

## FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PEMBELIAN JUS AGRISETA LABORATORIUM “HOME AGROINDUSTRI MODEL UNISMA”

Dimas Adiatama<sup>1\*</sup>, Sri Hindarti<sup>2</sup>, Nikmatul Khoiriyah<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Mahasiswa Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Islam Malang

<sup>2</sup>Dosen Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Islam Malang

Email : [21801032088@unisma.ac.id](mailto:21801032088@unisma.ac.id)

### Abstract

*In making purchases, there are many factors that influence the purchase of Agrisetta juice, therefore producers must be able to identify the factors that influence the purchase of Agrisetta juice in order to produce in accordance with the factors that influence the purchase so that consumers are willing to buy Agrisetta juice. The purpose of this study was to determine the sales trend of agrisetta juice in the Unisma model home agro-industry laboratory, to determine the factors that influence the purchase of agrisetta juice in the Unisma model home agro-industry laboratory. This research was conducted in the Unisma model home agro-industry laboratory. Determination of the sample using purposive sampling method with a sample of 73 respondents. The type of data in this study used primary data obtained from questionnaires. Assessment of the questionnaire using a Likert score and multiple linear regression analysis. The results obtained indicate that the factors that influence the dominant purchase influencing the purchase is the perception with the largest value of 0.291. This is because perceptions affect purchases, where consumers in buying agrisetta juice are subjective according to the needs and personal experiences of consumers. With this research, it can be used as a consideration for producers in improving product quality according to the factors that influence purchases so that sales of agrisetta juice can increase.*

*Keywords: Factors Influencing the Purchase , Agrisetta juice*

### Abstrak

Dalam melakukan pembelian banyak faktor-faktor yang mempengaruhi pembelian jus Agrisetta, oleh karena itu produsen harus dapat mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi pembelian jus Agrisetta agar dapat menghasilkan yang sesuai dengan faktor-faktor yang mempengaruhi pembelian sehingga konsumen berkenan membeli jus Agrisetta. Tujuan penelitian ini adalah mengetahui tren penjualan jus agrisetta dilaboratorium home agroindustri model Unisma, Mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi pembelian jus agrisetta dilaboratorium home agroindustri model Unisma.

Penelitian ini dilakukan di laboratorium home agroindustri model Unisma. Penentuan sampel menggunakan metode *purposive sampling* dengan jumlah sampel 73 responden. Jenis data pada penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh dari kuesioner. Penilaian kuesioner menggunakan skor *likert* dan dianalisis regresi linear berganda. Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi pembelian dominan yang mempengaruhi pembelian adalah persepsi dengan nilai terbesar 0,291. Hal tersebut dikarenakan persepsi berpengaruh terhadap pembelian, dimana konsumen dalam membeli jus agrisetta sesuai subjektif dengan kebutuhan dan pengalaman pribadi konsumen. Dengan adanya penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan produsen dalam meningkatkan kualitas produk disesuaikan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi pembelian agar penjualan jus agrisetta bisa meningkat.

Kata kunci: Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Pembelian , jus Agrisetta

## PENDAHULUAN

Perkembangan industri di Indonesia saat ini dalam keadaan stagnan, atau dengan kata lain berada jalan di tempat. Hal ini dilatar belakangi dari berbagai kondisi yang ada di Indonesia saat ini, terutama adalah kondisi perekonomian. Melihat perkembangan tersebut maka banyak perusahaan atau pelaku bisnis membuat berbagai macam cara untuk memikat konsumen agar bisnis yang mereka geluti tidak termakan efek dari krisis yang dihadapi saat ini. Salah satu jenis industri yang tidak terlalu mengalami efek dari kondisi ekonomi yang sedang krisis adalah industri minuman. Salah satu jenis produk minuman yang sudah dikenal secara umum adalah jus. Jus merupakan minuman penyegar yang banyak dimanfaatkan sebagai kesehatan tubuh. Jus dapat diminum dalam setiap waktu, setiap tempat, setiap acara. Jenis-jenis minuman jus ada berbagai macam rasa dan variasi. Jus merupakan olahan dari berbagai macam buah-buahan yang diolah sehingga menghasilkan produk jus yang memiliki masing-masing variasi dan rasa yang berbeda (HARYSA, 2012).

Mengonsumsi jus adalah hal yang sangat penting dan menjadi kebutuhan untuk menunjang kesehatan badan dan mengurangi resiko terkena penyakit. Menurut Adhi Siswaja Lukman, Ketua Bidang Kerja-Sama dan Advokasi GAPMMI, tren minuman jus memang meningkat, terlebih di kalangan menengah atas karena sudah menjadi bagian dari gaya hidup sehat. Hidup sehat adalah keinginan banyak orang. Itulah sebabnya, untuk mencapai tingkat kesehatan yang maksimal, sebagian orang menghindari bahan-bahan berbahaya. Salah satunya, bahan pengawet. Peduli akan dampak buruk bahan pengawet ini, AgriSeta Laboratorium Home Agroindustri Model Universitas Islam Malang memproduksi jus bebas bahan pengawet. Dalam lima tahun terakhir, permintaan terhadap makanan dan minuman jadi meningkat dari tahun ke tahun, baik di dunia maupun di Indonesia. Mengacu pada Badan Pusat Statistik (BPS), yaitu data Survei Sosial Ekonomi Pertanian Indonesia (SUSENAS), bahwa share pengeluaran rumah tangga terhadap makanan dan minuman jadi (prepared food and beverages) adalah terbesar kedua setelah padi-padian (karbohidrat). Pada tahun 2016 share pengeluaran makanan dan minuman jadi hampir 20% dari total pengeluaran rumah tangga, sedangkan share pengeluaran padi-padian sebesar 21,56%. Pada tahun 2021, data BPS published terbaru, menunjukkan bahwa share pengeluaran rumah tangga terhadap makanan dan minuman jadi rumah tangga di Indonesia meningkat menjadi 31.74%, di perkotaan sebesar 35.55%, dan di perdesaan sebesar 25.47%. Sedangkan share pengeluaran padi-padian menurun menjadi sebesar 11.20% untuk Indonesia, sebesar 9.55% untuk rumah tangga perkotaan, dan sebesar 13.92% untuk rumah tangga di perdesaan BPS, (2022). Data empiris ini menegaskan bahwa seiring dengan meningkatnya pendapatan, maka trend konsumsi makanan dan minuman jadi meningkat sehingga permintaan meningkat.

Pergerakan tingkat penjualan jus merupakan proses alami karena penjualan jus selalu berubah-ubah setiap waktu tidak menentu sehingga diperlukan analisis untuk melihat pergerakan penjualan jus AgriSeta dalam periode tertentu. Penjualan jus AgriSeta di Laboratorium Home Agroindustri Model Unisma masih berdasarkan harga dipasaran sehingga penjualan jus AgriSeta mengikuti permintaan konsumen. Penjualan jus AgriSeta dengan mempertimbangkan hidup sehat menjadi fenomena di kalangan masyarakat di Indonesia termasuk di Kota Malang.

Keberadaan Laboratorium Home Agroindustri ini sangat mendukung jurusan untuk bisa menghasilkan suatu produk pertanian yang nantinya dapat memberikan nilai tambah bagi produk tersebut khususnya produk jus AgriSeta. Laboratorium Home Agroindustri Model di dalamnya terdapat alat-alat yang mendukung untuk proses pengembangan usaha agroindustri jus AgriSeta sehingga dapat digunakan sebagai sarana untuk meningkatkan kualitas serta penjualan produk jus AgriSeta.

Berdasarkan permasalahan tersebut, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi pembelian jus AgriSeta. Hasil dari penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan produsen dalam meningkatkan kualitas produk disesuaikan dengan persepsi konsumen agar dapat memenuhi permintaan pasar.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Laboratorium Home Agroindustri Model Unisma. Penentuan sampel menggunakan metode *purposive sampling* dengan pertimbangan konsumen yang membeli jus Agriseta. Jumlah sampel yang digunakan sejumlah 73 responden. Jenis data pada penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh dari kuesioner. Kuesioner tersebut meliputi karakteristik konsumen dan faktor-faktor yang mempengaruhi pembelian jus Agriseta. Penilaian kuesioner menggunakan skor *likert* dan dianalisis regresi linear berganda. Dalam menentukan persamaan regresi dapat dilihat pada hasil *Unstandardized Coefficients Beta*. Menurut Sugiyono (2018), model persamaan regresi linear berganda, yaitu:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 \dots + e$$

Keterangan:

|                                                  |                                                 |
|--------------------------------------------------|-------------------------------------------------|
| y                                                | = Jumlah Pembelian                              |
| a                                                | = Konstanta                                     |
| b <sub>1</sub> , b <sub>2</sub> , b <sub>3</sub> | = Koefisien regresi variabel yang akan dihitung |
| x <sub>1</sub>                                   | = Variabel pendapatan                           |
| x <sub>2</sub>                                   | = Variabel pekerjaan                            |
| x <sub>3</sub>                                   | = Variabel kelas sosial                         |
| x <sub>4</sub>                                   | = Variabel budaya                               |
| x <sub>5</sub>                                   | = Variabel persepsi                             |
| e                                                | = error                                         |

Dalam Uji dominan dilakukan untuk mengetahui variabel bebas mana yang mempunyai pengaruh paling dominan terhadap variabel terikat maka digunakan uji *Standardized Coefficient Beta* dengan melihat nilai *Standardized Coefficient Beta* yang paling besar, dimana semakin besar nilai beta maka semakin besar pengaruhnya terhadap variabel terikat (Siregar, 2020).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Trend Penjualan Jus Agriseta

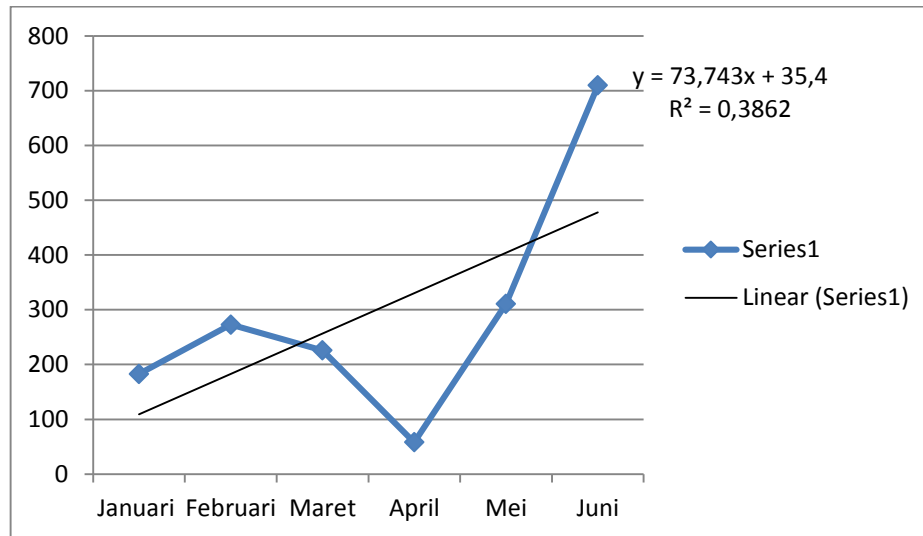
Berdasarkan data yang telah dikumpulkan maka dapat dilihat bahwa penjualan jus Agriseta di Laboratorium Home Agroindustri Model Unisma mengalami pergerakan yang naik turun. Jumlah penjualan jus Agriseta di Laboratorium Home Agroindustri Model Unisma pada bulan Januari – Juni 2022 dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 1 . Data Penjualan Jus Agriseta Januari – Juni 2022

| Bulan    | Jumlah Penjualan Jus Agriseta |
|----------|-------------------------------|
| Januari  | 183                           |
| Februari | 273                           |
| Maret    | 226                           |
| April    | 58                            |
| Mei      | 311                           |
| Juni     | 710                           |

Sumber : Data Lab. Home Agroindustri Model Unisma

Dari tabel 1 terlihat bahwa penjualan jus Agriseta terbanyak pada bulan Juni dengan jumlah 710 botol. Untuk penjualan terendah pada bulan April dengan jumlah 58 botol. Trend merupakan suatu gerakan yang dimiliki kecenderungan naik atau turun dalam jangka panjang seperti rata – rata perubahan waktu yang biasa disebut *time series*. Apabila rata-rata perubahannya bertambah maka disebut dengan trend positif jika sebaliknya rata-rata perubahannya berkurang maka disebut trend negatif artinya memiliki kecenderungan menurun. Berikut grafik trend penjualan jus Agriseta di Laboratorium Home Agroindustri Model Unisma.



Gambar 1. Grafik trend penjualan jus AgriSeta di Laboratorium Home Agroindustri Model Unisma pada bulan Januari – juni 2022

Berdasarkan gambar penjualan tertinggi pada bulan juni dengan jumlah 710 botol dan terendah pada bulan April dengan jumlah penjualan 58 botol. Permintaan yang tinggi mungkin diakibatkan karena penawaran yang banyak.

Berdasarkan hasil analisis trend dengan metode kuadrat kecil persamaan garis trend penjualan jus AgriSeta pada bulan Januari – Juni tahun 2022 diperoleh  $Y = 35,4 + 73,74x$ . Nilai intersep yang diperoleh dari hasil analisis adalah sebesar 35,4 yang berarti bahwa rata-rata penjualan bulan Januari-Juni pada tahun 2022 sebesar 35,4. Sedangkan nilai koefisien trend sebesar 73,74 yang berarti bahwa penjualan setiap bulannya mengalami kenaikan 73,74 botol. Hasil analisis data yang telah dilakukan menunjukkan bahwa volume penjualan jus AgriSeta didapatkan nilai  $R^2$  pada bulan Januari-Juni tahun 2022 sebesar 0,386 yang berarti nilai koefisien determinan sebesar 0,386 setara dengan 39%.

## 2. Faktor-faktor yang mempengaruhi pembelian jus AgriSeta

Dalam mengetahui faktor dominan yang mempengaruhi keputusan konsumsi pada produk rempah, perlu adanya analisis regresi linear berganda sehingga diketahui faktor dominan yang akan dijadikan pertimbangan produsen untuk meningkatkan produktivitas produk rempah (jamu). Menurut Robert Kurniawan, (2016), analisis regresi digunakan untuk mendapatkan gambaran yang menyeluruh mengenai hubungan antara variabel dependent dengan variabel independent.

Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel-variabel bebas yang meliputi, pendapatan, pekerjaan, kelas sosial, tradisi, motivasi, persepsi, kesehatan, lokasi, waktu, bentuk, rasa, aroma, tekstur, dan harga terhadap variabel terikat, yaitu keputusan konsumsi terhadap produk rempah (jamu). Model analisis regresi linear berganda pada penelitian ini menggunakan software SPSS (*Statistical Package for Sosial Science*), yang hasilnya dapat dilihat pada Tabel 2:

Tabel 2. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

| Coefficients <sup>a</sup> |                             |            |                           |       |      |
|---------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| Model                     | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | Sig. |
|                           | B                           | Std. Error | Beta                      |       |      |
| (Constant)                | .937                        | .463       |                           | 2.023 | .047 |
| Pendapatan(x1)            | .101                        | .080       | .153                      | 1.250 | .216 |

|                       |       |      |       |            |      |
|-----------------------|-------|------|-------|------------|------|
| Pekerjaan(X2)         | .107  | .078 | .170  | 1.369      | .175 |
| Kelas sosial(X3)      | .177  | .080 | .290  | 2.204      | .031 |
| Budaya (X4)           | .036  | .094 | .047  | .387       | .700 |
| Persepsi (X5)         | -.234 | .107 | -.282 | -<br>2.177 | .033 |
| Dependent Variable: Y |       |      |       |            |      |

Sumber: Data Primer diolah (2022)

Perhitungan regresi linear berganda untuk memprediksi besarnya variabel bebas terhadap variabel terikat. Persamaan regresi yang digunakan yaitu sebagai berikut:

$$Y = 0,937 + 0,101x_1 + 0,107x_2 + 0,177x_3 + 0,036x_4 - 0,234x_5$$

Berdasarkan Tabel 2 dan persamaan regresi tersebut, bahwa secara parsial masing-masing variabel bebas berpengaruh terhadap jumlah pembelian jus AgriSeta (y). Dari persamaan regresi linear berganda, maka dapat diartikan bahwa:

- a = 0,937; merupakan nilai konstanta, menunjukkan bahwa variabel pendapatan, pekerjaan, kelas sosial, budaya, dan persepsi diasumsikan nilai 0 (nol), maka besarnya jumlah pembelian jus AgriSeta sebesar 0,937
- b<sub>1</sub> = 0,101; merupakan slope atau koefisien arah variabel pendapatan x<sub>1</sub> berpengaruh positif pada jumlah pembelian jus AgriSeta. Hal ini berarti variabel pendapatan berpengaruh positif yang dapat meningkatkan jumlah pembelian jus AgriSeta.
- b<sub>2</sub> = 0,107; merupakan slope atau koefisien arah variabel pekerjaan x<sub>2</sub> berpengaruh positif pada jumlah pembelian jus AgriSeta. Hal ini berarti variabel pekerjaan berpengaruh positif yang dapat meningkatkan jumlah pembelian jus AgriSeta
- b<sub>3</sub> = 0,177; merupakan slope atau koefisien arah variabel kelas sosial x<sub>3</sub> berpengaruh positif pada jumlah pembelian jus AgriSeta. Hal ini berarti variabel kelas sosial berpengaruh positif yang dapat meningkatkan jumlah pembelian jus AgriSeta.
- b<sub>4</sub> = 0,036; merupakan slope atau koefisien arah variabel budaya x<sub>4</sub> berpengaruh positif pada jumlah pembelian jus AgriSeta. Hal ini berarti variabel budaya berpengaruh positif yang dapat meningkatkan jumlah pembelian jus AgriSeta
- b<sub>5</sub> = -0,234; merupakan slope atau koefisien arah variabel persepsi x<sub>5</sub> berpengaruh negatif pada jumlah pembelian jus AgriSeta.

## KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian dan hasil pembahasan yang telah dilakukan, maka diperoleh kesimpulan Trend penjualan jus AgriSeta pada bulan Januari – Juni tahun 2022 mengalami pergerakan yang fluktuatif dan Faktor yang berpengaruh signifikan dalam pembelian jus AgriSeta adalah variabel kelas sosial (x<sub>3</sub>) dan variabel persepsi (x<sub>5</sub>) sedangkan faktor yang tidak berpengaruh signifikan adalah variabel pendapatan (x<sub>1</sub>), pekerjaan (x<sub>2</sub>), dan budaya (x<sub>4</sub>). Hasil dari penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan produsen dalam meningkatkan kualitas produk yang disesuaikan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan jus agriSeta di Laboratorium Home Agroindustri Model Unisma

## DAFTAR PUSTAKA

- Harysa, L. A. (2012). Pengaruh Motivasi, Persepsi Dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Kemasan Merek “Teh Pucuk Harum.” Semarang , Universitas Diponegoro, 2015.
- Limbong, T., Muttaqin, M., Iskandar, A., Windarto, A. P., Simarmata, J., Mesran, M., Sulaiman, O. K., Siregar, D., Nofriansyah, D., & Napitupulu, D. (2020). Sistem Pendukung Keputusan:

---

Metode & Implementasi. Yayasan Kita Menulis.

Siregar. (2020). *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17* (Edisi 1 Cetakan 3). Jakarta: Bumi Aksara.

Sugiyono, D. (2013). Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D.

Sugiyono, D. (2018). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R & D/Sugiyono. Bandung: Alfabeta,

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: CV Alfabeta.

Robert Kurniawan, B. Y. (2016). Analisis Regresi: Dasar dan Penerapannya dengan R.