

ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SAYURAN HIDROPONIK DI KOTA LANGSA

Winda Sartika *¹
Cut Gustiana ²
Rozalina ³

^{1,2,3} Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Samudra

*e-mail: sartikawinda23@gmail.com¹, cutgustiana@unsam.ac.id², rozalina@unsam.ac.id³

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis preferensi konsumen terhadap keputusan pembelian sayuran hidroponik di Kota Langsa. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah Nonprobability Sampling yaitu berupa accidental sampling dengan jumlah sampel sebanyak 40 orang. Analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Analisis data dilakukan dengan menggunakan software SPSS 22 berdasarkan hasil uji F menunjukkan bahwa variabel preferensi harga, kualitas produk, dan kemasan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sayuran hidroponik (signifikansi $0,000 < 0,05$) Untuk uji t yang dilakukan membuktikan bahwa variabel preferensi harga (X_1) signifikan terhadap keputusan pembelian sayuran (signifikansi $0,039 < 0,05$), kualitas produk (X_2) signifikan terhadap keputusan pembelian sayuran hidroponik (signifikansi $0,001 < 0,05$), kemasan (X_3) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sayuran hidroponik di Kota Langsa (signifikansi $0,004 < 0,05$).

Kata kunci: Preferensi Konsumen, Keputusan Pembelian, Sayuran Hidroponik.

Abstract

This study aims to analyze consumer preferences for hydroponic vegetable purchase decisions in Langsa City. The sampling method used is Nonprobability Sampling, which is in the form of accidental sampling with a sample of 40 people. The data analysis used was multiple linear regression analysis. Data analysis was carried out using SPSS 22 software based on the results of the F test showing that the following variables of price preference, product quality, and packaging had a significant effect on the decision to purchase hydroponic vegetables (significance $0.000 < 0.05$) For the t-test carried out, it showed that the price predirection variable (X_1) was significant to the decision to purchase vegetables (significance $0.039 < 0.05$), product quality (X_2) was significant to the decision to purchase hydroponic vegetables (significance $0.001 < 0.05$), packaging (X_3) had a significant effect on the decision to purchase hydroponic vegetables in Langsa City (significance $0.004 < 0.05$).

Keywords: Consumer Preferences, Purchase Decisions, Hydroponic Vegetables.

PENDAHULUAN

Sektor pertanian merupakan sektor yang memegang peranan penting dalam mendorong pembangunan ekonomi di Indonesia. Salah satu komoditas pertanian yang berpotensi untuk dikembangkan yaitu komoditas hortikultura. Salah satu hasil dari hortikultura adalah sayuran. Tanaman hortikultura sayuran menjadi sumber pangan terpenting karena memiliki kandungan vitamin, mineral, dan serat yang tinggi sehingga sangat bermanfaat untuk tubuh manusia (Anggiasari, 2016).

Meningkatnya kesadaran masyarakat akan pola hidup sehat, khususnya pada masyarakat modern yang cenderung sedikit demi sedikit meninggalkan makanan berkalori tinggi dan rendah serat. Oleh karena itu, sebagian orang semakin memilih sayuran dengan harapan dapat memberikan manfaat yang maksimal bagi tubuh. Beberapa masyarakat sudah mulai menetapkan kriteria tertentu dalam memilih sayuran seperti sayuran hidroponik.

Sayuran hidroponik adalah sayuran yang diperoleh dari penanaman menggunakan media tanam air dicampur dengan larutan nutrisi sebagai unsur hara mikro dan makro yang diperlukan sayuran (Yasmin *et al.*, 2017). Sayuran yang sering ditanam di perkotaan karena pertanian hidroponik merupakan metode pertanian yang menggunakan air dan nutrisi yang terkontrol untuk menumbuhkan tanaman tanpa tanah sebagai media tumbuhnya dan tidak memerlukan banyak lahan. Sayuran merupakan salah satu komoditas yang sangat dibutuhkan masyarakat

Indonesia selain beras karena mengandung banyak khasiat yang bermanfaat sehingga menjadikan lebih sehat.

Perkembangan permintaan akan sayuran hidroponik di Indonesia setiap tahunnya cenderung mengalami peningkatan, namun data permintaan sayuran hidroponik yang menyatakan tingginya permintaan konsumen di Indonesia secara statistik belum ada, karena belum terdokumentasi dengan baik. Berdasarkan hasil rangkuman survey melalui beberapa artikel mengenai permintaan sayuran hidroponik, peningkatan permintaan sayuran hidroponik setiap tahun meningkat 10%-20% (Muntaha, 2018).

Salah satu kota di Indonesia yang memiliki potensi pengembangan pertanian sayur hidroponik adalah Kota Langsa, yang terletak di Provinsi Aceh. Kota ini memiliki iklim tropis yang cocok untuk pertumbuhan tanaman, serta permintaan yang cukup besar akan sayuran segar. Selain itu, potensi pengembangan pertanian sayur hidroponik di Kota Langsa belum dioptimalkan. Masih diperlukan pemahaman yang lebih dalam tentang preferensi konsumen terhadap produk ini. Setiap konsumen memiliki preferensi dan kebutuhan yang berbeda, sehingga penting untuk mengetahui faktor-faktor apa yang mempengaruhi keputusan pembelian mereka terhadap sayur hidroponik.

Preferensi konsumen merupakan pilihan suka atau tidak suka konsumen terhadap suatu produk, baik barang ataupun jasa yang dikonsumsi atau yang digunakan (Schifman dan Kanuk). Dalam proses pembelian, konsumen perlu membuat keputusan untuk memuaskan kebutuhan mereka, dan memastikan bahwa pilihan tersebut dianggap terbaik. Oleh karena itu, produsen disarankan untuk memahami apa yang diutamakan oleh konsumen, agar dapat memenuhi preferensi dan keinginan konsumen dengan lebih efektif (Fauza *et al.*, 2018).

Preferensi konsumen penting untuk diketahui oleh produsen dan pengecer supaya lebih mudah untuk menyesuaikan spesifikasi produk sayuran hidroponik yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen sehingga diharapkan akan lebih mudah untuk memasarkan dan menentukan strategi pemasaran yang tepat. Berdasarkan uraian diatas penulis ingin melakukan penelitian dengan judul "Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sayuran Hidroponik di Kota Langsa".

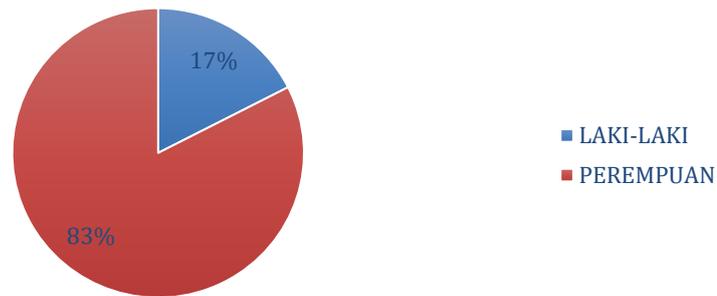
METODE

Lokasi penelitian ini dilakukan di pasar Kota Langsa, kecamatan langsa kota, penelitian ini dilakukan pada bulan februari-maret 2024. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang membeli sayuran hidroponik. Penelitian ini melibatkan 40 responden konsumen sayuran hidroponik di Kota Langsa melalui teknik nonprobability sampling dengan metode accidental sampling. Desain penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dan analisis untuk mengukur pengaruh variabel harga, kualitas produk, dan kemasan terhadap keputusan pembelian. teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu dengan wawancara, observasi dan kuisisioner. Data dianalisis menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan software spss 22.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kota Langsa merupakan daerah dari pemekaran Kabupaten Aceh Timur. Terletak lebih kurang 400 Km dari Kota Banda Aceh. Kota Langsa sebelumnya berstatus Kota Administratif sesuai dengan Peraturan Pemerintah Nomor 64 Tahun 1991 tentang pembentukan Kota Administratif. Langsa kemudian ditetapkan statusnya menjadi kota dengan Undang-Undang Nomor 3 Tahun 2001. Berdasarkan Undang-Undang nomor 3 Tahun 2001 Kota Langsa memiliki luas 262,41 Km². Dengan letak geografis 04°24'35.68"-04°33'47.03" Lintang Utara 97°53'14.59"-98°04'42.16" Bujur Timur. Yang berbatasan Kabupaten Aceh Timur dan dan Kabupaten Aceh Tamiang (Kota Langsa dalam angka, 2024).

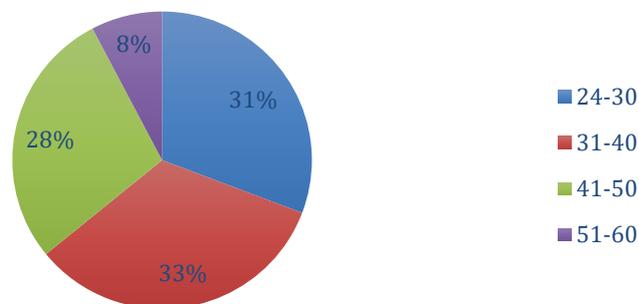
Kota Langsa terdiri dari 5 (lima) Kecamatan yaitu Kecamatan Langsa Timur, Kecamatan Langsa Barat, Kecamatan Langsa Kota, Kecamatan Langsa Lama dan Kecamatan Langsa Baro meliputi 60 (enam puluh) Desa (Qanun Nomor 4 Tahun 2010). Kecamatan Langsa Timur terdiri dari enam belas desa, Kecamatan Langsa Lama terdiri dari lima belas desa. Sedangkan Kecamatan Langsa Barat terdiri dari tiga belas desa dan dua belas desa berada di Kecamatan Langsa Baro serta sepuluh desa berada di Kecamatan Langsa Kota (Kota Langsa dalam angka, 2024).



Gambar 1. karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Sumber: Data Primer diolah, 2024

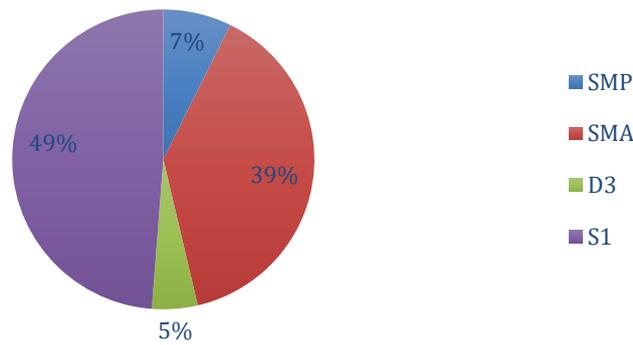
Gambar 1 menunjukkan bahwa jumlah responden perempuan lebih banyak dibandingkan laki-laki. Responden perempuan mencapai 33 orang atau 83%, sedangkan responden laki-laki hanya 7 orang atau 17%. Hal ini mengindikasikan bahwa konsumen sayuran hidroponik di Kota Langsa didominasi oleh perempuan.



Gambar 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Sumber: Data Primer diolah, 2024

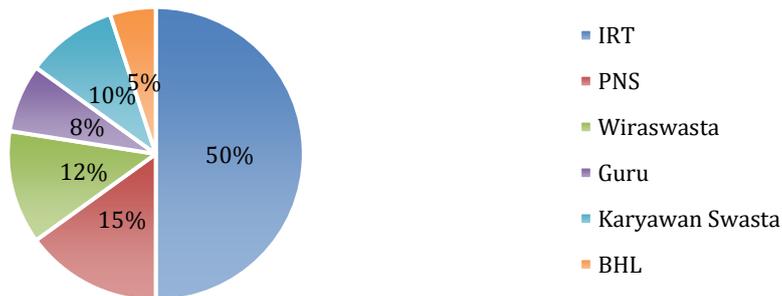
Gambar 2 menunjukkan bahwa di Kota Langsa, mayoritas pembeli sayuran hidroponik adalah responden berusia 31-40 tahun, dengan jumlah 13 orang atau 33%. Kelompok usia 24-30 tahun adalah pembeli terbanyak kedua, dengan 12 orang atau 31%. Responden berusia 41-50 tahun mencapai 11 orang atau 28%, sementara usia 51-60 tahun adalah yang paling sedikit, hanya 3 orang atau 8%. Temuan ini sesuai dengan penelitian Adi Prasetyo (2018), yang menunjukkan bahwa perbedaan usia mempengaruhi permintaan seseorang terhadap barang.



Gambar 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Sumber: Data Primer diolah, 2024

Gambar 3 menunjukkan bahwa mayoritas responden yang membeli sayuran hidroponik di Kota Langsa memiliki tingkat pendidikan terakhir S1, dengan 20 orang atau 49%. Responden dengan pendidikan terakhir D3 adalah yang paling sedikit, hanya 2 orang atau 5%. Responden dengan pendidikan terakhir SMP berjumlah 3 orang atau 7%, sedangkan responden dengan pendidikan terakhir SMA berjumlah 16 orang atau 39%. Berdasarkan hasil survei, mayoritas konsumen sayuran hidroponik di Kota Langsa memiliki pendidikan terakhir S1 (Strata satu)



Gambar 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Sumber: Data Primer diolah, 2024

Gambar 4 di atas menunjukkan bahwa mayoritas responden 50% adalah ibu rumah tangga (irt) mereka lebih cenderung memilih sayuran hidroponik karena mereka yang memperhatikan kebutuhan rumah tangga, termasuk dalam hal pemilihan bahan makanan yang sehat dan berkualitas untuk keluarga mereka. Maka dari itu mereka memilih sayuran hidroponik karena dianggap lebih bersih dan sehat dibandingkan dengan sayuran konvensional. Pegawai negeri sipil (PNS) berjumlah 15 %, mereka membeli sayuran hidroponik karena mereka memiliki penghasilan tetap dan mencari produk yang berkualitas, mereka lebih memperhatikan aspek kesehatan dan nutrisi dalam pembelian sayuran hidroponik. Kelompok wiraswasta, yang berjumlah 12% dari responden lebih fleksibel dalam pengeluaran dan tertarik pada inovasi serta produk-produk baru seperti sayuran hidroponik dan mereka juga terdorong untuk mendukung bisnis lokal dengan membeli produk sayuran hidroponik. Sementara guru berjumlah 10% memilih sayuran hidroponik karena memiliki nilai edukatifnya dan manfaat kesehatan yang diberikan kepada keluarga dan digunakan dalam hal pendidikan tentang gizi di sekolah. Karyawan swasta 8% memilih sayuran hidroponik karena mudah diakses dan dipercaya dan lebih berkualitas. Terakhir, BHL 5% memilih sayuran hidroponik dikarenakan karena harganya sesuai dengan kualitas sayuran yang mereka beli serta bebas dari pestisida. Pekerjaan responden sangat berpengaruh pada preferensi dan keputusan pembelian sayuran hidroponik di Kota Langsa.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

No	Kode	r hitung (X ₁)	r hitung (X ₂)	r hitung (X ₃)	r tabel 0,05	r tabel 0,01	Ket
1	X _{1.1}	0,521			0,312	0,403	Valid
2	X _{1.2}	0,631			0,312	0,403	Valid
3	X _{1.3}	0,538			0,312	0,403	Valid
4	X _{1.4}	0,476			0,312	0,403	Valid
5	X _{1.5}	0,595			0,312	0,403	Valid
6	X _{6.1}		0,558		0,312	0,403	Valid
7	X _{7.2}		0,557		0,312	0,403	Valid
8	X _{8.3}		0,512		0,312	0,403	Valid
9	X _{9.4}		0,630		0,312	0,403	Valid
10	X _{10.5}		0,449		0,312	0,403	Valid
11	X _{11.1}			0,503	0,312	0,403	Valid
12	X _{12.2}			0,441	0,312	0,403	Valid
13	X _{13.3}			0,567	0,312	0,403	Valid
14	X _{14.4}			0,536	0,312	0,403	Valid
15	X _{15.5}			0,566	0,312	0,403	dValid

Sumber: Data Primer diolah, 2024

Setelah dilakukan uji validitas pada instrumen penelitian setiap variabel harga, kualitas produk dan kemasan terlihat bahwa keseluruhan item pernyataan dinyatakan valid dikarenakan nilai r hitung nilai signifikansi nya lebih tinggi dari r tabel dengatn tingkat signifikansi 5% dan 1% yaitu 0,312 dan 0,403.

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas variabel harga, kualitas produk dan kemasan

Variabel	Cronbach's Alpha	Hasil Uji
Harga (X ₁)	0,711	Reliabel
Kualitas (X ₂)	0,600	Reliabel
Kemasan (X ₃)	0,681	Reliabel

Sumber: Data Primer diolah, 2024

Berdasarkan tabel 2 menunjukkan bahwa variabel X₁, X₂, dan X₃ nilai Cronbach's Alpha > 0,6. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa setiap variabel penelitian yang digunakan memiliki tingkat reliabilitas yang tinggi dan bisa digunakan untuk mengumpulkan data yang diperlukan dalam penelitian ini.

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas Analisis Prefrensi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sayuran Hidroponik di Kota Langsa

<i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</i>		
		<i>Unstandardized Residual</i>
<i>N</i>		40
<i>Normal Parameters</i>	<i>Mean</i>	,0000000
	<i>Std. Deviation</i>	.78910412
<i>Most Extreme Differences</i>	<i>Absolute</i>	,105
	<i>Positive</i>	,084
	<i>Negative</i>	-,105
<i>Test Statistic</i>		,105
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>		0,200

Sumber: Data Primer diolah, 2024

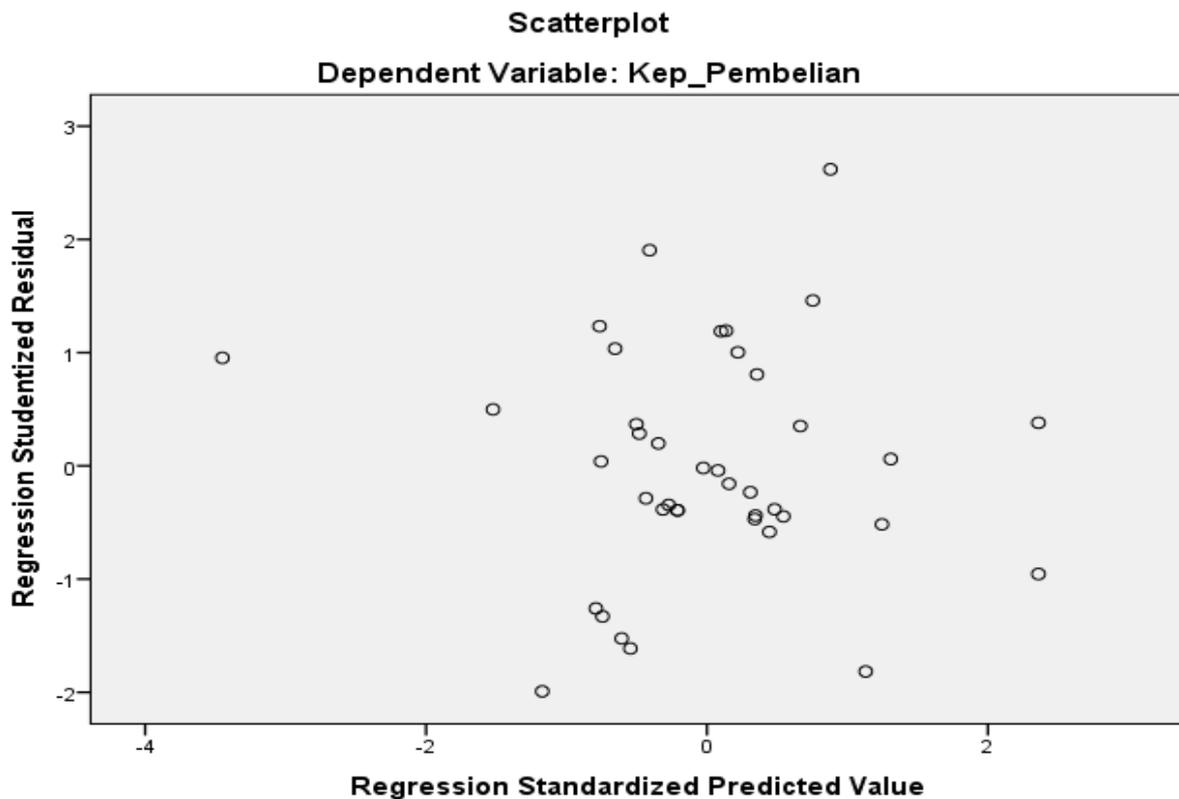
Berdasarkan pada tabel diatas, hasil uji normalitas diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar 0,200 dimana hasil tersebut > dari taraf signifikansi 0,05. Dengan demikian, data penelitian ini berdistribusi normal, dan asumsi normalitas telah terpenuhi dalam model regresi.

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinieritas preferensi konsumen terhadap keputusan pembelian keputusan pembelian sayuran hdroponik di Kota Langsa

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Harga (X ₁)	0,704	1,421
Kualitas (X ₂)	0,600	1,667
Kemasan (X ₃)	0,667	1,499

Sumber: Data Primer diolah, 2024

Tabel di atas menunjukkan bahwa nilai VIF untuk semua variabel bebas kurang dari 10 dan nilai toleransinya lebih besar dari 0,1. Hal ini menunjukkan bahwa model tidak mengalami gejala multikolinieritas, yang berarti tidak ada hubungan yang signifikan antara variabel bebas. Oleh karena itu, data penelitian layak untuk dilanjutkan ke analisis regresi linier berganda.



Gambar 5. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Sumber: Data Primer diolah, 2024

Berdasarkan gambar hasil uji Scatterplot menunjukkan bahwa titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini dapat dikatakan bahwa tidak terjadi gejala heterokedastisitas pada model regresi.

Tabel 5. Hasil Uji Regresi Linear Berganda Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sayuran Hidroponik di Kota Langsa

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	6,633	1,630		4,070	0,000
Harga (X1)	0,160	0,075	0,237	2,143	0,039
Kualitas (X2)	0,289	0,083	0,418	3,490	0,001
Kemasan (X3)	0,234	0,076	0,350	3,080	0,004

Sumber: Data Primer diolah, 2024

Berdasarkan pada tabel di atas, nilai nilai yang tertera digunakan untuk menggambarkan persamaan regresi adalah sebagai berikut:

$$Y = 6,633 + 0,160X_1 + 0,289X_2 + 0,234X_3$$

Berdasarkan persamaan regresi linier berganda diatas maka dapat di interpretasi nilai koefisien regresi sebagai berikut:

1. Nilai konstanta keputusan pembelian konsumen (Y) sebesar 6,633, menyatakan bahwa jika variabel X (Harga, kualitas produk dan kemasan) tidak berubah (konstan) maka keputusan pembelian sayuran hidroponik di Kota Langsa akan meningkat sebesar 6,633 skor.
2. Koefisien regresi variebel X_1 sebesar 0,160 menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu skor dalam harga sayuran hidroponik akan meningkatkan keputusan pembelian (Y) sebesar 0,160 skor, dengan asumsi bahwa variabel harga dan kemasan dianggap tetap. Tanda positif menunjukkan hubungan yang searah antara harga (X_1) dan keputusan pembelian (Y), yang berarti apabila harga (X_1) semakin besar maka keputusan pembelian (Y) juga akan mengalami peningkatan sebesar 0,160 skor. Hal tersebut membuktikan bahwa konsumen di Kota Langsa menyadari bahwa sayuran hidroponik memiliki kualitas yang bagus dan manfaat kesehatan yang banyak, sehingga mereka tetap bersedia membelinya meskipun harganya naik. Mereka menilai bahwa manfaat yang diperoleh oleh konsumsi sayuran hidroponik sepadan dengan harga yang harus dibayar. Hal tersebut juga sejalan dengan pendapat Sudharto (2007) juga mengumumkan bahwa konsumen mengharapkan harga yang dikeluarkan sepadan dengan kualitas yang didapat dari produk yang dibeli, dengan kata lain harga dapat mewakili kualitas suatu produk.
3. Koefisien regresi X_2 sebesar 0,289 menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu skor dalam kualitas sayuran hidroponik (X_2), maka keputusan pembelian (Y) akan naik sebesar 0,289 skor dengan asumsi bahwa variabel harga dan kemasan dianggap tetap. Tanda positif menunjukkan hubungan yang searah antara Kualitas (X_2) dan keputusan pembelian (Y), yang berarti apabila kualitas produk (X_2) semakin besar maka keputusan pembelian (Y) akan mengalami penambahan sebesar 0,289 skor. Berdasarkan nilai koefisien regresi dinyatakan bahwa kualitas produk naik satu skor maka keputusan pembelian meningkat. Hal tersebut menunjukkan bahwa peningkatan kualitas produk adalah strategi yang paling efektif untuk meningkatkan pembelian.
4. Koefisien Regresi X_3 sebesar 0,234 menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu skor dalam kemasan sayuran hidroponik (X_3) akan meningkatkan keputusan pembelian (Y) sebesar 0,234 skor, dengan asumsi variabel harga dan kualitas dianggap tetap. Kemasan juga memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Pentingnya dari kemasan dalam menarik konsumen.

Tabel 6. Uji Simultan (Uji F)

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	53,939	3	17,980	26,653	0,000
Residual	24,285	36	,675		
Total	78,224	39			

Sumber: Data Primer diolah, 2024

Berdasarkan hasil uji F tabel pada taraf signifikansi 5% pada tabel diatas diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini Harga (X_1), Kualitas (X_2), dan Kemasan (X_3) secara simultan berpengaruh sangat nyata terhadap keputusan pembelian sayuran hidroponik di Kota Langsa (Y). Pada tingkat signifikansi 0,05, nilai signifikansi yang kecil ini menunjukkan bahwa hubungan antara variabel harga, kualitas dan kemasan terhadap keputusan pembelian sayuran hidroponik di Kota Langsa tidak terjadi secara kebetulan. Temuan ini menegaskan bahwa variabel-variabel yang dimasukkan dalam model regresi ini relevan dan penting menjelaskan faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian sayuran hidroponik di Kota Langsa.

Tabel 7. Hasil uji parsial (Uji t)

Model	T	Sig.
(Constant)	4,070	0,000
Harga (X_1)	2,143	0,039
Kualitas (X_2)	3,490	0,001
Kemasan (X_3)	3,080	0,004

Sumber: Data Primer diolah, 2024

Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan *Software SPSS 22* melalui uji t yang dilakukan, diperoleh ini sebagai berikut:

1. Hasil uji parsial (uji t) menunjukkan bahwa nilai signifikansi untuk variabel Harga (X_1) adalah $0,039 < 0,05$ sehingga menunjukkan bahwa variabel harga (X_1) berpengaruh terhadap keputusan pembelian sayuran hidroponik di Kota Langsa. Maka dari itu hipotesis diterima karena nilai signifikansi nya lebih kecil dari 0,05, dimana pernyataan hipotesis diterima artinya ada pengaruh antara variabel harga (X_1) terhadap keputusan pembelian (Y) sayuran hidroponik di Kota Langsa. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen tidak keberatan dan akan tetap membeli sayuran hidroponik jika mengalami kenaikan harga asalkan harganya sesuai dengan apa yang didapat. Hal ini juga sama dengan pendapat Febrianti et al., (2019) menyatakan bahwa responden tidak memperlmasalahkan harga sayuran hidroponik, karena menurut mereka harga yang ditetapkan oleh produsen sudah sesuai dengan kualitas sayuran yang diterima.
2. Hasil uji parsial (uji t) menunjukkan bahwa nilai signifikansi untuk variabel kualitas (X_2) adalah $0,001 < 0,05$ sehingga menunjukkan variabel kualitas (X_2) berpengaruh terhadap keputusan pembelian sayuran hidroponik di Kota Langsa. Hal tersebut menyatakan bahwa hipotesis diterima karena nilai signifikansi kurang dari dari 0,05. Artinya konsumen di Kota Langsa cenderung memilih untuk membeli sayuran hidroponik karena mereka merasa yakin bahwa produk tersebut menawarkan kualitas yang baik.
3. Hasil uji parsial menunjukkan bahwa nilai signifikansi untuk variabel kemasan (X_3) adalah $0,004 < 0,05$ sehingga menunjukkan variabel kemasan (X_3) berpengaruh terhadap keputusan pembelian sayuran hidroponik di Kota Langsa. Hal tersebut menunjukkan bahwa hipotesis diterima karena nilai signifikansi kurang dari 0,05. Ini menunjukkan bahwa konsumen di Kota Langsa cenderung memilih sayuran hidroponik untuk membeli produk tersebut karena konsumen merasa yakin bahwa sayuran hidroponik memiliki kemasan yang berfungsi dengan baik untuk melindungi produk.

KESIMPULAN

Dari hasil analisis penelitian tentang preferensi konsumen terhadap keputusan pembelian sayuran hidroponik di Kota Langsa, maka ditarik kesimpulan bahwa berdasarkan hasil uji simultan (uji F) variabel preferensi harga (X_1), kualitas produk (X_2), dan kemasan (X_3) terhadap keputusan pembelian sayuran hidroponik di Kota Langsa (Y), maka terdapat pengaruh positif dan signifikan secara simultan atau secara bersama-sama dengan nilai signifikansi sebesar (0,000) dan berdasarkan uji t antara variabel preferensi harga (X_1), kualitas produk (X_2) dan kemasan (X_3) terhadap keputusan pembelian sayuran hidroponik di kota langsa (Y) memiliki pengaruh secara parsial, dimana preferensi harga (X_1) memiliki nilai signifikansi sebesar (0,039), kualitas produk (X_2) memiliki nilai signifikansi sebesar (0,001), dan kemasan (X_3) memiliki nilai signifikansi sebesar (0,004). Hal tersebut menandakan bahwa preferensi konsumen dalam hal harga yang ditawarkan, kualitas dan penampilan kemasan memainkan peranan penting dalam proses pengambilan keputusan pembelian sayuran hidroponik di Kota Langsa.

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, Prasetyo. 2018. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah BMT Kaffah Yogyakarta*. Skripsi Jurusan Ekonomi Islam STAIN Surakarta-Sem Institute Yogyakarta.
- Anggiasari, N., Indriani, Y., & Endaryanto, T. (2016). *Jiia*, Volume 4, No. 4(4), 391–397.
- Badan Pusat Statistik Provinsi Kota Langsa, 2024. *Kota Langsa Dalam Angka 2024*. Kota Langsa: Badan Pusat Statistik
- Fauzan, M. D., Suhendra, A. A., & Aurachman, R. 2018. "Perancangan Atribut Kafe YellowTruck Berdasarkan Preferensi Konsumen Kafe Bandung Dengan Menggunakan Metode Conjoint". *eProceedings of Engineering*, 5(1)
- Febrianti, T., Tsani, A., & Milla, A. N. (2019). *Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Sayuran Hidroponik Di Kota Sukabumi*. *Paspalum: Jurnal Ilmiah Pertanian*, 7(1), 1.
- Sudharto P. Hadi. (2007). *Perilaku Konsumen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- T. R. Yasmin, W. D. Prastiwi, M. Handayani. (2017). *Analisis Konjoin Preferensi Konsumen Sayuran Hidroponik Agrofarm Bandungan Kabupaten Semarang*. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian* Vol. 1(1):85-93.