sebesar 1,66940 (tabel terlampir) sehingga nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$ . Nilai signifikansi kualitas produk ( $X_2$ ) adalah 0,000 atau lebih kecil dari 0,05 (Sig < 0,05) sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk ( $X_2$ ) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) buah segar di Indogrosir Samarinda. Berdasarkan pemaparan tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang diajukan diterima.

Hasil penelitian yang menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pembelian buah segar di Indogrosir Samarinda, yang merupakan bentuk representasi dari persepsi responden penelitian ini atas kuesioner yang mewakili indikator-indikator kualitas produk. Dimulai dari usia responden yang berumur rata-rata 21-25 Tahun sebesar 23,08% adalah responden terbanyak dari penelitian ini, dan berdasarkan jenis kelamin pada penelitian ini di ketahui bahwa 52,31% adalah berjenis kelamin perempuan. Dan rata-rata berdasarkan pekerjaan responden tertinggi yaitu sebesar 30,77% adalah karyawan swasta , serta pendidikan terakhir dari responden terbanyak adalah S1 dengan jumlah 40,00% dari hasil penelitian ini, maka dapat di artikan bahwa pada pertanyaan X2 Kualitas Produk pada pertanyaan X2.1 dapat di artikan bahwa mayoritas responden 53,85% setuju dengan pertanyaan buah segar yang di jual di Indogrosir Samarinda memiliki kualitas yang lebih baik dari toko buah lainnya, karena Indogrosir Samarinda mengutamakan produk buah segar berkualitas dengan grade “A” yang jelas secara keseluruhan memiliki kualitas yang bagus.

Pada pertanyaan X2.2 dapat di artikan bahwa mayoritas responden 49,23% setuju dengan pertanyaan produk buah segar apapun yang di butuhkan ada di Indogrosir Samarinda , karena Indogrosir Samarinda mampu menyediakan kebutuhan pelanggan dengan melakukan menyediakan beragam jenis buah segar yang ada dan yang di butuhkan pelanggan , karena dari manajemen indogrosir selalu melakukan interaksi langsung ke pelanggan terkait buah segar yang di butuhkan .

Pada pertanyaan X2.3 dapat di artikan bahwa mayoritas responden 38,46% kurang setuju dengan pertanyaan Indogrosir Samarinda memiliki variasi produk buah segar dengan harga beragam sesuai kebutuhan konsumen, hal ini kelak akan di tingkatkan kembali oleh manajemen Indogrosir Samarinda agar terciptanya harga beragam yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan .

Pada pertanyaan X2.4 dapat di artikan bahwa mayoritas responden 44,62% setuju dengan pertanyaan penempatan produk buah segar di indogrosir di urutkan sesuai kebutuhan konsumen , karena indogrosir melakukan display produk yang terstruktur sesuai arahan manajemen dengan melakukan pemajangan buah segar di urutan paling depan dengan menghadirkan buah segar yang paling laku sesuai kebutuhan dan paling murah agar terciptanya ketertarikan pada pelanggan.

Pada pertanyaan X2.5 dapat di artikan bahwa mayoritas responden 36,92% setuju dengan pertanyaan produk buah segar yang di jual Indogrosir Samarinda sesuai dengan kebutuhan konsumen , karena Indogrosir Samarinda terus melakukan survei kepada pelanggan terkait buah segar favorit dan buah segar yang di butuhkan seluruh pelanggan Indogrosir Samarinda.

Pada Pertanyaan X2.6 dapat di artikan bahwa mayoritas responden 38,46% setuju dengan pertanyaan produk buah segar yang di jual di Indogrosir Samarinda memiliki kematangan yang tepat dan tidak cepat busuk , karena Indogrosir Samarinda memiliki standarisasi penerimaan buah segar dari supplier dengan melihat tingkat kematangan yang sesuai dengan dengan standar yang dimiliki Indogrosir Samarinda , apabila buah sudah mengalami tingkat kematangan yang hampir melewati waktu yang di tentukan , Indogrosir Samarinda mampu menghadirkan buah segar dalam kemasan pack yang sudah di potong agar dapat dilihat tingkat kematangannya dan dinikmati secara langsung oleh pelanggan setelah melakukan pembelian.

Pada pertanyaan X2.7 dapat di artikan bahwa mayoritas responden 43,08% setuju dengan pertanyaan produk buah segar di Indogrosir Samarinda terjamin tidak ada kerusakan , karena di Indogrosir Samarinda melakukan penerimaan barang dari supplier sesuai dengan standarisasi dan tingkat ketelitian yang baik agar memastikan buah segar yang baik dapat di jual ke pelanggan.

Pada pertanyaan X2.8 dapat di artikan bahwa mayoritas responden 43,08% setuju dengan pertanyaan produk buah segar yang di jual di Indogrosir Samarinda di kemas dengan kemasan yang baik , karena Indogrosir Samarinda melakukan wrapping pack untuk buah-buah segar agar kesegaran dan kualitas tetap terjaga dengan baik, seperti contoh buah anggur dan kiwi yang di beri wrapping pack dan masih banyak buah segar lain nya yang mendapat perlakuan yang sama.

Persamaan regresi yang dapat dibuat berdasarkan hasil pada tabel 1 adalah sebagai berikut:

$$Y = 0,221X_1 + 0,625X_2$$

- a. Koefisien  $b_1 = 0,221$  menunjukkan jika harga bagus maka keputusan pembelian akan meningkat, dimana peningkatan variabel harga ( $X_1$ ) sebesar satu satuan berpengaruh terhadap peningkatan keputusan pembelian ( $Y$ ) buah segar di Indogrosir Samarinda sebesar 0,221.
- b. Koefisien  $b_2 = 0,625$  menunjukkan jika kualitas produk meningkat maka keputusan pembelian akan meningkat, dimana peningkatan variabel kualitas produk ( $X_2$ ) sebesar satu satuan berpengaruh terhadap peningkatan keputusan pembelian ( $Y$ ) buah segar di Indogrosir Samarinda sebesar 0,625.

**Tabel 2.** Hasil Uji F

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	644,092	2	322,046	50,071	,000 <sup>b</sup>
	Residual	398,769	62	6,432		
	Total	1042,862	64			
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)						
b. Predictors: (Constant), Kualitas Produk (X2), Harga (X1)						

Sumber: Data Diolah (2024)

Berdasarkan hasil uji F, diperoleh nilai signifikan 0,000 dan nilai  $F_{hitung}$  sebesar 50,071 sedangkan  $F_{tabel}$  pada  $\alpha = 0,05$  dengan df untuk penyebut =  $n - k - 1 = 65 - 2 - 1 = 62$  dan df untuk pembilang = 2 adalah 3,15 (tabel terlampir) sehingga diketahui

bahwa  $F_{hitung} > F_{tabel}$  dan dapat disimpulkan variabel harga ( $X_1$ ) dan kualitas produk ( $X_2$ ) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) buah segar di Indogrosir Samarinda. Berdasarkan hal tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang diajukan diterima.

Keputusan pembelian pada dasarnya merupakan proses akhir dari pertimbangan suatu konsumen dalam memilih suatu produk barang atau jasa. Keputusan pembelian merupakan rasa percaya diri yang kuat pada diri konsumen atau pelanggan dalam tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli di mana konsumen benar-benar membeli. Persepsi terkait harga dan kualitas produk buah segar di Indogrosir Samarinda yang positif oleh responden menjadi pertimbangan utama dalam hal pengambilan keputusan untuk membeli produk tersebut, serta mempengaruhi potensi konsumen untuk membeli kembali di kemudian hari.

**Tabel 3.** Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,786 <sup>a</sup>	,618	,605	2,536
a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk (X2), Harga (X1)				
b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)				

Sumber: Data Diolah (2024)

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) artinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat sangat terbatas. Nilai  $R^2$  yang mendekati 1 berarti kemampuan variabel bebas memberikan semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel terikat secara simultan. Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi ( $R^2$ ), diketahui nilai  $R^2$  sebesar 0,618 yang dapat disimpulkan bahwa variabel harga ( $X_1$ ) dan kualitas produk ( $X_2$ ) dapat mempengaruhi keputusan pembelian (Y) buah segar di Indogrosir Samarinda sebesar 61,8% sedangkan 38,2% lainnya dapat dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini. Fakta di lapangan menemukan bahwa survei atau *interview* langsung ke responden di luar penelitian ini berupa pengaruh lokasi yang diperkirakan berpengaruh sebesar 38,2% atas keputusan pembelian produk buah segar di Indogrosir Samarinda, karena terdapat banyak informasi melalui responden atau sampel bahwa variabel lokasi termasuk yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Diharapkan di masa yang akan datang akan ada penelitian variabel lokasi yang kelak dapat dilakukan pada penelitian selanjutnya.

## KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, maka dapat diambil simpulan sebagai berikut:

1. Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian buah segar di Indogrosir Samarinda karena dalam penerapan harga yang di berlakukan di Indogrosir Samarinda sangat murah di banding harga toko - toko buah lainnya di Samarinda, karena Indogrosir Samarinda mampu melakukan deal harga kesepakatan bersama dan mendapat diskon harga yang cukup besar dari supplier

apabila melakukan pembelian dalam jumlah atau kuantitas yang banyak, Indogrosir memberikan harga terbaik yang bisa di jangkau semua kalangan pelanggan, dan juga memberikan harga promosi dan informasi promosi melalui chat kepada seluruh member dengan harga yang menarik bagi pelanggan Indogrosir Samarinda.

2. Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian buah segar di Indogrosir Samarinda karena Indogrosir Samarinda mengutamakan kualitas produk grade "A", pemilihan buah dengan tingkat kematangan yang sempurna saat di beli oleh pelanggan Indogrosir Samarinda, serta menerima kiriman barang dari supplier dengan mengutamakan syarat atau standarisasi Indogrosir dalam bentuk pemilihan atau sortir ukuran sesuai standart Indogrosir yang dikirim oleh supplier buah yang masuk di Indogrosir Samarinda, dan melakukan sampling rasa buah dengan tingkat kemanisan dan rasa segar atas buah yang yang di kirim oleh supplier agar sesuai dengan kebutuhan konsumen.
3. Harga dan kualitas produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) buah segar di Indogrosir Samarinda. Persepsi terkait harga dan kualitas produk buah segar di Indogrosir Samarinda yang positif oleh responden menjadi pertimbangan utama dalam hal pengambilan keputusan untuk membeli produk tersebut, serta mempengaruhi potensi konsumen untuk membeli kembali di kemudian hari.

Berdasarkan simpulan yang telah dikemukakan, maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi manajemen Indogrosir Samarinda, diharapkan semaksimal mungkin menjaga kualitas produk yang sudah sangat baik di Indogrosir Samarinda , karena dari hasil penelitian terkait harga produk buah segar responden terbanyak rata-rata setuju atau menyepakati bahwa indogrosir telah memberikan kualitas produk yang baik sampai ke tangan konsumen atau pelanggan dan memberikan harga yang bervariasi, mampu memberikan potongan harga yang menarik, memberikan produk dengan kualitas terbaik namun harga terjangkau , dan mampu bersaing harga dengan toko-toko buah lain nya di samarinda sehingga mampu menarik pelanggan dari berbagai kalangan serta kemampuan daya beli yang sesuai dengan harapan pelanggan serta kepuasan terhadap kualitas produk buah segar yang sudah di berikan Indogrosir Samarinda untuk pelanggan dan pada akhir nya akan meningkatkan penjualan serta profitabilitas untuk Indogrosir Samarinda.
2. Bagi peneliti selanjutnya, dapat melakukan penelitian lebih lanjut mengenai pengaruh variabel-variabel di luar dari penelitian ini sesuai dengan teori manajemen pemasaran serta pada objek penelitian serupa karena fakta di lapangan menemukan survei di luar penelitian ini berupa pengaruh lokasi yang di perkirakan berpengaruh sebesar 38,2% atas keputusan pembelian produk buah segar di Indogrosir Samarinda , karena terdapat banyak informasi melalui responden atau sampel bahwa variabel lokasi termasuk yang berpengaruh atas keputusan pembelian.

## REFERENCES

- Aisyah, Siti. 2017. "Pengaruh Citra Merek DBL Terhadap Keputusan Pembelian Kaos Olahraga Basket Di DBL Store Surabaya". *Digital Library UIN Sunan Ampel*, Online. <http://digilib.uinsby.ac.id/16671/>.
- Kotler, Philip and Amstrong. 2014. *Principle of Marketing*. 14th edition. New Jersey: Prentice-Hall Published.
- Maiza, Fiksi, Agus Sutarjo, dan Rizka Hadya. 2022. *Pengaruh Kualitas Dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Nazurah Hijab Di Kubang Tungkek Kabupaten Lima Puluh Kota*. JM Vol. 4 No. 2 Juni 2022 Hal:375-386. ISSN : 2656-8322
- Marinda, Verawati Lita, Prof. Dr. Ir. Mohamad Harisudin, M.Si.1, Dr. Agr. Sc. Ernoiz Antriyandarti, SP, MP, MEc. 2022. *Analisis Keputusan Pembelian Buah Segar Di Kota Surakarta*. Jurnal AGRISTA : Vol. 10 No. 4 Desember 2022 : 48-59. ISSN : 2302-1713
- Nadiya, Farisa Hasna dan Susanti Wahyuningsih. 2020. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Fashion 3second Di Marketplace (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Fashion 3second Di Kota Semarang)*. Prosiding Seminar Nasional Unimus Vol. 3 Tahun 2020. ISSN : 2654-3168
- Restuningtyaswidi, Hening dan Liska Simamora. 2021. *The Factors that Influence Purchasing Decisions to Use Application For Fruits and Vegetables In Jabodetabek*. Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian, 17(2), pp. 39-54. doi: 10.20956/jsep.v17i2.18188.
- Sumarni, Murti dan John Soeprihanto. 2014. *Pengantar Bisnis (Dasar-Dasar Ekonomi Perusahaan)*. Yogyakarta: Liberty