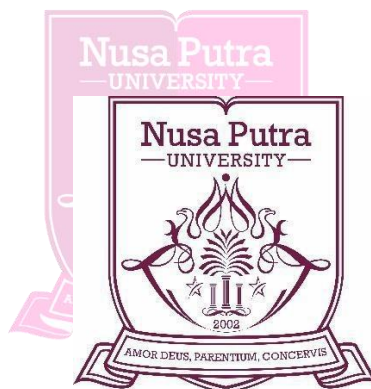


**PENGARUH KEBERAGAMAN PRODUK, HARGA DAN
LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN IKAN HIAS
(Study Kasus : Pasar Ikan Hias Parung)**

SKRIPSI

REJA RIJOIA

20190080050



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS DAN HUMANIORA
SUKABUMI
NOVEMBER 2023**

**PENGARUH KEBERAGAMAN PRODUK, HARGA DAN
LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN IKAN HIAS
(Study Kasus : Pasar Ikan Hias Parung)**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Dalam Menempuh
Gelar sarjana Manajemen



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS DAN HUMANIORA
SUKABUMI
NOVEMBER 2023**

PERNYATAAN PENULIS

JUDUL	Pengaruh Keberagaman Produk, Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Ikan Hias (Studi Kasus : Pasar Ikan Hias Parung)
NAMA	Reja Rijqia
NIM	20190080050

“Saya menyatakan dan bertanggungjawab dengan sebenarnya bahwa Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri kecuali cuplikan dan ringkasan yang masing – masing telah saya jelaskan sumbernya. Jika pada waktu selanjutnya ada pihak lain yang mengklaim bahwa Skripsi ini sebagai karyanya, yang disertai dengan bukti – bukti yang cukup, maka saya bersedia untuk dibatalkan gelar Sarjana Manajemen saya beserta segala hak dan kewajiban yang melekat pada gelar tersebut”.

Sukabumi, 25 November 2023



Penulis

PERNGESAHAN SKRIPSI

JUDUL Pengaruh Keberagaman Produk, Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Ikan Hias (Studi Kasus : Pasar Ikan Hias Parung).

NAMA Reja Rijqia

NIM 20190080050

Skripsi ini telah diujikan dan dipertahankan di depan Dewan Penguji pada Sidang Skripsi tanggal XX Agustus 2023 Menurut pandangan kami, Skripsi ini memadai dari segi kualitas untuk tujuan penganugerahan gelar Sarjana Manajemen.

Sukabumi, 25 November 2023

Dosen Pembimbing 1



Ryan Mirdan Faris, S.E., M.Si

NIDN. 0419069402

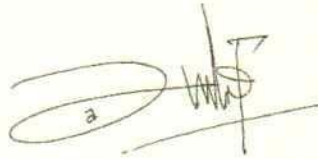
Ketua Penguji



M. Andri Juniansyah, M.M

NIDN.0402068703

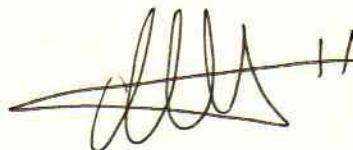
Dosen Pembimbing 2



Andri Ardhiansyah, MBA

NIDN. 0428049204

Ketua Program Studi



Agung Maualana, M.A

NIDN. 0412089501

PLH Dekan Fakultas Bisnis dan Humaniora

CSA. Teddy Lesmana, S.H., M.H

NIDN. 0414058705

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah Rabbil Aalamin, sujud syukur kepada Allah SWT. Terimakasih atas karunia-Mu yang telah memberikan kemudahan dan kelancaran sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Skripsi ini saya persembahkan untuk diri saya sendiri yang telah berjuang dan berusaha selama ini. Terimakasih atas kera kerasnya. Mari tetap berdoa dan berusaha serta jangan menyerah untuk kedepannya.

Halaman persembahan ini juga ditujukan sebagai ungkapan terimakasih kepada Ibu Bapak saya serta keluarga besar yang telah mendoakan dan memberikan dukungan penuh selama perjuangan menempuh pendidikan.

Terimakasih juga kepada teman-teman seperjuangan yang telah membantu berjuang bersama selama ini dan terus memotivasi satu sama lain dalam penyelesaian skripsi ini.



ABSTRACT

REJA. The Influence of Product Diversity, Price and Location on Ornamental Fish Purchasing Decisions (Case Study: Parung Ornamental Fish Market). Supervised by RIYAN MIRDAN. This research aims to examine the influence of product diversity, price and location on ornamental fish purchasing decisions (Case Study: Parung Ornamental Fish Market). The sample for this research is consumers who make purchase transactions at the parung ornamental fish market. Data was collected through a survey with a questionnaire as a data collection tool and had 130 respondents. The aim of this research is to investigate the influence of product diversity, price and location on ornamental fish purchasing decisions (case study: parung ornamental fish market). The results of the research shows that there is a significant influence simultaneously (simultaneously) between product diversity, price and location on the decision to purchase ornamental fish. This means that these three variables together make an important contribution in influencing consumer purchasing decisions.

Keyword : Product Diversity, Price, Location, Purchasing Decisions



ABSTRAK

REJA. Pengaruh Keberagaman Produk, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Ikan Hias (Studi Kasus : Pasar Ikan Hias Parung). Dibimbing oleh RIYAN MIRDAN. Penelitian ini bertujuan untuk menguji Pengaruh Keberagaman Produk, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Ikan Hias (Studi Kasus : Pasar Ikan Hias Parung). Sampel penelitian ini adalah konsumen yang melakukan transaksi pembelian di pasar ikan hias parung. Data dikumpulkan melalui survei dengan kuesioner sebagai alat pengumpulan data dan memiliki sebanyak 130 responden. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menyelidiki pengaruh keberagaman produk, harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian ikan hias (studi kasus : pasar ikan hias parung). Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan secara bersama-sama (secara simultan) antara keberagaman produk, harga, dan lokasi terhadap keputusan pembelian ikan hias. Artinya, ketiga variabel tersebut bersama-sama memberikan kontribusi yang penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Kata Kunci : Keberagaman Produk, Harga, Lokasi, Keputusan Pembelian



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah Rabbil'alamn, segala puji bagi Allah SWT, Tuhan semesta alam yang telah melimpahkan rahmat, rizki dan kharunia-Nya. Alhamdulillah Rabbil'alamin puji dan syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT yang telah memberikan kesehatan dan rahmat-Nya yang berlimpah sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan baik. Selanjutnya tidak lupa penulis mengucapkan Shalawat dan Salam kepada junjungan kita Nabi Muhammad Shalallahu ' Alaihi Wasallam yang telah membawa Risalah nya kepada seluruh umat manusia dan menjadi suri tauladan bagi kita semua. Oleh karena kuasa – Nya, penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi ini dengan judul Pengaruh Keberagaman Produk, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus : Pasar Ikan Hias parung) sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Program Sarjana (S1) Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Humaniora, Universitas Nusa Putra Sukabumi.

Penulisan karya tulis ini dapat diselesaikan dengan baik berkat bantuan berbagai pihak, baik dukungan moril maupun materil, do'a serta dorongan semangat yang sangat berarti bagi penulis. Oleh karena itu, penulis menyampaikan rasa terima kasih kepada :

1. Allah SWT yang telah memberikan kesehatan, nikmat dan karunia -Nya sehingga Penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Dr.Kurniawan, ST., M.Si, MM selaku Rektor Universitas Nusa Putra Sukabumi
3. Bapak Riyan Mirdan Faris, S.E, M.Si selaku Dosen Pembimbing II Universitas Nusa Putra Sukabumi atas segala bimbingan dan arahan yang telah diberikan sehingga Skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
4. Para Dosen Program Studi Manajemen Universitas Nusa Putra Sukabumi yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang bermanfaat selama penulis menempuh pendidikan di Program Studi Manajemen Universitas Nusa Putra Sukabumi
5. Terima kasih untuk yang istimewa kepada kedua orang tua, kakak serta kerabat yang telah memberikan rasa cinta dan mendukung penulis dalam pembuatan Skripsi ini.

6. Tak lupa teman-teman seperjuangan kelas MN19B yang telah sama-sama berjuang meraih gelar Sarjana Manajemen

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan, karena keterbatasan yang penulis miliki. Untuk itu, Kritik dan saran sangat penulis harapkan untuk kemajuan penulis.

Sukabumi, 25 November 2023

Reja Rijqia



**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS
AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik UNIVERSITAS NUSA PUTRA, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Reja Rijqia
Nim : 20190080050
Program Studi : Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Nusa Putra **Hak Bebas Royalti Non eksklusif (*Non-exclusive Royalty- Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

"Pengaruh Keberagaman Produk, Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Ikan Hias (Studi Kasus : Pasar Ikan Hias Parung)".

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non eksklusif ini Universitas Nusa Putra berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Sukabumi

Pada tanggal : 25 November 2023

Yang menyatakan



Reja Rijqia

DAFTAR ISI

PENGARUH KEBERAGAMAN PRODUK, HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN IKAN HIAS	i
PERNYATAAN PENULIS	iii
PERNGESAHAN SKRIPSI	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	7
1.3 Batasan Masalah.....	8
1.4 Tujuan Penelitian	8
1.5 Manfaat Penelitian	9
1.6 Sistematika Penulisan.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Landasan Teori.....	11
2.1.1 Keberagaman Produk	11
2.1.2 Harga	12
2.1.3 Lokasi	12
2.1.4 Keputusan Pembelian	13
2.2 Hipotesis.....	14
2.2.1 Keberagaman produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian.	14
2.2.2 Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian.....	15
2.2.3 Lokasi berpengaruh terhadap pembelian.....	15
2.2.4 Keberagaman produk, harga, dan lokasi berpengaruh secara bersama- sama (simultan) terhadap keputusan pembelian	16

2.3 Penelitian terdahulu.....	16
2.4 Kerangka Pemikiran.....	19
BAB III METODE PENELITIAN	20
3.1 Jenis Penelitian.....	20
3.2 Defini Operasional	20
3.3 Tabel 3.1 Definisi Operasional	20
3.4 Populasi Dan Sampel	21
3.5 Instrumen Penelitian.....	22
3.6 Data Dan Teknik Pengumpulan Data.....	22
3.7 Metode Pengolahan Data	23
3.8 Analisis Statistik Inferensi	23
3.8.1 Uji Validitas	23
3.8.2 Uji Reliabilitas.....	23
3.9 Uji Asumsi Klasik.....	24
3.9.1 Uji Normalitas	24
3.9.2 Uji Multikolonieritas	24
3.9.3 Uji Heteroskedastisitas	25
3.10 Analisis Regresi Berganda.....	25
3.11 Uji Hipotesis.....	25
3.11.1 Uji hipotesis t	25
3.11.2 Uji Hipotesis f	26
3.12 Koefisien Determinasi (R^2)	26
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	27
4.1 Deskripsi Karakteristik Responden.....	27
4.1.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	27
4.1.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	27
4.1.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan	28
4.1.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan.....	29
4.2 Analisis Statistik Inferensi	29
4.2.1 Uji Validitas	29
4.2.2 Uji Reliabilitas.....	29
4.3 Uji Asumsi Klasik.....	31

4.3.1 Uji Normalitas	31
4.3.2 Uji Heteroskedasistas	32
4.3.3 Uji Multikolinearitas	33
4.4 Analisis Regresi Linear Berganda.....	34
4.5 Uji Hipotesis	35
4.5.1 Uji F (Anova)	35
4.5.2 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	35
4.5.3 Uji Hipotesis T	36
BAB V PENUTUP	38
5.1 Kesimpulan	38
5.2 Saran.....	41
DAFTAR PUSTAKA	43
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jenis produk ikan hias air tawar dan air laut	2
Tabel 1.2 operasional pasar Ikan Hias Parung	6
Tabel 1.3 Harga Ikan di Pasar Ikan Hias Parung	7
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	16
Tabel 3.1 Definisi Operasional	20
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	27
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia.....	27
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Pekerjaan	28
Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian	29
Tabel 4.5 Uji Validitas	30
Tabel 4.6 Uji Reliabilitas	31
Tabel 4.7 Hasil Uji Normalitas	31
Tabel 4.8 Rekapitulasi Hasil Uji Multikolinearitas.....	33
Tabel 4.9 Rekapitulasi Hasil Uji Linear Berganda	34
Tabel 4.10 Rekapitulasi Hasil Uji F (Anova).....	35
Tabel 4.11 Rekapitulasi Hasil Uji Koefisien Determinasi	36
Tabel 4.12 Rekapitulasi Hasil Uji Hipotesis t.....	36



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Nilai Ekspor Ikan Hias periode 2017-2022.....	2
Gambar 1.2 Provinsi dengan produk Ikan Hias Terbesar 2020	4
Gambar 1.3. Jenis-jenis Ikan Hias di Pasar Ikan Hias Parung	6
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	19
Gambar 4.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas	32



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Responden
Lampiran 2 Data Tabulasi Responden
Lampiran 3 Hasil Pengolahan Data SPSS.....
Lampiran 4 Dokumentasi Pembagian Kuesioner.....



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bisnis ikan hias merupakan salah satu bisnis yang menjajikan. Indonesia menjadi salah satu negara yang masuk dalam 10 besar negara eksportir ikan hias dunia. Salah satu keanekaragaman hayati yang dimiliki Indonesia dan patut dibanggakan adalah keragaman spesies ikan hias air tawar. Berdasarkan data dari Menteri Kelautan dan Perikanan telah mengumumkan bahwa ikan hias merupakan salah satu andalan perekonomian masyarakat Indonesia. Data menunjukkan produksi ikan hias dalam negeri terus tumbuh dari 1,19 miliar pada 2017 menjadi 1,22 miliar pada 2018. Kemudian tumbuh menjadi 1,68 miliar ikan pada 2019, senilai IDR 19,81 triliun. (Arifa, 2021) Indonesia terpukul menaklukkan pasar ikan hias dunia. Menurut data Trademap, dari tahun 2016 hingga 2019, Indonesia menempati posisi peringkat keempat pengeksportir ikan hias terbesar di dunia, setelah Jepang, Singapura, dan Spanyol.

Ikan hias air tawar memiliki daya tarik tersendiri, diantaranya ikan yang mudah didapat, harga yang relatif terjangkau, keindahan warna, serta bentuk dan corak yang berbeda dari tiap jenis. Hal ini menjadikan penjual ikan hias air tawar sebagai komoditas hidup sebagai produk hiburan yang banyak diminati oleh sebagian besar masyarakat karena dapat menempati pasar pada setiap tingkat sosial dan ekonomi masyarakat, tergantung dari jenis dan harga ikan tersebut. kegiatan usaha jual beli ikan hias ini memiliki beberapa keunggulan komparatif, diantaranya dapat diusahakan dalam skala besar maupun kecil atau skala rumah tangga. Perputaran modal pada usaha ini relatif cepat, pengembangan strain baru dapat dilakukan secara individu, dan kegiatan usaha ini dapat memperdayakan masyarakat melalui industri kecil yang bermuara pada ekspor.



Gambar 1.1 Nilai Ekspor Ikan Hias periode 2017-2022

Sumber : Direktorat Jenderal Penguatan Daya Saing Produk Kelautan dan Perikanan
Kementerian Kelautan dan Perikanan 2022.

Berdasarkan HS Code 8 Digit, produk ikan hias terdiri dari 13 jenis produk, yaitu Benih ikan Botia (*Chromobotia macracanthus*), Benih ikan hias air tawar lainnya, Koi (*Cyprinus carpio*), selain benih, Mas Koki (*Carassius auratus*), selain benih, Cupang aduan (*Beta splendens*), selain benih, Arwana (*Scleropages formosus*), selain benih, Arwana Jardini (*Scleropages jardini*), selain benih, Ikan hias air tawar lainnya, selain benih, Benih ikan hias lainnya, selain air tawar, Ikan banggai cardinal (*Pterapogon kauderni*), selain benih, Napoleon wrasse (*Cheilinus undulatus*), selain benih dan Ikan hias lainnya, selain air tawar, selain benih.

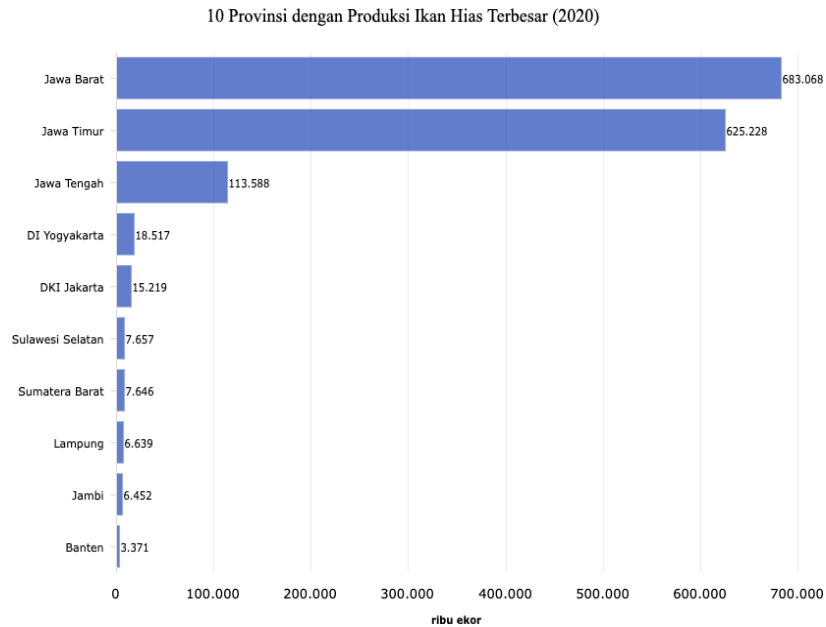
Tabel 1.1 Jenis produk ikan hias air tawar dan air laut

No	Kelompok	Kode	Deskripsi
1	Ikan Hias Air Tawar	03011111	Benih ikan Botia (<i>Chromobotia macracanthus</i>)
2	Ikan Hias Air Tawar	03011119	Benih ikan hias air tawar lainnya
3	Ikan Hias Air Tawar	03011191	Koi (<i>Cyprinus carpio</i>), selain benih
4	Ikan Hias Air Tawar	03011192	Mas koki (<i>Carassius auratus</i>), selain benih

5	Ikan Hias Air Tawar	03011193	Cupang aduan (<i>Beta splendens</i>), selain benih
6	Ikan Hias Air Tawar	03011194	Oscar (<i>Astonotus ocellatus</i>), selain benih
7	Ikan Hias Air Tawar	03011195	Arwana (<i>Scleropages formosus</i>), selain benih
8	Ikan Hias Air Tawar	03011196	Arwana Jardini (<i>Scleropages jardini</i>), selain benih
9	Ikan Hias Air Tawar	03011199	Ikan hias air tawar lainnya, selain benih
10	Ikan Hias Air Laut	03011910	Benih ikan hias lainnya, selain air tawar
11	Ikan Hias Air Laut	03011991	Ikan banggai cardinal (<i>Pterapogon</i> kauderni), selain benih
12	Ikan Hias Air Laut	03011992	Napoleon wrasse (<i>Cheilinus</i> undulatus), selain benih
13	Ikan Hias Air Laut	03011999	Ikan hias lainnya, selain air tawar, selain benih

Sumber : Badan Pusat statistika Laporan pertumbuhan nilai ekspor ikan hias
Indonesia per Triwulan 3 tahun 2022

Berdasarkan jenis produk ikan hias tersebut terlihat bahwa ada 9 jenis produk yang termasuk kelompok ikan hias air tawar dan 4 jenis produk yang tergolong kelompok ikan hias air laut. Provinsi Jawa Barat merupakan salah satu pemasok ikan hias terbesar di Indonesia dari total produksi secara nasional. Dalam menyokong produksi ikan hias Indonesia, Kabupaten Bogor merupakan penyalur utama produksi ikan hias di provinsi Jawa Barat, khususnya ikan hias air tawar. Tingginya presentase peluang yang dihadapi dalam mengembangkan bisnis ikan hias, Pemerintah Kabupaten Bogor telah menetapkan sektor perikanan sebagai salah satu indikator pemasaran kunjungan Kabupaten. Melalui daerah Kabupaten Bogor nomor 5 tahun 2014 tentang Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD), sektor perikanan menjadi salah satu ciri Kabupaten ini. pusat pengembangan dan pemasaran ikan hias.



Gambar 1.2 Provinsi dengan produk Ikan Hias Terbesar 2020

Sumber : Website Databoks tahun 2022

Selain itu dilakukan juga peningkatan kualitas SDM (sumber daya manusia), pengendalian mutu serta sertifikasi yang mengacu pada Standar Nasional Indonesia (SNI) sebagai standar produksi. Beberapa pasar yang telah didirikan pemerintah Kabupaten diantaranya adalah Depo Ikan Hias Cibinong, Penggalang Ikan Hias Cibinong (milik pusat pemerintah) dan yang terbaru pada tahun 2015 telah diresmikan juga pusat promosi dan pemasaran produk non konsumsi di desa Laladon Kecamatan Ciomas. keberadaan pasar ini dijadikan pusat pengembangan dan pemasaran produk ikan hias dan diharapkan dapat dimanfaatkan sebagai sumber pendapatan masyarakat (Masrifah 2016).

Namun, besarnya dukungan pemerintah untuk meningkatkan penjualan tidak sejalan dengan jumlah peminat/pembeli ikan hias di sentra-sentra yang dimaksud. Terbukti pasar yang didirikan pemerintah saat ini sepi pembeli, bahkan beberapa pedagang di pasar tersebut harus bekerja ekstra untuk mempertahankan pedagang agar tetap berjualan (Saputra 2012). Apabila permasalahan-permasalahan tersebut terus berlangsung lama maka dikhawatirkan akan menciptakan sirkulasi dalam industri sehingga berpengaruh terhadap efisiensi sistem pasar dan tergesernya eksistensi petani/pembudidaya (Saptana 2017). Hal ini juga terjadi di Pasar yang didirikan tanpa campur tangan pemerintah dan mengandalkan inisiatif warga yaitu Pasar ikan hias

Parung Kabupaten Bogor. Pasar ini menjadi salah satu barometer penjualan ikan hias Indonesia (Saputra 2012).

Pasar Parung berada di Jl. Ps. Parung No.1-20, Waru, Kec. Parung, Kabupaten Bogor, Jawa Barat 16330. Secara administrasi kecamatan parung sendiri memiliki batas wilayah sebelah utara dengan Gunung Sindur, Selatan dengan Kemang, Timur dengan Tajur Halang dan Kota Depok serta Barat dengan Ciseeng. Pasar ini berukuran cukup luas yaitu luas tanahnya berukuran 48.525 m² dan memiliki luas bangunan sebesar 4.900 m², dengan ratusan lapak yang menjajakan berbagai jenis barang.

Lokasinya strategis dan memiliki aksesibilitas yang mudah, sehingga bisa menggunakan kendaraan umum maupun pribadi untuk menuju ke sana. Akses menuju Pasar Ikan Parung jika menggunakan bis, bisa turun di halte terdekat yaitu halte Pasar Modern Parung 2 dan diteruskan dengan berjalan kaki sekitar 1 (satu) menit menuju Pasar Ikan Hias Parung. Untuk Stasiun terdekat dari pasar ikan hias parung adalah Stasiun Citayam. Akses menuju pasar ikan hias parung juga dapat diakses menggunakan angkutan kota yaitu angkutan kota 06 dengan jalur Parung-Bogor ataupun angkutan kota 03 Depok-Parung. Lokasi tepatnya bisa di akses melalui link google maps berikut :

https://www.google.com/maps/place/Pasar+Ikan+Hias+Parung/@-6.4206391,106.7295602,17z/data=!3m1!4b1!4m6!3m5!1s0x2e69e7c9802140bd:0x95799d4153ea58fd!8m2!3d-6.4206391!4d106.7295602!16s%2F11hzz73c_v?entry=ttu

Pasar Parung Bogor tak serta merta hadir begitu saja, awalnya pada tahun 2005 pedagang pasar ikan hias di Parung ini berdagang di pinggir jalan tanpa lapak dan hanya menggunakan tikar sebagai alas. Sebelum Pasar Parung Bogor hadir, para pedagang ikan hias berjualan di pinggir jalan Desa Waru. Hingga akhirnya pada April 2010, salah satu pendiri dan pengelola pasar ikan hias di Parung yang bernama H. Darmo mendirikan Pasar Parung Bogor. Setelah melalui tahun demi tahun dengan promosi besar-besaran, akhirnya jumlah pedagang pun bertambah.

Ketika pertama kali beroperasi Pasar Parung Bogor hanya beroperasi pada malam hari. Namun jadwal berubah mengingat situasi dan kondisi lalu lintas yang cukup padat, maka jam operasi pasar ikan hias ini dibuka tiga kali seminggu. Sejak itu pembeli pun mulai berdatangan, tak hanya dari daerah sekitar Kabupaten Bogor saja

namun banyak pendatang dari luar daerah. Mulai dari Depok, Jakarta, Sukabumi, Bandung, bahkan ada yang dari Lampung.

Pasar Parung Bogor memiliki jam operasional yang berbeda dengan pasar ikan hias lainnya. Waktu operasional Pasar Parung Bogor yaitu buka seminggu tiga kali, yakni hari Senin, Kamis, dan Sabtu mulai pukul 06.00 WIB sampai dengan 18.00 WIB.

Tabel 1.2 operasional pasar Ikan Hias Parung

No	Hari	Jam operasional
1	Senin	06.00 WIB – 18.00 WIB
2	Kamis	06.00 WIB – 18.00 WIB
3	Sabtu	06.00 WIB – 18.00 WIB

Sumber : Data olah wawancara pedagang Pasar Ikan Hias Parung

Keistimewaan Pasar Parung Bogor dari pasar ikan hias lainnya adalah kelengkapan jenis ikan yang dijual. Tersedia berbagai macam jenis ikan yang dijual di Pasar Parung Bogor. Mulai dari ikan Arwana, Koki, Koi, Guppy, Cupang, dan berbagai ikan hias lainnya. Tak hanya ikan hias, di Pasar Parung Bogor juga menjual jenis hewan air laut dan tawar lainnya seperti kura-kura mini dan berbagai aksesoris akuarium. Berbagai jenis makanan ikan hingga bibit lele juga dijual di Pasar Parung Bogor.



Gambar 1.3. Jenis-jenis Ikan Hias di Pasar Ikan Hias Parung

Sumber : Data olah Penelitian langsung di Pasar Ikan Hias Parung

Harga ikan hias yang ditawarkan juga beragam, berbeda jenis tentu berbeda pula harganya. Jangkauan harga ikan hias yang ada di Pasar Parung Bogor berkisar mulai dari Rp 500 rupiah hingga harga yang cukup fantastis yakni Rp 5 juta ke atas. Namun

dibandingkan dengan harga ikan hias di pasar tradisional lainnya, Pasar Parung Bogor termasuk dalam kategori harga yang murah bagi beberapa pengunjung. Tak heran bila pasar ini selalu ramai dikunjungi. Tercatat ada 380 pedagang yang menjual ikan hias di 270 lapak yang tersedia.

Tabel 1.3 Harga Ikan di Pasar Ikan Hias Parung

No	Jenis Ikan	Harga Jual / ekor (juni 2023)
1	Ikan Komet	Rp 500 – Rp 2000
2	Ikan Koi	Rp 5.000 – Rp 100.000
3	Ikan guppy	Rp 1.000 – Rp 2.000
4	Ikan Arwana Super Red	Rp 1.000.000 – Rp 1.500.000
5	Ikan Hiu Air Tawar	Rp 300.000 – Rp 500.000
6	Ikan Cupang	Rp 1.000 – Rp 3.000
7	Ikan Giru/Badut/Nemo	Rp 80.000 – Rp 100.000
8	Kura Kura Brazil	Rp 25.000 – Rp 50.000
9	Bibit Ikan lele	Rp 300 – Rp 1.500

Sumber : Data Penelitian langsung di Pasar Ikan Hias Parung Pada Juni 2023.

Observasi yang dilakukan oleh peneliti terhadap Keputusan pembelian konsumen di Pasar Ikan Hias Parung dari Keberagaman produk yang dijual, strategisnya lokasi dan Harga yang ditawarkan terbilang sangat terjangkau. Tetapi, banyak para pedagang/lapak yang mengeluhkan bahwa pembelian ikan hias tahun ini mengalami penurunan pembelian jika dibandingkan dengan tahun tahun sebelumnya atau saat covid-19. Harga jual di Pasar Ikan Hias Parung yang tidak menunjukkan peningkatan dan pembelian yang semakin berkurang menjadi salah satu masalah yang dialami pedagang.

Berdasarkan uraian yang terdapat pada latar belakang di atas maka skripsi ini diberi judul “Pengaruh Keragaman Produk, Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Ikan Hias (Studi Kasus : Pasar Ikan Hias Parung).

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka pada penelitian ini yang menjadi rumusan masalah adalah :

1. Bagaimana pengaruh keberagaman produk terhadap keputusan pembelian ikan hias di pasar Ikan Hias Parung?
2. Bagaimana pengaruh Harga terhadap keputusan pembelian ikan hias di pasar Ikan Hias Parung?
3. Bagaimana Lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian ikan hias di pasar Ikan Hias Parung?
4. Bagaimana pengaruh keberagaman produk, harga, dan lokasi terhadap keputusan pembelian ikan hias di pasar Ikan Hias Parung?

1.3 Batasan Masalah

Mengingat cakupan permasalahan cukup luas dan peneliti memiliki keterbatasan, maka permasalahan diatas peneliti batasi Sebagai berikut :

1. Penelitian ini berfokus kepada pengaruh keberagaman produk, harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian ikan hias di pasar Ikan Hias Parung.
2. Penelitian ini berlokasi di Pasar Ikan Hias Parung yaitu di Jl. Ps. Parung No.1-20, Waru, Kec. Parung, Kabupaten Bogor, Jawa Barat 16330.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada rumusan masalah diatas maka tujuan penelitian ini antara lain Sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh keberagaman produk terhadap keputusan pembelian ikan hias di pasar Ikan Hias Parung.
2. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh Harga terhadap keputusan pembelian ikan hias di pasar Ikan Hias Parung.
3. Untuk mengetahui bagaimana Lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian ikan hias di pasar Ikan Hias Parung.
4. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh keberagaman produk, harga, dan lokasi terhadap keputusan pembelian ikan hias di pasar Ikan Hias Parung.

1.5 Manfaat Penelitian

- a. Bagi penulis, penelitian ini diharapkan agar dapat memperoleh pengetahuan dan informasi yang berhubungan dengan pengaruh keberagaman produk, harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian.
- b. Bagi Mahasiswa/I, penelitian ini dapat dijadikan sebagai acuan dalam melakukan penelitian yang berhubungan dengan pengaruh keberagaman produk, harga dan lokasi terhadap keputusan pembeli.
- c. Bagi pelaku usaha, penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bentuk evaluasi yang berkaitan dengan keberagaman produk, harga dan lokasi usaha ikan hias serta dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam upaya peningkatan kualitas baik pelayanan maupun produk yang di tawarkan di pasar ikan hias parung bogor.

1.6 Sistematika Penulisan

Dalam penyusunan skripsi ini, pembahasan dan penganalisaannya diklasifikasikan secara sistematis ke dalam lima bab yaitu :

BAB I : PENDAHULUAN

Memberikan gambaran yang jelas dan singkat yang terdiri dari latar belakang permasalahan, identifikasi dan pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, hipotesis, metodologi penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini Penulis mengemukakan tentang berbagai referensi landasan teori, penelitian terdahulu dan kerangka pikir penelitian.

BAB III: METODE PENELITIAN

Pada bab ini, peneliti menjabarkan mengenai metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini. Termasuk pada penjabaran variabel, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data dan metode untuk mengolahnya, serta metode pengujian hipotesis.

BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bagian ini peneliti akan melakukan pembahasan mengenai pengolahan terhadap data yang telah diperoleh terkait dengan pembahasan masalah yang sedang diteliti oleh penulis. Dalam bagian ini pula, akan terdapat gambaran umum objek

penelitian, hasil penelitian, serta pembahasan dari hasil penelitian yang telah dilakukan.

BAB V: PENUTUP

Dalam bab ini dijelaskan kesimpulan yang didapat oleh penulis beserta saran-saran yang mungkin berguna bagi obyek penelitian sebagai masukan.



BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis pada penelitian ini, dapat diambil beberapa kesimpulan penting.

Pertama, Dari sudut pandang jenis kelamin responden, hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen ikan hias di pasar Parung adalah laki-laki, mencapai persentase sebesar 70%, sementara perempuan menyumbang 30%. Informasi ini dapat memberikan pemahaman yang berharga terkait preferensi konsumen, dan memiliki implikasi penting dalam perancangan strategi pemasaran dan penjualan ikan hias di pasar tersebut. Dengan mengetahui bahwa mayoritas konsumen adalah laki-laki, pedagang dan petani ikan hias dapat menyesuaikan pendekatan pemasaran mereka untuk lebih menarik dan memenuhi kebutuhan khusus dari segmen pelanggan ini. Contohnya, promosi atau penawaran khusus dapat dirancang dengan mempertimbangkan minat khusus yang mungkin lebih umum di kalangan laki-laki. Selain itu, pedagang dan petani dapat mengidentifikasi jenis-jenis ikan hias yang lebih diminati oleh laki-laki untuk memastikan ketersediaan stok dan variasi produk yang sesuai dengan preferensi mayoritas pelanggan.

Kedua, hasil bahwa mayoritas responden berusia antara 26-40 tahun, mencapai 60%, merupakan informasi yang relevan dalam mengevaluasi demografi pasar Parung terkait konsumen ikan hias. Usia merupakan faktor kunci dalam menentukan preferensi dan kebutuhan konsumen, dan hasil ini memberikan gambaran jelas tentang sebaran usia konsumen ikan hias di pasar tersebut. Dengan mengetahui bahwa kelompok usia 26-40 tahun mendominasi, pedagang dan petani ikan hias dapat mengarahkan strategi pemasaran mereka dengan mempertimbangkan preferensi dan tren yang mungkin lebih relevan bagi kelompok usia ini. Mungkin ada peluang untuk mengintegrasikan aspek-aspek tertentu seperti gaya hidup, desain akuarium, atau jenis ikan tertentu yang lebih populer di kalangan kelompok usia ini. Selain itu, pemahaman tentang distribusi usia responden, termasuk 20% dari kelompok usia 17-25 tahun dan 20% dari kelompok usia 40-60 tahun, dapat membantu pedagang dan petani ikan hias untuk menyusun inventaris

produk yang lebih beragam dan sesuai dengan keberagaman preferensi usia pelanggan. Sebagai contoh, kampanye pemasaran atau promosi yang disesuaikan dengan selera dan kebutuhan berbeda dari kelompok usia tertentu dapat meningkatkan daya tarik produk ikan hias di pasar Parung. Dengan pemahaman yang mendalam tentang distribusi usia konsumen, pedagang dan petani ikan hias dapat meningkatkan efektivitas upaya pemasaran mereka dan memperluas pangsa pasarnya.

Ketiga, dari segi pekerjaan, Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki pekerjaan sebagai pedagang, mencapai 67% dari total responden. Informasi ini memberikan wawasan penting terkait profesi atau pekerjaan konsumen ikan hias di pasar Parung. Dengan mengetahui bahwa sebagian besar responden adalah pedagang, pedagang dan petani ikan hias dapat merancang strategi pemasaran yang lebih tepat sasaran, mempertimbangkan kebutuhan dan preferensi yang mungkin berbeda di kalangan pelaku usaha ini. Selain itu, adanya konsumen dengan profesi petani sebanyak 13% juga dapat menjadi informasi yang berharga. Pedagang dan petani ikan hias dapat menjalin kerjasama lebih erat dengan para petani untuk memperoleh pasokan ikan hias yang berkualitas dan beragam. Hal ini dapat memperkuat rantai pasokan dan mendukung pertumbuhan bisnis ikan hias di pasar Parung. Wawasan tentang profesi responden lainnya, seperti wiraswasta (10%), ibu rumah tangga (7%), dan karyawan swasta (3%), memberikan pemahaman tambahan tentang keberagaman latar belakang pekerjaan konsumen. Dengan informasi ini, pedagang dan petani ikan hias dapat mengadaptasi strategi pemasaran mereka untuk menciptakan penawaran yang lebih sesuai dengan kebutuhan dan preferensi dari berbagai kelompok pekerjaan di pasar Parung. Misalnya, mereka dapat menyusun paket penawaran atau promosi yang mengakomodasi kebutuhan spesifik dari masing-masing profesi.

Keempat, Melalui analisis pendapatan per bulan, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden, yaitu sebanyak 37%, memiliki pendapatan bulanan dalam rentang 1.000.000 hingga 3.000.000. Sementara itu, sekitar 29% dari responden memiliki kisaran pendapatan bulanan antara 3.000.000 hingga 5.000.000. Kelompok responden dengan pendapatan lebih dari 5.000.000 per bulan menyumbang sekitar 34%. Informasi ini memberikan gambaran yang berharga

terkait daya beli dan tingkat pengeluaran konsumen ikan hias di pasar Parung. Pemahaman ini dapat menjadi dasar bagi pedagang dan petani ikan hias untuk mengelola stok dan harga produk mereka sesuai dengan kisaran pendapatan mayoritas konsumen. Sebagai contoh, penawaran khusus atau paket harga tertentu dapat dirancang untuk menarik kelompok konsumen dengan pendapatan bulanan tertentu. Dengan memahami sebaran pendapatan responden, pedagang dan petani ikan hias dapat lebih efektif dalam menyusun strategi pemasaran, penetapan harga, dan promosi untuk memenuhi kebutuhan dan preferensi konsumen di berbagai tingkatan pendapatan. Hal ini membantu meningkatkan daya saing produk ikan hias di pasar Parung dan mengoptimalkan kinerja bisnis mereka.

Dalam proses analisis statistik inferensial, hasil uji asumsi klasik mengindikasikan bahwa data yang digunakan memenuhi asumsi normalitas, homoskedastisitas, dan tidak ada keberadaan multikolinearitas antar variabel independen. Asumsi-asumsi ini memberikan dasar yang solid untuk melanjutkan analisis lebih lanjut terkait pengaruh variabel-variabel tertentu terhadap keputusan pembelian konsumen ikan hias di pasar Parung. Hasil uji regresi linear berganda menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan secara bersama-sama (secara simultan) antara keberagaman produk, harga, dan lokasi terhadap keputusan pembelian ikan hias. Artinya, ketiga variabel tersebut bersama-sama memberikan kontribusi yang penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Selanjutnya, hasil uji hipotesis t menunjukkan bahwa secara individu (parsial), keberagaman produk, harga, dan lokasi masing-masing memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Hasil ini memberikan gambaran lebih rinci tentang kontribusi relatif masing-masing variabel terhadap keputusan pembelian. Koefisien determinasi (R^2) sebesar 72,4% memberikan informasi bahwa sebagian besar variabilitas dalam keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh keberagaman produk, harga, dan lokasi. Artinya, variabel-variabel ini memiliki daya prediktif yang tinggi terhadap perilaku konsumen. Dengan demikian, kesimpulan yang dapat diambil adalah bahwa keberagaman produk, harga, dan lokasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen ikan hias di pasar Parung. Temuan ini memberikan landasan

bagi pedagang dan petani ikan hias untuk menyusun strategi pemasaran yang lebih terfokus dan efektif untuk meningkatkan daya tarik produk mereka di pasar tersebut.

5.2 Saran

Untuk penelitian selanjutnya ada beberapa saran yang dikemukakan sebagai berikut:

1. Untuk penelitian berikutnya, pertimbangkan untuk memperluas jumlah sampel dan wilayah penelitian. Hal ini dapat memberikan gambaran yang lebih luas dan representatif tentang perilaku konsumen ikan hias, serta dinamika pasar, yang dapat diterapkan pada skala yang lebih besar.
2. Menyelidiki lebih dalam tentang faktor-faktor eksternal yang dapat memengaruhi pasar ikan hias, seperti tren ekonomi, kebijakan lingkungan, atau perubahan dalam kebiasaan konsumen. Ini dapat membantu dalam merumuskan strategi yang lebih tahan lama dan responsif terhadap perubahan.
3. Melibatkan analisis lebih rinci terkait selera dan preferensi konsumen terhadap jenis ikan hias tertentu, corak warna, atau aspek estetika lainnya. Informasi ini dapat mendukung pedagang dan petani dalam menyusun portofolio produk yang lebih sesuai dengan keinginan konsumen.
4. Memperhatikan aspek kesejahteraan ikan dalam rantai pasokan. Kajian ini dapat membantu menciptakan standar praktik budidaya yang lebih baik dan mempromosikan produk ikan hias yang diproduksi secara etis.
5. Jika memungkinkan, melibatkan aspek potensi ekspor ikan hias dari pasar Parung. Meneliti peluang pasar internasional dapat membantu mengidentifikasi pasar baru dan meningkatkan pendapatan bagi pedagang dan petani.
6. Meneliti lebih lanjut tentang kualitas layanan yang diberikan oleh pedagang ikan hias di pasar Parung dan mengukur kepuasan pelanggan. Ini dapat memberikan wawasan tentang faktor-faktor yang dapat meningkatkan pengalaman belanja konsumen.
7. Meneliti penerapan strategi pemasaran digital, seperti penggunaan media sosial atau platform e-commerce, untuk meningkatkan visibilitas produk dan mencapai pasar yang lebih luas.
8. Memperdalam pemahaman tentang bagaimana faktor lingkungan, seperti iklim

atau musim, dapat memengaruhi pola pembelian konsumen ikan hias. Ini dapat membantu pedagang dalam perencanaan stok dan strategi penjualan.

9. Meneliti cara terbaik untuk melibatkan komunitas secara lebih aktif, baik melalui acara lokal, program pendidikan, atau inisiatif lainnya yang dapat membangun hubungan yang lebih kuat antara pedagang dan konsumen.
10. Meneliti potensi pengembangan model bisnis berkelanjutan di industri ikan hias. Ini dapat mencakup praktik budidaya ramah lingkungan, pengelolaan limbah, dan strategi berkelanjutan lainnya untuk mendukung pertumbuhan jangka panjang.



DAFTAR PUSTAKA

- Anang, A. (2019). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan pembelian Pada Minimarket Amarta Mlilir Jl. Diponegoro. In iain Ponorogo (Vol. 8, Issue 5). Institute Agama Islam Negeri Ponorogo.
- Andrianata, M., Suharsono, J., & Fithrianto, M. N. (2022). Pengaruh Brand Image, Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Rumah Makan Ikan Bakar Gatsu Probolinggo. *Jesya*, 5(2), 2657–2666. <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i2.867>
- Badan Pusat Statistik. (2023). Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Triwulan I-2023. *Www.Bps.Go.Id*, No. 34/05/(13), 16. <https://www.bps.go.id/pressrelease/2023/05/05/1998/ekonomi-indonesia-triwulan-i-2023-tumbuh-5-03-persen--y-on-y-.html>
- Badarudin, N., Tumbuan, W. J. F. A., & Ogi, I. W. J. (2021). Pengaruh Keragaman Produk, Lokasi, Suasana Toko, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Paragon Mart Kabupaten Kepulauan Sangihe. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(3), 313–322.
- Fure, H. (2014). Lokasi, Keberagaman produk, Harga, Dan Kualitas pelayanan Pengaruhnya Terhadap Minat beli Pada Pasar tradisional Bersehati calaca. *Journal of Clinical Oncology*, 32(27), 3083. <https://doi.org/10.1200/JCO.2014.56.8501>
- Handoko, I. (2017). Analisis Pengaruh Keragaman Produk, Harga, Lokasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian (Study Kasus di Pujasera Sumbersari Kabupaten Jember). *Journal of Undergraduate Thesis, Universitas Muhammadiyah Jember*, 3(1), 46–58. <http://repository.unmuhjember.ac.id/255/>
- Haningputri, C. W. (2020). Pengaruh Produk, Harga dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Pasar Tradisional Anyar Kota Bogor Selama Pandemi Covid-19. *Eprints.Walisongo.Ac.Id*, 1(69), Terhadap Keputusan Pembelian Ikan Kalengan Abc (Studi Kasus Ibu Rumah Tangga Di Dusun Kalimati. *Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi, Dan Ilmu Sosial*, 16, 21–26. <https://doi.org/10.19184/jpe.v16i1.22341>
- Herdian, R. A., Rakhmat, C., & Lestari, S. P. (2022). Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. 1.
- Imtihan, I., & Irwandi, I. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Citra

- Merek Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Ikan Asin Di Kota Padang. *Jurnal Sosial Ekonomi Kelautan Dan Perikanan*, 16(1), 75.
<https://doi.org/10.15578/jsekp.v16i1.8534>
- Kurniawan, D., & Tukidi. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Ikan Hias Air Tawar Pada Toko Rahmat Aquarium, Pondok Aren Tangerang Selatan. *Jurnal Manajemen*, 4(2), 37–50. <https://doi.org/10.54964/manajemen.v4i2.140>
- Kusrini, E. (2010). Budidaya Ikan Hias Sebagai Pendukung Pembangunan Nasional Perikanan Di Indonesia. *Media Akuakultur*, 5(2), 109.
<https://doi.org/10.15578/ma.5.2.2010.109-114>
- Kusuma, R. W., & Suwitho. (2015). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Fasilitas Dan Emosional Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 4(12), 1–17.
<http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/3143>
- Lestari, P. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Lokasi Usaha Terhadap keputusan pembelian Di Pondok Ikan bakar diva Desa kebun Lado kec. Singingi Kab. Kuantan Singingi. Universitas Islam Riau.
- Liwe, F. (2013). Kesadaran Merek, Keragaman Produk, Dan Kualitas Produk Pengaruhnya Terhadap Pengambilan Keputusan Konsumen Membeli Di Kentucky Fried Chicken Manado. *Jurnal EMBA*, 1(4), 5–24.
- Lubis, N. P. (2019). Pengaruh Kualits Produk, Keragaman Produk, HArga Dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Di Pasar Inpres 1 Kisaran. In *Ayøn* (Vol. 8, Issue 5). Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
- Lusiana, T., & Taufiq, H. (2022). Pengaruh Keragaman Produk, Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Minimarket Rusdi Widoro Payung. *Growth*, 19(2), 159. <https://doi.org/10.36841/growth-journal.v19i2.1607>
- Satria, B. (2020). Pengaruh kualitas produk dan keberagaman terhadap minat beli di pasar pagi jodoh kota batam. In *Khazanah Ilmu Berazam* (Vol. 3, Issue September). Universitas Putra Batam.
- Tulhusnah, Lusiana, Minullah, Edy Kusnadi, R. A. P. (2020). Pengaruh Keragaman Produk, Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Rani Louhan Di Payangan Bali. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis GROWTH*, 18(2), 163–178.
- Wahyunita, N. (2019). Pengaruh Lokasi, Keragaman Produk Dan Harga

Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Giant Ekspres Cabang Alauddin
Makassar [UIN Alauddin Makassar]. In Society (Vol. 2, Issue 1).http://les+of+Digital+Image+Processing+fundamental+techniques&ots=HjrHeuS_

WIDHA P, C. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Warung Ikan Bakar Seafood Genteng Besar. *pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Warung Ikan Bakar Seafood Genteng Besar. Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 3(3), 1–11.

