

---

## PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TOMAT DI PASAR MUKA CIANJUR

### *INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY AND PRICE ON TOMATO PURCHASE DECISIONS AT CIANJUR ADVANCE MARKET*

Yuni Apriliani<sup>1</sup>, Asep Saepul Alam <sup>2</sup>, R. Selfi Nendris Sulistiawan<sup>3</sup>

Universitas Suryakencana, Jl. Pasir Gede Raya Cianjur

<sup>1</sup>[yuniaprialiani0304@gmail.com](mailto:yuniaprialiani0304@gmail.com)

#### ABSTRAK

Tomat (*Lycopersicon esculentum* Mill) adalah salah satu komoditas unggulan hortikultura di Indonesia yang merupakan salah satu jenis sayuran yang sangat berpotensi untuk dikembangkan, tomat banyak mengandung zat gizi yang baik dan kandungannya banyak dimanfaatkan sebagai bahan untuk memasak, mengobati berbagai penyakit seperti sariawan, beri-beri, radang saraf, dan untuk industri pangan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian tomat di Pasar Muka Cianjur. Dalam penelitian ini data dikumpulkan dengan menggunakan metode accidental sampling untuk mengetahui tanggapan responden terhadap masing-masing variabel. Sampel penelitian yang digunakan sebanyak 100 responden. Jenis penelitian yang digunakan adalah analisis deskriptif kuantitatif meliputi uji validitas, uji reliabilitas, analisis regresi linear berganda, uji F, uji t dan analisis koefisien determinasi (R<sup>2</sup>). Berdasarkan hasil yang diperoleh diketahui bahwa Kualitas Produk (X1) memiliki pengaruh yang signifikan (nyata) terhadap keputusan pembelian di Pasar Muka Cianjur. Hal ini ditunjukkan dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $2.039 > 1.985$ , nilai signifikansi  $0.004 < 0.05$ . Harga (X2) memiliki pengaruh yang signifikan (nyata) terhadap keputusan pembelian tomat di Pasar Muka Cianjur. Hal ini ditunjukkan dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $4.540 > 1.985$ , nilai signifikansi  $0.00 < 0.05$ . Variabel Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2) memiliki pengaruh yang signifikan (nyata) terhadap keputusan pembelian hal ini ditunjukkan dengan nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  yaitu  $20.577 > 3.94$ , nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Adapun uji koefisien determinasi menunjukkan 29,8% pengaruh dari variabel kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian sedangkan sisanya 70,2 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Harga, Keputusan Pembelian.

#### ABSTRACT

Tomato (*Lycopersicon esculentum* Mill) is one of the leading horticultural commodities in Indonesia which is one type of vegetable that has the potential to be developed. Tomatoes contain lots of good nutrients and their contents are widely used as ingredients for cooking, treating various diseases such as thrush, berries, neuroinflammation, and for the food industry. This study aims to determine the effect of product quality and price on tomato purchasing decisions at Pasar Muka Cianjur. In this study, data was collected through using the accidental sampling method to determine the respondents' responses to each variable. The research sample used was 100 respondents. The type of research used is quantitative descriptive analysis including validity test, reliability test, multiple linear regression analysis, F test, t test and analysis of the coefficient of determination (R<sup>2</sup>). Based on the results obtained, it is known that Product Quality (X1) has a significant (significant) influence on purchasing decisions at the Cianjur Advance Market. This is indicated by the value of  $t_{count} > t_{table}$  which is  $2.039 > 1.985$ , the significance value is  $0.004 < 0.05$ . Price (X2) has a significant (significant) influence on the decision to purchase tomatoes at Pasar Muka Cianjur. This is indicated by the value of  $t_{count} > t_{table}$  which is  $4,540 > 1,985$ , the significance value is  $0.00 < 0.05$ . Product Quality (X1) and Price (X2) variables have a significant (significant) effect on purchasing decisions, this is indicated by the value of  $F_{count} > F_{table}$ , which is  $20,577 > 3.94$ , the significance value is  $0.000 < 0.05$ . The coefficient of determination test shows

*29.8% of the influence of product quality and price variables on purchasing decisions while the remaining 70.2% is influenced by other variables not examined in this study.*

*Keywords: Product Quality, Price, Purchase Decision.*

## **PENDAHULUAN**

Indonesia merupakan negara agraris yang besar, artinya pertanian memegang peranan penting dalam keseluruhan perekonomian nasional. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya penduduk yang tinggal atau bekerja serta banyaknya tenaga kerja di sektor pertanian atau produk nasional yang berasal dari sektor pertanian. Sektor pertanian merupakan sektor yang penting karena merupakan kebutuhan pokok sandang dan papan untuk memenuhi kebutuhan manusia. Dengan sumber daya manusia dan sumber daya alam yang melimpah, pertanian memiliki potensi yang besar sebagai sektor unggulan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan wilayah prioritas utama pembangunan berkelanjutan yaitu tanaman pangan (Fathiyakan, 2017).

Hortikultura merupakan salah satu kelompok yang mempunyai peran yang penting dalam sektor pertanian, baik dari sisi sumbangan ekonomi nasional, pendapatan petani, penyerapan tenaga kerja maupun berbagai segi kehidupan masyarakat. Komoditas hortikultura dikelompokkan kedalam empat kelompok utama yaitu buah-buahan, sayuran, tanaman hias dan biofarmaka (tanaman obat-obatan). Mengingat banyaknya jenis komoditas yang harus ditangani dan berbagai pertimbangan strategis lain, maka pengembangan hortikultura selama ini diprioritaskan pada komoditas-komoditas unggulan. Dalam kehidupan sehari-hari setiap individu sangat membutuhkan konsumsi untuk bertahan hidup khususnya konsumsi sayuran, buah-buahan dan produk hortikultura. (Soekirno, 2007)

Tanaman tomat menempati urutan kelima dalam produksi tanaman sayuran di Indonesia. Produksi tomat di Indonesia mengalami peningkatan pada tahun 2016 yaitu 851.701 ton / tahun. Pada 2017 produksi turun menjadi 747.577 ton / tahun (Badan Pusat Statistik, 2018). Pada tahun 2018 produksi tanaman tomat turun menjadi 707.601 ton / tahun (Administrasi Umum Hortikultura tahun 2019).

Permintaan tomat yang semakin tinggi mengharuskan tomat tersedia dalam jumlah dan kualitas. Berdasarkan data konsumsi tomat tahun 2017, konsumsi tomat per kapita per tahun di Indonesia adalah 3,76 kg / orang, dan konsumsi tomat tahun itu 878.741 ton. Berbeda antara permintaan dan penawaran tomat pada tahun tersebut adalah 12.139 ton. Pada tahun 2018, masyarakat Indonesia mengkonsumsi 915.987 ton tomat, dan selisih permintaan dan ketersediaan tomat tahun tersebut adalah 52.750 ton (Data Konsumsi Nasional, 2019).

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Barat (2016) jumlah angka produksi tomat di Provinsi Jawa Barat sangat tinggi yaitu sebesar 2.783.935 Kwintal. Di Cianjur sendiri angka produksi tomat biasa menghasilkan sebesar 412.346 Kwintal. Hal ini bisa menjadikan peluang tersebut untuk meningkatkan jumlah produksi tomat.

Cianjur merupakan salah satu Kabupaten yang mendukung untuk sektor pertanian dan memiliki letak yang cukup strategis, yaitu dekat dengan kota-kota besar seperti Bandung dan Jakarta. Di samping dekat dengan kota besar, suhu dan keadaan Cianjur juga mendukung sektor pertanian. Sektor pertanian di dekat perkotaan memiliki keunggulan spesifik dan prospektif. Hal ini di sebabkan jarak antara sentra produksi dengan daerah pemasaran sangat dekat sehingga memiliki pangsa pasar yang besar, permintaan produk pertanian segar dan olahan sangat beragam. Adapun pemilihan komoditas potensial yang memiliki daya saing dan nilai tambah harus dilakukan dalam upaya meningkatkan ketersediaan dan keragaman pangan.

Pasar tradisional adalah pasar yang kegiatan para penjual dan pembelinya dilakukan secara langsung dalam bentuk eceran dalam waktu sementara atau tetap dengan tingkat pelayanan yang terbatas (Saodah, 2017). Faktor kualitas pelayanan dan identifikasi konsumen berperan penting dalam mendorong konsumen untuk berbelanja atau membeli kembali di pasar tradisional. Karena hubungan yang akrab antara pedagang dan pembeli, inilah yang menjadi ciri khas pasar tradisional.

Di Cianjur terdapat salah satu pasar tradisional yang menyediakan berbagai jenis sayuran untuk konsumsi sehari-hari, yaitu pasar Muka Cianjur yang merupakan salah satu pasar tradisional yang menyediakan produk sayuran, buah-buahan dan bumbu masak lainnya. Banyak masyarakat yang berbelanja untuk kebutuhan pokok sehari-harinya di pasar tersebut khususnya tomat. Tomat menjadi salah satu produk yang paling banyak dibeli oleh konsumen, sehingga mengakibatkan besarnya tingkat pembelian konsumen terhadap sayuran tomat di pasar Muka Cianjur.

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti ini ingin mengetahui lebih jauh dan tertarik untuk mengambil judul penelitian tentang “ Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Tomat di Pasar Muka Cianjur” tersebut.

## **METODE PENELITIAN**

Tempat penelitian ini dilaksanakan di Pasar Muka Cianjur yang merupakan salah satu pusat pasar tradisional yang berada di Cianjur. Adapun waktu pelaksanaan dilakukan pada bulan Januari 2021 sampai Juli 2021. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang

membeli tomat di Pasar Muka Cianjur dengan sample sebanyak 100 orang. dengan menggunakan metode *accidental sampling*.

Data pelengkap lainnya baik itu data primer dan data sekunder di dapat dari observasi, wawancara, observasi dan angket (kuisisioner) dengan menggunakan metode analisis Regresi Linear Berganda analisis digunakan untuk mengukur pengaruh antara lebih dari satu variabel prediktor (variabel bebas) terhadap variabel terikat (*variabel independent*) Menurut Ghazali (2006). Dimana Variabel X1 merupakan Kualitas Produk dan X2 adalah Harga sedangkan variabel Y adalah keputusan Pembelian.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Data yang diperoleh dari hasil kuisisioner responden kemudian diolah dan diuji validitas serta reliabilitasnya untuk masing-masing variabel kualitas produk dan harga dan keputusan pembelian. Sebuah indikator dikatakan valid apabila  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel kemudian apabila nilai cronbach's alfa  $>$  0,05 maka dapat dikatakan reliable. Hasil uji validitas dan reliabilitas dapat dilihat dari tabel-tabel di bawah ini

**Tabel 4.1 : Uji Validitas Kualitas Produk (X1)**

No Item	r tabel 5% (100)	r hitung	Keterangan
1	0,1975	<b>0,230</b>	Valid
2	0,1975	<b>0,500</b>	Valid
3	0,1975	<b>0,343</b>	Valid
4	0,1975	<b>0,448</b>	Valid
5	0,1975	<b>0,365</b>	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2021

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa indikator (X1.1“produk tomat yang ditawarkan segar”, (X1.2)” produk tomat yang di tawarkan bersih”, (X1.3)“ produk tomat yang ditawarkan bentuknya beragam”, (X1.4)“ produk tomat yang di tawarkan rasanya beragam”, dan (X1.5) “warna tomat yang di tawarkan menarik” dinyatakan valid.

**Tabel 4.2 : Uji Validitas Harga (X2)**

No Item	r tabel 5% (100)	r hitung	Keterangan
1	0,1975	<b>0,245</b>	Valid
2	0,1975	<b>0,234</b>	Valid
3	0,1975	<b>0,452</b>	Valid
4	0,1975	<b>0,432</b>	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2021

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa indikator (X2.1) “harga yang ditetapkan sesuai dengan kualitas tomat yang di tawarkan” (X2.2) “harga produk tomat yang di tawarkan terjangkau oleh pendapatan konsumen” (X2.3) “kesesuaian harga dengan manfaat yang di

dapatkan” dan (X2.4) “penetapan harga produk tomat sesuai dengan pelayanan yang di tawarkan” dinyatakan valid.

**Tabel 4.3 : Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)**

No Item	r tabel 5% (100)	r hitung	Keterangan
1	0,1975	<b>0,404</b>	Valid
2	0,1975	<b>0,425</b>	Valid
3	0,1975	<b>0,449</b>	Valid
4	0,1975	<b>0,362</b>	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2021

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa indikator (Y1.1) “produk tomat merupakan kebutuhan yang harus di beli”, (Y1.2) “kebiasaan dalam membeli produk tomat”, (Y1.3) “tingkat kemudahan mendapatkan produk” (Y1.4) “kualitas tomat yang ditawarkan terjamin” dinyatakan valid.

**Tabel 4.4 : Uji Reliabilitas**

Variabel	<i>Cronbach's Alpha Coefficient</i>	<i>Cronbach's Alpha Acceptable</i>	
<b>X1</b>	<b>0,624</b>	0,50	Reliabel
<b>X2</b>	<b>0,553</b>	0,50	Reliabel
<b>Y</b>	<b>0,568</b>	0,50	Reliabel

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2021

Berdasarkan tabel diatas nilai koefisien reliabilitas tersebut dapat disimpulkan bahwa semua angket dalam penelitian ini reliabel atau konsisten karena memiliki nilai > 0,5 sehingga dapat digunakan sebagai instrumen dalam penelitian dan jawaban responden terhadap pernyataan-pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel X1, X2 dan Y adalah konsisten dan konstruk dapat dipercaya (reliabel).

**Uji Signifikansi Secara Parsial ( Uji t)**

Jika nilai Signifikansi < 0,05 atau t hitung > t tabel maka terdapat pengaruh Variabel X terhadap Y dan nilai Signifikansi > 0,05 atau t hitung < t tabel maka tidak dapat pengaruh X terhadap Y. Adapun rumus mencari t tabel sebagai berikut:

$$T \text{ tabel} = t (a/2) : (n-k-1) = (0,05/2) ; (100-2-1= 97) = 1.985$$

**Tabel 4.21 Nilai Koefisien**

		<b>Coefficients<sup>a</sup></b>				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.048	2.137		3.766	.000
	X1 Kualitas Produk	.199	.098	.194	<b>2.039</b>	<b>.046</b>
	X2 Harga	.540	.119	.431	<b>4.540</b>	<b>.000</b>

a. Dependent Variable: Y keputusan Pembelian

Persamaan Regresi Linier Berganda :  $Y = 8,048 + 0.199X_1 + 0,540X_2$

- i. Pengaruh Kualitas Produk ( $X_1$ ) terhadap Keputusan Pembelian(Y) dapat dilakukan dengan analisis sebagai berikut :

Berdasarkan Tabel, diperoleh nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$   $2,039 > 1.985$  , nilai Signifikansi  $0,044 < 0,05$  Dengan demikian ada pengaruh yang signifikan antara variabel Kualitas Produk ( $X_1$ ) tomat terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y) tomat di Pasar Muka Cianjur. Ini dikarenakan konsumen sangat memperhatikan kualitas produk tomat tersebut, produk tomat yang mempunyai nilai tertinggi yaitu produk tomat yang ditawarkan segar yaitu dengan total skor 500 sangat setuju dilanjutkan dengan produk tomat yang ditawarkan bersih yaitu dengan total skor 421 sangat setuju, warna tomat yang di tawarkan menarik yaitu dengan total skor 416 setuju, produk tomat yang di tawarkan rasanya beragam yaitu dengan total skor 413 setuju, produk tomat yang ditawarkan bentuknya beragam. Jadi konsumen mempertimbangkan kualitas produk dalam keputusan pembelian dan secara keseluruhan berada pada kelas sangat setuju yaitu sebesar 2142.

- ii. Pengaruh Harga ( $X_2$ ) terhadap Keputusan Pembelian (Y). Untuk melihat pengaruh Harga ( $X_2$ ) terhadap Keputusan Pembelian (Y) dapat dilakukan dengan analisis sebagai berikut :

Berdasarkan Tabel diatas, diperoleh nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$   $4,540 > 1.985$ , nilai Signifikansi  $0,00 < 0,05$  Dengan demikian ada pengaruh yang signifikan dari variabel Harga ( $X_2$ ) terhadap Keputusan Pembelian (Y) Hal ini menunjukkan bahwa Harga Tomat yang ada di Pasar Muka Cianjur berpengaruh Sangat Signifikan terhadap Kualitas Produksi. Ini dikarenakan konsumen sangat memperhatikan harga tomat tersebut, setelah dilakukan wawancara ternyata produk tomat yang mempunyai nilai tertinggi yaitu harga yang ditetapkan sesuai dengan kualitas tomat yang di tawarkan yaitu dengan total skor 434 sangat setuju dilanjutkan dengan kesesuaian harga dengan manfaat yang di dapatkan konsumen yaitu dengan total skor 427 sangat setuju, harga produk tomat yang di tawarkan terjangkau oleh pendapatan konsumen yaitu dengan total skor 423 sangat setuju, penetapan harga produk tomat sesuai dengan pelayanan yang di tawarkan yaitu dengan total skor 423 sangat setuju, produk tomat yang ditawarkan bentuknya beragam. Jadi konsumen mempertimbangkan harga dalam keputusan pembelian dan secara keseluruhan berada pada kelas sangat setuju yaitu sebesar 1707.

#### **Uji Signifikansi Secara Simultan (Uji F)**

$$F_{tabel} = F(k) : (n-k) = (2) : (100-3 = 97) = 3.94$$

**Tabel 4.22 Uji F**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	111.203	2	55.601	<b>20.577</b>	<b>.000<sup>b</sup></b>
	Residual	262.107	97	2.702		
	Total	373.310	99			

a. Dependent Variable: Y keputusan Pembelian  
 b. Predictors: (Constant), X2 Harga, X1 Kualitas Produk

Berdasarkan tabel diatas, diperoleh bahwa nilai Fhitung yaitu  $20.577 > 3.94$ , nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Dengan demikian ada pengaruh secara simultan atau secara bersama-sama serta signifikan dari variabel Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y).

## KESIMPULAN

Dari hasil penelitian tentang pengaruh kualitas produk dan harga terhadap ke putusan pembelian Tomat di Pasar muka Cianjur, dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan (nyata) terhadap keputusan pembelian di Pasar Muka Cianjur. Thitung  $2.039 > ttabel 1.985$
2. Harga memiliki pengaruh yang signifikan (nyata) terhadap keputusan pembelian tomat di Pasar muka Cianjur. Thitung  $4.540 > ttabel 1.985$
3. Kualitas produk dan harga secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan (nyata) terhadap keputusan pembelian tomat di Pasar muka Cianjur. Fhitung  $20.577 > Ftabel 3.94$

## DAFTAR PUSTAKA

Abdi, Rianse. 2009. Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi (Teori dan Aplikasi). Bandung CV. ALFABETA.

Administrasi Umum Hortikultura, (2019) Penurunan Produksi Tomat di Indonesia.

Artikel Pertanian, (Juni. 2021) di Wikipedia , Ensiklopedia Bebas, Diakses 20:00, Februari, 2, 2021.

Anwar, Sanusi. 2011. Metode Penelitian Bisnis. Salemba Empat, Jakarta.

Badan Pusat Statistik. 2016. Cianjur Dalam Angka. Jawa Barat.

Bailia, et all. (2014). Pengaruh Kualitas Produk Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Konsumen Pada Warung-Warung Makan Lamongan Di Kota Manado. *Jurnal Emba* ISSN 2303-1147. Volume 2 Nomor 3, 1768-1780.

Baley dalam Mahmud, (2011). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Pustaka Setia.

Cohen, Louis. Lawrence Manion and Keith Morisson. 2007. *Research Method In Education*. Sixth Edition. Routledge Taylor & Francis E-Library. USA and Canada. 638 Hal.

Dalimartha. 2011. *Khasiat Buah dan Sayur*. Jakarta: Penebar Swadaya.

Fandy, Tjiptono. 2008. *Strategi Pemasaran*. Edisi III, Yogyakarta: CV. Andi Offset.

Fathiyakan. 2017. *Analisis Sikap Dan Keputusan Petani Dalam Menggunakan Benih Padi Varietas Lokal Pandanwangi*. (Studi Kasus di Desa Bunikasih dan Tegalleka Kecamatan).

Ghozali, Imam. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS (Ediai Ke 4)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Kotler, P., & Amstrong, G. (2012). *Principles of Marketing*. In *Journal Of Marketing* (Vol.12, Issue 1). Pearson Education Limited. <http://doi.org/10.2307/1246309>.

Kotler, P., & Amstrong, G. (2014). *Principles of Marketing*. In *Journal Of Marketing* (Vol.12, Issue 1). Pearson Education Limited. <http://doi.org/10.2307/1246309>.

Kotler, P., & keller, K.L. 2012. *Marketing Manajemen*. In Prentice Hall (14th ed). Person. <http://doi.org/10.1017/cbo9781139174749.022>.

Kotler, Philip. 2008. *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 2*. Jakarta: Indeks.

Kotler, Philip. 2014. *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 2*. Jakarta: Indeks.

Martini, Tina. 2015. *Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Desain terhadap Keputusan Pembelian Kendara Bermotor Merek Honda Jenis Skutermatic*. *Jurnal Penelitian*. Vol. 9, No.1 Februari 2015.

Martono, Moh dan Sri Setyo Iriani. (2014). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Minat Beli Konsumen Produk Batik Sendang Duwur Lamongan*. *Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol. 2, No. 2.

Moloeng, Lexy J. 2006. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.

Mudrajat, Kuncoro. (2013).” *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*” Edisi 4. Jakarta: Erlangga.

Mullins, J. W. And O. C Walker. 2010. *Marketing Management*:

Mongi, L., Mananeke, L., & Repi, A. 2013. *Kualitas Produk, Strategi Promosi dan Harga Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Simpati Telkomsel Di*



Kota Manado. Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Manajemen Univeritas Sam Ratulangi. Manado, Vol. 1, No. 4, 2336-2346.

Notoatmodjo, S. 2010. Metodologi Penelitian Kesehatan. Jakarta : Rineka Cipta.

Nugroho. 2018. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Bibit Padi IR-64. Surakarta.

Nyoman, D. 2016. Uji Efektifitas Teknik Ekstraksi Dan Dry Heat Treatment Terhadap Kesehatan Bibit Tomat (*Lycopersium Escule* Jurnal Agroteknologi.5 (1)): 106-112.

Pratiwi, D. A. 2006. Biologi. Erlangga. Jakarta.

Resna Rosalina. 2020. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Cabai Rawit di Pasar Induk Cianjur. Fakultas Sains Terapan, Agribisnis, Universitas Suryakencana, Cianjur.

Risaketta, SH. 2006. Teknologi Tanaman Sayuran Buah. Direktorat Budidaya Tanaman Sayuran dan Biofarmaka, Lembang.

Rumandor, Priskyla Wenda dkk. 2017. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Word Of Mounth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Mie Toronata Di Kawangkoan. Jurnal EMBA Volume 5 Nomor 2.

Saodah Siti. Dedeh. 2017. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Pembelian Sayur Di Pasar Tradisional (Studi Kasus Pasar Muka Cianjur). Jurusan Agribisnis. Universitas Suryakencana.

Setiawan, A. Budi. 2015. Induksi Partenokarpi Pada Tujuh Genotip Tomat (*Solanum lycopersicum*) Dengan Giberelin. Tesis. Yogyakarta: UGM.

Soekirno, S. 2007. Makro Ekonomi Modern. Jakarta: PT. Raja Grafindo Apaersada.

Sugiono. 2008. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: ALFABET.

Sugiyono. 2012. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: ALFABET.

Sugiyono. 2014. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: ALFABET.

Sugiyono. 2017. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: ALFABET.

Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: ALFABET.

Suzana, B. O. L. et al. (2011) 'Valuasi Ekonomi Sumberdaya Hutan Mangrove di Desa Palaes Kecamatan Likupang Barat Kabupaten Minahasa Utara', *Agri Sosioekonomi*, 7, pp. 29–38.

Umi, Narimawati. 2008. *Metodologi Penelitian kualitatif dan kuantitatif: Teori dan Aplikasi*. Bandung. Universitas Komputer Indonesia.

Uswah, H. 2009. *Respon Tanaman Tomat (Lycopersium esculentum Mill)*.

Weenes. 2013. *Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian SpringBed Comforma*. Volume 1, nomor 4.