**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI LOYALITAS KONSUMEN
BELIMBING MADU
(Studi Kasus di Desa Waringinsari Kecamatan Langensari Kota Banjar)**

MUHAMMAD TUHFAN RAFLI¹, IWAN SETIAWAN², IVAN SAYID NURAHMAN³

¹Fakultas Pertanian, Universitas Galuh

²Fakultas pertanian, Universitas Padjajaran

³Fakultas pertanian, Universitas Siliwangi

*E-mail : muhammادتuhfah@gmail.com

ABSTRAK

Perkembangan komoditas hortikultura terutama buah semakin diminati oleh para konsumen mengingat manfaatnya bagi kesehatan. Namun kualitas dan kuantitasnya masih belum mampu menandingi buah impor. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen Belimbing Madu di Desa Waringinsari Kecamatan Langensari Kota Banjar. Jenis penelitian ini termasuk penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Responden dalam penelitian ini adalah konsumen belimbing madu di Desa Waringinsari Kecamatan Langensari Kota Banjar secara berkelanjutan atau continue yaitu sebanyak 30 orang konsumen. Dalam penelitian ini, digunakan beberapa analisis, yaitu analisis koefisien korelasi sederhana, analisis koefisien korelasi berganda, koefisien determinasi, uji t, uji F, serta analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial, harga, kualitas produk, dan promosi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen Belimbing Madu di Desa Waringinsari, Kecamatan Langensari, Kota Banjar. Selain itu, secara simultan, harga, kualitas produk, dan promosi juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen Belimbing Madu di lokasi yang sama.

Kata Kunci : Harga, Kualitas Produk, Promosi dan Loyalitas Konsumen

ABSTRACT

The development of horticultural commodities, especially fruit, is increasingly in demand by consumers considering their health benefits. However, the quality and quantity are still not able to match imported fruit. This research aims to determine the factors that influence consumer loyalty of Belimbing Madu in Waringinsari Village, Langensari District, Banjar City. This type of research includes descriptive research with a quantitative approach. The respondents in this research were consumers of starfruit in Waringinsari Village, Langensari District, Banjar City on an ongoing basis, namely 30 consumers. In this research, several analyzes were used, namely simple correlation coefficient analysis, multiple correlation coefficient analysis, coefficient of determination, t test, F test, and multiple linear regression analysis. The research results show that partially, price, product quality and promotion have a positive and significant influence on consumer loyalty of Belimbing Madu in Waringinsari Village, Langensari District, Banjar City. Apart from that, simultaneously price, product quality, and promotion also have a positive and significant effect on consumer loyalty of Belimbing Madu in the same location.

Keywords: Price, Product Quality, Promotion and Consumer Loyalty

PENDAHULUAN

Sektor pertanian merupakan sumber kehidupan bagi sebagian besar penduduk,

terutama bagi mereka yang memiliki mata pencaharian utama sebagai petani. Hal ini disebabkan karena Indonesia adalah negara

agraris, sehingga sektor pertanian masih memegang peranan penting dan memberikan kontribusi yang signifikan bagi perekonomian.

Loyalitas konsumen terhadap suatu produk akan turut menentukan pola pembelian ulang oleh konsumen terhadap produk tersebut. Sebaliknya pola pembelian kembali oleh konsumen akan menunjukkan loyalitas konsumen terhadap produk tersebut.

Belimbing madu (*Averrhoa carambola* L) ialah buah yang banyak ditemukan di daerah tropis dan sangat populer di kalangan masyarakat. Rasanya yang segar dan harganya yang terjangkau menjadikannya pilihan yang menarik bagi konsumen. Meskipun terdapat rasa kelat di bagian pangkal lidah saat dinikmati, belimbing tetap menjadi favorit. Buah ini bahkan dikenal sebagai sumber kesegaran tinggi berkat kandungan airnya yang melimpah. Oleh karena itu, perdagangan belimbing tetap diminati oleh banyak orang.

Kota Banjar adalah salah satu pusat produksi belimbing di Jawa Barat yang memiliki potensi ekonomi yang cukup menjanjikan. Belimbing menjadi komoditas unggulan yang dikembangkan di wilayah ini, terutama di Kecamatan Langensari. Hal ini terlihat dari jumlah

produksi yang signifikan jika dibandingkan dengan kecamatan lainnya. Menurut Dinas Ketahanan Pangan, Pertanian dan Perikanan Kota Banjar (2022), pada tahun 2021, produksi buah belimbing di Kota Banjar mencapai 338 kwintal, dengan kontribusi terbesar berasal dari Kecamatan Langensari.

Balai Penyuluhan Pertanian Kecamatan Langensari (2022) mencatat bahwa Desa Waringinsari adalah penghasil belimbing terbesar di Kecamatan Langensari, dengan sekitar 3 ribu pohon yang ditanam di lahan seluas 10 hektar. Setiap pohon dapat menghasilkan buah hingga 33 kg, menunjukkan potensi produksi yang sangat besar. Oleh karena itu, Desa Waringinsari ditetapkan sebagai desa pengembangan buah belimbing di Kota Banjar.

Keberlanjutan usaha tani belimbing di Kota Banjar sangat dipengaruhi oleh karakteristik petani dan pendapatan yang mereka peroleh. Sebagian besar petani belimbing di Desa Waringinsari masih mengandalkan metode tradisional dan pengalaman dalam bertani, tanpa melakukan perhitungan terkait input dan output produksi. Mereka hampir tidak pernah menghitung untung atau rugi dari usaha tani mereka, dan tidak ada yang memperhitungkan batas minimum volume

produksi dan penjualan yang diperlukan agar usaha mereka tidak merugi maupun memperoleh keuntungan yang diharapkan. Untuk memastikan keberhasilan dan kelayakan dalam usaha tani belimbing, serta menjamin keberlanjutannya, penting untuk mempertimbangkan berbagai faktor, seperti input produksi, hasil produksi, serta harga jual. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen terhadap belimbing madu yang diproduksi oleh Kelompok Tani Belimbing Madu di Desa Waringinsari, Kecamatan Langensari, Kota Banjar.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini termasuk penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif.

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini meliputi data primer dan data sekunder.

Pengambilan responden dilakukan secara sampling jenuh (*sensus*). Konsumen belimbing madu di Desa Waringinsari Kecamatan Langensari Kota Banjar secara berkelanjutan atau *continue* adalah 30 orang konsumen yang diambil secara *accidental sampling*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Pengaruh Harga (X_1) terhadap Loyalitas Konsumen (Y) Belimbing Madu di Desa Waringinsari Kecamatan Langensari Kota Banjar

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, terungkap bahwa harga memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen Belimbing Madu di Desa Waringinsari, Kecamatan Langensari, Kota Banjar. Temuan ini diperkuat oleh hasil pengujian hipotesis yang menunjukkan bahwa nilai t hitung sebesar 4,040 lebih besar dari t tabel yang hanya 1,701, sehingga hipotesis yang diajukan diterima. Dari sini, dapat disimpulkan bahwa harga memang berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen terhadap Belimbing Madu di daerah tersebut.

Perhitungan koefisien korelasi menunjukkan angka 0,607, yang menunjukkan hubungan kuat antara harga dan loyalitas konsumen. Koefisien determinasi sebesar 36,83% menyatakan bahwa loyalitas konsumen dipengaruhi oleh harga, sementara 63,17% dipengaruhi faktor lain. Harga adalah elemen penting dalam pemasaran dan memengaruhi keputusan pembelian. Perusahaan harus memperhatikan strategi harga, karena

harga tinggi dapat menyebabkan kehilangan loyalitas konsumen, sedangkan harga yang lebih rendah dapat meningkatkan loyalitas.

Temuan penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Anastasya dan Liza (2013), yang menyatakan bahwa harga memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan di Pasar Dukuh Menanggal, Surabaya.

2. Pengaruh Kualitas Produk (X₂) terhadap Loyalitas Konsumen (Y) Belimbing Madu di Desa Waringinsari Kecamatan Langensari Kota Banjar

Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen Belimbing Madu yang berada di Desa Waringinsari, Kecamatan Langensari, Kota Banjar. Hal ini diperkuat dengan hasil pengujian hipotesis yang menunjukkan bahwa nilai thitung (4,576) lebih besar dari ttabel (1,701), sehingga hipotesis diterima. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kualitas produk berperan penting dalam membangun loyalitas konsumen pada Belimbing Madu di daerah tersebut. Perhitungan koefisien korelasi product moment menunjukkan nilai sebesar

0,654, yang menggambarkan adanya hubungan yang kuat. Selain itu, koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 42,79% menunjukkan bahwa loyalitas konsumen dipengaruhi oleh kualitas produk sebesar 42,79%. Sementara itu, 57,21% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kualitas produk diakui sebagai salah satu kunci utama dalam pengembangan dan keberlangsungan suatu bisnis. Kualitas ini mencakup aspek-aspek seperti kinerja, variasi produk, dan pelayanan. Untuk itu, kesesuaian bahan makanan juga turut berperan dalam menarik perhatian konsumen. Produk yang dijual harus terbuat dari bahan-bahan yang aman dan layak konsumsi. Sebagian besar kualitas produk mencerminkan bagai mana suatu produk dapat memenuhi ekspektasi konsumen. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan studi yang dilakukan oleh Putri A. Hutasuhut (2014), yang meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen Pupuk Tiens Golden Harvest. Penelitiannya menunjukkan bahwa harga, kualitas, promosi, dan kemasan secara simultan memiliki

dampak signifikan terhadap loyalitas konsumen.

3. Pengaruh Promosi (X_3) terhadap Loyalitas Konsumen (Y) Belimbing Madu di Desa Waringinsari Kecamatan Langensari Kota Banjar

Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen Belimbing Madu di Desa Waringinsari, Kecamatan Langensari, Kota Banjar. Bukti ini diperoleh dari pengujian hipotesis yang menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($12,742 > 1,701$), sehingga hipotesis diterima. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa promosi berkontribusi secara positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen Belimbing Madu di wilayah tersebut.

Lebih lanjut, perhitungan koefisien korelasi product moment mencapai 0,924, yang menunjukkan adanya hubungan yang sangat kuat. Sedangkan koefisien determinasi menunjukkan angka sebesar 85,29%, yang berarti 85,29% dari loyalitas konsumen dipengaruhi oleh faktor promosi. Sisa 14,71% dapat dipahami sebagai pengaruh faktor lain yang tidak dicakup dalam penelitian ini.

Pandangan ini sejalan dengan pendapat Tjiptono (2012: 219), yang mengemukakan bahwa promosi sebenarnya adalah bentuk komunikasi pemasaran. Komunikasi pemasaran merupakan kegiatan yang bertujuan untuk menyampaikan informasi, mempengaruhi atau membujuk, serta mengingatkan pasar sasaran mengenai perusahaan dan produknya agar mereka bersedia menerima, membeli, dan setia kepada produk yang ditawarkan.

Temuan dari penelitian ini juga selaras dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Putri A. Hutasuhut (2014), yang mengkaji faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen terhadap Pupuk Tiens Golden Harvest. Penelitiannya menunjukkan bahwa secara simultan, harga, kualitas, promosi, dan kemasan memberikan pengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen.

4. Pengaruh Harga (X_1), Kualitas (X_2) dan Promosi (X_3) terhadap Loyalitas Konsumen (Y) Belimbing Madu di Desa Waringinsari Kecamatan Langensari Kota Banjar

Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh temuan bahwa harga, kualitas produk, dan promosi secara

simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen Belimbing Madu di Desa Waringinsari, Kecamatan Langensari, Kota Banjar. Hal ini dibuktikan dengan hasil pengujian hipotesis, di mana F_{hitung} lebih besar daripada F_{tabel} ($56,379 > 2,98$), yang berarti hipotesis diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa harga, kualitas produk, dan promosi secara nyata berkontribusi terhadap loyalitas konsumen Belimbing Madu di lokasi tersebut.

Analisis lebih lanjut menunjukkan bahwa koefisien korelasi product moment sebesar $0,931$, yang mengindikasikan adanya hubungan yang sangat kuat. Selain itu, perhitungan koefisien determinasi menunjukkan bahwa $86,70\%$ loyalitas konsumen dipengaruhi oleh harga, kualitas produk, dan promosi. Dengan kata lain, dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor tersebut berkontribusi terhadap loyalitas konsumen Belimbing Madu di Desa Waringinsari sebesar $86,70\%$, sedangkan sisa $13,30\%$ dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.

Hasil penelitian ini selaras dengan studi yang dilakukan oleh Putri A. Hutasuhut (2014),

yang menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen Pupuk Tiens Golden Harvest. Penelitian tersebut menemukan bahwa harga, kualitas, promosi, dan kemasan secara simultan memberikan pengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan dapat disimpulkan :

1. Karakteristik konsumen Belimbing Madu di Desa Waringinsari, Kecamatan Langensari, Kota Banjar, menunjukkan bahwa mayoritas konsumen adalah laki-laki dengan rentang usia antara 36 hingga 40 tahun. Selain itu, sebagian besar konsumen memiliki pendidikan terakhir di tingkat SMA dan bekerja sebagai wiraswasta. Hal ini disebabkan oleh banyaknya konsumen yang berperan sebagai bakul atau pedagang, yang menjual kembali Belimbing Madu kepada pelanggan.
2. Harga, kualitas produk, dan promosi, baik yang dilakukan secara terpisah maupun bersamaan, memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas konsumen Belimbing Madu di Desa

Waringinsari, Kecamatan
Langensari, Kota Banjar.

DAFTAR PUSTAKA

- Hanafie, Rita. 2010. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. CV Andi Offset.
- Hasyim A. I. 2012. *Tata Niaga Pertanian*. Buku Ajar Fakultas Pertanian Universitas Lampung, Bandar Lampung.
- Kadarsan. 2015. *Analisis Usahatani*. Jakarta : UI Press.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2013. *Manajemen Pemasaran. Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Nazir.Mohammad.2011. *Metode Penelitian*. Jakarta : Ghalia Indonesia.
- Rukmana, Rahmat. 2006. *Belimbing Manis, Budidaya, Pengendalian Mutu, Dan. Pasca Panen*. Semarang : Aneka Ilmu.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- _____. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- _____. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Swastha, Basu dan Irawan. 2013. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Tjiptono, Fandy. 2012. *Strategi Pemasaran, ed. 3*, Yogyakarta: Andi.
- Wijayakusuma, H., Dalimartha,S. 2000. *Ramuan Tradisional Untuk Pengobatan. Darah Tinggi. Cetakan VI*. Jakarta: Penerbit Penebar Swadaya.
- Yamit, Zulian. 2011. *Manajemen Produksi & Operasi (Edisi Pertama)*. Yogyakarta: Ekonisia.