
ANALISIS PROSES PENGAMBILAN KEPUTUSAN KONSUMEN DI TOKO CV. MULTI TANI AGRO

M Aries Zuhri Angkasa¹, Alia Wartiningasih², Lukman Hakim³, Syahdi Master⁴, Wahyu Fajri Ramdani⁵

Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Samawa Sumbawa Besar
Email: Aries.muhammad2021@gmail.com, alwartiningasih@gmail.com,
ramdansumbawa@gmail.com

Received: 29 Mei 2025

Revised: 9 Juli 2025

Published: 12 Juli 2025

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui proses pengambilan keputusan konsumen di toko CV. Multi Tani Agro. Pemilihan lokasi dilakukan secara sengaja (*Purposive sampling*) yaitu dengan pertimbangan bahwa CV. Multi Tani Agro adalah toko sarana pertanian yang baru berkembang dibandingkan dengan toko sarana pertanian yang ada di dalam Kota Sumbawa. Responden dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli Sarana Pertanian di CV. Multi Tani Agro dengan jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 30 responden. Metode analisis yang digunakan adalah metode analisis kualitatif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa proses pengambilan keputusan konsumen di toko CV. Multi Tani agro terdiri dari tahap 1). pengenalan kebutuhan terdapat 3 indikator pertanyaan dengan persentase tertinggi, pada indikator pertama konsumen memilih sangat penting dalam memilih toko sarana pertanian, indikator kedua memilih untuk digunakan sendiri dalam tujuan membeli sarana pertanian dan indikator ketiga memilih harga produk terjangkau dalam alasan membeli produk. 2). Pencarian informasi terdiri dari 3 indikator pertanyaan dengan persentase tertinggi, pada indikator pertama konsumen I memilih teman sebagai sumber informasi, indikator kedua teman sebagai sumber mempengaruhi dan indikator ke tiga tidak ada sumber informasi melalui media sosial dalam membeli sarana pertanian di CV. Multi Tani Agro. 3). Evaluasi alternatif terdiri dari 3 indikator pertanyaan dengan persentase tertinggi, pada indikator pertama konsumen lebih memilih harga produk dalam pertimbangan utama, indikator kedua membeli produk serupa yang tersedia apabila produk yang dibutuhkan habis, dan indikator ketiga cari di tempat lain jika CV. Multi Tani Agro tutup. 4). Keputusan pembelian terdapat 3 indikator pertanyaan dengan persentase tertinggi, pada indikator pertama konsumen memilih diri sendiri dalam pengambilan keputusan, indikator kedua terencana dalam memutuskan membeli dan indikator ketiga langganan. 5). Perilaku pasca pembelian terdapat 2 indikator pertanyaan dengan persentase tertinggi, pada indikator pertama konsumen sering dalam membeli sarana pertanian di CV. Multi Tani Agro dan pada indikator kedua sangat suka membeli sarana pertanian di CV. Multi Tani Agro.

Kata Kunci: Proses, Pengambilan Keputusan, Konsumen

PENDAHULUAN

Besarnya sektor pertanian di Kabupaten Sumbawa memberikan peluang usaha dagang untuk menyediakan berbagai keperluan penunjang kegiatan pertanian. Saat ini di berbagai wilayah, khususnya di dalam Kecamatan Sumbawa banyak berdiri toko-toko pertanian seperti CV. Laju Tani Agro, UD. Tani Subur, Toko Tirta Niaga dan CV. Multi Tani Agro yang menyediakan berbagai macam sarana produksi pertanian.

CV. Multi Tani Agro merupakan salah satu toko pertanian yang ada di dalam Kecamatan Sumbawa. Sama halnya dengan toko pertanian pada umumnya, toko CV. Multi Tani Agro menyediakan berbagai macam sarana produksi pertanian. Produk yang tersedia berupa bibit tanaman (maxxi 2 cuan, bomber r101), pupuk (padivit, kanitrat), pestisida (paket anti gulma, neo gosong-top, reggi 60 ec, emasil 30ec, riosol 250ec) dan lain sebagainya.

Maraknya toko pertanian membuat persaingan bisnis di bidang usaha pertanian cukup kompetitif. CV. Multi Tani Agro adalah salah satu dari sekian banyak usaha yang memerlukan adanya strategi pemasaran, dengan semakin berkembangnya sektor pertanian di Kecamatan Sumbawa menyebabkan semakin tingginya jumlah toko penjualan sarana pertanian yang baru. Semakin banyaknya UD bidang tani menyebabkan munculnya persaingan antara toko penjualan sarana pertanian, sedangkan konsumen cenderung selektif dalam melakukan pembelian suatu produk, sehingga CV. Multi Tani Agro harus peka dan terus berinovasi terhadap apa yang diinginkan konsumen khususnya petani agar mendapat kepuasan konsumen serta mempertahankan konsumen dengan berbagai macam cara seperti meningkatkan pelayanan yang ramah, harga produk yang murah, produk yang lengkap, kebersihan toko dan lainya.

Perilaku konsumen adalah studi tentang proses yang terlibat ketika individu atau kelompok memilih, membeli, menggunakan, atau mengatur produk, layanan, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen (Hasan, 2013) dalam (Nugraha, dkk.,2021). Hasil penelitian Wardani dkk.(2022), perilaku konsumen merupakan aktivitas ketika seseorang berhubungan dengan pencarian, pemilihan, pembelian, penggunaan, serta pengevaluasian produk dan jasa demi memenuhi kebutuhan dan keinginan. Perilaku konsumen merupakan hal-hal yang mendasari konsumen untuk membuat keputusan pembelian barang berharga jual rendah (*low-involvement*) proses pengambilan keputusan dilakukan dengan mudah, sedangkan untuk barang berharga jual tinggi (*high-involvement*) proses pengambilan keputusan dilakukan dengan pertimbangan yang matang. Dengan mengetahui perilaku

konsumen dapat meningkatkan daya tarik konsumen khususnya pada CV. Multi Tani Agro sehingga dapat di kenal oleh masyarakat luas dan produktivitas penjualan sarana pertanian semakin meningkat.

CV. Multi Tani Agro perlu memahami karakteristik konsumen serta mengetahui proses pengambilan keputusan konsumen dalam membeli sarana pertanian. Konsumen merupakan pasar sasaran produk, mengingat pentingnya hal tersebut, CV. Multi Tani Agro perlu mengetahui keputusan konsumennya dalam membeli produk. Jika konsumen menganggap toko tersebut dapat memenuhi kebutuhan dan keinginannya, maka konsumen akan membeli produk dan sebaliknya apabila toko tersebut dianggap belum mampu memenuhi kebutuhan dan keinginannya, maka konsumen tidak akan membelinya.

Berdasarkan latar belakang diatas maka tujuan dari penelitian ini adalah Untuk menganalisis proses pengambilan keputusan konsumen di toko CV. Multi Tani Agro.

METODE PENELITIAN

Lokasi Dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Juli 2024. Lokasi penelitian ini telah dilakukan pada toko CV. Multi Tani Agro yang terletak di Jalan Udang No.17 Kelurahan Seketeng Kecamatan Sumbawa. Penentuan lokasi penelitian ini dilakukan menggunakan tehnik *purposive sampling* (secara Sengaja) dengan pertimbangan bahwa toko CV. Multi Tani Agro merupakan perusahaan di bidang pemasaran sarana pertanian yang baru berkembang di Kecamatan Sumbawa

Metode Pengambilan Sampel

Oleh karena jumlah populasi dalam penelitian ini tidak diketahui, sampel diambil secara *accidental sampling* (pengambilan sampel secara kebetulan) sebanyak 30 responden. Jadi selama penelitian, siapa saja yang membeli di toko CV. Multi Tani agro dan mau di wawancarai dapat dijadikan responden dalam penelitian ini. Hal in sesuai pendapat Singarimbun dan Efendi (1995:33) dalam jurnal (Nuryadi & rahmawati, 2018) yang menyatakan bahwa jumlah minimal uji coba kuesioner adalah minimal 30 responden.

Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data kualitatif, dimana data empiris yang diperoleh berupa kumpulan kata, bukan rangkaian angka, dan tidak dapat disusun dalam kategori/struktur klarifikasi. Pada proses analisis data kualitatif, data yang muncul berwujud kata-kata dan bukan rangkaian angka. Data dikumpulkan dalam aneka macam cara (observasi, wawancara, intisari dokumen),

yang biasanya diproses sebelum digunakan, namun analisis kualitatif tetap menggunakan angka-angka yang biasa ditempatkan pada teks yang diperluas. Analisis pandangan ini melibatkan 4 aliran aliran, yaitu: penyajian data, reduksi data, verifikasi data, dan penarikan kesimpulan. (B. Milles dan Huberman, 2014) dalam buku (Saleh. 2017).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Proses Pengambilan Keputusan Konsumen Di Toko CV. Multi Tani Agro

Perilaku konsumen akan menentukan proses pengambilan keputusan dalam pembelian mereka. Proses pengambilan keputusan tersebut merupakan sebuah pendekatan penyelesaian masalah yang terdiri atas lima tahap yaitu pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian (Kotler dan Keller, 2007) dalam jurnal (Nofantoro, 2021).

a. Pengenalan Kebutuhan

Adapun pengenalan kebutuhan konsumen CV. Multi Agro dapat dilihat pada Tabel 1. berikut:

Tabel 1. Pengenalan Kebutuhan Konsumen CV.Multi Tani Agro

Indikator	Pilihan Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
1. Menurut anda seberapa penting dalam memilih toko dalam membeli sarana pertanian ?	A. Sangat penting	13	43,33
	B. Penting	11	36,67
	C. Kurang Penting	5	16,67
	D. Tidak penting	1	3,33
Total		30	100
2. Apa tujuan anda dalam membeli sarana pertanian di CV. Multi Tani Agro ?	A. Untuk digunakan Sendiri	26	86,67
	B. untuk dijual kembali	1	3,23
	C. Lainnya	3	10
Total		30	100
3. Apa alasan anda membeli produk sarana pertanian di CV. Multi Tani Agro ?	A. Macam-macam Produk sarana pertanian	10	33,33
	B. Harga produk terjangkau	12	40
	C. Pelayanan Ramah	2	6,67
	D. Jarak toko dekat	6	20
Total		30	100

Sumber : Data Primer Diolah, 2024

Dari Tabel 1 diatas, pengenalan kebutuhan konsumen di toko CV. Multi Tani Agro, dapat dilihat dari persentase tertinggi pada indikator pertama yaitu pertanyaan mengenai seberapa penting konsumen dalam memilih toko dalam membeli sarana pertanian, dari hasil penelitian terdapat sebanyak 13 atau sebesar 43,33% responden

menyatakan sangat penting dalam memilih toko sarana pertanian. seperti pernyataan dari bapak Ahmad :

“Memilih toko pertanian harus dapat memenuhi kebutuhan saya dalam memperoleh produk sarana pertanian, mendapatkan pelayanan yang memuaskan konsumen dan tentunya harga produk yang murah sehingga memilih toko dalam membeli sarana pertanian itu sangat penting.”

Indikator kedua yaitu pertanyaan mengenai tujuan konsumen dalam membeli sarana pertanian di CV. Multi Tani Agro, terdapat sebanyak 26 atau sebesar 86,67% responden yang memilih untuk digunakan sendiri dalam memilih tujuan konsumen dalam membeli sarana pertanian.

Indikator ketiga yaitu pertanyaan mengenai alasan konsumen membeli sarana di CV. Multi Tani Agro, terdapat sebanyak 12 atau sebesar 40% responden yang termasuk dalam model manusia ekonomi yang dimana memilih harga produk terjangkau sebagai alasan konsumen dalam alasan membeli sarana pertanian,

b. Pencarian Informasi

Sumber informasi dapat berasal dari sumber pribadi, sumber komersial, sumber publik, dan sumber pengalaman. Pencarian informasi konsumen CV. Multi Tani Agro dapat dilihat pada Tabel 2. berikut

Tabel 2. Pencarian Informasi Konsumen CV. Multi Tani Agro

Indikator	Pilihan Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
1. Dimana anda mendapatkan informasi mengenai CV. Multi Tani Agro ?	A. Teman	12	40
	B. Keluarga	5	16,67
	C. Media Sosial	2	6,67
	D. Orang ke orang	11	36,67
Total		30	100
2. Sumber mana yang paling mempengaruhi anda dalam memilih membeli di CV. Multi Tani Agro ?	A. Teman	14	46,67
	B. Keluarga	7	23,33
	C. Media Sosial	2	6,67
	D. Orang ke orang	7	23,33
Total		30	100
3. Melalui media social mana anda mendapatkan informasi tentang Cv. Multi Tani Agro ?	A. Whatsapp	2	6,67
	B. Facebook	9	30
	C. Tik-Tok	0	0
	D. Tidak Ada	19	63,33
Total		30	100

Sumber : Data Primer Diolah, 2024

Berdasarkan Tabel 2 diatas, pencarian informasi konsumen di toko CV. Multi Tani Agro dengan indikator pertama yaitu pertanyaan mengenai dimana konsumen mendapatkan informasi mengenai CV. Multi Tani Agro, terdapat sebanyak 12 atau sebesar 40% responden yang mendapatkan informasi tentang CV. Multi Tani Agro saat berbincang dengan teman.

Indikator kedua yaitu pertanyaan mengenai Sumber mana yang paling mempengaruhi anda dalam memilih membeli di CV. Multi Tani Agro, terdapat sebanyak 14 atau sebesar 46,67% responden termasuk kedalam manusia kognitif dimana responden menjadikan teman sebagai sumber yang paling mempengaruhi dalam memilih sehingga konsumen ada keinginan untuk membeli di CV. Multi Tani Agro.

Indikator ketiga yaitu pertanyaan mengenai melalui media sosial mana mendapatkan informasi tentang CV. Multi Tani Agro, terdapat sebanyak 19 atau sebesar 63,33% responden menjawab tidak ada mendapatkan informasi dari CV. Multi Tani Agro melalui media sosial, dikarenakan responden yang masih belum mengenal media social CV. Multi Tani Agro maupun tidak bermain sosial media.

c. Evaluasi Alternatif

Konsumen mengevaluasi alternatif produk yang akan dibeli tergantung pada masing-masing individu dan situasi membeli spesifik. Adapun evaluasi alternatif konsumen CV. Multi Agro dapat dilihat pada Tabel 3. berikut :

Tabel 3. Evaluasi Alternatif Konsumen CV. Multi Tani Agro

Indikator	Pilihan Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
1. Apa yang menjadi pertimbangan utama anda saat membeli sarana pertanian di CV. Multi Tani Agro ?	A. Harga Produk	15	50
	B. Tempat yang bersih	3	10
	C. Pelayanan yang ramah	7	23,3
	D. Promosi produk yang menarik	5	16,67
	Total		30
2. Bagaimana sikap anda jika suatu produk sarana pertanian yang dibutuhkan pada CV. Multi Tani Agro sedang habis ?	A. membeli pada lain waktu	4	13,33
	B. membeli produk serupa yang tersedia	12	40
	C. membeli ditempat lain	11	36,67
	D. menunggu sampai produk ada	3	10
Total		30	100
3. Apa alternative lain jika CV. Multi Tani Agro tutup ?	A. kembali lagi saat toko cv. Multi tani agro buka	6	20
	B. cari tempat lain	16	53,33
	C. tidak jadi membeli	8	26,67
Total		30	100

Sumber : Data Primer Diolah, 2024

Dari Tabel 3 diatas, evaluasi alternatif di toko CV. Multi Tani Agro, indikator pertama yaitu pertanyaan mengenai Apa yang menjadi pertimbangan utama anda saat

membeli sarana pertanian di CV. Multi Tani Agro, terdapat sebanyak 15 atau sebesar 50% responden termasuk ke dalam model manusia ekonomi, dimana responden lebih memilih harga produk sebagai pertimbangan utama saat membeli sarana pertanian di CV. Multi Tani Agro, para responden menyatakan harga produk di CV. Multi Tani Agro lebih murah dibandingkan dengan toko sarana pertanian lainnya yang ada di dalam Kota Sumbawa.

Indikator kedua yaitu pertanyaan mengenai Bagaimana sikap konsumen jika suatu produk yang dibutuhkan pada CV. Multi Tani Agro sedang habis, terdapat sebanyak 12 atau sebesar 40% responden yang memilih membeli produk serupa yang tersedia di toko, dikarenakan CV. Multi Tani Agro memiliki berbagai macam produk sarana pertanian sehingga memudahkan konsumen dalam memilih suatu produk apabila produk yang dibutuhkan sedang habis dapat diganti dengan produk serupa yang tersedia. seperti pernyataan dari bapak Caca Dinatha :

“saat produk insektisida (Besnoid 60 WP) yang saya butuhkan sedang habis, saya bisa menggantinya dengan produk serupa yang tersedia di CV. Multi Tani Agro seperti insektisida merek dagang Bersih Keong 65 WP dengan kandungan serta fungsi yang sama dengan produk yang diperlukan insektisida (Besnoid 60 WP).”

Indikator ketiga yaitu pertanyaan apa alternatif lain jika CV. Multi Tani Agro tutup, terdapat sebanyak 16 atau sebesar 53,33% responden memilih cari tempat lain saat toko CV. Multi Tani Agro sedang tutup, 12 responden menyatakan karena kebutuhan yang mendesak mengharuskan mencari toko lain dalam membeli sarana pertanian.

d. Keputusan Pembelian

Menurut Kotler dan Keller (2007) dalam Nofantoro (2021). keputusan pembelian (purchase desicion) Dalam tahap evaluasi, konsumen membuat peringkat merek dan membentuk niat untuk membeli. Konsumen juga mungkin membentuk minat untuk membeli produk yang paling disukai, tetapi dua faktor bisa saja muncul diantara minat beli dan keputusan pembelian. Faktor pertama adalah pendapat orang lain mengenai produk dan faktor kedua adalah faktor situasi yang tidak diharapkan. Keputusan pembelian konsumen CV. Multi Tani Agro dapat dilihat pada Tabel 4. berikut.

Tabel 4. Keputusan Pembelian Konsumen CV.Multi Tani Agro

Indikator	Pilihan Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
1. Siapa yang mengambil keputusan dalam membeli sarana pertanian di CV. Multi Tani Agro ?	A. Teman	3	10
	B. Keluarga	5	16,67
	C. Diri sendiri	22	73,33
	D. Orang lain	0	0
Total		30	100

2. Bagaimana anda memutuskan membeli sarana pertanian di CV. Multi Tani Agro ?	A. Sangat terencana	8	26,67
	B. Terencana	16	53,33
	C. Kurang terencana	2	6,67
	D. Tidak terencana	4	13,33
	Total	30	100
3. Apa alternative lain jika CV. Multi Tani Agro tutup ?	A. Murah	7	23,33
	B. Langganan	13	43,33
	C. Dekat	8	26,67
	D. Pelayanan ramah	2	6,67
	Total	30	100

Sumber : Data Primer Diolah, 2024

Berdasarkan Tabel 4 diatas, keputusan pembelian di toko CV. Multi Tani Agro, indikator pertama yaitu pertanyaan mengenai siapa yang mengambil keputusan dalam membeli sarana pertanian di CV. Multi Tani Agro, terdapat sebanyak 22 atau sebesar 73,33% responden termasuk kedalam model manusia pasif yang dimana responden memilih diri sendiri sebagai keputusan dalam membeli sarana pertanian di CV. Multi Tani Agro. seperti pernyataan dari bapak Daus :

“Saya memilih CV. Multi Tani Agro dalam membeli sarana pertanian, karena saya tahu apa yang saya butuhkan untuk keperluan dan kepentingan saya dalam bertani.”

Indikator kedua yaitu pertanyaan mengenai bagaimana anda memutuskan dalam membeli sarana pertanian di CV. Multi Tani Agro, terdapat sebanyak 16 atau sebesar 53,33% responden yang menyatakan terencana atau merencanakan dalam membeli sarana pertanian di CV. Multi Tani Agro.

Indikator ketiga yaitu pertanyaan kenapa lebih memilih CV. Multi Tani Agro, terdapat sebanyak 13 atau sebesar 43,33% responden termasuk ke dalam model manusia emosional yang dimana responden sudah menjadi langganan sehingga memiliki perasaan mendalam terhadap toko CV. Multi Tani Agro. seperti pernyataan dari bapak Deden Saputra bahwa :

“sudah menjadi pelanggan tetap karena sering membeli sarana pertanian di toko dengan harga produk yang murah dan berbagai macam produk tersedia sehingga lebih memilih CV. Multi Tani Agro sebagai tempat membeli sarana pertanian.”

e. Perilaku Pasca Pembelian

Menurut Kotler dan Keller (2007) dalam Nofantoro (2021). Perilaku pasca pembelian (purchase behaviour) Tahap ini adalah dimana konsumen mengambil tindakan lebih lanjut berdasarkan rasa puas atau tidak puas terhadap produk yang dibelinya. Tahap ini sangat ditentukan oleh pengalaman yang didapatkan konsumen dalam mengkonsumsi produk yang dibeli. Adapun Perilaku pasca pembelian konsumen CV. Multi Agro dapat dilihat pada Tabel 5. berikut :

Tabel 5. Perilaku Pasca Pembelian Konsumen CV. Multi Tani Agro

Indikator	Pilihan Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
1. Seberapa sering anda membeli sarana pertanian di CV. Multi Tani Agro ?	A. Sangat sering	6	20
	B. Sering	13	43,33
	C. jarang	8	26,67
	D. Sangat Jarang	3	10
	Total	30	100
2. Apakah anda suka membeli sarana pertanian di CV. Multi Tani Agro ?	A. Sangat suka	20	66,67
	B. Biasa saja	9	30
	C. Tidak terlalu suka	1	3,33
	D. Sangat Tidak suka	0	0
	Total	30	100

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2024

Berdasarkan Tabel 5 diatas, menunjukkan perilaku pasca pembelian di toko CV. Multi Tani Agro, pada indikator pertama yaitu pertanyaan mengenai seberapa sering anda membeli sarana pertanian di CV. Multi Tani Agro.terdapat sebanyak 13 atau sebesar 43,33% responden yang sering dalam membeli sarana pertanian di CV. Multi Tani Agro, dengan pertimbangan responden yang sudah menjadi konsumen langganan toko, setiap membutuhkan sarana pertanian dari musim sebelum tanam sampai dengan perawatan tanaman konsumen selalu membeli di toko CV. Multi Tani Agro. Seperti yang dinyatakan bapak Saminollah bahwa :

“saya selalu datang ke toko CV. Multi Tani Agro ketika memerlukan sarana pertanian dari saat awal musim tanam hingga menjelang musim panen, karena sudah menjadi pelanggan tetap.”

Indikator kedua yaitu pertanyaan mengenai Apakah konsumen suka membeli sarana pertanian di CV. Multi Tani Agro, terdapat sebanyak 20 atau sebesar 66,67% responden termasuk dalam model manusia emosional yang dimana responden sangat suka dalam membeli sarana pertanian di CV. Multi Tani Agro, dengan pertimbangan produk yang murah, berbagai macam produk dan pelayanan yang ramah dapat memuaskan konsumen sehingga konsumen menjadi langganan di toko CV. Multi Tani Agro. Seperti pernyataan dari ibu Nurmawan bahwa :

“saya merasa sangat suka membeli sarana pertanian di toko CV. Multi Tani Agro karena mendapatkan produk yang dibeli dengan harga yang murah dibandingkan tempat yang lainnya, serta pelayanan yang ramah memberikan kenyamanan saat membeli produk.”

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Dari hasil penelitian analisis proses pengambilan keputusan konsumen di CV Multi Tani Agro dapat ditarik kesimpulan bahwa;

1. Pada proses pengenalan kebutuhan terdiri dari 3 indikator pertanyaan dengan persentase tertinggi, pada indikator pertama konsumen lebih memilih sangat penting dalam memilih toko sarana pertanian, indikator kedua memilih untuk digunakan sendiri dalam tujuan membeli sarana pertanian dan indikator ketiga memilih harga produk terjangkau dalam alasan membeli produk sarana pertanian di CV. Multi Tani Agro.
2. Pada proses pencarian informasi terdiri dari 3 indikator pertanyaan dengan persentase tertinggi, pada indikator pertama konsumen lebih memilih teman sebagai sumber informasi, indikator kedua teman sebagai sumber mempengaruhi dan indikator ke tiga tidak ada sumber informasi melalui media sosial dalam membeli sarana pertanian di CV. Multi Tani Agro.
3. Pada evaluasi alternatif terdiri dari 3 indikator pertanyaan dengan persentase tertinggi, pada indikator pertama konsumen lebih memilih harga produk dalam pertimbangan utama, indikator kedua membeli produk serupa yang tersedia apabila produk yang dibutuhkan habis, dan indikator ketiga cari di tempat lain jika CV. Multi Tani Agro tutup.
4. Pada keputusan pembelian terdapat 3 indikator pertanyaan dengan persentase tertinggi, pada indikator pertama konsumen banyak memilih diri sendiri dalam pengambilan keputusan, indikator kedua terencana dalam memutuskan membeli dan indikator ketiga langganan.
5. Pada perilaku pasca pembelian terdapat 2 indikator pertanyaan dengan persentase tertinggi, pada indikator pertama konsumen banyak memilih sering dalam membeli sarana pertanian di CV. Multi Tani Agro dan pada indikator kedua sangat suka membeli sarana pertanian di CV. Multi Tani Agro.

Saran

Adapun saran untuk CV. Multi Tani Agro, diharapkan dapat mempertahankan harga produk sarana pertanian yang ada, memperbanyak lagi stok dan jenis produk di toko, lebih meningkatkan sumber informasi tentang toko terutama di media sosial serta meningkatkan kualitas pelayanan di setiap cabang agar dapat meningkatkan loyalitas konsumen terhadap CV. Multi Tani Agro.

DAFTAR PUSTAKA

Nofantoro, D. 2021. Proses Pengambilan Keputusan Dan Sikap Konsumen Terhadap Pembelian Pupuk Hidroponik Ab Mix Fultagro Pada Lapak Rezeki Tani Di Marketplace Bukalapak. Universitas Lampung. Lampung

- Nugraha, J. P., Alfiah, D., Sinulingga, G., Rojati, U., Saloom, G., Johannes, R., ... & Beribe, M. F. B. (2021). Teori Perilaku Konsumen. Cetakan I. Penerbit NEM-Anggota IKAPI. Pekalongan
- Nuryadi, & Rahmawati, P. 2018. Jurnal Penelitian Matematika Dan Pendidikan Matematika. Jurnal Penelitian Matematika Dan Pendidikan Matematika. 3(1), 53 – 62.
- Saleh, S. (2017). Analisis Data Kualitatif. Ceatakan I. Penerbit Pustaka Ramadhan. Bandung
- Wardani, N. I., Mastar, S., & Angkasa, M. A. Z. 2023. Perilaku Konsumen Terhadap Jajanan Tradisional (Palopo) Di Kecamatan Taliwang Kabupaten Sumbawa Barat. Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian, 3(2), 33- 40