

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SAYUR HIDROPONIK DI KEBUN DESA KEPENUHAN HILIR

Muhammad Darbi¹, Makmur², Hidayat³

^{1,2,3}Universitas Pasir Pengaraian

Email : darbimuhamma6@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to determine the partial and simultaneous influence of product quality and price on purchasing decisions for hydroponic vegetables in the gardens of Kepenuhan Hilir village. The study population was all hydroponic vegetable consumers in the gardens of Kepenuhan Hilir village. The sampling technique used convenience sampling with 96 respondents. Instrument reliability tests included validity and reliability tests, as well as classical assumption tests including normality, multicollinearity, and heteroscedasticity tests. Data analysis used multiple linear regression analysis using SPSS. The results showed that 98.6% of consumer purchasing decisions were influenced by product quality and price, while the remaining 1.4% were influenced by other variables not examined in this study. The conclusion of this study was that both product quality and price significantly influenced purchasing decisions, partially and simultaneously (F-test).

Keywords : product quality, price, purchasing decisions

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga secara parsial dan simultan terhadap keputusan pembelian sayur hidroponik di kebun desa Kepenuhan Hilir. Populasi penelitian ini adalah seluruh konsumen sayur hidroponik di kebun desa Kepenuhan Hilir. Teknik penentuan sampel menggunakan metode *convenience sampling* dengan responden sejumlah 96 responden. Uji keandalan instrument meliputi uji validitas dan uji realibilitas, uji asumsi klasik meliputi uji normalitas, uji multikolonieritas dan uji heteroskedastisitas. Analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda menggunakan program SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 98,6% keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh kualitas produk dan harga, sedangkan sisanya 1,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Kesimpulan dari penelitian ini secara parsial dan secara simultan (uji F) kualitas produk dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : kualitas produk, harga, keputusan pembelian

PENDAHULUAN

Pertanian hidroponik di Indonesia memiliki potensi pengembangan yang sangat strategis, didorong oleh kombinasi faktor kebutuhan pangan, keterbatasan lahan pertanian konvensional, dan akselerasi teknologi pertanian modern. Keunggulan hidroponik tidak hanya terletak pada efisiensi lahan, tetapi juga pada kemampuannya untuk dikembangkan di berbagai lokasi, termasuk area perkotaan, lahan marginal, dan bahkan dalam ruangan tertutup. Kesadaran konsumen Indonesia terhadap kualitas produk sayuran telah mengalami peningkatan signifikan dalam dekade terakhir, didorong oleh faktor kesehatan, gaya hidup urban, dan akses informasi yang semakin terbuka.

Desa Kepenuhan Hilir memiliki sejumlah keunggulan strategis yang mendukung pengembangan pertanian hidroponik. Ketersediaan sumber air yang melimpah, kondisi iklim yang relatif stabil, dan keberadaan lahan pekarangan yang potensial menjadi modal utama dalam mengimplementasikan teknologi hidroponik. Saat ini, produksi sayur hidroponik di Desa Kepenuhan Hilir masih berada pada tahap embrio dengan skala yang sangat terbatas. Kendala utama dalam pengembangan produksi sayur hidroponik meliputi keterbatasan pengetahuan teknis, tingginya biaya investasi awal, dan minimnya dukungan kelembagaan. Meskipun demikian, terdapat potensi pengembangan yang signifikan dengan adanya minat generasi muda, dukungan pemerintah daerah, dan kesadaran masyarakat akan pentingnya inovasi pertanian. Upaya pemberdayaan melalui pelatihan, pendampingan teknis, dan akses permodalan menjadi kunci utama dalam mentransformasi potensi hidroponik menjadi unit produksi yang berkelanjutan di Desa Kepenuhan Hilir.

Salah satu aspek utama yang mempengaruhi keputusan konsumen adalah kualitas produk. Kualitas produk yang baik dapat meningkatkan kepuasan konsumen, yang pada gilirannya dapat mendorong keputusan untuk melakukan pembelian ulang. Kualitas produk sayur hidroponik merupakan faktor kunci yang secara signifikan memengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Selain kualitas produk, harga juga merupakan faktor krusial dalam mempengaruhi keputusan konsumen. Harga yang kompetitif dan sesuai dengan persepsi nilai konsumen dapat menarik minat mereka dan mempengaruhi keputusan pembelian. Penetapan harga yang tepat harus mempertimbangkan daya beli konsumen, harga kompetitor, dan persepsi nilai produk. Penetapan harga yang strategis dapat menjadi alat penting untuk menarik konsumen dan membangun loyalitas jangka panjang. Sayuran yang dihasilkan dengan menggunakan teknologi hidroponik memiliki kualitas yang lebih baik dibandingkan sayur konvensional namun biaya yang diperlukan tinggi.

Permasalahan dari segi harga berupa harga produk dipersepsikan terlalu tinggi dibandingkan dengan sayuran sejenis di tempat lain. Hal ini dikarenakan biaya produksi yang relatif tinggi dengan daya beli konsumen yang terbatas. Sistem produksi hidroponik memerlukan investasi teknologi dan input produksi yang signifikan, mendorong produsen untuk menetapkan harga jual yang kompetitif namun masih memberikan margin keuntungan yang memadai. Konsumen dengan keterbatasan ekonomi masih sangat sensitif terhadap perbedaan harga sementara

konsumen berpenghasilan menengah ke atas cenderung lebih terbuka terhadap harga premium dengan pertimbangan kualitas dan manfaat kesehatan.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian sayur hidroponik di kebun desa Kepenuhan Hilir. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata dalam membantu memecahkan masalah yang dihadapi dan menyempurnakan kekurangan-kekurangan yang ada.

TINJAUAN PUSTAKA

Menurut Kotler (2019: 49) kualitas produk adalah keseluruhan ciri dari suatu produk atau pelayanan pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang tersirat. Menurut Sabran & Hatmawan (2019: 10) kualitas produk adalah dimana kemampuan suatu barang memberikan hasil yang sesuai dengan apa yang keinginan pelanggan. Menurut Sabran & Hatmawan (2019: 10) indikator kualitas produk ialah: kinerja merupakan tingkat kegunaan dasar dari suatu produk. Implementasi kinerja ialah persepsi pelanggan terhadap manfaat dasar produk yang digunakan, Keistimewaan produk menunjukkan fungsi dari produk misalnya desain yang menarik pada produk sehingga konsumen akan tertarik untuk membeli produk tersebut, Keandalan merupakan persepsi pelanggan terhadap keandalan dari suatu produk yang dinyatakan dengan kualitas produk yang diproduksi dari suatu perusahaan serta Daya tahan Menunjukkan berapa lama produk akan bertahan sehingga tidak dapat digunakan lagi atau sampai penggantian diperlukan.

Menurut Kotler & Armstrong (2019: 435), harga adalah sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Menurut Stanton (2019: 55), menyatakan bahwa "Harga adalah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya. Menurut Stanton (2019: 16), adapun indikator dari harga yaitu: Keterjangkauan harga, Kesesuaian harga, Daya saing harga serta Kesesuaian harga dengan manfaat produk

Kotler & Armstrong (2019:181) mendefinisikan bahwa keputusan pembelian (*purchase decision*) konsumen merupakan sebuah tindakan membeli merek yang konsumen paling suka, tetapi dua faktor bisa saja berada diantara niat pembelian dan keputusan pembelian. Menurut Tjiptono (2018: 15), keputusan pembelian adalah proses di mana konsumen mengenali masalahnya, mencari informasi tentang produk atau merek tertentu, dan mengevaluasi alternatif-alternatif tersebut untuk memecahkan masalahnya. Proses ini mengarah kepada keputusan pembelian. Sebelum melakukan pembelian konsumen akan melalui beberapa tahapan, seperti yang diungkapkan oleh Alma (2020: 104) yaitu: Pengenalan masalah atau kebutuhan, Pencarian informasi, Evaluasi alternative, keputusan pembelian serta perilaku pasca pembelian.

METODE PENELITIAN

Penulis menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif, sebagaimana dikemukakan oleh Sugiyono (2018: 8) yaitu metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *positivisme*, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Populasi penelitian ini seluruh konsumen sayur hidroponik di kebun desa Kepenuhan Hilir. Teknik pengambilan sampel menggunakan *convenience sampling* dengan jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 96 orang. Teknik pengumpulan data terdiri dari: observasi, kuesioner dan penelitian kepustakaan. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini berupa angket (kuesioner) yang akan diuji dengan uji validitas dan reliabilitas. Teknik analisis data terdiri dari uji deskriptif dengan menggunakan TCR, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, Uji Koefisien Determinasi (R^2) serta pengujian hipotesis menggunakan Uji Parsial (Uji t) dan Uji Simultan (Uji F).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengujian Instrumen Penelitian

Berdasarkan hasil uji menunjukkan bahwa butir pernyataan terkait varirabel kualitas produk, harga dan keputusan pembelian yang terdiri dari 26 pernyataan, dinyatakan valid. Validitas ini ditunjukkan oleh hasil perhitungan nilai r_{hitung} yang lebih besar dari r_{tabel} , yaitu 0,2006. Hal ini mengindikasikan bahwa semua pernyataan tersebut memiliki konsistensi dan relevansi yang tinggi dalam mengukur variable penelitian, sehingga dapat diandalkan untuk analisis lebih lanjut. Dengan demikian, penelitian ini dapat memberikan gambaran yang akurat mengenai hubungan antara kualitas produk, harga dan keputusan pembelian. Berdasarkan atas pengujian reliabilitas semua butir pernyataan yang diajukan dalam penelitian ini memiliki tingkat reliabilitas yang tinggi. Hal ini didasarkan pada nilai α hitung yang lebih besar dari 0,60, yang merupakan ambang batas yang umum digunakan untuk menilai konsistensi internal suatu instrument penelitian. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa setiap pernyataan dalam kuesioner ini mampu memberikan hasil yang konsisten ketika diukur pada waktu yang berbeda. Reliabilitas yang kuat ini memberikan keyakinan bahwa instrumen yang digunakan dapat diandalkan dalam menggali informasi yang diperlukan untuk mencapai tujuan penelitian.

Analisis Deskriptif

Berdasarkan nilai TCR hasil yang tertinggi pada variabel kualitas produk yaitu pernyataan nomor 6 yang berbunyi "Produk sayur hidroponik dari Kebun Desa Kepenuhan Hilir dapat diandalkan untuk memenuhi harapan saya terhadap kualitas" dengan nilai TCR sebesar 75,2% dengan klasifikasi Tingkat Capaian Responden pada kriteria baik, sedangkan yang paling rendah pada pernyataan nomor 7 yaitu "Produk sayur hidroponik dari Kebun Desa Kepenuhan Hilir dapat diandalkan untuk memenuhi harapan saya terhadap kualitas" dengan nilai TCR sebesar 72,9% dengan klasifikasi Tingkat Capaian Responden pada kriteria baik.

Secara keseluruhan nilai TCR terhadap variabel kualitas produk sebesar 74,1% dengan klasifikasi Tingkat Capaian Responden pada kriteria baik. Hal ini mengindikasikan bahwa mayoritas pelanggan merasa puas dengan kualitas sayur hidroponik di kebun Desa Kepenuhan Hilir yang ditawarkan yang kebun Desa Kepenuhan Hilir telah berhasil memenuhi ekspektasi pelanggan dalam hal kualitas produk.

Berdasarkan nilai TCR hasil yang tertinggi pada variabel harga yaitu pernyataan nomor 14 yang berbunyi "Harga yang ditawarkan untuk sayur hidroponik ini mencerminkan kualitas dan manfaat yang saya harapkan" dengan nilai TCR sebesar 71,6% dengan klasifikasi Tingkat Capaian Responden pada kriteria baik, sedangkan yang paling rendah pada pernyataan nomor 10 yaitu "Harga yang ditawarkan untuk sayur hidroponik ini sesuai dengan kemampuan beli saya" dengan nilai TCR sebesar 69,6% dengan klasifikasi Tingkat Capaian Responden pada kriteria baik. Secara keseluruhan nilai TCR terhadap variabel harga sebesar 70,5% dengan klasifikasi Tingkat Capaian Responden pada kriteria baik. Hal ini mengindikasikan bahwa mayoritas pelanggan merasa puas dengan penetapan harga yang ditawarkan yang berarti kebun Desa Kepenuhan Hilir telah berhasil menetapkan harga yang dianggap wajar dan sesuai dengan kualitas produk menurut persepsi pelanggan.

Berdasarkan nilai TCR hasil yang tertinggi pada variabel keputusan pembelian yaitu pernyataan nomor 26 yang berbunyi "Pengalaman membeli sayur hidroponik ini membuat saya ingin membeli lagi di masa yang akan datang" dengan nilai TCR sebesar 74,2% dengan klasifikasi Tingkat Capaian Responden pada kriteria baik, sedangkan yang paling rendah pada pernyataan nomor 21 yaitu "Saya membandingkan antara sayur hidroponik dan sayuran bias sebelum memutuskan untuk membeli" dengan nilai TCR sebesar 70,2% dengan klasifikasi Tingkat Capaian Responden pada kriteria cukup baik. Secara keseluruhan nilai TCR terhadap variabel keputusan pembelian sebesar 71,5% dengan klasifikasi Tingkat Capaian Responden pada kriteria baik. Hal ini menunjukkan bahwa responden memiliki kecenderungan positif dalam membuat keputusan pembelian sayur hidroponik tersebut. Ini mengindikasikan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian, seperti kualitas produk, harga, pelayanan, atau faktor lainnya, telah berhasil meyakinkan sebagian besar pelanggan untuk melakukan pembelian.

Uji Asumsi Klasik

Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan statistik *Kolgomorov-Smirnov* dengan SPSS 22. Kriteria yang digunakan adalah membandingkan nilai *Asymp. Sig(2-Tailed)* dengan nilai α 5% sehingga apabila nilai *Asymp. Sig(2-Tailed)* > 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut berasal dari populasi yang terdistribusi normal.

**Tabel 1. Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

			Unstandardized Residual
N			96
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		,0000000
	Std. Deviation		,67895200
Most Extreme Differences	Absolute		,305
	Positive		,305
	Negative		-,230
Kolmogorov-Smirnov Z			2,991
Asymp. Sig. (2-tailed)			,309

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber : Pengolahan data spss, 2025

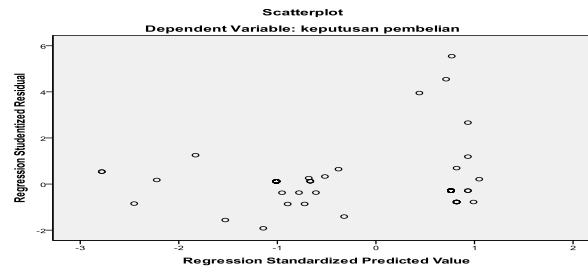
Berdasarkan tampilan *out put* pada Tabel 4.12 dapat dianalisis hasil uji normalitas, nilai *Asymp. Sig* sebesar 0,309 > 0,05, Dalam hasil uji normalitas yang ditampilkan, nilai *Asymp. Sig (2-Tailed)* adalah sebesar 0,309. Menurut kaidah pengambilan keputusan, jika nilai *Asymp. Sig (2-Tailed)* > 0,05, maka data dinyatakan terdistribusi secara normal. Nilai *Asymp. Sig* 0,309 yang lebih besar dari 0,05 menunjukkan bahwa data penelitian ini telah memenuhi asumsi normalitas. Artinya, sebaran atau distribusi data mengikuti kurva normal, tidak terdapat penyimpangan yang signifikan dari normalitas. Hal ini sesuai dengan Ghazali (2018:139) apabila nilai *Asymp. Sig(2-Tailed)* > 0,05 maka dapat dinyatakan bahwa data-data penelitian telah memenuhi distribusi normal.

Tabel 2. Hasil Uji Multikolonearitas

Model	Unstandardized Coefficients		t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error			Tolerance	VIF
1 (Constant)	,899	,463	1,944	,055		
Kualitas produk	,332	,022	14,958	,000	,439	2,279
Harga	,952	,022	42,459	,000	,439	2,279

Sumber : Pengolahan data spss, 2025

Dari Tabel 2, berdasarkan hasil uji multikolonearitas yang ditampilkan pada tabel, diketahui bahwa tidak ada variabel independen yang memiliki nilai Tolerance kurang dari 0,10 yaitu dengan nilai tolerance 0,439 > 0,10 yang berarti Hal ini berarti tidak terdapat korelasi yang kuat di antara variabel-variabel independen dalam model. Dan nilai VIF semua variabel independen lebih kecil dari 10 yaitu sebesar 2,279 < 10 yang berarti tidak terjadi multikolonearitas antar variabel independen dalam model regresi pada penelitian ini.



Gambar 1. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Sumber : Pengolahan data spss, 2025

Berdasarkan grafik scatterplot yang ditampilkan pada gambar 1, dapat dilihat bahwa titik-titik data menyebar secara acak, tidak membentuk suatu pola tertentu yang jelas, baik di atas maupun di bawah angka nol pada sumbu Y. Kondisi ini mengindikasikan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas dalam model regresi. Sebaran titik-titik yang random dan tidak teratur mengartikan bahwa varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain bersifat konstan atau homogen. Hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi.

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 3. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error			Tolerance	VIF
1 (Constant)	,899	,463	1,944	,055		
Kualitas produk	,332	,022	14,958	,000	,439	2,279
Harga	,952	,022	42,459	,000	,439	2,279

Sumber : Pengolahan data spss, 2025

Model persamaan regresi yang dapat ditulis dari hasil penelitian tersebut dalam bentuk persamaan regresi Standar Dized adalah sebagai berikut :

$$Y = 0,899 + 0,332X_1 + 0,952X_2 + e$$

Persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Konstanta sebesar 0,899 menyatakan bahwa jika nilai kualitas produk dan harga nilainya adalah 0, maka keputusan pembelian (Y) nilainya adalah 0,899.
2. Koefisien regresi X_1 sebesar 0,332 menyatakan bahwa setiap penambahan 1 kualitas produk akan meningkatkan keputusan pembelian sebesar 0,332. Hal ini dapat diartikan bahwa terjadi hubungan positif yaitu dengan adanya kenaikan kualitas produk, maka keputusan pembelian akan naik.
3. Koefisien regresi X_2 sebesar 0,952 menyatakan bahwa setiap penambahan 1 harga akan meningkatkan keputusan pembelian sebesar 0,952. Hal ini dapat diartikan bahwa terjadi hubungan positif yaitu dengan adanya kenaikan harga, maka keputusan pembelian akan naik.

Koefisien Determinasi

Tabel 4. Hasil Uji Koefisien Determinasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,993 ^a	,986	,986	,686

a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas produk

b. Dependent Variable: keputusan pembelian

Sumber : Pengolahan data spss, 2025

Hasil perhitungan regresi dapat diketahui bahwa koefisien determinasi nilai *R Square* yang diperoleh sebesar 0,986 hal ini berarti kualitas produk dan harga mampu mempengaruhi 98,6% keputusan pembelian konsumen Sayur Hidroponik Di Kebun Desa Kepenuhan Hilir. Hal ini menunjukkan masih ada 1,4% faktor atau variabel lain yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen Sayur Hidroponik Di Kebun Desa Kepenuhan Hilir seperti, kualitas pelayanan dan sebagainya.

Uji Hipotesis

Uji T

Tabel 5. Hasil Uji Parsial

Model	Unstandardized Coefficients		T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error			Tolerance	VIF
1 (Constant)	,899	,463	1,944	,055		
Kualitas produk	,332	,022	14,958	,000	,439	2,279
Harga	,952	,022	42,459	,000	,439	2,279

Sumber : Pengolahan data spss, 2025

Adapun penjelasan dari Tabel 5, mengenai pengaruh antar variabel independen terhadap mempengaruhi keputusan pembelian :

1. Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian
Variabel kualitas produk dengan nilai t_{hitung} sebesar 14,958 > 1,98552 atau nilai sig lebih kecil dari 0,05 (0,000 < 0,05), maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen Sayur Hidroponik Di Kebun Desa Kepenuhan Hilir.
2. Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian
Variabel harga dengan nilai t_{hitung} sebesar 42,459 > 1,98552 atau nilai sig lebih besar dari 0,05 (0,000 < 0,05), maka dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak yang berarti harga berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen Sayur Hidroponik Di Kebun Desa Kepenuhan Hilir.

Uji F (Pengujian secara simultan)

**Tabel 6. Hasil Pengujian Hipotesis Secara Uji Simultan
ANOVA^b**

	Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3196,614	2	1598,307	3394,231	,000 ^a
	Residual	43,793	93	,471		
	Total	3240,406	95			

a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas produk

b. Dependent Variable: keputusan pembelian

Sumber : Hasil Olahan Data SPSS, 2025

Dengan tingkat kepercayaan sebesar 95 % atau taraf signifikansi sebesar 5 %, maka : Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak, berarti masing-masing variabel bebas secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat. Dalam penelitian ini, nampak bahwa F_{hitung} sebesar 3394,231 dan F_{tabel} sebesar 3,09. Karena probabilitas jauh lebih kecil dari 0,005 dan $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi keputusan pembelian konsumen Sayur Hidroponik Di Kebun Desa Kepenuhan Hilir atau dapat dikatakan bahwa kualitas produk dan harga berpengaruh secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian konsumen Sayur Hidroponik Di Kebun Desa Kepenuhan Hilir.

PEMBAHASAN

Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian

Dari hasil deskriptif hasil yang tertinggi pada variabel kualitas produk yaitu pernyataan nomor 6 yang berbunyi "Produk sayur hidroponik dari Kebun Desa Kepenuhan Hilir dapat diandalkan untuk memenuhi harapan saya terhadap kualitas" dengan nilai TCR sebesar 75,2% dengan klasifikasi Tingkat Capaian Responden pada kriteria baik, sedangkan yang paling rendah pada pernyataan nomor 7 yaitu "Produk sayur hidroponik dari Kebun Desa Kepenuhan Hilir dapat diandalkan untuk memenuhi harapan saya terhadap kualitas" dengan nilai TCR sebesar 72,9% dengan klasifikasi Tingkat Capaian Responden pada kriteria baik. Secara keseluruhan nilai TCR terhadap variabel kualitas produk sebesar 74,1% dengan klasifikasi Tingkat Capaian Responden pada kriteria baik. Hal ini mengindikasikan bahwa mayoritas pelanggan merasa puas dengan kualitas sayur hidroponik di kebun Desa Kepenuhan Hilir yang ditawarkan yang kebun Desa Kepenuhan Hilir telah berhasil memenuhi ekspektasi pelanggan dalam hal kualitas produk.

Berdasarkan hasil uji parsial Variabel kualitas produk dengan nilai t_{hitung} sebesar $14,958 > 1,98552$ atau nilai sig lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen Sayur Hidroponik Di Kebun Desa Kepenuhan Hilir.

Hasil penelitian ini sejalan dengan Wiranata (2021), Pransiska *et al* (2024), Maulana, *et.al* (2022) dengan hasil penelitian secara parsial kualitas produk berpengaruh

positif pada keputusan pembelian oleh konsumen. Namun hasil penelitian ini tidak sejalan dengan Anjarsari dan Sabana (2023) serta Rega *et al*, (2019) yang menemukan hasil bahwa secara parsial kualitas produk tidak berpengaruh signifikan pada keputusan pembelian oleh konsumen.

Sebuah kualitas itu sangat menentukan apakah produk itu dapat diterima konsumen atau tidak, maka dalam menentukan kualitas suatu produk itu harus cermat agar tidak menghasilkan produk yang gagal. Pada kualitas produk banyak perusahaan berlomba-lomba agar produknya dinilai baik dan berusaha menyediakan bahan yang berkualitas pula agar mampu bersaing dengan kompetitornya. Kualitas produk sendiri menurut Kotler dan Armstrong (2019:112) adalah suatu penilaian apakah produk yang diproduksi sudah sesuai dengan standar yang ditetapkan oleh perusahaan.

Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian

Dari hasil deskriptif hasil yang tertinggi pada variabel harga yaitu pernyataan nomor 14 yang berbunyi "Harga yang ditawarkan untuk sayur hidroponik ini mencerminkan kualitas dan manfaat yang saya harapkan" dengan nilai TCR sebesar 71,6% dengan klasifikasi Tingkat Capaian Responden pada kriteria baik, sedangkan yang paling rendah pada pernyataan nomor 10 yaitu "Harga yang ditawarkan untuk sayur hidroponik ini sesuai dengan kemampuan beli saya" dengan nilai TCR sebesar 69,6% dengan klasifikasi Tingkat Capaian Responden pada kriteria baik. Secara keseluruhan nilai TCR terhadap variabel harga sebesar 70,5% dengan klasifikasi Tingkat Capaian Responden pada kriteria baik. Hal ini mengindikasikan bahwa mayoritas pelanggan merasa puas dengan penetapan harga yang ditawarkan yang berarti kebun Desa Kepenuhan Hilir telah berhasil menetapkan harga yang dianggap wajar dan sesuai dengan kualitas produk menurut persepsi pelanggan.

Berdasarkan hasil uji parsial Variabel harga dengan nilai t_{hitung} sebesar 42,459 > 1,98552 atau nilai sig lebih besar dari 0,05 ($0,000 < 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak yang berarti harga berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen Sayur Hidroponik Di Kebun Desa Kepenuhan Hilir. Hasil penelitian ini sejalan dengan Maulana, *et.al* (2022) yang menemukan hasil bahwa secara parsial harga berpengaruh signifikan pada keputusan pembelian oleh konsumen. Namun hasil penelitian ini tidak sejalan dengan Anjarsari dan Sabana (2023) serta Ernawati *et al* (2021) dengan hasil penelitian secara parsial harga tidak berpengaruh signifikan pada keputusan pembelian oleh konsumen.

Harga dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan untuk melakukan pembelian suatu produk. Konsumen hidroponik cenderung bersedia membayar dengan harga premium untuk produk sayuran yang memiliki kualitas superior, memandang harga sebagai indikator nilai dan jaminan mutu. Mekanisme penetapan harga yang tepat tidak sekadar berdasarkan biaya produksi, melainkan mempertimbangkan nilai tambah, differensiasi produk, dan ekspektasi konsumen terhadap kualitas sayur hidroponik yang ditawarkan. Sayuran hidroponik dapat dijual dengan harga premium atau harga yang lebih jauh lebih tinggi dibandingkan dengan harga pasar (Indriasti, 2018).

Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian

Dari hasil deskriptif hasil yang tertinggi pada variabel keputusan pembelian yaitu pernyataan nomor 26 yang berbunyi "Pengalaman membeli sayur hidroponik ini membuat saya ingin membeli lagi di masa yang akan datang" dengan nilai TCR sebesar 74,2% dengan klasifikasi Tingkat Capaian Responden pada kriteria baik, sedangkan yang paling rendah pada pernyataan nomor 21 yaitu "Saya membandingkan antara sayur hidroponik dan sayuran bias sebelum memutuskan untuk membeli" dengan nilai TCR sebesar 70,2% dengan klasifikasi Tingkat Capaian Responden pada kriteria cukup baik. Secara keseluruhan nilai TCR terhadap variabel keputusan pembelian sebesar 71,5% dengan klasifikasi Tingkat Capaian Responden pada kriteria baik. Hal ini menunjukkan bahwa responden memiliki kecenderungan positif dalam membuat keputusan pembelian sayur hidroponik tersebut. Ini mengindikasikan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian, seperti kualitas produk, harga, pelayanan, atau faktor lainnya, telah berhasil meyakinkan sebagian besar pelanggan untuk melakukan pembelian.

Dari hasil uji F hitung ternyata diperoleh bahwa F_{hitung} sebesar 3394,231 dan F_{tabel} sebesar 3,09. Karena probabilitas jauh lebih kecil dari 0,005 dan $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi keputusan pembelian konsumen Sayur Hidroponik Di Kebun Desa Kepenuhan Hilir atau dapat dikatakan bahwa kualitas produk dan harga berpengaruh secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian konsumen Sayur Hidroponik Di Kebun Desa Kepenuhan Hilir. Hasil penelitian ini sejalan dengan Wiranata (2021), Anjarsari dan Choliq Sabana (2023) serta Maulana, *et.al* (2022) dengan hasil penelitian secara simultan kualitas produk dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Hasil penelitian mengindikasikan adanya hubungan yang signifikan antara kualitas produk dan harga secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen Sayur Hidroponik Di Kebun Desa Kepenuhan Hilir. Ini berarti bahwa kedua faktor tersebut, ketika dipertimbangkan bersama-sama, memiliki dampak yang substansial dalam mempengaruhi pilihan konsumen untuk membeli Sayur Hidroponik Di Kebun Desa Kepenuhan Hilir. Konsumen tidak hanya mempertimbangkan salah satu aspek secara terpisah, melainkan mengevaluasi kombinasi antara kualitas produk yang ditawarkan dan harga yang ditetapkan. Hal ini menunjukkan bahwa strategi Sayur Hidroponik Di Kebun Desa Kepenuhan Hilir dalam menyeimbangkan kualitas dan harga telah berhasil menciptakan proposisi nilai yang menarik bagi pelanggan. Hasil ini juga menekankan pentingnya bagi manajemen untuk terus mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk sambil memastikan penetapan harga yang kompetitif, guna mempertahankan dan meningkatkan tingkat keputusan pembelian konsumen.

KESIMPULAN DAN SARAN

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini telah mencapai tujuan dan rumusan masalah yang telah ditetapkan. Berdasarkan analisis data yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa :

1. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sayur hidroponik di kebun Desa Kepenuhan Hilir.
2. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sayur hidroponik di kebun Desa Kepenuhan Hilir.
3. Kualitas produk dan harga berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian sayur hidroponik di kebun Desa Kepenuhan Hilir.

SARAN

1. Menurut survey yang peneliti dapatkan dari responden melalui kuisioner yang sudah disebar, diketahui bahwa kualitas produk memiliki pengaruh pada keputusan pembelian secara signifikan. Sehingga sebaiknya kebun Desa Kepenuhan Hilir menerapkan sistem kontrol kualitas yang ketat dan konsisten hal ini dapat memastikan bahwa standar kualitas tinggi yang telah menjadi ciri khas sayur organik tetap terjaga dalam jangka panjang.
2. Kebun Desa Kepenuhan Hilir dapat menerapkan strategi penetapan harga dinamis. Strategi ini melibatkan penyesuaian harga secara berkala berdasarkan permintaan pasar, tren musiman, atau perilaku pembelian pelanggan. Misalnya, kebun Desa Kepenuhan Hilir dapat menawarkan diskon bertahap, di mana potongan harga meningkat seiring jumlah item yang dibeli, atau menerapkan program loyalitas dengan penawaran harga khusus untuk pelanggan setia. Selain itu, kebun Desa Kepenuhan Hilir bisa mengimplementasikan promosi terbatas waktu atau "flash sale" untuk menciptakan rasa urgensi dan mendorong pembelian impulsif.
3. Diharapkan pada peneliti selanjutnya dapat menambah faktor-faktor lain yang mungkin mempengaruhi keputusan pembelian.

DAFTAR PUSTAKA

- Ababil, R., Muttaqien, F., & Nawangsih, N. (2019). Analisis Kualitas Produk, Word Of Mouth, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Merek Senduro Coffee. *Transformation of Accounting & Business in Era Revolution Industri 4.0*, 2(1).
- Abbott. (2018). *Manajemen Pemasaran: Sebuah Pendekatan Strategik*. Jakarta: Erlangga.
- Abdillah, M. Y., Rafisa, A., Al-Fauziah, H., Saragih, N., & Azhari, M. (2023). Analisis Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Paket Data Internet Telkomsel. *Ekonom: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 3(2), 103–107. <https://doi.org/10.58432/ekonom.v3i2.418>
- Abidin, Z. (2018). Pengaruh Brand Image dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 12(2), 21–35.
- Ahyari, A. (2018). *Manajemen Produksi; Pengendalian Produksi*. Yogyakarta: BPFE.
- Alma, B. (2020). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Anjarsari, & Sabana, C. (2024). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Celana Sirwal Roskar di Pematang. *Prosiding Paper Competition Accounting Festival*, 1(1).
- Assauri, S. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

- Chaniago, H. (2021). *Manajemen Ritel & Implementasinya*. Bandung: Edukasi Riset Digital.
- Ernawati, R. (2021). Analisis Pengaruh Promosi, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian pada Situs E-commerce Zalora di Jakarta. *Business Management Analysis Journal (BMAJ)*, 4(2), 80–98. <https://doi.org/10.24176/bmaj.v4i2.6663>
- Feigenbaum, A. V. (2019). *Kendali Mutu Terpadu*. Jakarta: Erlangga.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IMB SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Handoko, T. H. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat.
- Hurriyati, R. (2018). *Strategi Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.
- Indriasti, R. (2018). *Analisis Usaha Sayuran Hidroponik pada PT Kebun Sayur Segar Kabupaten Bogor*. Skripsi. IPB.
- Islamy, A. E. N., Setyawati, I. K., Supriono, A., Ibanah, I., & Kuntadi, E. B. (2024). Proses Keputusan Pembelian Sayuran Hidroponik di Hidroponik Jember. *Jurnal Agrosains Universitas Panca Bhakti*, 17(1), 15–20. <https://doi.org/10.54035/agrosains.v17i1.447>
- Kotler, P. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Indeks.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2019). *Prinsip–Prinsip Marketing* (8 ed.). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). *Manajemen Pemasaran*. New York: Pearson Education.
- Lestari, N., & Patrikha, F. D. (2022). Pengaruh Harga dan Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Wanita di Online Marketplace (Studi Kasus pada Konsumen di Surabaya). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 10(1), 1635–1642. <https://doi.org/10.26740/jptn.v10n1.p1635-1642>
- Marzuki, A., Armereo, C., & Rahayu, P. F. (2020). *Praktikum Statistik*. Malang: Ahlimedia Press.
- Maulana, H., Oktaviani, N. E., & Handayani, N. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee. *Jurnal Bisnis dan Manajemen West Science*, 1(1), 51–62.
- Mursid. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat.
- Notoatmodjo, S. (2018). *Penulisan Karya Ilmiah*. Jakarta: Ganesis.
- Nugroho, J. S. (2018). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga.
- Nulufi, K., & Murwartiningsih, M. (2018). Minat Beli sebagai Mediasi Pengaruh Brand Image dan Sikap Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Batik di Pekalongan. *Management Analysis Journal*, 4(2). <https://doi.org/10.15294/maj.v4i2.7813>
- Pransiska, L. A., Sumartik, S., & Sari, H. M. K. (2024). Peran Kualitas Produk, Online Customer Review, Dan Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Pada Tiktokshop. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 7(2), 3619–3627. <https://doi.org/10.31539/costing.v7i2.9055>
- Rahayu, H. C., Sarungu, J. J., Hakim, L., & Soesilo, A. M. (2018). Dimensi Kemiskinan di Wilayah Pesisir pada Kabupaten Indragiri Hulu Provinsi Riau. *Jurnal Organisasi dan Manajemen*, 14(1), 21–29.

- Riyanto, S. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif: Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*. Sleman: Deepublish.
- Sabran, S., & Hatmawan, A. A. (2019). *Manajemen Penjualan*. Yogyakarta: BPFE.
- Sriyanto, A., & Kuncoro, A. W. (2019). Pengaruh Brand Ambassador, Minat Beli, Dan Testimoni Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Situs Jual Beli Online Shop Shopee Indonesia di Universitas Budi Luhur Periode Februari – April 2018). *Jurnal Ekonomika dan Manajemen*, 8(1). <https://doi.org/10.36080/jem.v8i1.858>
- Stanton, W. J. (2019). *Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran: Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT. Alfabeta.
- Sunyoto. (2019). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi dan Kasus)*. Jakarta: Buku Seru.
- Sutarni, S., Irawati, L., Unteawati, B., & Yolandika, C. (2019). Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Sayuran Hidroponik di Kota Bandar Lampung. *Journal of Food System & Agribusiness*, 2(1). <https://doi.org/10.25181/jofsa.v2i1.1107>
- Tjiptono, F. (2018). *Strategi Pemasaran Prinsip & Penerapan*. Yogyakarta: Andi.
- Wiranata, I. K. A., Agung, A. A. P., & Prayoga, I. M. S. (2021). Pengaruh Digital Marketing, Quality Product dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Roti di Holland Bakery Batubulan. *e-Journal UNMAS*, 2(3).
- Yuswianto. (2018). *Metode Analisis statistik*. Yogyakarta: Ombak.0.