

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KARAKTERISTIK KONSUMEN
TERHADAP PEMBELIAN SAYURAN HIDROPONIK
(Suatu Survei Terhadap Konsumen Sayuran Hidroponik UPTD Kawasan
Agroeduwisata Cikundul Kota Sukabumi)**

***INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY AND CONSUMER CHARACTERISTICS ON
HYDROPONIC VEGETABLE PURCHASES
(A Survey of Hydroponic Vegetable Consumers UPTD Cikundul Agro-tourism Area,
Sukabumi City)***

**Widhi Handaya^{*1}, Euis Dasipah², Karyana KS²,
Nendah Siti Permana, Dety Sukmawati²**

¹Dinas Ketahanan Pangan, Pertanian dan Perikanan Kota Sukaumi

²Magister Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Winaya Kampus I
Jl. Raya Bandung-Sumedang Km. 29 Tanjungsari, Sumedang 45362

*Email: widhi74handaya@gmail.com

(Diterima 30-11-2022; Disetujui 11-01-2023)

ABSTRAK

Penelitian dilakukan dengan tujuan untuk (1) menganalisis pengaruh kualitas produk dan karakteristik konsumen terhadap pembelian sayuran hidroponik UPTD Kawasan Agroeduwisata Cikundul; (2) menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap pembelian sayuran hidroponik UPTD Kawasan Agroeduwisata Cikundul; (3) menganalisis pengaruh karakteristik konsumen terhadap pembelian sayuran hidroponik UPTD Kawasan Agroeduwisata Cikundul. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei terbatas terhadap konsumen sayuran hidroponik UPTD Kawasan Agroeduwisata Cikundul. Bentuk penelitiannya adalah penelitian verifikasi (eksplanatori). Responden atau sampel penelitian dipilih dengan menggunakan metode *sampling incidental*. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis jalur untuk menguji antar variabel. Kesimpulan hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk dan karakteristik konsumen secara bersama-sama memberikan pengaruh positif nyata terhadap pembelian sayuran hidroponik sebesar 25,7%. Secara parsial faktor kualitas produk memberikan pengaruh positif nyata terhadap pembelian sayuran hidroponik sebesar 9% dan faktor karakteristik konsumen memberikan pengaruh positif nyata terhadap pembelian sayuran hidroponik sebesar 16,7%. Berdasarkan hasil penelitian tersebut disarankan kepada UPTD Kawasan Agroeduwisata Cikundul Kota Sukabumi untuk lebih memperhatikan kualitas produk sayuran hidroponik untuk meningkatkan pembelian.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Karakteristik Konsumen, Pembelian, Sayuran Hidroponik

ABSTRACT

The research was conducted with the aim of (1) analyzing the effect of product quality and consumer characteristics on the purchase of hydroponic vegetables UPTD Kawasan Agroeduwisata Cikundul; (2) analyzing the effect of product quality on the purchase of hydroponic vegetables UPTD Kawasan Agroeduwisata Cikundul; (3) analyzing the effect of consumer characteristics on the purchase of hydroponic vegetables UPTD Kawasan Agroeduwisata Cikundul. The research method used in this research is a limited survey method to consumers of hydroponic vegetables UPTD Kawasan Agroeduwisata Cikundul. The form of the research is verification research (explanatory). Respondents or research samples were selected using the incidental sampling method. The analysis technique used is descriptive analysis and path analysis to test between variables. The conclusion of the research show that product quality and consumer characteristics together have a real positive influence on the purchase of hydroponic vegetables by

25.7%. Partially, the product quality factor gave a real positive influence on the purchase of hydroponic vegetables by 9% and the consumer characteristics factor gave a real positive influence on the purchase of hydroponic vegetables by 16.7%. Based on the results of this study, it is suggested to the UPTD Kawasan Agroeduwisata Cikundul, Sukabumi City to give more attention to the quality of hydroponic vegetable products to increase purchases.

Keywords: Product Quality, Consumer Characteristics, Purchase Hydroponic Vegetables

PENDAHULUAN

Mengonsumsi sayuran menjadikan satu peran yang penting untuk mewujudkan gizi seimbang. Kandungan penting dalam sayuran diantaranya adalah vitamin A, vitamin C, vitamin E, magnesium, seng, kalium, fosfor dan asam folat. Kandungan vitamin dan mineral dalam sayuran memiliki kegunaan sebagai antioksidan atau penangkal senyawa jahat dalam tubuh manusia (PUSDATIN KEMENKES, 2021).

Tingkat konsumsi sayur dan buah masyarakat Indonesia pada tahun 2019 adalah sebesar 244,38 gram perkapita sehari (Badan Ketahanan Pangan, 2020). Tingkat konsumsi ini masih jauh dari batas minimal yang ditetapkan oleh WHO dan Kementerian Kesehatan RI. Batas minimal tingkat konsumsi sayuran dan buah-buahan yang dianjurkan oleh WHO untuk hidup sehat adalah sejumlah 400 gram per orang per hari, yang terdiri atas 250 gram sayur dan 150 gram buah. 250 gram sayur sebanding dengan 2 porsi atau 2 gelas sayur matang dan telah

ditiriskan. Sedangkan 150 gram buah sebanding dengan 3 buah jeruk ukuran sedang atau 1 potong papaya ukuran sedang atau 3 buah pisang ambon ukuran sedang (Kementerian Kesehatan RI, 2016).

Pola pikir dan kecenderungan konsumen saat ini adalah mereka menyadari bahwa mereka membutuhkan sayuran yang baik dan berkualitas. Tidak hanya mementingkan kuantitas, tetapi sisi kebersihan dan tingkat keamanan sayuran yang dikonsumsi sudah mereka perhatikan saat ingin membeli sayuran. Kondisi itu membuat petani harus ekstra kerja keras untuk menghasilkan sayuran dengan kualitas yang benar-benar sesuai dengan harapan dan minat konsumen (Prastio, 2016).

Sayuran hidroponik menjadi alternatif bagi petani untuk menghasilkan sayuran sesuai dengan keinginan konsumen. Sayuran yang dihasilkan dengan sistem budidaya hidroponik memiliki keunggulan yang tidak dimiliki oleh sayuran yang dihasilkan dari lahan pertanian konvensional. Sayuran yang

dihasilkan dengan sistem budidaya hidroponik ditanam tanpa kontak langsung dengan tanah, sehingga hasilnya lebih higienis dan steril. Hal ini disebabkan karena sistem budidaya hidroponik merupakan suatu cara bercocok tanam tanpa menggunakan media tanah. Media tanah pada sistem budidaya hidroponik bisa digantikan dengan menggunakan bahan lainnya yang mengandung unsur hara seperti sabut kelapa atau *cocopeat*, *rock wool*, pasir, pecahan batu atau pecahan batu bata, serbuk kayu, dan lain-lain beserta larutan mineral bernutrisi (Susilawati, 2019).

UPTD Kawasan Agroeduwisata Cikundul Dinas Ketahanan Pangan, Pertanian dan Perikanan Kota Sukabumi merupakan salah satu Unit Pelaksana Teknis Daerah milik Pemerintah Kota Sukabumi yang bertugas untuk mengelola kawasan pertanian seluas 4,5 ha di Kelurahan Cikundul Kecamatan Lembursitu Kota Sukabumi. UPTD Kawasan Agroeduwisata Cikundul juga memiliki 3 fungsi utama, yaitu (1) fungsi pendidikan berbasis wisata agro, (2) fungsi produksi, dan (3) fungsi konservasi. Fungsi produksi menjadikan UPTD Kawasan Agroeduwisata Cikundul sebagai pusat percontohan produksi komoditas hortikultura, perkebunan,

peternakan dan perikanan Dinas Ketahanan Pangan, Pertanian dan Perikanan Kota Sukabumi. Salah satu produksi komoditas hortikultura UPTD Kawasan Agroeduwisata Cikundul adalah sayuran hidroponik. Sebagai produsen, UPTD Kawasan Agroeduwisata Cikundul perlu memahami karakteristik konsumen dalam mengambil keputusan untuk membeli sayuran hidroponik (Indrasari, 2019).

Untuk melakukan proses pemasaran suatu produk, seorang pemasar atau tim pemasaran harus berusaha untuk memahami keinginan dan kebutuhan konsumen. Dalam hal ini juga termasuk harus mengetahui selera konsumen dan metode konsumen dalam mengambil keputusan pembelian sehingga produsen dapat menghasilkan barang dan jasa yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen (Yulianti et al., 2019). Pengetahuan yang luas mengenai konsumen memungkinkan produsen untuk mendapatkan konsumen yang loyal, sehingga mau membeli kembali apa yang ditawarkan oleh produsen (Rahmawati, 2016).

Konsumen sayuran hidroponik sangat memperhatikan kondisi kebersihan sayuran, tingkat kesegaran, warna daun dan ukuran dari sayuran hidroponik yang

lebih baik dibandingkan sayuran yang dihasilkan dari metode budidaya konvensional (Hadianti et al., 2019). Segi higienis menjadi prioritas pertama yang dilihat oleh konsumen untuk memilih dan mengonsumsi sayuran hidroponik (Susilawati, 2019). Konsumen akan mempertimbangkan sayuran yang dapat memenuhi kebutuhan dan juga faktor kepuasan baik dilihat dari aspek tampilan fisik maupun ke higienisan sayurannya sendiri. Dengan demikian, konsumen akan mengindahkan ciri-ciri kualitas produk tersebut dalam proses pembelian sayuran, khususnya sayuran hidroponik (Hadianti et al., 2019).

Selain itu, konsumen juga akan meninjau harga yang ditawarkan oleh produsen sayuran hidroponik itu sendiri. Konsumen belum menjadikan sayuran hidroponik sebagai konsumsi utama karena mempertimbangkan harga sayuran hidroponik yang cenderung lebih tinggi dibandingkan harga sayuran konvensional. Oleh sebab itu, sangat penting produsen sayuran untuk memperdalam informasi pasar terutama mengenai karakteristik konsumen agar bisa diketahui keinginan dan kebutuhan konsumen (Taan, 2017).

Berdasarkan uraian di atas terlihat adanya kaitan antara kualitas produk

sayuran hidroponik yang diinginkan oleh konsumen dan karakteristik konsumen terhadap pembelian sayuran hidroponik. Oleh karena itu, perlu dilaksanakan suatu penelitian dengan tujuan:

1. Untuk menganalisis pengaruh faktor kualitas produk dan karakteristik konsumen terhadap pembelian sayuran hidroponik khususnya sayuran hidroponik produksi UPTD Kawasan Agroeduwisata Cikundul.
2. Untuk menganalisis pengaruh faktor kualitas produk terhadap pembelian sayuran hidroponik, khususnya sayuran hidroponik produksi UPTD Kawasan Agroeduwisata Cikundul.
3. Untuk menganalisis pengaruh faktor karakteristik konsumen terhadap pembelian sayuran hidroponik khususnya sayuran hidroponik produksi UPTD Kawasan Agroeduwisata Cikundul.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian yaitu metode survei yang terbatas terhadap konsumen sayuran hidroponik UPTD Kawasan Agroeduwisata Cikundul. Penelitian ini berbentuk penelitian verifikatif (eksplanatori) yang merupakan suatu penelitian untuk membuktikan hipotesis

berdasarkan verifikasi data dilapangan agar bisa ditarik suatu kesimpulan secara umum.

Dalam penelitian ini digunakan data yang terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dengan cara pengisian kuesioner kepada konsumen sebagai responden. Data sekunder diperoleh dari instansi/lembaga terkait dan studi pustaka yang ada kaitannya dengan penelitian. Responden sebagai sampel ditentukan dengan metode *sampling insidental*.

Lokasi penelitian dilaksanakan di Kota Sukabumi dimana terdapat konsumen yang melakukan pembelian sayuran hidroponik produksi UPTD Kawasan Agroeduwisata Cikundul. Unit analisisnya (subyek) adalah konsumen sayuran hidroponik produksi UPTD Kawasan Agroeduwisata Cikundul, Kota Sukabumi, sedangkan obyek atau variabel pokok penelitian ini adalah kualitas produk; karakteristik konsumen; dan pembelian sayuran hidroponik.

Variabel penelitian terdiri atas tiga variabel, yaitu:

1. Kualitas produk (X_1) merupakan ciri-ciri dan karakteristik suatu produk yang diharapkan dan dibutuhkan oleh konsumen sehingga dapat memuaskan konsumen dengan spesifikasikan yang

ditetapkan. Kualitas produk sayuran hidroponik dinyatakan melalui indikator atribut meliputi mutu produk (higienis dan tanpa pestisida, kesegaran, tampilan daun mulus tanpa adanya cacat akibat serangan hama, tidak rusak patah maupun busuk, serta kesesuaian harga dengan kualitas), ciri produk (tekstur sayuran hidroponik) dan desain produk (fungsi kemasan). Untuk mengukur kualitas produk diadakan sistem penilaian dengan menggunakan teknik skor berdasarkan 5 (lima) kriteria: skor 5 untuk kriteria sangat setuju, skor 4 untuk kriteria setuju, skor 3 untuk kriteria netral, skor 2 untuk kriteria tidak setuju, dan skor 1 untuk kriteria sangat tidak setuju.

2. Karakteristik konsumen (X_2) merupakan beberapa faktor yang dapat mempengaruhi konsumen untuk membuat keputusan konsumen. Karakteristik konsumen yang bisa mempengaruhi konsumen dalam membuat keputusan untuk melakukan pembelian diantaranya adalah: pekerjaan, pendidikan, pendapatan, gaya hidup sehat, dan ukuran keluarga. Untuk mengukur variabel pekerjaan dan tingkat pendidikan dilakukan dengan menggunakan skala ordinal dan kemudian diubah ke skala

interval. Sedangkan untuk mengukur variabel pendapatan dan ukuran keluarga dilaksanakan sistem penilaian dengan menggunakan teknik skor berdasarkan 5 (lima) kriteria: skor 5 untuk kriteria sangat baik, skor 4 untuk kriteria baik, skor 3 untuk kriteria cukup, skor 2 untuk kriteria rendah, dan skor 1 untuk kriteria sangat rendah. Untuk variabel gaya hidup sehat, dilakukan pengukuran dengan melakukan penilaian tingkat konsumsi sayuran menggunakan teknik skor berdasarkan 5 (lima) tingkat skor: 5 untuk kriteria sangat baik, skor 4 untuk kriteria baik, skor 3 untuk kriteria cukup, skor 2 untuk kriteria kurang, dan skor 1 untuk kriteria sangat kurang.

3. Variabel pembelian sayuran hidroponik (Y), dinyatakan dengan dimensi: tingkat pembelian sayuran hidroponik, tingkat kepuasan atas kualitas produk sayuran hidroponik dan ketersediaan responden untuk melakukan pembelian ulang. Untuk mengukur variabel tingkat pembelian sayuran hidroponik diadakan sistem penilaian dengan menggunakan teknik skor berdasarkan 5 (lima) kriteria: skor 5 untuk kriteria sangat baik, skor 4 untuk kriteria baik, skor 3 untuk

kriteria cukup, skor 2 untuk kriteria rendah, dan skor 1 untuk kriteria sangat rendah. Untuk variabel tingkat kepuasan atas kualitas produk sayuran hidroponik dilaksanakan penilaian dengan menggunakan teknik skor berdasarkan 5 (lima) tingkat: skor 5 untuk kriteria sangat puas, skor 4 untuk kriteria puas, skor 3 untuk kriteria ragu-ragu, skor 2 untuk kriteria tidak puas, dan skor 1 untuk kriteria sangat tidak puas. Sedangkan untuk mengukur ketersediaan responden untuk melakukan pembelian ulang dilakukan sistem penilaian dengan menggunakan teknik skor berdasarkan 5 (lima) kriteria: skor 5 untuk kriteria sangat bersedia, skor 4 untuk kriteria bersedia, skor 3 untuk kriteria ragu-ragu, skor 2 untuk kriteria tidak bersedia, dan skor 1 untuk kriteria sangat tidak bersedia.

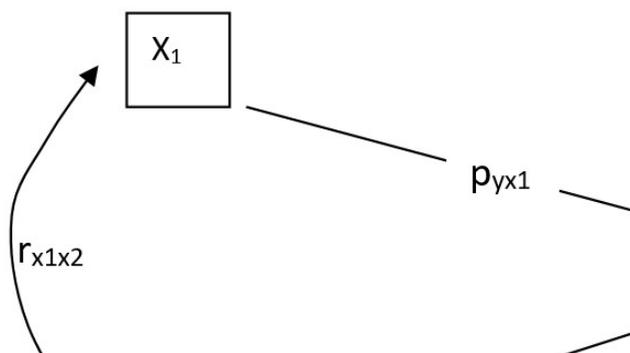
Teknik analisis data yang dilakukan menggunakan metode analisis jalur. Analisis jalur merupakan pengembangan dari regresi berganda. Perbedaan regresi berganda dengan analisis jalur yaitu regresi berganda hanya bisa menghitung pengaruh langsung, sedangkan analisis jalur bisa menghitung pengaruh langsung sekaligus pengaruh tidak langsung. Dengan menggunakan analisis jalur dapat

dilakukan perhitungan besarnya hubungan kausal antara variabel kualitas produk (X_1) dan variabel karakteristik konsumen (X_2) terhadap variabel pembelian sayuran hidroponik (Y), dan hirarki masing-masing variabel baik berupa hubungan langsung maupun tidak langsung.

Untuk melakukan analisis jalur perlu dibuat terlebih dahulu langkah-langkah sebagai berikut (Sarwono, 2011):

1. Membuat diagram jalur

Hubungan kausal antara variabel Kualitas Produk (X_1); Karakteristik Konsumen (X_2), dan Pembelian Sayuran Hidroponik (Y) digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1 Hubungan Kausal Antara Variabel X_1 , X_2 , dan Y

2. Membuat persamaan structural

Persamaan strukturalnya adalah:

$$Y = p_{yx1} X_1 + p_{yx2} X_2 + \epsilon$$

Keterangan:

Variabel eksogen : X_1 dan X_2

Variabel endogen : Y

Y : Pembelian Sayuran Hidroponik (skor)

X_1 : Kualitas Produk (skor)

X_2 : Karakteristik Konsumen (skor)

ϵ : Pengaruh faktor lain

Uji Korelasi

Hipotesis: Kualitas Produk berkorelasi positif nyata dengan

karakteristik konsumen. Pernyataan hipotesis statistiknya sebagai berikut:

- $H_0 : r_{X_1X_2} = 0$ Kualitas produk tidak berkorelasi dengan karakteristik konsumen.
- $H_1 : r_{X_1X_2} \neq 0$ Kualitas produk berkorelasi dengan karakteristik konsumen.

Rumus Uji Statistika:

$$r = \frac{N \sum_{i=1}^N X_{1i} X_{2i} - \left(\sum_{i=1}^N X_{1i} \right) \left(\sum_{i=1}^N X_{2i} \right)}{\sqrt{\left[N \sum_{i=1}^N X_{1i}^2 - \left(\sum_{i=1}^N X_{1i} \right)^2 \right] \left[N \sum_{i=1}^N X_{2i}^2 - \left(\sum_{i=1}^N X_{2i} \right)^2 \right]}}$$

Dasar keputusan, yaitu:

- Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka terima H_1 atau tolak H_0 ; Kualitas produk

berkorelasi dengan karakteristik konsumen

- Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka terima H_1 atau tolak H_0 ; Kualitas produk tidak berkorelasi dengan karakteristik konsumen.

Uji Hipotesis 1

Hipotesis 1: Kualitas produk dan karakteristik konsumen berpengaruh positif nyata terhadap pembelian sayuran hidroponik. Hipotesis statistiknya dinyatakan sebagai berikut:

- $H_0: b_i = 0$, Kualitas produk dan karakteristik konsumen berpengaruh positif tidak nyata terhadap pembelian sayuran hidroponik.
- $H_1: b_i \neq 0$, Kualitas produk dan karakteristik konsumen berpengaruh positif nyata terhadap pembelian sayuran hidroponik.

Statistika uji dengan menggunakan uji F dengan rumus sebagai berikut:

$$F_{hit} = \frac{(n-k-1)R_{yx}^2}{k(1-R_{yx}^2)}$$

Rumus untuk mencari $F_{tabel} = F(k; n-k)$ tingkat kesalahan $\alpha = 5\%$

Kaidah keputusan:

- Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$: tolak H_0 dan terima H_1 , Kesimpulan: Kualitas produk dan karakteristik konsumen berpengaruh positif nyata terhadap pembelian sayuran hidroponik

- Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$: terima H_0 dan tolak H_1 , Kesimpulan: Kualitas produk dan karakteristik konsumen berpengaruh positif tidak nyata terhadap pembelian sayuran hidroponik

Uji Hipotesis 2

Hipotesis 2: Kualitas produk berpengaruh positif nyata terhadap pembelian sayuran hidroponik. Hipotesis statistiknya dinyatakan sebagai berikut:

- $H_0: \rho_{yxi} = 0$ Kualitas produk berpengaruh positif tidak nyata terhadap pembelian sayuran hidroponik.
- $H_1: \rho_{yxi} \neq 0$ Kualitas produk berpengaruh positif nyata terhadap pembelian sayuran hidroponik.

Statistika uji yang digunakan adalah:

$$t_{hit} = \frac{b_i}{S_{b_i}}$$

Rumus untuk mencari $t_{tabel} = t(\alpha/2; n-k)$
 $\alpha =$ tingkat kesalahan 5 %

Daerah kritis : $t < t(\alpha/2; n-k)$ dan $t > t(\alpha/2, n-k)$

Kaidah keputusan:

- Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ tolak H_0 yang berarti Kesimpulan: Kualitas produk berpengaruh positif nyata terhadap pembelian sayuran hidroponik.
- Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ terima H_0 yang berarti Kesimpulan : Kualitas produk berpengaruh positif tidak nyata

terhadap pembelian sayuran hidroponik

Uji Hipotesis 3

Hipotesis 3: Karakteristik konsumen berpengaruh positif nyata terhadap pembelian sayuran hidroponik. Hipotesis statistiknya dinyatakan sebagai berikut:

- $H_0 : \rho_{yxi} = 0$ Karakteristik konsumen berpengaruh positif tidak nyata terhadap pembelian sayuran hidroponik
- $H_1 : \rho_{yxi} \neq 0$ Karakteristik konsumen berpengaruh positif nyata terhadap pembelian sayuran hidroponik.

Statistika uji yang digunakan adalah:

$$t_{hit} = \frac{b_i}{S_{b_i}}$$

Rumus untuk mencari $t_{tabel} = t(\alpha/2 : n - k)$ $\alpha =$ tingkat kesalahan 5 %

Daerah kritis : $t < t(\alpha/2 : n-k)$ dan $t > t(\alpha/2, n-k)$

Kriteria:

- Jika $t_{hit} > t_{tabel}$ tolak H_0 yang berarti Kesimpulan: Karakteristik konsumen berpengaruh positif nyata terhadap pembelian sayuran hidroponik.
- Jika $t_{hit} \leq t_{tabel}$ terima H_0 yang berarti Kesimpulan: Karakteristik konsumen berpengaruh positif tidak nyata terhadap pembelian sayuran hidroponik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Keadaan Umum Responden

Dalam penelitian ini responden adalah konsumen sayuran hidroponik UPTD Kawasan Agroeduwisata Cikundul Kota Sukabumi sebanyak 75 orang. Dalam penelitian ini, profil responden dikelompokan berdasarkan jenis kelamin, usia, status pernikahan, jenis pekerjaan/profesi, ukuran keluarga dan besar rata-rata pendapatan per bulan (Tabel 1).

Tabel 1. Keadaan Umum Responden

No.	Karakteristik	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1.	Jenis Kelamin		
	Laki-laki	3	4
	Perempuan	72	96
2.	Usia (tahun)		
	56 tahun ke atas	1	1
	46 – 55	2	3
	36 – 45	23	31
	26 – 35	43	57
	16 - 25	6	8
3.	Status Pernikahan		
	Belum menikah	10	14
	Menikah	61	81
	Tidak Menikah (Cerai)	4	5

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KARAKTERISTIK KONSUMEN
TERHADAP PEMBELIAN SAYURAN HIDROPONIK
Widhi Handaya, Euis Dasipah, Karyana KS, Nendah Siti Permana, Dety Sukmawati

4.	Pendidikan		
	Pascasarjana	1	1
	Sarjana/Diploma IV	20	27
	Diploma III	3	4
	SLTA	41	55
	SLTP	16	13
5.	Jenis Pekerjaan/Profesi		
	Pengusaha/Wirausaha	7	9
	Profesional (Guru)	10	13
	Pegawai Pemerintah (ASN/TNI/Polri)	5	7
	Karyawan Swasta	37	50
	Lainnya (Ibu Rumah Tangga)	16	21
6.	Ukuran Keluarga		
	Beranggota lebih dari 5 orang	6	8
	Beranggota 5 orang	13	17
	Beranggota 4 orang	9	12
	Beranggota 3 orang	36	48
	Beranggota 2 orang ke bawah	11	15
7.	Pendapatan		
	Lebih dari 7 juta rupiah	3	4
	Lebih dari 5 juta rupiah s.d 7 juta rupiah	14	19
	Lebih dari 3 juta rupiah s.d 5 juta rupiah	5	7
	1 juta rupiah s.d 3 juta rupiah	42	56
	Di bawah 1 juta rupiah	11	14

Sumber: hasil pengolahan data 2022

Keragaan Kualitas Produk

Kualitas produk merupakan ciri-ciri dan karakteristik suatu produk yang diharapkan dan dibutuhkan oleh konsumen sehingga dapat memuaskan konsumen dengan spesifikasi yang ditetapkan (Indrasari, 2019). Variabel kualitas produk ialah salah satu variabel yang menjadi pertimbangan konsumen untuk melakukan pembelian. Dalam penelitian ini variabel kualitas produk dinyatakan dengan beberapa dimensi, yaitu: (1) Sayuran hidroponik higienis tanpa pestisida (X1.1); (2) Sayuran hidroponik memiliki tampilan daun mulus tanpa adanya cacat akibat serangan hama (X1.2); (3) Sayuran hidroponik tidak rusak, patah maupun busuk (X1.3); (4) Kesegaran sayuran hidroponik (X1.4); (5) Kesesuaian harga sayuran hidroponik dengan kualitas

(X1.5); (6) Tekstur rasa sayuran hidroponik (X1.6) dan (7) Fungsi kemasan sayuran hidroponik (X1.7). Tanggapan responden terhadap variabel kualitas produk ditampilkan dalam Tabel 2.

Berdasarkan Tabel 2 secara umum keragaan variabel kualitas produk memiliki tingkat capaian skor 82,9 % dengan kategori nilai skor sangat baik. Capaian skor ini bisa memberikan gambaran bahwa dimensi kualitas produk lainnya seperti sayuran hidroponik memiliki tampilan daun mulus tanpa adanya cacat akibat serangan hama; sayuran hidroponik tidak rusak, patah maupun busuk; kesesuaian harga sayuran hidroponik dengan kualitas; tekstur rasa sayuran hidroponik; dan fungsi kemasan

sayuran hidroponik memberikan pengaruh terhadap pembelian sayuran hidroponik dengan sangat baik. Pendapat tersebut disetujui oleh Novanda (2020)

yang mengungkapkan bahwa faktor yang berpengaruh terhadap pembelian sayuran hidroponik adalah mutu atau kualitas produk.

Tabel 2. Keragaan Kualitas Produk

No	Dimensi	Skor					Skor Capaian	Skor Harapan	Tingkat Capaian
		1	2	3	4	5			
1.	Sayuran hidroponik higienis tanpa pestisida	0	0	18	164	140	322	375	85,9 %
2.	Sayuran hidroponik memiliki tampilan daun mulus tanpa adanya cacat akibat serangan hama	0	8	30	160	105	303	375	80,8 %
3.	Sayuran hidroponik tidak rusak, patah maupun busuk	0	2	30	184	90	306	375	81,6 %
4.	Kesegaran sayuran hidroponik	0	0	15	164	145	324	375	86,4 %
5.	Kesesuaian harga sayuran hidroponik dengan kualitas	0	0	15	208	90	313	375	83,5 %
6.	Tekstur rasa sayuran hidroponik	2	2	36	180	75	295	375	78,7 %
7.	Fungsi kemasan sayuran hidroponik	0	0	21	196	95	312	375	83,2 %
Jumlah							2.175	2.265	82,9 %

Sumber: hasil pengolahan data 2022

Demikian juga penelitian Chrysanthini et al. (2017) menyatakan dengan jelas bahwa pertimbangan utama konsumen membeli sayuran hidroponik adalah kualitas produk dan manfaat kesehatan. Namun demikian, berdasarkan analisis jalur faktor kualitas produk hanya memberikan pengaruh sebesar 9% terhadap pembelian sayuran hidroponik. Penyebab hal tersebut karena ada beberapa faktor lain yang tidak dimasukkan kedalam penelitian seperti jenis sayuran hidroponik yang disukai konsumen, ukuran kemasan dan harga jual yang sesuai dengan minat konsumen,

kemudahan atau kesulitan untuk mendapatkan sayuran hidroponik, strategi pemasaran sayuran hidroponik dan lain-lain.

Dimensi kesegaran sayuran hidroponik memberikan tingkat capaian skor paling tinggi diantara dimensi variabel kualitas produk lainnya sebesar 86,4 % dengan kategori nilai skor sangat baik. Dengan tingkat capaian skor tersebut bisa menyatakan bahwa konsumen lebih menyukai sayuran hidroponik yang segar. Hampir serupa dengan penelitian Febrianti et al. (2019) yang mengungkapkan bahwa konsumen

lebih menyukai sayuran hidroponik dengan kesegaran kurang dari 3 hari setelah panen. Yasmin et al. (2017) juga berpendapat bahwa peringkat pertama yang diperhatikan konsumen dalam pembelian sayuran hidroponik adalah kesegaran sayuran.

Peringkat kedua tertinggi tingkat capaian skor yaitu dimensi sayuran hidroponik higienis tanpa pestisida sebesar 85,9 % dengan kategori nilai skor sangat baik. Hasil ini sama penelitian Hadiani et al. (2019) yang menyatakan bahwa sebagian besar konsumen setuju sayuran hidroponik higienis tanpa pestisida.

Tabel 3. Keragaan Karakteristik Konsumen

No	Dimensi	Skor					Skor Capaian	Skor Harapan	Tingkat Capaian
		1	2	3	4	5			
1.	Pekerjaan	16	74	15	40	35	180	375	48 %
2.	Pendidikan	10	82	9	80	5	186	375	49,6 %
3.	Pendapatan	11	84	15	56	15	181	375	48.3 %
4.	Gaya hidup sehat	7	74	36	48	35	200	375	53,3 %
5.	Ukuran keluarga	30	52	27	72	11	192	375	51,2 %
Jumlah							939	1.875	50 %

Sumber: hasil pengolahan data 2022

Berdasarkan Tabel 3 gaya hidup sehat memberikan tingkat capaian skor paling tinggi diantara dimensi karakteristik konsumen lainnya yaitu sebesar 53,3% dengan kategori nilai skor cukup. Dengan tingkat capaian skor tersebut bisa diartikan bahwa sebagian responden cukup mengikuti gaya hidup sehat dengan indikator mengonsumsi sayuran lebih dari 3 kali dalam waktu

Keragaan Karakteristik Konsumen

Karakteristik konsumen merupakan beberapa faktor yang dapat mempengaruhi konsumen untuk membuat keputusan konsumen. Dengan demikian variabel karakteristik konsumen dapat menjadi satu variabel yang mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian. Dalam penelitian ini variabel karakteristik konsumen dinyatakan dengan beberapa dimensi yaitu : (1) Pekerjaan (X2.1); (2) Pendidikan (X2.2); (3) Pendapatan (X2.3); (4) Gaya hidup sehat (X2.4); dan (5) Ukuran keluarga (X2.5). Jawaban responden terhadap variabel karakteristik konsumen ditampilkan pada tabel 3.

seminggu. Tingkat konsumsi sayuran bisa mempengaruhi pembelian sayuran hidroponik. Widayati et al. (2020) dalam penelitiannya menyatakan bahwa pembelian sayuran hidroponik tidak dipengaruhi secara signifikan oleh gaya hidup sehat. Hal tersebut disebabkan karena dalam penelitian tersebut gaya hidup sehat diukur dengan beberapa indikator seperti tidak merokok, tidak

minum minuman beralkohol, aktif berolahraga atau melakukan aktifitas fisik, serta mengonsumsi makanan berserat tinggi yang terdiri atas sayur dan buah.

Secara umum keragaan karakteristik konsumen memiliki tingkat capaian skor sebesar 50% dengan kategori nilai skor cukup. Tingkat capaian skor tersebut bisa menyatakan bahwa dimensi pekerjaan, pendidikan, pendapatan dan ukuran keluarga cukup mempengaruhi pembelian sayuran hidroponik. Berdasarkan keadaan umum responden terlihat bahwa 96% responden berjenis kelamin perempuan dan 4% berjenis kelamin pria. Menurut Putri

(2017), perempuan dan pekerjaannya sebagai ibu rumah tangga memiliki peran dominan dalam pengambilan keputusan terkait pembelian kebutuhan.

Keragaan Pembelian Sayuran Hidroponik

Dalam penelitian ini dilakukan pengukuran variabel pembelian sayuran hidroponik dengan menggunakan 3 (tiga) dimensi, yaitu: (1) Tingkat pembelian sayuran hidroponik (Y1); (2) Tingkat kepuasan terhadap kualitas sayuran hidroponik (Y2); dan (3) Bersedia untuk melakukan pembelian ulang (Y3). Tanggapan responden terhadap variabel pembelian sayuran hidroponik ditampilkan pada tabel 4.

Tabel 4. Keragaan Pembelian Sayuran Hidroponik

No	Dimensi	Skor					Skor Capaian	Skor Harapan	Tingkat Capaian
		1	2	3	4	5			
1.	Tingkat pembelian sayuran hidroponik	7	36	69	52	70	234	375	62,4 %
2.	Tingkat kepuasan terhadap kualitas sayuran hidroponik	2	18	51	120	85	276	375	73,6 %
3.	Bersedia untuk melakukan pembelian ulang	3	18	54	144	45	264	375	70,4 %
Jumlah							774	1125	68,8 %

Sumber: hasil pengolahan data 2022

Hasil Uji Korelasi Kualitas Produk dan Karakteristik Konsumen

Dalam uji korelasi kriteria dasar keputusan yang digunakan adalah bila nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 dan nilai *Pearson Correlation* lebih besar dari r_{tabel} dapat diambil kesimpulan bahwa kedua variabel memiliki korelasi, dan sebaliknya

bila nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 dan nilai *Pearson Correlation* lebih kecil dari r_{tabel} dapat disimpulkan bahwa kedua variabel tidak memiliki korelasi. Berikut ini hasil uji korelasi variabel kualitas produk dan karakteristik konsumen. Nilai r_{tabel} untuk jumlah responden sebesar 75 orang dengan 2 variabel bebas dan signifikansi 0,05 adalah

0,227. Nilai *Pearson Correlation* hasil uji sebesar $-0,041$ lebih kecil dari r_{tabel} dan nilai signifikansi sebesar $0,729$ lebih besar dari $0,05$, berarti variabel kualitas produk (X1) tidak memiliki korelasi dengan variabel karakteristik konsumen (X2).

Hasil Uji Hipotesis 1

Berdasarkan hasil uji (Tabel. 6) terlihat bahwa nilai *R Square* sebesar $0,257$ dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pengaruh variabel kualitas produk dan karakteristik konsumen secara simultan terhadap pembelian sayuran hidroponik sebesar $25,7\%$ dan sebesar $74,3\%$ dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak dimasukkan ke dalam penelitian.

Uji pengaruh simultan digunakan untuk menganalisis hipotesis variabel kualitas produk (X1) dan variabel karakteristik konsumen (X2) berpengaruh positif nyata terhadap variabel pembelian sayuran hidroponik (Y). Dasar keputusan yang dipergunakan dalam uji ini adalah: Jika $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ tolak H_0 dan terima H_1 yang berarti kualitas produk (X1) dan karakteristik konsumen (X2) berpengaruh positif nyata terhadap pembelian sayuran hidroponik (Y).

Jika $F_{\text{hitung}} < F_{\text{tabel}}$ terima H_0 dan tolak H_1 yang berarti kualitas produk (X1) dan karakteristik konsumen (X2) berpengaruh positif tidak nyata terhadap pembelian sayuran hidroponik (Y). Nilai F_{hitung} sebesar $12,431$. Nilai F_{tabel} untuk responden sebanyak 75 orang dan 2 variabel bebas adalah $3,124$. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa

variabel kualitas produk (X1) dan karakteristik konsumen (X2) berpengaruh positif nyata terhadap variabel pembelian sayuran hidroponik (Y).

Uji Hipotesis 2

Uji hipotesis 2 dilakukan secara parsial untuk menganalisis hipotesis variabel kualitas produk (X1) berpengaruh positif nyata terhadap variabel pembelian sayuran hidroponik (Y). Nilai t_{hitung} variabel kualitas produk sebesar $3,025$. Nilai t_{tabel} untuk responden sebanyak 75 orang dengan 2 variabel bebas dan nilai signifikansi $0,05$ adalah $1,993$. Jadi dapat diambil kesimpulan bahwa variabel kualitas produk (X1) berpengaruh positif nyata terhadap variabel pembelian sayuran hidroponik (Y).

Dengan melihat hasil uji statistik pada tabel koefisien bahwa nilai signifikansi kualitas produk lebih kecil dari $0,05$ sehingga dapat dikatakan memiliki pengaruh secara signifikan terhadap pembelian sayuran hidroponik dengan besar pengaruh sebesar $0,308$.

Uji Hipotesis 3

Uji hipotesis 3 dilakukan secara parsial untuk menganalisis hipotesis variabel karakteristik konsumen (X2) berpengaruh terhadap variabel pembelian sayuran hidroponik (Y). Dari Tabel 8 terlihat nilai t_{hitung} variabel karakteristik konsumen sebesar $4,083$. Nilai t_{tabel} untuk responden sebanyak 75 orang dengan 2 variabel bebas dan nilai signifikansi $0,05$ adalah $1,993$. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa variabel

karakteristik konsumen (X2) berpengaruh positif nyata terhadap variabel pembelian sayuran hidroponik (Y).

Hasil uji statistik pada Tabel 5 menyatakan nilai signifikansi karakteristik konsumen lebih kecil dari 0,05 dengan demikian karakteristik konsumen memiliki pengaruh secara signifikan terhadap pembelian sayuran hidroponik dengan besar pengaruh sebesar 0,415.

Untuk tahap selanjutnya berdasarkan hasil analisis jalur maka akan diperoleh koefisien jalur untuk variabel kualitas produk dan karakteristik konsumen sehingga dapat diketahui pengaruh (kontribusi) total yang terdiri atas pengaruh langsung dan pengaruh tidak langsung. Besarnya pengaruh variabel kualitas produk dan karakteristik konsumen dapat dilihat pada tabel 5.

Tabel 5. Tabel Analisa Pengaruh Variabel Kualitas Produk (X1) dan Karakteristik Konsumen (X2) terhadap Pembelian Sayuran Hidroponik (Y)

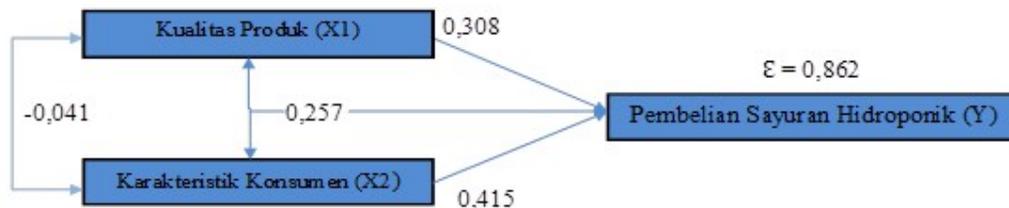
Variabel	Koefisien Jalur	Pengaruh Langsung	Pengaruh Tidak Langsung X1	X2	Sub Total Pengaruh
Kualitas Produk (X1)	0,308	0,095	-	-0,005	0,09
Karakteristik Konsumen (X2)	0,415	0,172	-0,005	-	0,167
Total Pengaruh					0,257
Pengaruh Variabel Lainnya					0,862

Sumber: hasil pengolahan data 2022

Dengan melihat tabel di atas maka persamaan struktural hasil analisis jalur tersusun seperti terlihat pada gambar 2.

$$Y = 0,308 X_1 + 0,415 X_2 + 0,862$$

Dengan diagram jalurnya ditampilkan pada gambar 2.



Gambar 2. Diagram Jalur Pengaruh Kualitas Produk dan Karakteristik Konsumen terhadap Pembelian Sayuran Hidroponik

Faktor kualitas produk dan karakteristik konsumen secara serempak memberikan pengaruh positif nyata terhadap pembelian sayuran hidroponik sebesar 25,7%. Faktor karakteristik konsumen memberikan pengaruh sebesar 16,7%. Menurut Indrasari (2019), muara

dari pemasaran adalah untuk memberi kepuasan dan memenuhi kebutuhan konsumen. Karena konsumen merupakan individu, kelompok atau organisasi yang sangat kompleks maka diperlukan untuk mengetahui perilaku dan karakteristik konsumen (Dwiastuti et al., 2012).

Senada dengan pendapat Kotler & Keller (2016) bahwa perilaku konsumen untuk melakukan pembelian dipengaruhi oleh karakteristik konsumen, sosial dan budaya.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Dengan meninjau pada hasil dan pembahasan yang telah dikemukakan, maka terdapat beberapa kesimpulan yang bisa diambil, yaitu:

1. Faktor kualitas produk dan karakteristik konsumen secara simultan memberikan pengaruh positif nyata terhadap keputusan pembelian sayuran hidroponik sebesar 25,7%.
2. Faktor kualitas produk memberikan pengaruh positif nyata terhadap pembelian sayuran hidroponik sebesar 9%.
3. Faktor karakteristik konsumen memberikan pengaruh positif nyata terhadap pembelian sayuran hidroponik sebesar 16,7%.
4. Kualitas produk sayuran hidroponik yang diinginkan oleh konsumen adalah sayuran hidroponik harus higienis tanpa pestisida; mulus tanpa cacat serangan hama; tidak rusak, patah maupun busuk; segar; harga

sesuai kualitas, dan dikemas untuk mempertahankan dan melindungi kualitas sayuran hidroponik

5. Karakteristik konsumen sayuran hidroponik UPTD Kawasan Agroeduwisata Cikundul Kota Sukabumi terdiri atas: 50% bekerja sebagai karyawan swasta; 55% lulusan SLTA; 56% memiliki pendapatan rata-rata per bulan dalam rentang antara 1 juta rupiah s.d 3 juta rupiah; 50% kurang mengikuti gaya hidup sehat, serta 48% memiliki keluarga dengan ukuran 3 anggota keluarga.

Saran

1. Diharapkan UPTD Kawasan Agroeduwisata Cikundul lebih memperhatikan kualitas produk sayuran hidroponik untuk meningkatkan pembelian sayuran hidroponik oleh konsumen.
2. Diharapkan lebih lanjut untuk melakukan penelitian tentang ukuran kemasan dan harga jual yang sesuai dengan minat konsumen, kemudahan atau kesulitan untuk mendapatkan sayuran hidroponik, strategi pemasaran sayuran hidroponik dan lain-lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Ketahanan Pangan. (2020). Direktori Konsumsi Pangan Seri 20 Revisi.
- Chrysanthini, B., Sumarwan, U., & Rifin, A. (2017). Preferensi Konsumen terhadap Produk Sayuran Organik (Studi Kasus Konsumen UD Fabela-Myfarm) di Bogor Jawa Barat. *MANAJEMEN IKM: Jurnal Manajemen Pengembangan Industri Kecil Menengah*, 12(2), 151. <https://doi.org/10.29244/mikm.12.2.151-160>
- Dwiastuti, R., Shinta, A., & Isaskar, R. (2012). Ilmu Perilaku Konsumen. In Tim UB Press (Ed.), *Universitas Brawijaya Press (UB Press)*. UB Press. <http://www.mendeley.com/import/>
- Febrianti, T., Tsani, A., & Milla, A. N. (2019). Analisis Preferensi Konsumen terhadap Sayuran Hidroponik di Kota Sukabumi. *Jurnal Ilmiah Pertanian*, 7(1), 9–15. <https://doi.org/ISSN 2598-0327>
- Hadianti, I., Noor, T. I., & Yusuf, M. N. (2019). Persepsi Konsumen Terhadap Atribut Sayuran Hidroponik (Suatu Kasus pada Konsumen Sayuran Hidroponik saat Car Free Day (CFD) Kabupaten Ciamis). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh*, 6(3), 470. <https://doi.org/10.25157/jimag.v6i3.2463>
- Indrasari, M. (2019). Pemasaran & Kepuasan Pelanggan. In *Unitomo Press (1st ed., Vol. 1, Issue 10)*. Unitomo Press.
- Kementerian Kesehatan RI. (2016). *INFODATIN Pusat Data dan Informasi Konsumsi Makanan Penduduk Indonesia* (pp. 2–7).
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management. In Boletín cultural e informativo - Consejo General de Colegios Medicos de España (15th ed., Vol. 22)*. Pearson Education, Inc.
- Novanda, R. R. (2020). Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Sayuran Organik Di Kota Bengkulu. *Jurnal Agribest*, 4(2), 94–100.
- PUSDATIN KEMENKES. (2021). Pusat Data dan Informasi - Kementerian Kesehatan Republik Indonesia. Kementerian Kesehatan Republik Indonesia.
- Prastio, U. (2016). Bertanam Sayuran secara Hidroponik di Pekarangan. AgroMedia Pustaka.
- Putri, T. (2017). Analisis Preferensi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Abon Ikan Tuna. In Universitas Hasanuddin. Universitas Hasanuddin.
- Rahmawati. (2016). Manajemen Pemasaran. In T. Fitriastuti & Kiswanto (Eds.), *University Mulawarman*.
- Sarwono, J. (2011). *Get to know the path of Analysis: History, Understanding, and Application, Scientific Journal of Business Management*. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis*, 11(2), 285–296.
- Susilawati. (2019). Dasar – Dasar Bertanam Secara Hidroponik (1st ed.). *Unsri Press*.
- Taan, H. (2017). Perilaku Konsumen Dalam Berbelanja. Zahir Publishing.
- Widayati, A., Fenty, F., Linawati, Y., & Christasani, P. D. (2020). Pengetahuan dan Profil Gaya Hidup Sehat pada Orang Dewasa di Pedesaan di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Indonesian Journal of Clinical Pharmacy*, 9(2), 118. <https://doi.org/10.15416/ijcp.2020.9.2.118>
- Yasmin, T. ., Prastiwi, W. ., & Handayani, M. (2017). Analisis

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KARAKTERISTIK KONSUMEN
TERHADAP PEMBELIAN SAYURAN HIDROPONIK
Widhi Handaya, Euis Dasipah, Karyana KS, Nendah Siti Permana, Dety Sukmawati

Konjoin Preferensi Konsumen
Sayuran Hidroponik Agrofarm
Bandungan Kabupaten Semarang.
4, 9–15.

Yulianti, F., Lamsah, & Periyadi. (2019).
Manajemen Pemasaran. In *Book*
(Issue Desember). Deepublish.