

**Analisis Pengaruh Produk, Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap
Kepuasan Konsumen Melon Hidroponik di Indigen Farm Yogyakarta**

***Analysis of the Influence of Products, Prices, Promotions, and Service Quality on
Consumer Satisfaction of Hydroponic Melons at Indigen Farm Yogyakarta***

Wanoja Aghisna Prestasiani*, Kustopo Budiraharjo, Siswanto Imam Santoso

Program Studi Agribisnis, Fakultas Peternakan dan Pertanian, Universitas Diponegoro
Jl. Prof. Sudarto No.13, Tembalang, Kecamatan Tembalang, Kota Semarang, Jawa Tengah

*Email: wanojaaghisna@gmail.com

(Diterima 13-01-2025; Disetujui 25-06-2025)

ABSTRAK

Persaingan pasar melon konvensional dengan melon hidroponik yang semakin ketat menjadi tantangan bagi Indigen Farm dalam mencapai pangsa pasar yang lebih besar karena tingkat persaingan pasar akan mempengaruhi konsumen memilih ragam pilihan dan alternatif produk yang dapat memenuhi kebutuhannya sesuai dengan keinginan dan kepuasan konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara simultan maupun parsial adanya pengaruh produk, harga, promosi, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen melon hidroponik di Indigen Farm Yogyakarta. Metode penelitian yang digunakan adalah survei. Penelitian dilakukan di Indigen Farm pada saat wisata petik melon berlangsung. Penentuan responden dilakukan menggunakan accidental sampling. Jumlah responden yang diambil berjumlah 100 responden dengan kriteria responden berusia minimal 17 tahun dan pernah melakukan pembelian melon hidroponik Indigen Farm. Metode analisis data yang digunakan analisis regresi linear berganda yang dianalisis menggunakan bantuan program SPSS (Statistical Product and Service Solution) For Windows. Hasil penelitian menunjukan bahwa secara simultan produk, harga, promosi dan kualitas pelayanan berpengaruh nyata terhadap kepuasan konsumen. Secara parsial produk dan promosi berpengaruh signifikan sedangkan harga dan kualitas pelayanan tidak berpengaruh. Koefisien determinasi sebesar 0,583 artinya variabel independen mampu menjelaskan variabel dependen sebesar 58,3% sedangkan sisanya 41,7% dijelaskan variabel lain diluar model.

Kata Kunci: Kepuasan Konsumen, Kualitas Pelayanan, Melon, Produk, Promosi

ABSTRACT

Market competition between conventional melons and hydroponic melons is increasingly becoming a challenge for Indigen Farm in achieving a larger market share because the level of market competition will influence consumers to choose a variety of choices and alternative products that can meet their needs in accordance with consumer desires and satisfaction. This research aims to analyze simultaneously or partially the influence of product, price, promotion and service quality on consumer satisfaction of hydroponic melons at Indigen Farm Yogyakarta. The research method used is a survey. The research was carried out at Indigen Farm during the melon picking tour. Respondents were determined using accidental sampling. The number of respondents taken was 100 respondents with the criteria being that the respondent was at least 17 years old and had previously purchased Indigen Farm hydroponic melons. The data analysis method used was multiple linear regression analysis which was analyzed using the SPSS (Statistical Product and Service Solution) For Windows program. The research results show that simultaneous multiple linear regression analysis of product, price, promotion and service quality has a significant effect on consumer satisfaction. Partially, products and promotions have an effect, while price and service quality do not have a significant effect. The coefficient of determination is 0.583, meaning that the independent is able to explain 58.3% of the dependent variable while the remaining 41.7% is explained by other variables outside the model.

Keywords: Consumer Satisfaction, Melon, Product, Promotion, Service Quality.

PENDAHULUAN

Melon merupakan produk hortikultura yang banyak diminati oleh Masyarakat dan berpotensi tinggi untuk dikembangkan. Konsumsi buah melon semakin meningkat seiring dengan peningkatan pola makan penduduk Indonesia yang membutuhkan buah segar sebagai salah satu sumber gizi sehari-hari. Namun, produktivitas melon setiap tahunnya di Indonesia mengalami hasil panen buah yang berfluktuasi. Faktor lingkungan yang mempengaruhi produksi yang sulit dikontrol seperti iklim, kesuburan tanah, hama, penyakit, dan belum dikuasainya teknik budidaya melon (Tola, 2020). Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan produktivitas melon dari tahun 2021-2023 mengalami hasil panen melon yang berfluktuasi. Angka produktivitas buah melon pada tahun 2021 mencapai 17,45 Ha-1. Pada tahun 2022 produktivitas melon menurun menjadi 16,71 Ha-1 dan meningkat pada tahun 2023 menjadi 16,73 Ha-1 yang memiliki hasil yang lebih rendah dari pada tahun 2021 (BPS, 2023). Demi meningkatnya produktivitas buah melon agar stabil dan optimum diperlukan teknologi budidaya pertanian untuk meningkatkan hasil kualitas buah melon.

Pemanfaatan teknologi dan inovasi modern bidang pertanian diupayakan untuk meningkatkan produksi melon yang berkualitas dan memenuhi kebutuhan konsumen salah satunya melalui sistem hidroponik. Hidroponik merupakan teknik budidaya menggunakan media tanam air yang dapat menghasilkan hasil pertanian dengan kualitas yang lebih unggul dibandingkan dengan menggunakan sistem konvensional (Nora et al., 2020). Budidaya dengan sistem hidroponik dikembangkan untuk menciptakan inovasi baru dan merupakan suatu usaha untuk menghasilkan produk yang berbeda dari budidaya yang ditanam secara konvensional. Melon hidroponik menjadi produk yang diciptakan untuk segmen pasar konsumen masyarakat dengan tingkat perekonomian menengah ke atas.

Indigen Farm adalah salah satu perusahaan PT (Perseroan Terbatas) yang bergerak dibidang farming management, penjualan produk pertanian, bahan tanam, nutrisi hidroponik, dan pembuatan sistem hidroponik serta greenhouse. Komoditas yang dibudidayakan yaitu melon dan selada dengan menggunakan sistem hidroponik. Salah satu sistem hidroponik yang dapat digunakan adalah sistem hidroponik rakit apung (Floating raft). Rakit apung merupakan sistem hidroponik dengan teknik penggenangan air dan nutrisi keseluruhan perakaran tanaman yang mengalir secara terus menerus (Putriani et al., 2023). Melon menjadi komoditas unggulan Indigen Farm, hal tersebut dikarenakan lebih tingginya minat dan penyerapan produk melon yang menjanjikan di pasaran.

Persaingan pasar melon konvensional dengan melon hidroponik yang semakin ketat menjadi tantangan bagi Indigen Farm dalam mencapai pangsa pasar yang lebih besar karena tingkat persaingan pasar akan mempengaruhi konsumen memilih ragam pilihan dan alternatif produk yang dapat memenuhi kebutuhannya sesuai dengan keinginan konsumen. Menghadapi persoalan bisnis yang semakin ketat, menuntut Indigen Farm untuk memiliki kepekaan terhadap setiap perubahan yang terjadi dan menempatkan orientasi kepada kepuasan konsumen sebagai tujuan utama. Kepuasan konsumen merupakan satu perasaan seseorang yang muncul setelah membandingkan persepsi terhadap kinerja hasil suatu produk yang dihasilkan oleh perusahaan (Aldion et al., 2020). Perusahaan hendaknya mengetahui faktor-faktor yang berkontribusi terhadap kepuasan konsumen untuk dapat mengevaluasi, memperbaiki, meningkatkan kualitas produk, harga, promosi dan pelayanan hingga berujung pada peningkatan profit perusahaan serta mendapat kepuasan tersendiri bagi konsumen sehingga mereka senang dan bersedia untuk menjadi pelanggan tetap.

Persaingan pasar antara melon konvensional dengan melon hidroponik terutama dalam hal jenis produk, harga, promosi, dan kualitas pelayanan yang diberikan menjadi latar belakang pentingnya penelitian dilakukan. Konsumen yang puas cenderung memberi referensi yang baik terhadap produk kepada orang lain. Konsumen tidak akan merekomendasikan suatu produk atau jasa yang dianggapnya tidak mampu memenuhi kepuasan mereka kepada orang-orang sekitarnya. Produk, harga, promosi yang dilakukan dan kualitas pelayanan yang diberikan menjadi atribut yang menarik dianalisis untuk mengetahui kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen merupakan komponen penting dalam laju penjualan produk secara berkelanjutan sehingga penting untuk dikaji sebagai bahan evaluasi bagi Indigen Farm untuk mengetahui aspek yang perlu di kembangkan.

METODE PENELITIAN

Penelitian dilaksanakan pada bulan Oktober sampai November 2024 di Indigen Farm Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. Penentuan lokasi penelitian dipilih secara purposive dengan

pertimbangan bahwa tempat pelaksanaan penelitian merupakan salah satu perusahaan produsen melon hidroponik yang menerapkan sistem wisata petik melon sehingga konsumen dapat langsung datang ke perusahaan untuk memetik melon yang diinginkan serta konsumen mendapatkan pengalaman dan edukasi mengenai sistem hidroponik. Indigen Farm memiliki jumlah produksi yang cukup besar yaitu satu greenhouse dalam satu kali panen dapat menghasilkan 1.500 – 2.000 kg.

Metode yang digunakan dalam penelitian adalah metode survei dengan pendekatan kuantitatif. Metode kuantitatif dilakukan untuk menguji teori melalui hubungan antar variabel yang cenderung mengimplikasikan fenomena menjadi angka, selanjutnya dianalisis menggunakan statistika (Sugiyono, 2022). Metode survei dilakukan dengan mengumpulkan data primer yang diperoleh secara langsung dari objek penelitian, dengan bantuan kuesioner kepada responden tentang pengaruh produk, harga, promosi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Data sekunder diperoleh dari perusahaan Indigen Farm dan studi pustaka yang berhubungan dengan pengaruh produk, harga, promosi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi dan wawancara terstruktur. Wawancara dilakukan dengan metode tanya jawab secara langsung dengan responden menggunakan alat bantu berupa kuesioner. Jenis kuesioner yang digunakan yaitu kuesioner tertutup atau closed-ended question. Kuesioner tertutup merupakan seperangkat pertanyaan atau pernyataan yang disusun dengan menyediakan pilihan jawaban lengkap.

Analisis data menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, dan menggunakan uji hipotesis. Untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat, digunakan analisis regresi linear berganda. Seluruh proses analisis data dilakukan dengan bantuan program SPSS (Statistical Product and Service Solution) For Windows.

1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk membuktikan kevalidan suatu instrumen penelitian yang digunakan untuk memperoleh sampel penelitian. Suatu instrumen dianggap valid apabila mampu mengukur apa yang diukur (Sugiyono, 2022).

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan setelah instrumen pengukuran dinyatakan valid, digunakan untuk menunjukkan konsistensi dan stabilitas dari alat ukur yang digunakan (Sugiyono, 2022).

3. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk memastikan bahwa model yang diestimasi memenuhi asumsi klasik atau untuk memastikan bahwa suatu model regresi tanpa biasa, baik multikolinearitas, dan heteroskedastisitas.

4. Uji Regresi Linaear Beganda

Uji regresi linear berganda dilakukan untuk mengetahui dan mengukur pengaruh variabel independent terhadap variabel dependent. Berikut adalah persamaan regresi linear berganda yang digunakan oleh peneliti, sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e \dots\dots\dots (3)$$

Keterangan:

Y : Kepuasan konsumen
 α : Konstanta
 b_1, b_2, b_3, b_4 : Koefisien regresi
 X_1 : Produk
 X_2 : Harga
 X_3 : Promosi
 X_4 : Kualitas pelayanan
e : *Standard error*

5. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan pengujian hipotesis secara simultan (Uji F), secara parsial (Uji t) dan Koefisien Determinasi (R²).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Perusahaan

PT Indigen Karya Unggul, atau Indigen Farm, adalah perusahaan di Sleman, Yogyakarta, yang berfokus pada inovasi pertanian modern sejak 2019. Perusahaan ini menggunakan teknologi hidroponik dengan teknik rakit apung untuk menghasilkan melon unggulan jenis Sweet Hami dan Golden Topaz. Teknik ini memastikan pertumbuhan tanaman optimal melalui pengendalian air dan nutrisi secara terus-menerus.

Didirikan oleh Igor Gadira, Sutrisno, Ahmad Muhlisin, dan Thomas Simanjutak, Indigen Farm membudidayakan melon di greenhouse seluas 1,2 hektar di Kalasan. Dengan dua greenhouse berkapasitas masing-masing 1.204 lubang tanam, perusahaan ini resmi berbadan hukum sebagai PT pada 2022.

Indigen Farm memasarkan melon secara langsung melalui sistem open farm dan mitra kerja sama. Perusahaan juga memiliki lima lini bisnis: manajemen pertanian, penjualan produk, penyedia sarana produksi, pelatihan, dan pengembangan budidaya pertanian.

Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini adalah pengunjung Indigen Farm melon hidroponik yang dijumpai saat open farm atau wisata petik melon berlangsung, dan pernah melakukan pembelian melon Indigen Farm. Jumlah responden yang diambil yaitu sebanyak 100 responden pada saat open farm berlangsung. Karakteristik responden ditinjau berdasarkan beberapa aspek yaitu jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir dan profesi. Data yang diperoleh selanjutnya ditabulasi dan dianalisis untuk menggambarkan keberagaman karakteristik responden.

Tabel 1. Sebaran Karakteristik Responden

No	Kategori	Jumlah	Presentase
	Jenis Kelamin:	-----orang-----	-----%-----
	Laki-laki	43	43
	Perempuan	57	57
	Usia:		
	17-26	34	34
	27-37	42	42
	38-48	16	16
	49-59	8	8
	Pendidikan Terakhir:		
	SMP	8	8
	SMK/SMA	9	9
	D3/S1	76	76
	S2	7	7
	Profesi:		
	Pelajar/Mahasiswa	23	23
	Wirausaha	25	25
	PNS	14	14
	Swasta	9	9
	Ibu Rumah Tangga	16	16
	Freelance	13	13

Sumber: Data Penelitian Diolah (2024)

Berdasarkan Tabel 1, responden perempuan (57%) lebih banyak dibandingkan laki-laki (43%). Hal ini disebabkan oleh peran perempuan yang dominan dalam belanja kebutuhan rumah tangga, sesuai pernyataan Kusmayadi (2017). Sebagian besar responden berusia 27-37 tahun (42%), diikuti usia 17-26 tahun (34%), 38-48 tahun (16%), dan 49-59 tahun (8%). Mayoritas konsumen Indigen Farm berada pada usia produktif (BPS, 2022). Pendidikan responden bervariasi, dengan dominasi lulusan D3/S1 (76%), diikuti SMP (8%), SMK/SMA (9%), dan S2 (7%). Berdasarkan profesi, wirausaha

mendominasi (25%), diikuti pelajar/mahasiswa (23%), ibu rumah tangga (16%), freelance (13%), PNS (14%), dan swasta (9%).

Analisis Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan tujuan untuk menguji validitas tiap-tiap butir pertanyaan pada kuesioner yang telah dirancang. Hal ini sesuai dengan pernyataan Sabilillah et al., (2023) dalam penelitiannya, valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Dasar pengambilan keputusan uji validitas dapat dilakukan dengan melihat nilai r hitung dengan r tabel, ditunjukkan pada Tabel 2 sebagai berikut:

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Berdasarkan r Hitung			
No Instrumen	r hitung	r tabel	Keputusan
Produk (X1)			
1	0,608	0,195	valid
2	0,442	0,195	valid
3	0,318	0,195	valid
4	0,487	0,195	valid
5	0,614	0,195	valid
Harga (X2)			
1	0,327	0,195	valid
2	0,410	0,195	valid
3	0,608	0,195	valid
4	0,455	0,195	valid
5	0,513	0,195	valid
Promosi (X3)			
1	0,660	0,195	valid
2	0,438	0,195	valid
3	0,698	0,195	valid
4	0,522	0,195	valid
5	0,550	0,195	valid
Kualitas Pelayanan (X4)			
1	0,463	0,195	valid
2	0,630	0,195	valid
3	0,500	0,195	valid
4	0,334	0,195	valid
5	0,298	0,195	valid
Kepuasan Konsumen (Y)			
1	0,359	0,195	valid
2	0,648	0,195	valid
3	0,696	0,195	valid
4	0,617	0,195	valid
5	0,568	0,195	valid

Sumber: Data Penelitian Diolah (2024)

Tabel 2 menunjukkan output uji validitas menggunakan nilai r hitung dengan nilai r tabel. Hasil pengamatan pada r tabel didapatkan nilai dari sampel (N) = 100 sebesar 0,195. Instrumen dinyatakan valid apabila r hitung > r tabel. Perbandingan nilai r tiap butir instrumen menunjukkan bahwa r hitung lebih besar dari r tabel. Maka dapat dinyatakan kuesioner dalam penelitian ini valid, artinya kuesioner dapat menjadi alat ukur yang tepat.

Analisis Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dapat dilakukan pada pertanyaan yang telah memiliki atau memenuhi uji validitas. Hal tersebut didukung dengan pernyataan Paramita et al., (2017) yang menyatakan bahwa apabila suatu alat pengukuran telah dinyatakan valid, maka tahap selanjutnya adalah mengukur tahap reliabilitas dari alat.

Tabel 3 menunjukkan output uji reliabilitas masing-masing variabel dengan melihat nilai didapatkan semua nilai Cronbach's Alpha. Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa tiap butir instrumen dari masing-masing variabel memiliki nilai cronbach's alpha > 0,60 sehingga dinyatakan reliabel.

Artinya kuesioner dapat menjadi alat ukur yang konsisten dan stabil. Hasil uji instrumen meliputi uji validitas dan uji reliabilitas telah terpenuhi.

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai <i>Cronbach's Alpha</i>				
	1	2	3	4	5
Produk (X1)	0,904	0,907	0,909	0,906	0,903
Harga (X2)	0,909	0,907	0,903	0,906	0,905
Promosi (X3)	0,903	0,907	0,901	0,905	0,905
Kualitas Pelayanan (X4)	0,906	0,903	0,906	0,909	0,909
Kepuasan Konsumen (Y)	0,908	0,903	0,901	0,903	0,904

Sumber: Data Penelitian Diolah, 2024.

Analisis Uji Multikolinearitas

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a		Collinearity Statistics	
Model		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Produk (X1)	0.469	2.130
	Harga (X2)	0.591	1.693
	Promosi (X3)	0.396	2.527
	Kualitas Pelayanan (X4)	0.364	2.745

Sumber: Data Penelitian Diolah (2024)

Tabel 4 menunjukan hasil uji multikolinearitas dengan perolehan nilai VIF dari X1 adalah 2,130, nilai VIF dari X2 adalah 1,693, nilai VIF dari X3 adalah 2,527 dan nilai VIF dari X4 adalah 2,745. Hasil uji multikolinearitas dapat dilihat dari nilai Variance Inflation Factor (VIF). Dikarenakan seluruh nilai VIF < 10, maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas. Hal ini sesuai dengan pendapat Zahra et al., (2023) yang menyatakan bahwa penyebab terjadinya multikolinearitas yaitu apabila variabel mempunyai nilai tolerance < 0,1 atau nilai VIF > 10, sehingga regresi dengan model yang baik terbebas dari korelasi diantara variabel independen.

Analisis Uji Heteroskedastisitas

Tabel 5 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
Model		B	Std. Error	Beta	t Sig.
1	(Constant)	2.473	1.059		2.336.022
	Produk (X1)	-.050	.062	-.120	-.807.422
	Harga (X2)	-.017	.051	-.044	-.332.741
	Promosi (X3)	.023	.058	.065	.400.690
	Kualitas Pelayanan (X4)	-.012	.079	-.025	-.145.885

Sumber: Data Penelitian Diolah (2024)

Tabel 5 menunjukan hasil uji heteroskedastisitas dengan perolehan nilai Sig. Glejser dari X1 adalah 0,422 > 0,05, nilai Sig. Glejser dari X2 adalah 0,741 > 0,05, nilai Sig. Glejser dari X3 adalah 0,690 > 0,05, dan nilai Sig. Glejser dari X4 adalah 0,885 > 0,05. Diketahui seluruh nilai Sig. Glejser dari masing-masing variabel bebas di atas 0,05, maka disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas

Analisis Uji Regresi Linear Berganda

Berdasarkan Tabel 6 diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut.

$$Y = 1,234 + 0,401X_1 + 0,058X_2 + 0,370X_3 + 0,121X_4 + e$$

Nilai konstanta regresi sebesar 1,234 menunjukkan bahwa jika semua variabel independen bernilai nol, rata-rata nilai kepuasan konsumen adalah 5,264.

Produk (X1): Koefisien 0,401 (positif) menunjukkan setiap peningkatan 1 satuan pada produk meningkatkan kepuasan konsumen sebesar 0,401. Nilai Sig. = 0,000 (< 0,05) berarti signifikan.

Harga (X2): Koefisien 0,058 (positif) menunjukkan peningkatan 1 satuan pada harga meningkatkan kepuasan sebesar 0,058. Namun, nilai Sig. = 0,515 ($> 0,05$) berarti tidak signifikan.

Promosi (X3): Koefisien 0,370 (positif) menunjukkan peningkatan 1 satuan pada promosi meningkatkan kepuasan sebesar 0,370. Nilai Sig. = 0,000 ($< 0,05$) berarti signifikan.

Kualitas Pelayanan (X4): Koefisien 0,121 (positif) menunjukkan peningkatan 1 satuan pada kualitas pelayanan meningkatkan kepuasan sebesar 0,121. Namun, nilai Sig. = 0,382 ($> 0,05$) berarti tidak signifikan.

Tabel 6. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a					
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
	Model	B	Std. Error	Beta	t Sig.
1	(Constant)	1.234	1.837		.672 .503
	Produk (X1)	.401	.107	.355	3.744.000
	Harga (X2)	.058	.089	.055	.653 .515
	Promosi (X3)	.370	.101	.380	3.680.000
	Kualitas Pelayanan (X4)	.121	.138	.095	.879 .382

Sumber: Data Penelitian Diolah (2024)

Uji F

Tabel 7. Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	391.578	4	97.894	35.576	.000 ^b
Residual	261.412	95	2.752		
Total	652.990	99			

Sumber: Data Penelitian Diolah (2024)

Berdasarkan Tabel 7 diketahui nilai F hitung 35,576 dan nilai sig. adalah 0,000. Diketahui nilai F hitung 35,576 $>$ F tabel 2,46 dan nilai sig. adalah 0,000 $<$ 0,05 maka hipotesis H0 ditolak dan hipotesis H1 diterima. Artinya, Terdapat pengaruh simultan yang signifikan dari variabel independen Produk (X1), Harga (X2), Promosi (X3), dan Kualitas Pelayanan (X4) terhadap variabel dependen Kepuasan Konsumen (Y).

Uji t

Tabel 8. Hasil Uji Parsial (Uji t)

Coefficients ^a					
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
	Model	B	Std. Error	Beta	t Sig.
1	(Constant)	1.234	1.837		.672 .503
	Produk (X1)	.401	.107	.355	3.744.000
	Harga (X2)	.058	.089	.055	.653 .515
	Promosi (X3)	.370	.101	.380	3.680.000
	Kualitas Pelayanan (X4)	.121	.138	.095	.879 .382

Sumber: Data Penelitian Diolah, 2024

Berdasarkan hasil uji t pada tabel 8 diketahui:

Produk (X1): Nilai t hitung 3,774 (Sig. 0,000 $<$ 0,05) menunjukkan pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Kualitas produk seperti ukuran, tingkat kemanisan, tekstur, dan kemasan menjadi perhatian utama Indigen Farm.

Harga (X2): Nilai t hitung 0,653 (Sig. 0,515 $>$ 0,05) menunjukkan tidak ada pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Harga perlu ditinjau ulang untuk memastikan sesuai dengan manfaat produk agar konsumen merasa puas.

Promosi (X3): Nilai t hitung 3,680 (Sig. 0,000 $<$ 0,05) menunjukkan pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Promosi efektif membantu konsumen mengenal produk dan membangun kepuasan.

Kualitas Pelayanan (X4): Nilai t hitung 0,879 (Sig. 0,382 > 0,05) menunjukkan tidak ada pengaruh signifikan. Indigen Farm perlu meningkatkan kualitas pelayanan untuk memberikan dampak yang lebih signifikan di masa depan.

Uji Koefisien Determinasi

Tabel 9. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.774 ^a	.600	.583	1.65883

Sumber: Data Penelitian Diolah, 2024.

Tabel uji koefisien determinasi menunjukan bahwa nilai Adjusted R-square sebesar 0,583. Nilai tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel independent (produk, harga, promosi dan kualitas pelayanan) mampu menjelaskan variabel dependen (kepuasan konsumen) sebesar 58,3%, sedangkan sisanya 41,7% dijelaskan variabel lain diluar model.

KESIMPULAN

Merujuk dari hasil analisis pengaruh produk, harga, promosi, dan kualitas pelayanan secara simultan maupun parsial terhadap kepuasan konsumen melon hidroponik di Indigen Farm Yogyakarta, maka dapat disimpulkan bahwa: Hasil analisis uji F menunjukan bahwa variabel Produk, Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen Kepuasan Konsumen. Variabel produk dan promosi secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen melon hidroponik di Indigen Farm. Sedangkan variabel harga dan kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen melon hidroponik Indigen Farm Yogyakarta.

DAFTAR PUSTAKA

- Aldion, R., Hasyim, A. I., & Murniati, K. (2020). Pengaruh bauran pemasaran terhadap loyalitas konsumen buah melon golden (Cucumis Melo L) Di Pt. Mekar Unggul Sari, Bogor, Jawa Barat. *J. Ilmu-Ilmu Agribisnis*. **8**(4): 689-695.
- Amin, N. F., Garancang, S., & Abunawas, K. (2023). Konsep umum populasi dan sampel dalam penelitian. *J. PILAR*. **14**(1):15-31.
- Azzahra, A. H., Hidayat, Y. R., & Budirokhman, D. B. (2023). Analisis kepuasan konsumen pada rantai pasok pangan pendek produk sayur segar di kabupaten cirebon. *J. Ilmiah Ilmu-Ilmu Pertanian*. **17**(2): 81-90.
- Badan Pusat Statistik (2023). Produksi Tanaman Buah-buahan. Badan Pusat Statistik, Jakarta. <https://www.bps.go.id/id/statisticstable/2/NjIjMg%3D%3D/produksi-tanaman-buah-buahan.html>. (diakses tanggal: 7 mei 2024)
- Badan Pusat Statistik Indonesia. (2022). Analisis Profil Penduduk Indonesia, Jakarta. <https://www.bps.go.id/id/publication/2022/06/24/ea52f6a38d3913a5bc557c5f/analisis-profil-penduduk-indonesia.html>. (diakses tanggal: 24 Oktober 2024)
- Darmawan, D. D. D. (2017). Pengaruh kemasan dan harga terhadap keputusan pembelian produk sayuran hidroponik. *J. Agrimas*. **1**(1): 28-37.
- Daryono, B. S., Maryanto, S. D., Nissa, S., & Aristya, G. R. (2016). Analisis kandungan vitamin pada melon (Cucumis melo L.) kultivar melodi gama 1 dan melon komersial. *J. Ilmiah Biologi*. **4**(1): 1-9.
- Dhita, S. G., Mukson, M., & Setiadi, A. (2022). Pengaruh marketing mix 7p terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen produk olahan kopi espresso di Kota Semarang. *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*. **6**(1): 175-188.
- Elvionita, E., Hastuti, D., Wibowo, H., & Subantoro, R. (2022). Analisis tingkat kepuasan konsumen di Agrowisata Purwosari Kecamatan Mijen Kota Semarang. *J. Proceedings Series on Physical & Formal Sciences*. **4** (1): 287-298.

- Handayani, M. T., Kartikasari, R. D., & Fatin, N. H. 2020. Tingkat kepuasan konsumen terhadap atribut buah pepaya di pasar tradisional Kota Surakarta. *J. Ilmiah Agrineca*. **20**(2): 104-111.
- Hardiyanto, A., & Sitohang, S. (2022). Kualitas produk, harga, promosi dan pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan kopi kenangan bp pemuda Surabaya. *J. Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*. **11**(5).
- Husain, T. K., & Amran, F. D. (2022). Analisis kepuasan konsumen terhadap sayuran hidroponik. *J. Manajemen Agribisnis*. **10**(1): 677.
- Kiki Fatma, N., & Soenarto, R. A. (2018). Pengaruh kualitas produk promosi terhadap kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen dalam pembelian produk. *J. Manajemen*. **1**(1).
- Kurniawati, T., Irawan, B., & Prasodjo, A. (2019). Analisis pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan brand image terhadap kepuasan konsumen restoran pizza hut cabang Jember. *J. Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*. **6**(2): 147-151.
- Kusmayadi, R. C. R. (2017). Kontribusi pekerja wanita dalam meningkatkan kesejahteraan keluarga dan proses pengambilan keputusan dalam keluarga. *J. Ekonomi Syariah*. **2**(1): 103-113.
- Lemeshow. (1997). *Besar Sampel Dalam Penelitian Kesehatan*. UGM: Yogyakarta.
- Mahananto, M., Prasetyo, A., & Madiyatama, R. (2023). *Consumer preference analysis of melon (cucumis melo. L) in traditional markets in Karanganyar Regency*. *J. Rural and Urban Community Studies*. **1**(1): 37-42.
- Melina, R., Fernandez, F. E., & Nursan, M. (2024). Analisis kepuasan konsumen terhadap golden melon dengan sistem hidroponik di kawasan agrowisata golden melon Kabupaten Lombok Barat. *J. Agrimansion*. **25**(1): 50-62.
- Nasrulloh, I., & Noor, T. I. (2021). Kepuasan konsumen terhadap atribut sayuran hidroponik casa farm Bandung. *J. Mimbar Agribisnis*. **7**(2) : 1068 - 1083.
- Nasution, S. (2017). Variabel penelitian. *J. Raudhah*. **5**(2): 1–9.
- Nora, S., Yahya, M., Mariana, M., Herawaty, H., & Ramadhani, E. (2020). Teknik budidaya melon hidroponik dengan sistem irigasi tetes (Drip Irrigation). *J. Ilmu Pertanian*. **23**(1): 21-26.
- Nudin, I., Dolorosa, E., & Suharyani, A. (2022). Kepuasan konsumen sayuran hidroponik di kota pontianak: sebuah analisis customer satisfaction index (CSI). *Journal of Social and Agricultural Economics*. **15**(3): 247-256.
- Paramita, M. S., Dania, W. A. P., & Ikasari, D. M. (2017). Penilaian kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan menggunakan metode servqual (service quality) dan six sigma (studi kasus pada “restoran dahlia” Pasuruan). *J. Teknologi dan Manajemen Agroindustri*. **4**(3): 102-115.
- Pratiwi, B. M., Susilowati, D., & Hindarti, S. (2022). Analisis pengaruh bauran pemasaran terhadap kepuasan konsumen sayuran hidroponik di harvest queen hydroponics, Kota Batu. *J. Sosial Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*. **10**(6): 1-10.
- Pravina, T. O., Widiyanti, E., & Permatasari, P. (2023). Analisis keefektifan instagram (@jinawigreens) sebagai media komunikasi pemasaran digital jinawi farm hidroponik Karanganyar. *J. Sosial Ekonomi Pertanian*. **19**(3): 245-258.
- Putriani, N., Adiningsih, D. C., Ubaidillah, G., Fitria, N. A., Ningtyas, F. I., Kartikasari, D. M., & Jamaluddin, J. (2023). Pengembangan sistem hidroponik untuk pertanian berkelanjutan di Desa Cipari. *J. Kampelmas*. **2**(2): 1035-1049.
- Rukajat, A. (2018). *Pendekatan penelitian kuantitatif*. Penerbit Deepublish: Yogyakarta.
- Sabilillah, M., Sitompul, P. S., Narwastu, R., & Shadrina, N. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan toko buah risman di pasar MMTC Medan. *J. Bisnis, Manajemen, dan Ekonomi*. **4**(4): 441-451.
- Sinollah, S., & Khilmi, M. (2022). Pengaruh kualitas produk, harga, dan strategi pemasaran terhadap kepuasan pelanggan di lumbung stroberi Kota Batu. *J. Sketsa Bisnis*. **9**(2): 2014-225.

- Sugiyono. (2022). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D. Penerbit Alfabeta: Bandung.
- Suhardi, Y., Zulkarnaini, Z., Burda, A., Darmawan, A., & Klarisah, A. N. (2022). Pengaruh harga, kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan. *J. STEI Ekonomi*. **31**(02): 31-41.
- Sukestiyarno, Y. L., & Agoestanto, A. (2017). Batasan prasyarat uji normalitas dan uji homogenitas pada model regresi linear. *J. Matematika*. **6**(2): 168-177.
- Sumarni, b. (2019). Perilaku dan karakteristik konsumen dalam membeli sayuran pada pasar modern (giant supermarket) di Kota Makassar. *J. Agribis*. **7**(1): 12-21.
- Talipi, S. B., & Moniaga, V. R. (2018). Kontribusi ibu rumah tangga terhadap pendapatan keluarga (Studi kasus: pengrajin kerawang di Desa Mongolato Kecamatan Telaga Kabupaten Gorontalo). *J. Agri-sosioekonomi*. **14**(1): 271-278.
- Tola, E. C. M. (2020). Faktor-faktor yang mempengaruhi produksi melon golden (Cucumis Melo L) Di Kota Cilegon. *J. Ilmu Pertanian Tirtayasa*. **2**(1): 110-121.
- Vitria, A., Abdurrahim, A., Purboyo, P., GA, G. M., & Wahyuni, A. (2024). Pendampingan penerapan strategi pemasaran produk di Desa Pandahan Kecamatan Bati-Bati Tanah Laut (Usaha Sayur Hidroponik). *J. Pengabdian Cendikia*. **3**(2): 48-52.
- Zahra, F. Z., Heryansah, M. T., Rahma, M. A., & Utami, R. A. (2023). Strategi pemasaran buah melon hidroponik (studi kasus di rasidin veggies house, Kecamatan Patrang, Kabupaten Jember). *J. Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*. **9**(1): 1245-1255.