



DAMPAK KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN SAYURAN HIDROPONIK

Muhammad Ali Hasim Asyari¹, Risnawati², Fikri Jufri³, Asman⁴

^{1,2,3,4}Agribisnis, Fakultas Pertanian dan Bisnis Digital, Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur, Indonesia

Email: mah364@umkt.ac.id

Abstract

One of the strategy to increase people's interest in choosing to consume hydroponic vegetables is to provide a sense of satisfaction to consumers. Good product quality, affordable prices, and excellent service can all contribute to customer satisfaction with hydroponic vegetables. The purpose of this study is to investigate the ways in which Paser Hydroponics' customer satisfaction can be significantly impacted by factors such as product quality, price, and service. This sort of exploration is quantitative elucidating investigation and utilizations the Unintentional Testing inspecting procedure. This study used primary data with a lemeshow formula (for an unknown population) sample size of 97 individuals. In this study, multiple linear regression analysis was used as the method of analysis. The study's results show that the coefficient of determination (R^2) is 0.623 (62.3%), it shows that there is a relationship between each independent variable. The results of simultaneous regression analysis or F-test show that product quality, price and service significantly influence consumer satisfaction, while partial or T-test shows that the price variable is not significant on consumer satisfaction.

Keywords: Cunsmer Satisfaction, Hydroponic, Price, Product Quality, Service

Abstrak

Salah satu strategi untuk meningkatkan minat Masyarakat agar memilih sayuran hidroponik adalah dengan memberikan rasa puas dan nyaman kepada konsumen. Kualitas produk yang baik, harga yang terjangkau, dan layanan yang sangat baik semuanya dapat berkontribusi pada kepuasan pelanggan terhadap sayuran hidroponik. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menyelidiki cara-cara di mana kepuasan pelanggan Paser Hydroponics dapat dipengaruhi secara signifikan oleh Faktor-faktor Seperti Harga Kualitas produk dan Pelayanan. Jenis eksplorasi ini adalah investigasi penjelasan kuantitatif dan pemanfaatan prosedur pemeriksaan Pengujian Tidak Disengaja. Penelitian ini menggunakan data primer dengan rumus lemeshow (Untuk populasi yang tidak diketahui) ukuran sampel 97 orang. Dalam penelitian ini, analisis regresi linier berganda digunakan sebagai metode analisis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa koefisien determinasi (R^2) adalah 0,623 (62,3 %). Hasil analisis Secara simultan atau F-test menunjukkan bahwa kualitas produk, harga, dan pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, sedangkan uji parsial atau T-test menunjukkan bahwa variabel harga tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen, sedangkan variabel kualitas produk dan pelayanan menunjukkan adanya pengaruh signifikan terhadap variabel dependent (Kepuasan konsumen).

Kata Kunci : Kepuasan Konsumen, Pelayanan, Kualitas Produk, Harga, Hidroponik

1. Pendahuluan

Indonesia dikenal sebagai salah satu negara yang memiliki banyak sumber daya alam dan banyak potensi di sektor pertanian. Oleh karena itu, sektor pertanian berperan besar dalam mendorong pertumbuhan ekonomi dan memenuhi kebutuhan pangan masyarakat Indonesia, seperti mengonsumsi makanan pokok, mencukupi kebutuhan protein, lemak, vitamin, dan mineral, serta mengonsumsinya dalam jumlah yang cukup. Berdasarkan kontribusinya terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia, dapat disimpulkan bahwa sektor pertanian berperan dalam perluasan ekonomi negara. Dalam catatan triwulan II/2021 yang dicatat Badan Pusat Statistik (BPS, 2021) memperlihatkan bahwa sektor pertanian, kehutanan, serta perikanan berkontribusi pada PDB sejumlah 12,93%, sektor pertanian dinilai mengalami pertumbuhan yang sangat pesat apabila dibandingkan dari triwulan terdahulu atau *kuartal-to-kuartal* (q-to-q). Sektor pertanian meliputi atas tanaman pangan, peternakan, perkebunan, hortikultura, perikanan, serta kehutanan. Sesuai dengan bentuk produksi yang dihasilkan, hortikultura mencakup ilmu yang berkaitan dengan buah-buahan (*pomologi*), sayuran (*olerikultura*), tanaman hias (*florikultura*), dan pertamanan (*hortikultura lanskap*). Bidang hortikultura ini mengeksplorasi manfaat tanaman hortikultura, terutama tanaman hias, sebagai bagian dari pengelolaan lingkungan. Sayuran menjadi salah satu wujud dari produksi yang dihasilkan hortikultura. Sayuran menjadi produksi yang memiliki kedudukan fundamental pada pelengkap akan kebutuhan manusia terutama dalam mencukupi pangan dan gizi yang diperlukan. Sayuran menjadi wujud produksi yang memiliki keunggulan dikarenakan tergolong ekonomis. Meskipun durasi panen yang dinilai relatif singkat, namun permintaan di pasaran relatif besar dikarenakan sayuran menjadi salah satu kebutuhan yang pokok dalam rumah tangga (Putra et al., 2019).

Dari kondisi tersebut, maka dibutuhkan peningkatan terhadap produksi sayuran yang dihasilkan sehingga menjadikan kebutuhan akan sayuran dapat tercukupi. Peningkatan terhadap sayuran harus ditunjang dari berbagai upaya, salah satu bentuknya yaitu pemanfaatan lahan non-pertanian dengan penerapan metode yang dapat digunakan adalah menerapkan teknik hidroponik. Teknik hidroponik ialah upaya dalam bertani yang tidak memakai tanah sebagai perangnya, namun hanya memakai air, cahaya, dan nutrisi yang sudah terdapat kandungan garam organik yang berfungsi dalam memunculkan akar yang sempurna sebagai pengganti dari tanah. Selain air, metode hidroponik dapat menerapkan perangkat tanaman berupa serabut kelapa, batu bata, *rockwool*, busa, serta material pendukung lainnya. Sistem hidroponik terdiri dari beberapa macam sistem (Tallei E. et al., 2017) menyatakan bahwa sistem hidroponik terdiri dari berbagai jenis antara lain; *wick systems*, *aeroponics*, *ebb an flow systems*, *nutrient film technique (NFT)*, *aquaponics and deep flow technique (DFT)*. Teknik hidroponik menawarkan tingkat pengendalian yang lebih baik dan termasuk kategori sayuran yang lebih sehat karena penggunaan pestisida yang minim dan memiliki kemudahan untuk dikontrol dari hama, tenaga yang digunakan lebih efisien, serta sayuran menjadi lebih hijau. Dengan metode hidroponik dapat membuat tanaman lebih cepat tumbuh dan berkembang dikarenakan mempunyai beberapa kelebihan dan yang menjadi utama yaitu tanaman berhasil untuk tumbuh dan produksi yang dihasilkan lebih terjamin. Selain itu, pemeliharaan menjadi lebih mudah, pupuk yang digunakan lebih sedikit, pertumbuhan tanaman relatif singkat dan tidak kotor, produksi

yang dihasilkan bersifat kontinuitas, dan beberapa jenis dari tanaman dapat dikembangkan di luar musim (Nasrulloh & Noor, 2021).

Sayuran hidroponik memberikan keuntungan hasil yang lebih memuaskan bagi para petani, kekurangan hidroponik yaitu listrik yang digunakan berjumlah besar (Sirrur et al., 2023). Permintaan pasar pada sayuran hidroponik di Indonesia dapat dikatakan mengalami kenaikan tiap periodenya, namun peningkatan tersebut tidak memiliki data secara valid dikarenakan tidak dilakukan pencatatan dan dokumentasi secara baik dari setiap banyaknya permintaan konsumen. Dari riset yang dihasilkan memperlihatkan beberapa artikel mengenai permintaan sayuran hidroponik mengalami peningkatan 10-20% tiap periodenya (Muntaha, 2018). Teknik hidroponik saat ini dapat ditemukan pada beberapa wilayah di Indonesia dan provinsi Kalimantan Timur tepatnya di Kabupaten Paser menjadi salah satu wilayah tersebut, tepatnya berada di Kecamatan Tanah Grogot. Sayuran Hidroponik merupakan salah satu usaha agribisnis yang beroperasi pada industri produksi dan pemasaran sayuran hidroponik dengan sistem *Nutrient Film Technique* (NFT), yang dapat mengetahui kesempatan untuk memenuhi kebutuhan pangan pada wilayah perkotaan. Bisnis Sayuran Hidroponik dapat menghasilkan produksi sayuran beberapa diantaranya, selada keriting, daun bawang, sawi, dan kemangi. Dalam proses penjualan produk, hidroponik paser pada masa sekarang dilaksanakan dengan sistem daring, melalui pengiriman maupun secara langsung yang menjadikan setiap konsumen dengan mudah memenuhi segala kebutuhannya. Preferensi masyarakat di kota mengalami perubahan terhadap sayuran konvensional menjadi sayuran hidroponik yang memperlihatkan konsumen lebih menyadari untuk mengonsumsi komoditas yang memiliki nilai gizi tinggi (Husain & Amran, 2022). Hal ini dipertegas oleh studi ((Hadianti et al., 2019) konsumen menilai bahwa sayuran hidroponik lebih baik daripada sayuran konvensional yang diperhatikan dari tingkat kesegaran, kebersihan, warna serta ukuran. Alasan utama dari pengonsumsi sayuran hidroponik yaitu dilihat dari aspek kebersihannya. Selain untuk mencukupi kebutuhan, dalam pemilihan sayuran konsumen juga memperhatikan bentuk tampilan dan kebersihan dari sayuran tersebut sehingga menjadikan mereka lebih puas. Sehingga sebelum melakukan pembelian, konsumen akan mengamati setiap perangkat dan pedoman mutu dari produk yang akan dibeli terutama pada sayuran hidroponik. Karena harga sayur hidroponik biasanya jauh lebih mahal daripada sayur konvensional, banyak konsumen yang tidak menjadikan sayur hidroponik sebagai pilihan utama. Oleh karena itu, perlu dilakukan upaya untuk meningkatkan minat masyarakat dalam mengonsumsi sayur hidroponik, dan salah satu strateginya adalah dengan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Menurut (Khotler & Keller, 2010) kepuasan konsumen didefinisikan menjadi suatu perasaan yang dimiliki pelanggan yang berwujud perasaan senang ataupun kecewa yang muncul dari adanya perbandingan yang dilakukan pada suatu tampilan pada komoditas yang dikaitkan dengan ekspektasi pelanggan mengenai komoditas tersebut, mendorong terbentuknya sikap positif yang pada gilirannya dapat menyebabkan pembelian berulang, jika kepuasan dipertahankan maka dapat loyalitas dari pelanggan akan terbentuk dari sebuah komoditas. Namun, perasaan ketidakpuasan dapat mengakibatkan pelanggan mengalami kekecewaan dan tidak lagi menggunakan komoditas tersebut. Sehingga, bentuk konsumsi dari masyarakat mampu membuka kesempatan untuk produsen menghasilkan sayuran hidroponik. Hal ini mendorong produsen untuk memahami perilaku dan tingkat

kepuasan konsumen, dengan harapan dapat meningkatkan keuntungan dan memenuhi kebutuhan konsumen. Terdapat beberapa indikator yang dapat menjadi penilaian terhadap kepuasan pelanggan yang dapat diamati dari bagaimana konsumen menyampaikan dan memberikan informasi yang positif terhadap suatu produk dan juga pada orang lain, membeli produk yang berbeda di perusahaan yang sama, serta melakukan pembelian berulang sesuai dengan kebutuhan dan harapan pelanggan. Usaha sayuran hidroponik di Paser terus mengalami perkembangan menciptakan persaingan yang ketat di antara produsen lokal, kondisi tersebut terlihat dari salah satu penghasil sayuran hidroponik lokal yang berhasil memasarkan produknya di beberapa minimarket yang ada di Paser. Persaingan yang terjadi secara intens menjadikan setiap penghasil sayuran hidroponik berupaya dalam mengembangkan mutu produk sehingga produk mereka dapat dikonsumsi oleh masyarakat (Nudin et al., 2022).

Menurut Zeithaml et al., (2009) faktor harga, kualitas produk, dan pelayanan semuanya berperan dalam menentukan kepuasan konsumen, Variabel penting dalam loyalitas pelanggan adalah nilai suatu barang, kualitas barang, dan pelayanan yang diberikan. Kepuasan konsumen atas suatu produk tentunya akan menjadikan pelanggan membeli secara berulang dan pelanggan memiliki rasa puas, serta memiliki kecenderungan untuk dapat mempengaruhi konsumen konsumen yang baru, namun sebaliknya ketidakpuasan pelanggan akan menjadikan pelanggan merasakan rugi dan tidak puas sehingga secara tidak langsung dapat menimbulkan persepsi negatif terhadap produk tersebut. Dalam menjalankan usaha sayuran hidroponik, para produsen sayuran hidroponik di Kabupaten Paser belum pernah melakukan evaluasi terhadap kepuasan konsumennya, sehingga sangat dibutuhkan sebagai bahan evaluasi dalam pengembangan keberlanjutan usaha kedepannya.

2. Bahan dan Metode

Lokasi penelitian dilakukan di Kecamatan Tanah Grogot Kabupaten Paser, karena merupakan salah satu wilayah sentra pemasaran sayuran hidroponik dan memiliki tingkat kepadatan penduduk yang tinggi dari kecamatan lainnya di Kabupaten Paser. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif. (Sugiyono, 2019) Ketika melakukan penelitian pada sampel atau populasi tertentu, metode penelitian kuantitatif merupakan pendekatan yang didasarkan pada positivisme. Data dikumpulkan melalui instrumen penelitian dan dieksplorasi secara kuantitatif untuk menguji spekulasi yang telah ditetapkan. Selain itu, metode deskriptif yang diterapkan dalam penelitian ini bertujuan untuk melihat setiap nilai dan faktor-faktor yang diteliti. (Satria et al., n.d.). Populasi dalam penelitian ini merupakan pelanggan berusia minimal 18 tahun yang telah membeli sayuran hidroponik. Sampel diambil dengan metode *Accidental* atau *Convenience sampling* dengan menggunakan metode *nonprobability sampling* karena ukuran populasi tidak diketahui (tak terbatas), digunakan rumus dari Lemeshow (1997) sebagai berikut .

$$n = \frac{Z^2 P(1 - P)}{d^2}$$

Keterangan;

n : Banyaknya sampel

P : Maximal estimasi : 0,5

d : presisi 10%

z : z skor pada tingkat kepercayaan 95% = 1,96

Dari rumus di atas, skor kepercayaan yang dipakai dipakai yaitu sebesar 95% mengartikan *alpha* nya ialah 5%. Dari hasil perhitungan rumus yang digunakan jumlah sampel yang akan diteliti yaitu dibulatkan menjadi 97 responden. Penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linier berganda dengan menggunakan software SPSS 26. Menurut Priyatno dalam (Rahmandika, 2023) menerangkan bahwa pelaksanaan uji asumsi klasik bertujuan melihat keberadaan dari normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas dalam model regresi.

3. Hasil dan Pembahasan

Usia Konsumen

Usia Konsumen yang paling dominan adalah pada rentang 26 sampai dengan 35 tahun dengan jumlah 50 orang dan yang paling rendah pada rentang usia 46-50 tahun, Hal ini memiliki kesesuaian terhadap penelitian yang dihasilkan (Hadianti et al., 2019) memperlihatkan bahwa rata-rata konsumen yang membeli sayuran hidroponik ialah kelompok produktif. Kondisi tersebut terjadi dikarenakan faktor wawasan yang terbuka terhadap kepentingan melakukan pola hidup sehat dan keunggulan dari sayuran hidroponik.

Tabel 1. Karakteristik konsumen berdasarkan usia

Usia (Tahun)	Jumlah (orang)	Persentase (%)
18 – 25	32	33
26 – 35	50	52
36 – 45	11	11
46 – 50	4	4
Total	97	100

Sumber: Data Primer diolah

Jenis Kelamin Konsumen

Jenis kelamin konsumen sayuran hidroponik di Paser menunjukkan bahwa mayoritas adalah perempuan, dengan jumlah 65 orang (67%). Hal ini mencerminkan bahwa perempuan seringkali bertanggung jawab dalam pengelolaan kebutuhan rumah tangga, termasuk pemenuhan gizi keluarga. Penelitian yang dihasilkan sesuai dengan temuan yang dilaksanakan (Nasrulloh & Noor, 2021) memperlihatkan bahwa perempuan memiliki kedudukan penting dalam menentukan putusan mengenai pembelian keperluan dapur pada rumah tangga yaitu sayuran.

Tabel 2. Data Jenis Kelamin Konsumen

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
Laki- laki	32	33
Perempuan	65	67
Jumlah total	97	100

Sumber : Data primer diolah

Pekerjaan Konsumen

Jenis pekerjaan konsumen Sayuran Hidroponik Paser didominasi oleh karyawan swasta sebanyak 32 dan wiraswasta sebanyak 29 orang, pelajar 23 orang, IRT 9 orang dan

tenaga pengajar 4 orang. Hal ini dapat disimpulkan bahwa konsumen Hidroponik paser didominasi oleh jenis pekerjaan karyawan wiraswasta.

Tabel 3. Data Responden berdasarkan jenis pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah (orang)	Persentase (%)
Karyawan Swasta	32	33
Wiraswasta	29	30
Mahasiswa	23	24
IRT	9	9
Tenaga pengajar	4	4
Total	97	100

Sumber: Data primer diolah

Pendidikan Konsumen

Pendidikan konsumen Sayuran Hidroponik Paser didominasi pendidikan SLTA/SMA Sederajat sebanyak 73 orang, SMP sebanyak 18 orang dan sarjana 6 orang.

Tabel 4. Karakteristik Konsumen berdasarkan Pendidikan

Jenis Pendidikan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
SD	0	0
SMP	18	19
SMA	73	75
Sarjana	6	6
Total	97	100

Sumber : Data primer diolah

Analisis Regresi Linier Berganda

Berdasarkan hasil analisis secara simultan diperoleh nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga H_0 ditolak, data hasil analisis dapat dilihat pada tabel ini.

Tabel 5. Hasil uji statistik F

ANOVA ^a					
Model	Sum of squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	178.760	3	59.587	53.805	.000 ^b
Residual	102.993	93	1.107		
Total	281.753	96			

Sumber: Ouput SPSS

Berdasarkan informasi yang disajikan pada Tabel 5, kepuasan pelanggan (Y) Sayur Hidroponik Paser dipengaruhi secara signifikan oleh seluruh variabel bebas yaitu Kualitas Produk (X_1), Harga (X_2), dan Pelayanan (X_3). Sementara itu, analisis uji t menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk (X_1) dan Pelayanan (X_3) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan Sayur Hidroponik Paser, sedangkan variabel Harga (X_2) tidak memiliki pengaruh yang signifikan. Hasil pengujian secara rinci dapat dilihat pada Tabel 6 di bawah ini.

Tabel 6. Data hasil uji t statistik

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta	t	

1 (Constant)	3.527	1.343		2.627	.010
Kualitas Produk	.111	.036	.318	3.071	.003
Harga	-.081	.040	-.129	-2.054	.043
Pelayanan	.244	.049	.513	4.970	.000

a. *Dependent Variable: Kepuasan Konsumen*

Sumber: Output SPSS

Sedangkan hasil analisis koefisien determinasi (R^2) dihasilkan dan ditampilkan pada tabel dibawah ini :

Tabel 7. Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R-square	Adjusted R-square	Std. error of the estimate
1	.797 ^a	.634	.623	1.05236

Sumber: Output SPSS

Dari Tabel di atas dapat dijelaskan kepastian nilai (R^2) menunjukkan adanya hubungan antara faktor-faktor bebas yang diuji sebesar 0,623 (62,3%). Namun, sisanya sebesar 37,7% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak masuk dalam variabel penelitian ini.

Pengaruh Kualitas Produk (X_1)

Variabel kualitas produk memiliki nilai signifikansi sebesar 0,003 < 0,05 dan t hitung sebesar 3,071 lebih besar dari t tabel (1,985). Oleh karena H_1 diterima, maka kepuasan konsumen Sayuran Hidroponik Paser secara signifikan dipengaruhi sebagian oleh variabel kualitas produk. Sehingga, semakin banyak variasi jenis sayuran hidroponik yang dihasilkan/ dipasarkan dengan kualitas dan kemasan yang baik, maka akan meningkatkan kepuasan konsumen. Produk Sayuran Hidroponik Paser memiliki beberapa jenis kategori produk, salah satunya yaitu selada keriting yang paling dominan dibudidayakan oleh petani. Sayur-sayuran tersebut dipanen 3 kali dalam satu minggu. Adapun pada variabel kualitas produk, kebersihan menjadi hal utama yang diperhatikan oleh konsumen, hal ini dibuktikan dari hasil kuesioner pada lampiran bahwa mayoritas konsumen sangat puas terhadap kebersihan produk sesuai dengan misi Hidroponik Paser maka akan selalu berusaha untuk menjaga kualitas kebersihan sayuran, hal ini dipertegas dari temuan (Hadianti et al., 2019) Konsumen menilai sayuran hidroponik berdasarkan kesegaran, kebersihan, warna, dan ukuran. Produk dengan kualitas tinggi dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan mendorong mereka untuk melakukan pembelian ulang serta menjadi lebih setia terhadap produk tersebut.

Hasil uji t pada variabel ini sesuai dengan studi sebelumnya yang dilaksanakan (Berlianti Mustika Pratiwi, Dwi Susilowati, 2022) memperlihatkan bahwa ditemukan pengaruh parsial secara positif dan nyata dari kualitas produk pada kepuasan konsumen, hal tersebut terbukti dari kepuasan yang dirasakan pelanggan mengalami peningkatan 17,685 kali. Kualitas dari suatu produk yang didapatkan pelanggan dapat diamati dari kesegaran dan tidak terdapat kerusakan pada produk tersebut, serta produk yang memiliki citra pada merek yang dimiliki mampu menjamin produk yang ditawarkan pada pelanggan. Selain itu, bentuk pengemasan yang rapi dan aman juga dinilai mampu menjaga kerusakan

pada produk tersebut. Pada penelitian ini konsumen menganggap bahan yang digunakan pada produk organik yang ramah lingkungan dan tanpa pestisida yang menjadi keunggulan utama Hidroponik Paser. Namun berbeda dengan hasil penelitian yang dilaksanakan (Asti & Ayuningtyas, 2020) yaitu Kualitas produk berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen, hal itu berdasarkan dari nilai T- hitung berada di bawah batas signifikansi yaitu sebesar 0,433. Berdasarkan penjelasan tersebut, maka kualitas produk secara individual memiliki peran yang signifikan dalam mempengaruhi kepuasan konsumen, terutama terkait dengan kebersihan sayuran Hidroponik Paser dan juga selalu memastikan bahwa produk yang dikirimkan kepada konsumen merupakan produk yang berkualitas. Terjaminnya kualitas produk dibuktikan dari pernyataan konsumen yang puas baik dari segi tampilan dan kesegaran, daya tahan sayuran serta pengemasan dengan rapi dan aman. Kepercayaan konsumen terhadap kualitas produk Hidroponik Paser yang kemudian memberikan rasa kepuasan yang didapatkan oleh konsumen.

Pengaruh Harga (X₂)

Variabel harga menghasilkan t hitung sebesar $-2.054 < t$ tabel (1.985) dan taraf signifikansi yang dihasilkan $0,043 < 0,05$ H₂ ditolak dan terima H₀, hal ini dapat diartikan variabel harga memiliki korelasi negatif namun memiliki tingkat pengaruh yang masih kecil atau tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen, hal ini diakibatkan karena masih banyaknya konsumen yang merasa tidak puas karena sering terjadi ketidaksesuaian berat produk yang dijual, namun terkadang juga melebihi timbangan yang telah ditetapkan. Hal ini dapat menurunkan rasa ketidakpuasan dan dapat membuat konsumen mencari produk lain yang sejenis namun yang dapat sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya.

Harga sayuran hidroponik Paser juga bervariasi, penentuan harga dilakukan berdasarkan harga pokok penjualan (HPP) dan margin dengan mempertimbangkan biaya yang dikeluarkan, contohnya seperti biaya-biaya operasional dan biaya distribusi. Berikut daftar harga sayuran Hidroponik Paser. Produk sayurannya mulai dengan harga Rp. 5000 sampai dengan harga Rp. 25.000 Per kemasan atau per 250 gram. Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan (Berlianti Mustika Pratiwi, Dwi Susilowati, 2022), yang menyatakan bahwa variabel harga memiliki tingkat signifikansi 0,351 dan koefisien regresi negatif -1,372. Sehingga Signifikansi tersebut lebih besar 5% ($0,351 > 0,05$), yang menunjukkan bahwa kepuasan konsumen sayuran hidroponik tidak dipengaruhi oleh harga. Namun, berbeda dengan hasil penelitian Christono, (2022) yang menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan sangat dipengaruhi oleh harga. Hal ini menunjukkan bahwa harga memegang peranan penting dalam menentukan apakah akan membeli produk sayuran hidroponik atau tidak. Kepuasan pelanggan akan meningkat seiring dengan harga yang lebih rendah. Berdasarkan hal tersebut, maka harga secara individual/parsial berperan signifikan dalam mempengaruhi kepuasan konsumen dan dapat meningkatkan minat pelanggan untuk melakukan pembelian ulang Hidroponik Paser. Ketika harga dianggap wajar dan kualitas sesuai, hal ini akan meningkatkan tingkat kepuasan konsumen.

Pengaruh Pelayanan (X₃)

Variabel pelayanan menghasilkan T-hitung sebesar $4.970 > T$ -tabel (1.985) dengan nilai signifikansi $0.000 < 0.05$ maka H₃ diterima, artinya variabel pelayanan berpengaruh signifikan (Parsial) terhadap variabel kepuasan konsumen Sayuran hidroponik, semakin baik kualitas pelayanan dan komunikasi yang diberikan maka kepuasan konsumen akan

mengalami peningkatan. Kondisi ini dibuktikan oleh data hasil kuesioner pada lampiran bahwa konsumen sangat puas dengan cara komunikasi dan pelayanan secara pesan antar (*online*) yang dilakukan pada Sayuran Hidroponik Paser, konsumen merasa puas karena bisa berkomunikasi dengan mudah dan cepat dalam melayani pesanan. Variabel pelayanan merupakan variabel yang berpengaruh secara dominan dari variabel lainnya, kondisi ini dapat diamati dari besarnya nilai koefisien regresi yang dihasilkan variabel pelayanan dari variabel lainnya (variabel kualitas produk dan variabel harga) yaitu, dengan nilai sebesar 0,244, dapat diartikan bahwa konsumen sangat mengutamakan pelayanan dalam mencapai rasa puas terhadap suatu produk terutama dalam berkomunikasi dan melayani pembelian secara pesan antar akan menjadi nilai tambah tersendiri bagi konsumen yang akan menimbulkan rasa ingin melakukan pembelian secara berulang. Kondisi ini memiliki kesamaan pada penelitian yang dihasilkan oleh Asti & Ayuningtyas (2020) dan Christono (2022), menemukan bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh kualitas pelayanan. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas layanan berkorelasi dengan kepuasan pelanggan. Kualitas layanan dapat dievaluasi berdasarkan sejauh mana layanan tersebut mampu memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan karena hal tersebut mencerminkan kemampuan layanan tersebut dalam memenuhi harapan pelanggan. Kualitas layanan juga memiliki dampak yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh Secara Simultan variabel independen terhadap variabel dependen

Hasil analisis menunjukkan bahwa nilai F-hitung sebesar 53.805 lebih besar dari F-tabel (2.701) dengan nilai signifikan 0.000, yang lebih kecil dari 0.05, sehingga H4 diterima. Ini berarti variabel Kualitas Produk (X_1), Harga (X_2), dan Pelayanan (X_3) secara simultan mempengaruhi kepuasan konsumen sayuran hidroponik. Dengan kata lain, semakin baik kualitas sayuran hidroponik, termasuk model pengemasan yang baik, harga yang terjangkau, dan pelayanan yang memudahkan pembayaran serta responsif terhadap pesanan, maka akan diikuti dengan semakin tingginya kepuasan konsumen pada produk tersebut.

4. Simpulan

Simpulan dari penelitian ini adalah Secara simultan diketahui variabel kualitas produk, harga dan pelayanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap tingkat kepuasan konsumen sayuran hidroponik. Secara parsial kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap tingkat kepuasan konsumen sayuran hidroponik Artinya bagus dan tidaknya fisik dari produk sayuran hidroponik akan mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen/pembeli. Variabel pelayanan juga memberikan pengaruh yang signifikan terhadap tingkat kepuasan konsumen sayuran hidroponik, artinya semakin baik dan mudah pelayanan yang diberikan oleh produsen maka akan dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas konsumen/pembeli. Sedangkan variabel harga tidak berpengaruh signifikan terhadap tingkat kepuasan konsumen sayuran hidroponik artinya bahwa berapapun tinggi rendahnya harga yang ditawarkan tidak berdampak signifikan terhadap tingkat kepuasan konsumen. Kemudian untuk variabel yang paling dominan berpengaruh dalam meningkatkan kepuasan konsumen sayuran hidroponik di Kabupaten Paser adalah variabel pelayanan. Sehingga untuk menjamin kepuasan konsumen secara berkelanjutan, produsen perlu menjaga dan meningkatkan layanan pembelian konsumen baik secara digital maupun langsung, serta

memperhatikan kualitas hasil produksi dan tampilan pemasaran produk dari sayuran hidroponik, sehingga dapat bersaing dengan sayuran non hidroponik yang memiliki reltif harga yang lebih murah. Dan untuk penelitian selanjutnya perlu mengkaji lebih dalam tentang bagaimana preferensi konsumen dalam pembelian sayuran hidroponik dan sayuran non hidroponik.

Ucapan Terimakasih

Tim peneliti menyampaikan penghargaan kepada Fakultas Pertanian dan Bisnis Digital atas dukungan pendanaan yang diberikan untuk penelitian ini, serta kepada semua responden yang telah bersedia berbagi informasi terkait penelitian.

5. Referensi

- Asti, E., & Ayuningtyas, E. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen. *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 1(01), 1–14. <https://doi.org/10.37366/ekomabis.v1i01.2>
- Berlianti Mustika Pratiwi, Dwi Susilowati, S. H. (2022). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen Sayuran Hidroponik Di Harvest Queen Hydroponics, Kota Batu. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 1–10.
- BPS. (2021). Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Triwulan II- 2021. In *Badan Pusat Statistik* (Issue 60).
- Christono, A. B. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan. *Journal of Economics and Business UBS*, 8(1), 1–17. <https://doi.org/10.52644/joeb.v8i1.13>
- 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) Consumer Perception Of The Attributes Of Hydroponic Vegetables (A Case In Hydroponic Vegetable Consumers When Car. *Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh*, 6(3), 470–480.
- Husain, T. K., & Amran, F. D. (2022). Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Sayuran Hidroponik. *JURNAL MANAJEMEN AGRIBISNIS (Journal Of Agribusiness Management)*, 10(1), 677. <https://doi.org/10.24843/jma.2022.v10.i01.p14>
- Khotler, P., & Keller, K. L. (2010). Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1. In *Manajemen Pemasaran*.
- Lemeshow. (1997). *Besar Sampel Dalam Penelitian Kesehatan*.
- Muntaha, M. (2018). *Sayuran Hidroponik Ditopang Permintaan Restoran dan Kafe. Bojonegoro*.
- Nasrulloh, I., & Noor, T. I. (2021). Kepuasan Konsumen Terhadap Atribut Sayuran Hidroponik Casa Farm Bandung Customer Satisfaction With Casa Farm Bandung Hydroponic Vegetable. *Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 7(2), 1068–1083.
- Nudin, I., Dolorosa, E., & Suharyani, A. (2022). Kepuasan Konsumen Sayuran Hidroponik Di Kota Pontianak: Sebuah Analisis Customer Satisfaction Index (CSI). *JSEP (Journal of Social and Agricultural Economics)*, 15(3), 247. <https://doi.org/10.19184/jsep.v15i3.31631>
- Putra, J. L., Sholihah, S., & Suryani. (2019). Respon pertumbuhan dan hasil beberapa jenis tanaman sayuran terhadap pupuk kotoran jangkrik dengan sistem vertikultur. *Jurnal Ilmiah Respati*, 10(2), 115–126.
- Rahmandika, N. (2023). *Pengaruh produk, harga, tempat dan promosi terhadap keputusan pembelian sayuran hidroponik secara online di pt. sayuran pagi pada masa pandemi covid-19*.
- Satria, K., Pramana, Y., & Prasetyo, A. (n.d.). Analisis Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Tokopedia. 5(c), 517–525. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v5i2.2395>
- Sirrun, P., Muhammad, N., Agribisnis, P. S., Pertanian, F., & Pasuruan, U. Y. (2023). Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Sayuran Hydroponik Di Desa Kolursari Kecamatan Bangil Kabupaten Pasuruan. 2(2).
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kaumtitatif, Kualitatif, dan R&D Bandung. In *Metode Penelitian Kaumtitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabet. Bandung*.
- Tallei E., T., Inneke F.M.R., I., & A.A., A. (2017). *Hidroponik Untuk Pemula. Manado. LPPM UNSRAT*.
- Zeithaml, Bitner, & Gremler. (2009). *Service Marketing : Integrating Customer. Focus Across the Firm*.