

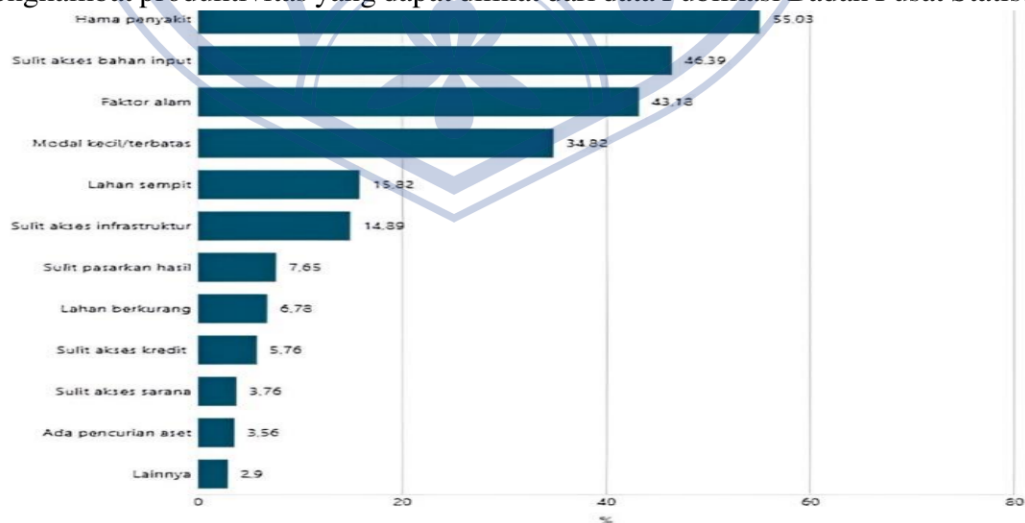
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam dunia bisnis yang semakin kompetitif, distributor memiliki peranan yang sangat penting dalam menjaga kelancaran arus produk dari produsen ke konsumen. Distributor adalah perantara yang membantu perusahaan menyalurkan, menyimpan, dan menjual produk kepada konsumen akhir maupun organisasi lain dalam saluran pemasaran (Kotler & Armstrong, 2018). Distributor biasanya bekerja sama dengan produsen untuk memasarkan dan menyalurkan produk ke berbagai wilayah, dapat melalui toko-toko atau pengecer baik dalam skala besar maupun kecil. Melalui kegiatan distribusi ini, produk dapat tersebar lebih luas ke berbagai daerah, sehingga membantu kelancaran kegiatan ekonomi.

Salah satu sektor yang membutuhkan peran distributor adalah sektor pertanian. Pertanian merupakan sumber bahan pangan utama dan mata pencaharian bagi sebagian besar masyarakat Indonesia. Sektor pertanian juga berperan penting dalam meningkatkan perekonomian negara karena dapat membuka banyak lapangan kerja serta membantu meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Oleh karena itu sangatlah penting dalam meningkatkan hasil pertanian agar kebutuhan pangan masyarakat terpenuhi dan meningkatkan kesejahteraan petani. Namun, dalam pelaksanaannya kegiatan pertanian sering kali menghadapi berbagai kendala yang menghambat produktivitas yang dapat dilihat dari data Publikasi Badan Pusat Statistik



Gambar 1.1 Kendala yang Menghambat Produktivitas Pertanian

Sumber : (Databoks, 2024) (Platform penyedia data dan visualisasi dari sumber resmi)

Gambar diatas merupakan Publikasi Badan Pusat Statistik (BPS), Hasil Survei Ekonomi Pertanian (SEP) 2024. Dari gambar tersebut dapat diketahui kendala-kendala yang dihadapi oleh para petani di Indonesia yaitu hama penyakit dengan persentase 55,03%, sulitnya akses bahan input pertanian dengan persentase 46,39%, faktor alam atau cuaca dengan persentase 43,18%, modal kecil atau terbatas dengan persentase 34,82%, lahan sempit dengan persentase 15,82%, sulit dalam mengakses infrastruktur dengan persentase 14,89%, sulitnya dalam memasarkan hasil dengan persentase 7,65%, lahan berkurang dengan persentase 6,78%, sulit dalam akses kredit dengan persentase 5,76%, sulit dalam akses sarana dengan persentase 3,76% , kendala dalam adanya pencurian aset dengan persentase 3,56%, dan kendala yang disebabkan oleh faktor lain sebesar 2,9%.

Dari data tersebut, dapat disimpulkan bahwa masalah terbesar yang dihadapi petani adalah hama penyakit dengan persentase 55,03%. Untuk mengatasi hal tersebut, biasanya para petani menggunakan pestisida sebagai salah satu cara untuk melindungi tanaman dari serangan hama. Pestisida adalah bahan kimia yang digunakan untuk membasmi organisme pengganggu tanaman seperti serangga , jamur , tikus dan penyakit tanaman lainnya. Dalam kegiatan pertanian, pestisida memiliki peranan penting karena mampu membantu mengurangi risiko kerusakan tanaman dan meningkatkan produktivitas. Pestisida memiliki jenis yang sangat beragam mulai dari insektisida untuk membasmi serangga , herbisida untuk mengendalikan gulma , fungisida untuk mencegah serangan jamur serta bakterisida untuk mengatasi penyakit akibat bakteri.

Seiring meningkatnya kebutuhan pestisida, banyak perusahaan juga mulai bergerak di bidang tersebut sehingga persaingan antar perusahaan distributor semakin ketat. Salah satu perusahaan yang bergerak di bidang pestisida adalah PT Intisubur Kimindo Raya Medan yang berlokasi di Jln. Dr FL Tobing 113F di Medan. PT Intisubur Kimindo Raya Medan adalah perusahaan yang berperan dalam menyalurkan berbagai jenis pestisida seperti herbisida, fungisida dan insektisida baik dalam skala besar maupun skala kecil ke toko toko pertanian maupun ke konsumen langsung, namun dalam penelitian ini hanya difokuskan kepada konsumen langsung yang membeli pestisida dari PT Intisubur Kimindo Raya Medan. Dalam menghadapi

ketatnya persaingan karena banyak perusahaan juga menawarkan produk serupa, sehingga membuat konsumen lebih selektif dalam memilih perusahaan distributor maka perusahaan pun dituntut agar mampu beradaptasi sesuai dengan kebutuhan pasar dan perilaku konsumen yang terus berubah. Kondisi tersebut dapat dilihat dari data penjualan PT Intisubur Kimindo Raya Medan dari tahun 2022 sampai dengan tahun 2024 sebagai berikut.

Tabel 1.1 Data Penjualan PT. Intisubur Kimindo Raya Medan Tahun 2022 – 2024

Jenis Produk	Fungsi	Tahun 2022	Tahun 2023	Tahun 2024
Herbisida	Mencegah dan membasmi gulma	32.668 pcs	29.459 pcs	24.880 pcs
Fungsisida	Mencegah dan membasmi penyakit jamur	26.594 pcs	19.302 pcs	13.256 pcs
Insektisida	Mencegah dan membasmi serangga	39.153 pcs	32.978 pcs	26.092 pcs

Sumber : Data Penjualan PT. Intisubur Kimindo Raya Medan

Berdasarkan data penjualan PT. Intisubur Kimindo Raya Medan dari tahun 2022 sampai tahun 2024, dapat dilihat bahwa penjualan PT. Intisubur Kimindo Raya Medan cenderung menurun dari tahun ke tahun. Hal ini disebabkan oleh perubahan musim, dimana dapat dilihat dari hasil analisis Catatan Iklim dan Kualitas Udara 2024 BMKG (BMKG, 2024). Berdasarkan laporan tersebut dapat dilihat bahwa pada tahun 2022, pola hujan relatif normal dan merata sehingga musim tanam berjalan sebagaimana semestinya. Namun memasuki tahun 2023 mulai terlihat gejala perubahan iklim akibat fenomena *El Niño* yaitu fenomena periodik yang muncul akibat interaksi dinamis antara laut dan atmosfer, ditandai oleh anomali suhu permukaan laut di wilayah tengah Samudera Pasifik ekuatorial, sehingga memicu musim kemarau panjang dan menyebabkan kekeringan. Sementara pada tahun 2024 dicatat sebagai tahun terpanas di Indonesia sejak pengamatan tahun 1981 sehingga juga menyebabkan kekeringan yang semakin parah dan berdampak langsung pada aktivitas pertanian karena mengurangi luas lahan yang bisa ditanam sehingga permintaan pestisida menurun. Selain perubahan musim, penjualan PT. Intisubur Kimindo Raya Medan menurun juga disebabkan oleh adanya kenaikan harga terhadap beberapa produk, yang dapat dilihat dari data berikut

Tabel 1.2 Daftar Harga Produk PT. Intisubur Kimindo Raya Medan Tahun 2022 - 2024

Jenis Produk	Nama Produk	Tahun 2022	Tahun 2023	Tahun 2024
Herbisida	Bround Up	Rp 39.000	Rp 42.000	Rp 48.000
	Pamungkas	Rp 54.000	Rp 60.000	Rp 67.000
	Powerkuat	Rp 58.000	Rp 63.000	Rp 68.000
	Moreno	Rp 27.000	Rp 30.000	Rp 32.000
	Satya Pro	Rp 45.000	Rp 54.000	Rp 60.000
Fungisida	Antracol	Rp 125.000	Rp 130.000	Rp 149.000
	Amolin	Rp 120.000	Rp 125.000	Rp 128.000
	Amistartop	Rp 225.000	Rp 245.000	Rp 268.000
	Custodia	Rp 185.000	Rp 195.000	Rp 200.000
Insektisida	Decis	Rp 116.000	Rp 126.000	Rp 140.000
	Alika	Rp 58.500	Rp 60.000	Rp 63.000
	Tivoli	Rp 18.000	Rp 22.000	Rp 24.000
	Forsa	Rp 68.000	Rp 70.000	Rp 77.000
	Ajin	Rp 22.000	Rp 25.000	Rp 27.000
	Alipi	Rp 118.000	Rp 125.000	Rp 128.000

Sumber : Daftar Harga PT. Intisubur Kimindo Raya Medan

Dari data diatas dicantumkan beberapa produk dari PT Intisubur Kimindo Raya Medan yang mengalami kenaikan harga dari tahun 2022 – 2024 sehingga memengaruhi keputusan pembelian pada PT Intisubur Kimindo Raya Medan yang berdampak pada penurunan penjualan PT Intisubur Kimindo Medan.

Selain itu, kualitas pelayanan juga menjadi salah satu faktor yang berdampak pada penjualan PT Intisubur Kimindo Raya Medan. Pelayanan yang dilakukan di PT Intisubur Kimindo Raya Medan dapat berupa membantu pelanggan dalam memilih produk sesuai kebutuhan, mampu memberikan informasi mengenai produk serta membantu proses pemesanan agar berlangsung dengan lancar.

Keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan konsumen dimana konsumen benar-benar membeli produk (Kotler & Keller, 2016). Dari definisi diatas dapat dilihat bahwa keputusan pembelian merupakan tahap penting dalam proses perilaku konsumen, di mana seseorang memutuskan untuk membeli produk tertentu setelah melalui berbagai pertimbangan misalnya harga , ketersediaan produk dan layanan konsumen.

Tabel 1.3 Prasurvey Keputusan Pembelian

No.	Pernyataan	Ya		Tidak	
		Frekuensi	%	Frekuensi	%
1.	Saya selalu mencari informasi yang tepat untuk memenuhi kebutuhan saya dan membuat beberapa pilihan produk yang saya butuhkan lalu melakukan evaluasi sebelum membeli	21	70%	9	30%
2.	Produk yang digunakan mampu mengatasi hama penyakit yang muncul dan sesuai dengan harapan sehingga saya merasa puas.	25	83.3%	5	16.7%
3.	Saya membeli produk PT Intisubur Kimindo Raya Medan karena adanya kebutuhan mendesak untuk mengatasi hama dan penyakit.	27	90%	3	10%

Sumber: Hasil Prasurvey, 2026

Berdasarkan prasurvey mengenai variabel keputusan pembelian yang dilakukan kepada 30 orang konsumen yang pernah berbelanja di PT Intisubur Kimindo Raya Medan, sebanyak 70% atau 21 responden mengatakan bahwa mereka selalu mencari informasi mengenai produk apa yang cocok untuk mengatasi hama penyakit yang muncul dan akan membuat beberapa pilihan produk yang dibutuhkan lalu melakukan evaluasi sebelum membeli, sementara 30% atau 9 responden mengatakan bahwa mereka tidak mencari informasi mengenai produk apa yang cocok untuk mengatasi hama penyakit yang muncul dan tidak membuat beberapa pilihan produk yang dibutuhkan lalu tidak melakukan evaluasi sebelum membeli. Selain itu, sebanyak 83,3% atau 25 responden mengatakan bahwa produk yang digunakan mampu mengatasi hama penyakit yang muncul dan sesuai dengan harapan mereka sehingga mereka merasa puas setelah menggunakan produk PT Intisubur Kimindo Raya Medan, sementara 16,7% atau 5 responden mengatakan bahwa produk yang digunakan belum mampu mengatasi hama penyakit yang muncul dan belum sesuai dengan harapan mereka sehingga mereka tidak merasa puas setelah menggunakan produk PT Intisubur Kimindo Raya Medan. Demikian juga, sebanyak 90% atau 27 responden mengatakan bahwa mereka memutuskan untuk membeli produk PT Intisubur Kimindo Raya Medan karena adanya kebutuhan medesak untuk mengatasi hama penyakit, sementara 10% atau 3 responden mengatakan bahwa mereka

melakukan pembelian terhadap produk PT Intisubur Kimindo Raya Medan tidak berdasarkan kebutuhan mendesak untuk mengatasi hama penyakit, melainkan berdasarkan faktor lain.

Harga adalah salah satu faktor terpenting dalam menentukan keputusan pembelian karena biasanya konsumen akan menilai terlebih dahulu apakah harga produk tersebut sesuai dengan anggaran mereka sebelum membeli. Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau juga bisa diartikan sebagai jumlah nilai yang ditukar oleh konsumen untuk memperoleh manfaat dari suatu produk atau jasa (Kotler & Armstrong, 2018). Sehingga dapat disimpulkan bahwa harga adalah nilai uang yang digunakan sebagai imbalan atas barang atau jasa yang dibutuhkan konsumen

Tabel 1.4 Prasurvey Harga

No.	Pernyataan	Ya		Tidak	
		Frekuensi	%	Frekuensi	%
1.	Harga produk PT Intisubur Kimindo Raya cukup terjangkau dan sesuai dengan kemampuan konsumen dengan daya saing yang lebih kompetitif dibanding perusahaan lain.	20	66.7%	10	33.3%
2.	Harga yang dikenakan sesuai dengan manfaat produk.	25	83.3%	5	16.7%

Sumber: Hasil Prasurvey, 2026

Berdasarkan prasurvey mengenai variabel harga yang dilakukan kepada 30 orang konsumen yang pernah berbelanja di PT Intisubur Kimindo Raya Medan, sebanyak 66.7% atau 20 responden mengatakan bahwa harga produk PT Intisubur Kimindo Raya Medan cukup terjangkau dan sesuai dengan kemampuan konsumen dengan daya saing yang lebih kompetitif dibanding perusahaan lain, sementara 33.3% atau 10 responden mengatakan bahwa harga produk PT Intisubur Kimindo Raya Medan tidak terjangkau dan tidak sesuai dengan kemampuan konsumen. Selain itu sebanyak 83.3% atau 25 responden mengatakan bahwa harga yang dikenakan pada produk PT Intisubur Kimindo Raya Medan sudah sesuai dengan manfaat produk, sedangkan 16.7% atau 5 responden mengatakan bahwa harga yang dikenakan pada produk PT Intisubur Kimindo Raya Medan tidak sesuai dengan manfaat produk. Berdasarkan hasil penelitian terdahulu menyatakan bahwa harga berpengaruh

terhadap keputusan pembelian (R. M. Sari & Prihartono, 2021), sedangkan pada penelitian lain menyatakan bahwa harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Asep Suhendar Aprilia, 2022).

Ketersediaan produk adalah kemampuan perusahaan untuk memastikan produk tersedia bagi konsumen pada waktu, tempat, dan jumlah yang tepat melalui saluran distribusi yang efektif, sehingga konsumen dapat dengan mudah memperoleh produk, meningkatkan kemungkinan pembelian, dan menjaga kepuasan serta loyalitas pelanggan (Kotler & Keller, 2016). Dari definisi diatas, dapat disimpulkan bahwa ketersediaan produk adalah kemampuan perusahaan dalam menyediakan produk sesuai dengan permintaan konsumen atau dengan kata lain produk harus selalu tersedia kapanpun konsumen membutuhkannya sehingga konsumen akan merasa bahagia dan puas jika produk yang diinginkan tersedia.

Tabel 1.5 Prasurvey Ketersediaan Produk

No.	Pernyataan	Ya		Tidak	
		Frekuensi	%	Frekuensi	%
1.	Produk yang dibutuhkan selalu tersedia di PT Intisubur Kimindo Raya dengan berbagai varian dan jenis produk dan bisa diperoleh sesuai dengan waktu yang ditentukan.	18	60%	12	40%
2.	Lokasi PT Intisubur Kimindo Raya mudah ditemukan untuk mendapatkan produk yang dibutuhkan.	25	83.3%	5	16.7%

Sumber: Hasil Prasurvey, 2026

Berdasarkan prasurvey mengenai variabel ketersediaan produk yang dilakukan kepada 30 orang konsumen yang pernah berbelanja di PT Intisubur Kimindo Raya Medan, sebanyak 60% atau 18 responden mengatakan bahwa produk yang dibutuhkan selalu tersedia di PT Intisubur Kimindo Raya Medan dengan berbagai varian dan jenis produk dan bisa diperoleh sesuai dengan waktu yang dibutuhkan, sementara sebanyak 40% atau 12 responden mengatakan bahwa produk yang dibutuhkan tidak selalu tersedia di PT Intisubur Kimindo Raya Medan dengan berbagai varian dan jenis produk dan tidak bisa diperoleh sesuai dengan waktu yang dibutuhkan. Selain itu, sebanyak 83.3% atau 25 responden mengatakan bahwa lokasi PT Intisubur Kimindo Raya Medan mudah dijangkau untuk mendapatkan produk yang dibutuhkan, sedangkan 16.7% atau 5 responden mengatakan bahwa lokasi PT

Intisubur Kimindo Raya Medan tidak mudah dijangkau untuk mendapatkan produk yang dibutuhkan. Berdasarkan hasil penelitian terdahulu menyatakan bahwa ketersediaan produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Mawarni et al., 2024), sedangkan pada penelitian lain menyatakan bahwa ketersediaan produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Ade Fitratul Akbar et al., 2024).

Demikian juga kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan konsumen (Lupiyoadi, 2018). Dari definisi diatas, dapat dipahami bahwa kualitas pelayanan adalah cara perusahaan memberikan pelayanan yang bisa memudahkan konsumen untuk membeli dan memilih produk yang dimana nantinya akan memengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Tabel 1.6 Prasurvey Kualitas Pelayanan

No.	Pernyataan	Ya		Tidak	
		Frekuensi	%	Frekuensi	%
1.	Pegawai PT Intisubur Kimindo raya mampu memberikan solusi dari permasalahan konsumen dan memiliki pengetahuan yang cukup untuk memberitahukan kelebihan dan kekurangan suatu produk	22	73.3%	8	26.7%
2.	Pegawai PT Intisubur Kimindo Raya selalu siap mendengar keluhan atau permasalahan yang dihadapi konsumen dan dapat diandalkan dalam mengurus pesanan dengan benar dan tepat	24	80%	6	20%

Sumber: Hasil Prasurvey, 2026

Berdasarkan prasurvey mengenai variabel kualitas pelayanan yang dilakukan kepada 30 orang konsumen yang pernah berbelanja di PT Intisubur Kimindo Raya Medan, sebanyak 73.3% atau 22 responden mengatakan bahwa pegawai PT Intisubur Kimindo Raya Medan mampu memberikan solusi dari permasalahan konsumen dan memiliki pengetahuan yang cukup untuk memberitahukan kelebihan dan kekurangan suatu produk, sementara 26.7% atau 8 responden mengatakan bahwa pegawai PT Intisubur Kimindo Raya Medan belum mampu memberikan solusi dari permasalahan konsumen dan tidak memiliki pengetahuan yang cukup untuk memberitahukan kelebihan dan kekurangan suatu produk. Selain itu sebanyak 80% atau 24 responden

mengatakan bahwa pegawai PT Intisubur Kimindo Raya Medan selalu siap mendengar keluhan atau permasalahan yang dihadapi konsumen dan dapat diandalkan dalam mengurus pesanan dengan benar dan tepat, sementara 20% atau 6 responden mengatakan bahwa pegawai PT Intisubur Kimindo Raya Medan tidak selalu siap mendengar keluhan atau permasalahan yang dihadapi konsumen dan tidak dapat diandalkan dalam mengurus pesanan dengan benar dan tepat. Berdasarkan hasil penelitian terdahulu menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian (C. P. Sari & Sari, 2025), sedangkan pada penelitian lain menyatakan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Ekasari & Putri, 2021).

Berdasarkan fenomena yang telah diuraikan pada latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul “ Pengaruh Harga , Ketersediaan Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada PT Intisubur Kimindo Raya Medan “

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada PT Intisubur Kimindo Raya Medan?
2. Apakah terdapat pengaruh ketersediaan produk terhadap keputusan pembelian pada PT Intisubur Kimindo Raya Medan?
3. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada PT Intisubur Kimindo Raya Medan?
4. Apakah terdapat pengaruh harga, ketersediaan produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada PT Intisubur Kimindo Raya Medan?

1.3 Ruang Lingkup

Penelitian difokuskan pada pembahasan mengenai “ Pengaruh Harga, Ketersediaan Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian di PT Intisubur Kimindo Raya Medan “ dengan pemilihan variabel penelitian sebagai berikut:

1. Variabel Bebas (X) :
 X1 : Harga
 X2 : Ketersediaan Produk
 X3 : Kualitas Pelayanan
2. Variabel Terikat (Y) : Keputusan Pembelian
3. Objek Penelitian : PT Intisubur Kimindo Raya Medan
4. Subjek Penelitian : Konsumen yang pernah datang berbelanja di PT Intisubur Kimindo Raya Medan
5. Periode Pengamatan : Januari tahun 2025 – April tahun 2026

1.4 Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah diatas , maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada PT Intisubur Kimindo Raya Medan.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah terdapat pengaruh ketersediaan produk terhadap keputusan pembelian pada PT Intisubur Kimindo Raya Medan.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah terdapat pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan pembelian pada PT Intisubur Kimindo Raya Medan
4. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah terdapat pengaruh harga, ketersediaan produk dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian pada PT Intisubur Kimindo Raya Medan.

1.5 Manfaat

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini bermanfaat untuk menambah pemahaman bagi perusahaan PT Intisubur Kimindo Raya Medan mengenai bagaimana pengaruh harga , ketersediaan produk dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian dan memberikan masukan kepada perusahaan dalam menyusun kebijakan dan strategi tentang variabel harga, ketersediaan produk, kualitas pelayanan dan keputusan pembelian.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini bermanfaat bagi PT. Intisubur Kimindo Raya Medan untuk menentukan harga yang lebih tepat sesuai dengan kondisi pasar dan daya beli pelanggan, memastikan ketersediaan produk sehingga konsumen tidak kesulitan dalam memperoleh produk serta meningkatkan kualitas pelayanan sehingga perusahaan dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan yang dapat memengaruhi keputusan pembelian dan dapat dijadikan dasar dalam menyusun strategi pemasaran guna meningkatkan volume penjualan.

1.6 Originalitas Penelitian

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian yang berjudul “ Pengaruh Harga dan Ketersediaan Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Sembako Sheza Palembang “ (Mawarni et al., 2024). Adapun perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu sebagai berikut:

1. Variabel pada penelitian sebelumnya hanya menggunakan harga dan ketersediaan produk, sedangkan pada penelitian ini ditambahkan variabel kualitas pelayanan. Alasan peneliti menambahkan variabel kualitas pelayanan karena kualitas pelayanan yang baik akan menciptakan pengalaman positif bagi pelanggan sehingga mendorong pelanggan untuk lebih yakin dan memutuskan untuk melakukan pembelian sehingga variabel kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor yang memengaruhi keputusan pembelian. (Lovelock & Wirtz, 2016)
2. Objek penelitian pada penelitian terdahulu dilakukan pada Toko Sembako Sheza Palembang, sedangkan pada penelitian ini dilakukan pada PT Intisubur Kimindo Raya Medan.