

ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN SAYUR HIDROPONIK (STUDI KASUS POJOK HIDROPONIK KECAMATAN NGUNUT KABUPATEN TULUNGAGUNG)

M. Sholahuddin Fawwaz¹, Noerhadi Sudjoni², Dwi Susilowati²

¹Mahasiswa Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Islam Malang

Email : fawwaz.aot87@gmail.com

²Dosen Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Islam Malang Email

: mns@unisma.ac.id Email : dwi_s@unisma.ac.id

Abstract

The hirodponic farming system comes from the Greek, namely hydro which means water and ponics which means working power or power. The concept of back to nature also indirectly influences the consumption pattern of the Indonesian people by choosing healthy and nutritious foods, one of which is by consuming vegetables. The factors that influence the purchase decision of hydroponic vegetables must be considered by hydroponic vegetable business actors, because by looking at several factors that influence the purchase of producers, they can attract as many consumers as possible and can dominate the existing market. The aims of this study were 1) to determine the characteristics of consumers of hydroponic vegetables in the Hydroponic Corner, Kec. Ngunut Kab. Tulungagung 2) Analyzing the factors that influence consumer decisions in buying hydroponic vegetables in the Hydroponic Corner, Ngunut District, Tulungagung Regency. To find out the factors for buying the right hydroponic vegetables. The data collection method used primary data and secondary data. For data analysis using Logit Regression Model analysis. The results showed that based on the Logit Regression Model analysis there were 4 variables that had a significant effect, namely price with a significance value of 0.055, quality with a significance value of 0.10, income with a significance value of 0.42, tastes with a significance value of 0.56 and two variables that has no effect, namely lifestyle with a significance value of 0.140 and education with a significance value of 0.442.

Keywords: Hidroponic Vegetables , Logit, significant.

Abstrak

System pertanian hidrodponik yaitu berasal dari Bahasa yunani, yaitu *hydro* yang berarti air dan *ponics* yang berarti bekerja tenaga atau daya. Konsep *back to nature* secara tidak langsung juga memengaruhi pola konsumsi masyarakat Indonesia dengan memilih makanan yang sehat dan bergizi, salah satunya dengan mengkonsumsi sayuran. Factor yang mempegaruhi keputusan pembelian sayur hidroponik haruslah di perhatikan oleh para pelaku usaha sayur hidroponik, karena dengan melihat beberapa factor yang mempengaruhi pembelian produsen dapat menjaarin konsumen sebanyak mungkin dan dapat menguasai pasar yang ada. Tujuan dari penelitian ini adalah 1) untuk mengetahui karakteristik konsumen sayur hidroponik di Pojok Hidroponik Kec. Ngunut Kab. Tulungagung 2) Menganalisis faktor-faktor yang berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam membeli sayur hidroponik di Pojok Hidroponik, Kecamatan Ngunut, Kabupaten Tulungagung. Untuk mengetahui faktor pemebelian sayur hidroponik yang tepat. Metode pengumpulan data menggunakan data primer dan data sekunder. Untuk analisis data menggunakan analisis Model Regresi Logit. Hasil penelitian menunjukkan bahwa berdasarkan analisis Model Regresi Logit ada 4 variabel yang berpengaruh secara signifikan yaitu harga dengan nilai signifikansi 0,055, kualitas dengan nilai signifikansi 0,10, pendapatan dengan nilai signifikansi 0,42, selera dengan nilai sinifikansi 0,56 dan dua

variable yang tidak berpengaruh yaitu gaya hidup dengan nilai signifikansi 0,140 dan pendidikan dengan nilai signifikansi 0,442

Kata Kunci : Sayuran Hidroponik, Logit, Signifikansi.

PENDAHULUAN

Sayur hidroponik merupakan sayuran yang banyak di kembangkan di daerah perkotaan karena hidroponik merupakan system pertanian yang simple dan tidak terlalu membutuhkan tempat yang banyak. Banyak metode pertanian sayur yang di gunakan di Indonesia. Sayuran merupakan salah satu komoditas yang sangat di butuhkan masyarakat Indonesia selain beras di karenakan banyaknya manfaat yang ada di dalam sayur tersebut untuk lebih menyehatkan. System pertanian hrodropnik yaitu berasal dari Bahasa Yunani, yaitu *hydro* yang berarti air dan *ponics* yang berarti bekerja tenaga atau daya. Hidroponik dikenal juga dengan istilah *soilless culture* cara budidaya tanaman tanpa menggunakan tanah sebagai media tanam.

Sayuran hidroponik relatif lebih mahal di bandingkan dengan sayuran yang di tanam secara konvensional. Kelebihan sayuran hidroponik lebih bersih lebih segar dan terhindar dari hama penyakit. di samping itu sayur hidroponik memiliki keunggulan bebas pestisida yang tentunya lebih menyehatkan di bandingkan dengan sayuran yang di tanam secara konvensional. Dari beberapa hal yang telah di sebutkan tersebut bisa menarik perhatian para calon konsumen karena lebih layak di konsumsi. Dan factor pola hidup masyarakat yang sadar akan gaya hidup sehat dapat mengalihkan masyarakat untuk mengonsumsi sayur hidroponik yang di nilai lebih menyehatkan dan alami. Dalam bidang penelitian factor yang mempengaruhi keputusan pembelian sayur hidroponik ini merupakan salah satu model database yang bisa di gunakan sebagai acuan para pengusaha sayur hidroponik untuk melebarkan sayapnya dalam melakukan pemasaran dan melakukan tergeting market yang tepat.

Pojok Hidroponik adalah salah satu pelaku UMKM yang bergerak atau berbasis pertanian sayur hidroponik. Saat ini Pojok Hidroponik telah melakukan berbagai macam produk pertanian hidroponik seperti sayur sayur hidroponik, pupuk A-B mix, dan instalasi sayur hidroponik. Adapun potensi pasar yang sangat besar mendorong Pojok Hidroponik untuk meningkatkan usahanya. Faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian sayur hidroponik haruslah di perhatikan oleh para pelaku usaha sayur hidroponik, karena dengan melihat beberapa faktor yang mempengaruhi pembelian produsen dapat menjaring konsumen sebanyak mungkin dan dapat menguasai pasar yang ada.

Permasalahan yang dapat dirumuskan peneliti adalah 1. Bagaimana karakteristik konsumen sayur hidroponik di Pojok Hidroponik Kec Ngunut Kab. Tulungagung. 2. Apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli sayur hidroponik di Pojok Hidroponik, Desa Recobarong Kecamatan Ngunut

Adapun tujuan dari penelitian ini ialah 1. Untuk mengetahui karakteristik konsumen sayur hidroponik di Pojok Hidroponik Kec Ngunut Kab. Tulungagung 2. Menganalisis faktor-faktor yang berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam membeli sayur hidroponik di Pojok Hidroponik, Kecamatan Ngunut, Kabupaten Tulungagung

METODOLOGI PENELITIAN

A. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat Penelitian

Penentuan tempat penelitian dilaksanakan di Pojok Hidroponik, Desa Recobarong, Kecamatan Ngunut, Kabupaten Tulungagung, Jawa Timur. Penelitian di lakukan di Pojok Hidroponik dengan alasan karena merupakan

salah satu tempat usaha pertanian Hidroponik yang memasarkan produknya melalui online dan offline. Metode penentuan daerah sampel penelitian dilakukan dengan sengaja (*purposive*), dimana pemilihan lokasi didasarkan atas sifat produksi dan manajemen produksi yang telah diketahui sebelumnya.

2. Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan dengan waktu yang telah ditentukan oleh pihak Universitas Islam Malang dan berkoordinasi dengan Pojok Hidroponik yaitu pada bulan juli 2021.

B. Data

Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh dari sumber pertama baik individu maupun perseorangan melalui wawancara dan kuesioner yang telah dipersiapkan terlebih dahulu sesuai dengan tujuan dan kebutuhan penelitian. Data sekunder yaitu merupakan data pelengkap yang diperoleh dari pustaka maupun lembaga atau instansi yang mempunyai hubungan dengan penelitian. Dalam hal ini data sekunder didapatkan melalui instansi terkait yaitu UMKM Pojok Hidroponik, Kecamatan Ngunut Tulungagung dan pustaka yang relevan dalam penelitian ini.

C. Metode Analisis Data

Analisis kuantitatif digunakan untuk menjawab tujuan penelitian yaitu faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian sayur hidroponik. Selain itu juga menggunakan hasil analisis Logit, Uji G, Uji *Log Likelihood*, Uji *Goodness of Fit* (R^2), Uji *Wald*.

1. Logit

Model regresi logit digunakan dalam penelitian ini untuk menganalisis dan mengetahui faktor-faktor yang berpengaruh dalam keputusan pembelian sayur hidroponik. Menurut (Hosmer & Lemeshow, 2000) tujuan melakukan analisis data menggunakan regresi model logit adalah mendapatkan model terbaik dan sederhana untuk menjelaskan hubungan antara keluaran dari variabel respon (Y) dengan variabel prediktornya (X).

Dengan memasukkan variabel independen yang akan digunakan, maka dalam penelitian ini model regresi logit yang digunakan adalah :

$$Y = \ln \left(\frac{P}{(1-P)} \right) = Z = \gamma + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \beta_6 X_6 + e$$

Keterangan :

Y = Dummy keputusan konsumen $Y_n \left(\frac{P}{1-P} \right)$

1 = konsumen membeli sayur hidroponik ≥ 3 kali dalam satu bulan.

0 = konsumen membeli sayur hidroponik < 3 kali dalam satu bulan

β_i = Koefisien regresi

X_1 = Harga sayur hidroponik

1 = tinggi (jika harga satu kilo gram sayur hidroponik $\geq$ Rp. 20.000,00)

0 = rendah (jika harga satu kilo gram sayur hidroponik $<$ dari Rp. 20.000,00)

X_2 = Kualitas

1 = baik (segar, sayur tidak bercak kuning, bersih)

0 = buruk (tidak segar, sayur terdapat bercak kuning, tidak bersih)

X_3 = Gaya Hidup (status konsumsi)

1 = sering mengkonsumsi (jika mengonsumsi sayur hidroponik ≥ 6 kg dalam satu bulan)

0 = jarang mengkonsumsi (jika mengonsumsi sayur hidroponik < 6 kg dalam satu bulan)

X_4 = Pendidikan

1 = pendidikan tinggi (jika menempuh pendidikan $\geq$ perguruan tinggi)

0 = pendidikan rendah (jika pendidikan sampai $<$ perguruan tinggi)

X_5 = Pendapatan

1 = tinggi (jika pendapatan perbulan $\geq$ Rp. 2.010.000,00)

0 = rendah (jika pendapatan perbulan $>$ Rp. 2.010.000,00)

X_6 = Selera

1 = selera tinggi (jika kriteria sayur yang di konsumsi benar – benar memiliki kualitas yang sangat baik)

0 = selera rendah (jika kriteria sayur yang di konsumsi tidak harus memiliki kualitas yang sangat baik)

2. Uji G

Uji G dilakukan untuk mengetahui apakah semua parameter dapat digunakan ke dalam model, maka dilakukan menggunakan Uji G.

$H_0 : \beta_1 = \beta_2 = \dots = \beta_6 = 0$

$H_1 : \text{sekurang-kurangnya terdapat satu } \beta_1 \neq 0$

Untuk uji tersebut digunakan statistik uji sebagai berikut :

Dimana : $G = -$

Keterangan :- $2Ln \left(\frac{\text{likelihood (model B)}}{\text{likelihood (model A)}} \right)$

Model B = model yang hanya terdiri dari 1 konstanta

Model A = model yang terdiri dari seluruh variabel G distribusi *chi square* dengan $\frac{2}{2}$ derajat bebas p atau $G \sim \chi^2_p$

H_0 ditolak apabila $G > \chi^2_{\alpha, p}$; α atau signifikan sebesar 0,05

Bila H_0 ditolak, artinya model A signifikan pada tingkat signifikansi α . Dengan demikian parameter dapat digunakan ke dalam model.

3. Uji Log Likelihood

Semua koefisien dari variabel prediktor sama dengan nol atau setidaknya ada satu koefisien dari variabel prediktor yang nilainya tidak sama dengan nol secara keseluruhan dapat diketahui dengan cara uji log likelihood.

a. Jika *Log Likelihood* pada block number = 0 lebih besar dari nilai log likelihood pada block number =1 maka dapat dikatakan model regresi tersebut baik.

b. Jika *Log Likelihood* pada block number = 0 lebih kecil dari nilai log likelihood pada block number =1 maka dapat dikatakan model regresi tersebut tidak baik.

4. Uji *Goodness of Fit* (R^2)

Ukuran ketepatan model yang digunakan dapat dianalisis menggunakan *Goodness of Fit* yang dinyatakan dengan berapa persen variabel tak bebas dapat dijelaskan oleh variabel bebas yang dimasukkan ke dalam model regresi logit.

Berdasarkan *likelihood* untuk uji *Goodness of Fit* rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$R^2 = \frac{-2 \log LO - (-2 \log LI)}{-2 \log LO}$$

Dimana :

L0 = nilai maksimum dari *Likelihood Function* (fungsi probabilitas) jika semua koefisien (β) kecuali intersep (α) bernilai 0.

L1 = nilai *Likelihood Function* (fungsi probabilitas) untuk semua parameter (α dan β) di dalam model.

5. Uji *Wald*

Uji *Wald* dilakukan dengan melakukan perbandingan antara nilai statistik *wald* pada setiap faktor penelitian yang diperoleh dari analisis regresi logit dengan nilai *ChiSquare* tabel pada derajat bebas (df) = 1 dengan taraf signifikansi (α) = 95% yaitu 3,841.

H0 : $\beta = 0$ untuk suatu J tertentu ; $j = 0, 1, 2, 3, \dots, p$

H1 : $\beta_j \neq 0$

Statistik uji yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$W_j = \left[\frac{\beta}{SE\beta} \right]^2 ; j = 0, 1, 2, 3, \dots, p$$

Statistik ini berdistribusi *Chi-Square* dengan derajat bebas 1 atau secara simbolis ditulis

$W_j \sim X^2 (\alpha, 1)$: dengan α berdasarkan tingkat signifikan yang digunakan. Bila H0 ditolak artinya parameter tersebut signifikan secara statistik pada tingkat signifikan α . Nilai statistik $wald > X^2$, maka dapat dikatakan faktor tersebut memiliki pengaruh nyata terhadap pengambilan keputusan konsumen dalam melakukan pembelian sayur hidroponik. Jika hal sebaliknya yang terjadi maka faktor tersebut memiliki pengaruh tidak nyata terhadap pengambilan keputusan konsumen dalam melakukan pembelian sayur hidroponik di Pojok Hidroponik, Desa Recobarong, Kecamatan Ngunut, Kabupaten Tulungagung.

HASIL DAN PEMBAHASAN

a) Karakteristik Konsumen

Konsumen adalah masyarakat Kecamatan Ngunut, Kabupaten Tulungagung. Karakteristik konsumen yaitu untuk memberikan gambaran keadaan masyarakat Kecamatan Ngunut sebagai sampel penelitian yang akan diuraikan dalam beberapa aspek yaitu, umur, jenis kelamin, , tingkat pendidikan, pekerjaan, tingkat pendapatan keluarga per bulan.

a. Karakteristik Konsumen Berdasarkan Umur. konsumen responden yang memiliki usia <20 ada 2 (6,6%), usia 20-29 tahun hanya ada 7 responden (23,3%), usia 30-39 sebanyak 12 responden (40%), usia >40 sebanyak 8 responden (26,6%). Dari data yang diperoleh pada karakteristik konsumen berdasarkan umur mendapatkan data umur konsumen di Pojok Hidroponik paling banyak berdasarkan presentase ialah pada usia 30-39 sebanyak 12 responden (40%).

- b. Karakteristik Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin bahwa konsumen yang memiliki jenis kelamin laki-laki sebanyak 7 (23,3%), sedangkan konsumen yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 31 responden (76,6%). Dari data yang diperoleh pada karakteristik konsumen berdasarkan jenis kelamin mendapatkan data jenis kelamin konsumen di Pojok Hidroponik paling banyak berdasarkan presentase ialah berjenis kelamin perempuan sebanyak 31 responden (76,6%).
- c. Karakteristik Konsumen Berdasarkan Pendidikan konsumen yang berpendidikan SD sebanyak 1orang (3,3%), konsumen dengan pendidikan SMP sebanyak 1 orang (3,3%), konsumen dengan pendidikan SMA sebanyak 10 orang (33,3%), sedangkan konsumen yang berpendidikan perguruan tinggi sebanyak 18 orang (60%). Dari data yang diperoleh pada karakteristik konsumen berdasarkan tingkat pendidikan mendapatkan data konsumen di Pojok Hidroponik paling banyak berdasarkan presentase ialah yang berpendidikan Perguruan Tinggi sebanyak 18 orang (60%).
- d. Karakteristik Konsumen Berdasarkan Pekerjaan konsumen dengan pekerjaan sebagai pelajar/mahasiswa 4 dengan presentase sebesar (13,3%), bekerja sebagai wiraswasta sebanyak 14 responden dengan presentase sebesar (46,6%), bekerja sebagai pegawai negeri / swasta ada 5 responden dengan presentase sebesar (16,6%), sedangkan dengan pekerjaan Ibu Rumah Tangga sebanyak 7 responden dengan presentase sebesar (23,3%). Berdasarkan karakteristik pekerjaan, konsumen sebagian besar berdasarkan presentase adalah dengan pekerjaan wiraswasta yaitu sebesar (46,6%).
- e. Karakteristik Konsumen Berdasarkan Pendapatan Keluarga Per Bulan konsumen dengan penghasilan per bulan < Rp 1.500.000 ada 7 orang dengan presentase (23,3%), konsumen dengan penghasilan Rp 1.500.000- Rp 2.000.000 sebanyak 6 orang dengan presentase (20%), konsumen dengan penghasilan Rp 3.000.000- Rp 5.000.000 sebanyak 10 orang dengan presentase (33,3%), konsumen dengan penghasilan > Rp 5.000.000 sebanyak 7 orang dengan presentase (23,3%). Maka dapat diketahui pada tabel tersebut berdasarkan presentase bahwa sebagian besar konsumen memiliki penghasilan antara Rp 3.000.000- Rp 5.000.000 yaitu sebesar (33,3%).

b) Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Sayur Hidroponik

Dari hasil uji G yang disajikan pada tabel 17, diperoleh kesimpulan bahwa variabel bebas secara bersama sama berpengaruh terhadap variabel dependennya. Hal itu di buktikan dengan nilai *Chi Square* (25,297) lebih besar dari nilai *Chi Square* tabel (4,312) , sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima yang artinya semua variabel dapat dimasukkan ke dalam model.

Tabel 1 Omnibus Test of Model Coeficients

		Chi-square	Df	Sig.
Step 1	Step	25,297	6	,000
	Block	25,297	6	,000
	Model	25,297	6	,000

Hasil *Chi Square* menunjukkan nilai sebesar 25,297 dengan signifikansi sebesar 0,001%. Nilai pada *Chi Square* tersebut kurang dari 10%, menunjukkan bahwa dengan tingkat kepercayaan 90% secara bersamaan maka variabel bebas yang di analisis dapat berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan konsumen dalam membeli sayur hidroponik. Dari hasil analisis tersebut bisa disimpulkan bahwa model dapat digunakan

untuk analisis lebih lanjut ketika ditemukan minimal satu variabel bebas yang berpengaruh pada variabel tidak bebas.

Hasil dari uji *Log Likelihood* yang disajikan pada tabel 18, diperoleh kesimpulan bahwa model regresi logit yang digunakan sudah baik. Dibuktikan dari nilai *Log Likelihood* pada blok number 0 adalah 51,796 lebih besar jika dibandingkan dengan nilai *Log Likelihood* pada blok number 1 sebesar 14,034.

Tabel 2 Model Summary model logit

Model Summary		
-2 Log likelihood	Cox & Snell R Square	Nagelkerke R Square
14,132 ^a	,570	,779

Nilai *Nagelkerke R Square* sebesar 0,779. Nilai *Nagelkerke R Square* menunjukkan nilai koefisien determinasi, yang artinya 77,9% variabel independent memberikan pengaruh terhadap variabel dependen, dan sisanya dipengaruhi oleh variabel di luar penelitian. Pada hasil *Cox & Snell R Square* menunjukkan nilai sebesar 57% sedangkan *Nagelkerke R Square* sebesar 77,9%. Nilai pada *Nagelkerke R Square* lebih besar dibandingkan dengan nilai *Cox & Snell R Square*, yang artinya variabilitas pada variabel bebas mampu menjelaskan variabilitas keputusan konsumen dalam pembelian sayur hidroponik.

Dari hasil perhitungan statistik yang disajikan pada Tabel 18, nilai *Nagelkerke R Square* sebesar 0,779 yang berarti kemampuan variabel harga, kualitas, gaya hidup, pendidikan, pendapatan, dan selera dalam menjelaskan variabel keputusan pembelian konsumen adalah sebesar 77,9% dan sisanya sebesar 22,1% dijelaskan oleh variabel diluar penelitian.

Tabel 3 Hosmer and Lemeshow Test Model Logit

Hosmer and Lemeshow Test		
Chi Square and Lemeshow Test	Df	Sig
4,312	7	,743

Dari hasil uji *Hosmen and Lemeshow* adalah 0,743 dan nilai signifikansi sebesar 74,3% dan tingkat kepercayaan 10%. dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa model yang memiliki kecocokan dengan data artinya model regresi layak untuk digunakan dalam analisis lebih lanjut.

Tabel 4 Koefisien, Wald, dan Signifikasi

Variabe Exp(B)	Koefisien Regresi	S.E.	Wald	Df	Sig.
Harga (X ₁) * 27,580	3,317	1,729	3,679	1	,055
Kualitas (X ₂)*	5,080	3,099	2,688	1	,10
Gaya Hidup (X ₃)	-2,940	1,991	2,181	1	,140
Pendidikan (X ₄)	1,197	1,558	,590	1	,442
Pendapatan (X ₅)*	6,976	3,427	4,144	1	,042
Selera (X ₆)*	5,016	2,629	3,641	1	,056
Constant	-10,323	5,076	4,137	1	,042

a) Harga (X_1)

Dari hasil analisis dapat disimpulkan bahwa variabel harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan konsumen dalam melakukan pembelian sayur hidroponik. Hal ini di buktikan dengan uji *wald* dengan hasil sebesar 2,181 dan nilai uji signifikansi dengan hasil 0,55 nilai signifikansi $>$ taraf kepercayaan ($0,55 < 0,1$) dengan nilai koefisien positif 3,317 dan nilai eksponen (B) sebesar 27,580. Artinya, bahwa pada saat harga sayur hidroponik rendah ($<$ Rp. 20.000,00) per kilogram, maka konsumen mempunyai peluang melakukan pembelian sebesar 27,580 kali di bandingkan dengan pada saat harga tinggi ($\geq$ Rp. 20.000,00). Dari hasil penelitian, diketahui bahwa sebagian besar responden menyatakan harga sayur hidroponik terjangkau yaitu sebanyak 18 orang (60%). Hal tersebut karena, para responden memiliki penghasilan di atas UMK. Hal ini sejalan dengan penelitian Didit Darmawan (2017) dengan judul Pengaruh Kemasan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sayuran Hidroponik bahwa harga memiliki pengaruh yang sangat signifikan terhadap keputusan pembelian sayuran hidroponik.

Variabel Harga X_1 konsumen membeli sayur hidroponik dengan jumlah banyak karena harganya terjangkau $<$ Rp. 20.000,00 yaitu sebesar 18 orang (60%) menyatakan bahwa harga sayur hidroponik di Pojok Hidroponik rendah karena $<$ Rp. 20.000,00 dan 12 orang (40%) menyatakan bahwa harga sayur hidroponik di Pojok Hidroponik tinggi. Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa sebagian besar konsumen sayur hidroponik di Pojok Hidroponik menyatakan harga sayur Hidroponik di Pojok Hidroponik memiliki harga yang terjangkau.

b) Kualitas (X_2)

Dari hasil analisis dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan konsumen dalam membeli sayur hidroponik. Hal ini di buktikan dengan uji *wald* dengan hasil sebesar 2,688 dan nilai uji signifikansi dengan hasil sebesar 0,1 ($0,10 < 0,1$) dengan nilai koefisien 5,080 dan eksponen (B) sebesar

160,835. Artinya bahwa kualitas sayur hidroponik yang baik (segar, tidak bercak kuning, dan bersih) maka konsumen mempunyai peluang melakukan pembelian sebesar 160,835 kali, di bandingkan pada saat kualitas sayur hidroponik kurang baik (tidak segar, bercak kuning, dan, kurang bersih). Hal ini sesuai dengan hasil penelitian bahwa sebagian konsumen beranggapan kualitas sayur hidroponik baik sebesar 15 orang (50%) dan sebagian beranggapan kualitas sayur hidroponik kurang baik sebesar 15 orang

(50%). Hal ini sejalan dengan penelitian Ida Hadiani dengan judul Persepsi Konsumen Terhadap Atribut Sayuran Hidroponik (Suatu Kasus pada Konsumen Sayuran Hidroponik saat Car Free Day (CFD) Kabupaten Ciamis) pada tahun 2019 karena kualitas menjadi salah satu bagian dari keputusan pembelian sayur hidroponik dan memiliki pengaruh di dalamnya.

Variabel Kualitas X_2 kualitas sayur hidroponik di Pojok Hidroponik memiliki kualitas yang baik karena segar, tidak memiliki bercak kuning, dan bersih yaitu sebesar 15 orang (50%) dan 15 orang (50%) menyatakan kualitas sayur hidroponik di Pojok Hidroponik kurang baik karena kurang segar, memiliki bercak kuning, dan kurang bersih. Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa sebagian besar

konsumen di Pojok Hidroponik menyatakan kualitas sayur hidroponik di Pojok Hidroponik tidak memiliki kualitas yang bagus.

c) Gaya Hidup (X_3)

Gaya Hidup tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan konsumen dalam melakukan pembelian sayur hidroponik. Hal ini dibuktikan dengan uji *wald* dengan hasil sebesar 2,181 dan nilai uji signifikansi dengan hasil sebesar 0,140 melebihi taraf kepercayaan sebesar 0,1 ($0,140 > 0,1$) dengan nilai koefisien -2,940 dan eksponen (B) sebesar 0,053. Artinya bahwa gaya hidup (sering mengonsumsi sayur hidroponik ≥ 6 kg dalam satu bulan) atau (jarang mengonsumsi sayur hidroponik < 6 kg dalam satu bulan) tidak akan meningkatkan atau menurunkan peluang konsumen untuk membeli sayur hidroponik. Di karenakan sering ataupun jarang mengonsumsi sayur hidroponik konsumen akan tetap membeli sesuai dengan kebutuhannya.

Variabel Gaya Hidup X_3 bahwa dalam pemenuhan gaya hidup konsumen sering mengonsumsi sayur hidroponik dengan jumlah ≥ 6 kg yaitu sebesar 13 orang (43,3%) dan 17 orang (56,6%) menyatakan jarang mengonsumsi sayur hidroponik < 6 kg dalam satu bulan sebesar 15 orang (50%) . Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa sebagian konsumen sayur hidroponik di Hidroponik sering mengonsumsi sayur hidroponik dan sebagian jarang dalam dalam mengonsumsi sayur hidroponik.

d) Pendidikan (X_4)

Dari analisis dapat disimpulkan bahwa variabel pendidikan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan konsumen dalam melakukan pembelian sayur hidroponik pada taraf kepercayaan 90%. Hal ini di buktikan dengan uji *wald* dengan hasil sebesar 0,590 dan nilai uji signifikansi $> 0,1$ ($0,442 > 0,1$) dengan nilai koefisien positif 1,197 dan eksponen (B) sebesar 3,310. Artinya bahwa pendidikan tinggi ($\geq$ perguruan tinggi) atau rendah ($<$ perguruan tinggi) tidak akan meningkatkan atau menurunkan peluang konsumen konsumen untuk membeli sayur hidroponik. Hal tersebut dikarenakan baik itu berpendidikan tinggi ataupun berpendidikan rendah konsumen beranggapan di dalam sayur hidroponik mempunyai gizi yang baik untuk tubuh.

Variabel Pendidikan X_4 bahwa pendidikan konsumen sayur hidroponik di Pojok Hidroponik telah menempuh pendidikan $\geq$ perguruan tinggi yaitu sebesar 17 orang (56,6%) dan 13 orang (43,3%) memiliki pendidikan yang rendah. Hal ini dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden adalah berpendidikan tinggi.

e) Pendapatan (X_5)

Dari hasil analisis dapat disimpulkan bahwa variabel pendapatan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan konsumen dalam melakukan pembelian sayur hidroponik pada taraf signifikansi 0,1. Hal ini dibuktikan dengan nilai uji *wald* dengan hasil sebesar

4,144 dan nilai signifikasi $>$ taraf kepercayaan ($4,144 < 0,1$) dengan nilai koefisien positif sebesar 6,976 dan nilai eksponen (B) sebesar 1071,050. Hal ini menjelaskan bahwa variabel pendapatan berpengaruh positif terhadap keputusan konsumen. Artinya bahwa apabila pendapatan konsumen ($\geq$ Rp. 2.010.000,00), maka konsumen mempunyai peluang untuk mengambil keputusan membeli sayur hidroponik sebesar 1071,05 kali di bandingkan dengan konsumen yang

mempunyai pendapatan ($< \text{Rp. } 2.010.000,00$). Sesuai dengan hasil penelitian, bahwa sebagian besar responden berpendapatan tinggi yaitu sebanyak 20 orang (66,6%) dan yang memiliki pendapatan yang rendah yaitu sebanyak 10 orang (33,3%). Dengan ini artinya, semakin tinggi pendapatan, konsumen cenderung akan memutuskan untuk membeli sayur hidroponik dan merupakan faktor pendorong bagi konsumen untuk melakukan pembelian terhadap suatu produk. Hal ini sejalan dengan penelitian Uray Dian Novita (2021) dengan judul Persepsi Konsumen Terhadap Sayuran Hidroponik di Kabupaten Sambas bahwa pendapatan memiliki pengaruh yang sangat signifikan terhadap faktor pembelian sayur hidroponik.

Variabel Pendapatan X_5 bahwa responden sebagian besar memiliki pendapatan $\geq \text{Rp. } 2.010.000,00$ yaitu sebesar 20 orang (66,6%) yang berarti memiliki pendapatan yang tinggi dan 10 orang (33,3%) yang berarti responden memiliki pendapatan yang rendah. Hal ini dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden yang ada di Pojok Hidroponik memiliki pendapatan yang tinggi.

f) Selera (X_6)

Variabel selera berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan konsumen dalam melakukan pembelian sayur hidroponik pada taraf signifikansi 0,1 dan nilai signifikansi $>$ taraf kepercayaan ($3,641 < 0,1$) dengan nilai koefisien positif 5,016 dan nilai eksponen (B) sebesar 150,798. Artinya bahwa apabila selera konsumen tinggi (dengan memperhatikan kualitas sayur hidroponik yang dikonsumsi), maka konsumen mempunyai peluang melakukan pembelian sebesar 150,798 kali dibandingkan dengan yang berselera rendah (kurang memperhatikan kualitas sayur hidroponik yang dikonsumsi). Sesuai dengan hasil penelitian, responden sebagian besar memiliki selera yang tinggi yaitu sebanyak 22 orang (90%). Dengan ini artinya, semakin tinggi selera konsumen dapat membuat konsumen lebih memilih untuk membeli sayur hidroponik. Inggitina Sasmaya (2019) Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Sayuran di Pasar Tradisional Kota Metro, bahwa selera berpengaruh secara signifikan dalam keputusan pembelian sayur hidroponik.

Variabel Selera X_6 bahwa responden memiliki selera yang tinggi dalam mengonsumsi sayur dengan memperhatikan kualitas yang sangat baik yaitu sebesar 22 orang (90%) memiliki selera yang tinggi dan 8 orang (10%) memiliki selera yang rendah. Hal ini dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden yang ada di Pojok memiliki selera yang tinggi dalam mengonsumsi sayur dengan memperhatikan kualitas yang sangat baik.

Kesimpulan

1. Karakteristik konsumen sayur hidroponik di Pojok Hidroponik berdasarkan umur yaitu rata-rata umur 30-39 tahun sebanyak 12 orang (40%), berjenis kelamin perempuan sebanyak 23 orang (76,6%), pendidikan rata-rata perguruan tinggi sebanyak 18 orang (60%), bekerja sebagai wiraswata sebanyak 14 orang (46,6%), dengan pendapatan rata-rata Rp 3.000.000 – Rp 5.000.000 sebanyak 10 orang (33,3%).
 2. Berdasarkan hasil analisis logit dapat diketahui bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli sayur hidroponik di Pojok Hidroponik adalah variabel harga, variabel kualitas, variabel pendapatan dan variabel selera, faktor-faktor yang tidak berpengaruh terhadap keputusan dalam membeli sayur hidroponik di Pojok Hidroponik adalah variabel gaya hidup dan variabel pendidikan.
-

Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, peneliti dapat memberikan saran sebagai berikut :

1. Dapat mempertahankan harga sayur hidroponik Rp. 20.000,00 , harga yang stabil lebih dapat di jangkau oleh para konsumen sebagian besar konsumen beranggapan sayur hidroponik di Pojok Hidroponik terjangkau.
2. Memperbaiki kualitas sayur hidroponik yang di jual dengan cara melewati tahap penyortiran terlebih dahulu, jika kualitas sayur hidroponik yang di jual semakin bagus maka penjualan bisa meningkat.
3. Target pasar sayur hidroponik haruslah tepat di karenakan sayuran hidroponik memiliki harga yang lebih tinggi di bandingkan sayuran konvensional maka konsumen yang berpendapatan tinggi yaitu $\geq$ Rp. 2.010.000,00 yang bisa menjangkaunya.
4. Selera konsumen ini sangatlah bergantung dengan adanya kualitas yang baik di dalam sayur hidroponik maka akan dapat merubah selera konsumen untuk beralih ke dalam sayur hidroponik.

Daftar Pustaka

- aodah, D. S., & Malia, R. (2017). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Pembelian Sayuran Di Pasar Tradisional (Studi Kasus Pasar Muka Cianjur)*. *AGROSCIENCE (AGSCI)*, 7(1), 178–193.
- Afrani, S. U. (2018). Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Permintaan Sawi Pakcoy hidroponik (*Brassica rapa*). *Skripsi*.
- Bungin, B. (2005). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Prenada Media. Jakarta.
- Lingga, pinus, 1984, *hidroponik: Bercocok Tanam Tanpa Tanah*. Niaga Swadaya. Jakarta.
- Istiqomah, Siti, 2007, *Menanam Hidroponik*, Ganeca Exact
- Muhammad Iqbal, 2016, *Simpel Hiddroponik*, Andi. Yogyakarta.
- Saladin, 2003, *Inti Sari Pemasaran dan Unsur – Unsur Pemasaran*. Linda Karya. Bandung.
- Schiffman, Leon dan Leslie Lazar Kanuk. 2008. *Perilaku Konsumen*. Ketujuh. Cetakan keempat. PT. Indeks. Jakarta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kualitati, Kuantitatif, Dan Rnd*. Salemba Empat.
- 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), 17–24.
<https://doi.org/10.25181/jofsa.v2i1.1107>
- Taryo Rizkiansah, Dewi Kurniati. 2018. *Analisis Faktor - Faktor Probadi Dan Psikologi Pada Proses Keputusan Pembelian Sayuran Hidroponik Di Kota Pontianak (Studi Kasus Merek Sayok Kite)*. Sosial Ekonomi Pertanian Jurnal Agribisnis.
- Uray Dian Novita, Wilis Widi Wilujeng. 2021. *Persepsi Konsumen Terhadap Sayuran Hidroponik Di Kabupaten Sambas*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis.
- Mas'ud Mahendra1 , Wenny Mamilianti. 2020. *Persepsi konsumen dan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian beras premium*. *Journal of Agricultural Socio-Economics*.
-