

Analisis Perilaku Konsumen Sayuran Hidroponik Di Kota Jember

Fika Nanda Wulandari ¹, Syamsul Hadi ¹ Nurul Fathiyah Fauzi ¹

¹Univesitas Muhammadiyah Jember

*Correspondensi: Nurul Fathiyah Fauzi
Email: nurul.fauzi@unmuhjember.ac.id

Published: September, 2025



Copyright: © 2025 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY NC) license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

Abstrak: Salah satu tren yang terus berkembang adalah permintaan akan produk sayuran hidroponik, sehingga Kota Jember menjadi pilihan tempat pengambilan sampel pada penelitian ini. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi karakteristik konsumen serta menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumen dalam membeli sayuran hidroponik di Kota Jember. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei dengan pendekatan kuantitatif deskriptif. Pengambilan sampel dilakukan secara *accidental sampling* terhadap 60 responden yang pernah membeli sayuran hidroponik di tiga kecamatan, yaitu Sumbersari, Patrang, dan Kaliwates. Data dikumpulkan melalui kuesioner berskala Likert dan dianalisis menggunakan analisis deskriptif untuk menggambarkan profil responden, serta regresi linier berganda untuk menguji pengaruh faktor internal dan eksternal terhadap jumlah pembelian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumen sayuran hidroponik di Kota Jember didominasi perempuan, berusia 20–29 tahun, berpendidikan SMA/ sederajat, dan bekerja sebagai wiraswasta dengan pendapatan antara Rp1.000.000–Rp3.000.000 per bulan. Uji F menunjukkan bahwa seluruh variabel bebas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumen pada taraf signifikansi 10%. Berdasarkan hasil uji t (parsial) bahwa yang berpengaruh secara parsial terhadap jumlah pembelian adalah variabel ketersediaan dan variabel sikap Dimana nilai sig dari ke dua variabel ini $\leq 0,1$ disimpulkan bahwa variabel sikap dan variabel ketersediaan berpengaruh secara parsial terhadap jumlah pembelian.

Kata Kunci: Perilaku Konsumen, Kota Jember, Analisis Regresi Linier Berganda

PENDAHULUAN

Pertanian merupakan sektor utama dalam perekonomian negara ini, di mana mayoritas penduduk menggantungkan hidupnya pada sektor ini. Kegiatan budidaya pertanian berfokus pada pengembangan tanaman dengan nilai ekonomi tinggi. Kemajuan dalam teknologi pertanian telah melahirkan metode bercocok tanam inovatif seperti hidroponik, yaitu sistem tanam tanpa menggunakan media tanah. Mengingat semakin terbatasnya lahan pertanian dan meningkatnya kebutuhan pangan, pertanian di lahan terbatas menjadi alternatif solusi yang signifikan. Sayuran hidroponik semakin populer di tengah masyarakat urban, termasuk di Kota Jember, seiring meningkatnya kesadaran akan gaya hidup sehat. Hidroponik, sistem budidaya tanpa tanah dengan media air bernutrisi, dianggap sebagai solusi inovatif yang menghasilkan

sayuran lebih bersih, segar, dan bebas pestisida. Fenomena ini mendorong perubahan perilaku konsumen dan membuka peluang riset agribisnis.

Sayuran hidroponik memiliki kualitas yang lebih baik dibandingkan dengan sayuran konvensional, meskipun biaya produksinya jauh lebih tinggi. Dengan segmentasi pasar yang spesifik dan kualitas yang unggul, sayuran hidroponik dapat dijual dengan harga yang lebih tinggi daripada harga pasar pada umumnya. Sistem hidroponik memungkinkan sayuran tumbuh lebih sehat karena tidak terkontaminasi oleh logam berat yang biasanya terdapat dalam tanah, serta menghasilkan sayuran yang lebih segar, tahan lama, dan mudah dicerna. Seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya kesehatan, minat terhadap sayuran hidroponik juga semakin bertambah.

Konsumen menjadikan faktor kebersihan sebagai alasan utama dalam memilih untuk mengonsumsi sayuran hidroponik. Perubahan pola makan masyarakat ini mencerminkan perhatian yang lebih besar terhadap kualitas dan kesehatan sumber makanan yang dikonsumsi, dibandingkan dengan pola makan sebelumnya yang cenderung kurang memperhatikan aspek kesehatan (Anika & Putra, 2020). Menurut Sadeli dan Utami (2013), perilaku konsumen mencakup berbagai tindakan yang dilakukan konsumen dalam proses memilih, membeli, mencari informasi, mengevaluasi, menggunakan, hingga menghabiskan produk, jasa, atau ide yang dianggap mampu memenuhi kebutuhan mereka. Sementara itu, Utami dan Saputra (2017) berpendapat bahwa dengan memahami perilaku konsumen, dapat diperoleh wawasan tentang preferensi mereka dalam membeli sayuran organik [2].

METODE

Jenis Peneliti dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif. Desain ini bertujuan untuk menggambarkan fenomena atau karakteristik tertentu secara sistematis dan faktual berdasarkan data numerik. Penelitian ini tidak bertujuan menguji hipotesis secara mendalam, melainkan memberikan gambaran faktual mengenai perilaku konsumen sayuran hidroponik di Kota Jember. Data dikumpulkan melalui survei menggunakan kuesioner terstruktur.

Populasi Dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen sayuran hidroponik di Kota Jember. Teknik sampel yang digunakan adalah *accidental sampling*, yaitu Teknik pemilihan responden berdasarkan siapa saja yang secara kebetulan ditemui dan memenuhi kriteria sebagai konsumen sayuran hidroponik. Jumlah sampel yang ditetapkan sebanyak 60 orang responden. Lokasi pengambilan sampel pada penelitian ini mencakup 3 kecamatan di Kota Jember diantaranya: kecamatan Patrang, sumpersari dan Kaliwates yang dipilih secara purposive.

Sumber Data

Data primer dan data sekunder, data primer diperoleh melalui wawancara, observasi, dan penyebaran kuesioner kepada masyarakat Kota Jember yang hanya di ambil dari tiga kecamatan saja, di antaranya; Kecamatan Kaliwates, Patrang dan Sumpersari. Data sekunder diperoleh dari literatur seperti buku, majalah, artikel, internet, serta dari membaca skripsi dan makalah penelitian sebelumnya yang relevan.

Definisi Operasional Variabel Penelitian

Identifikasi Variabel

Data dikumpulkan melalui kuesioner dengan skala Likert dan dianalisis menggunakan pendekatan regresi linier untuk mengidentifikasi hubungan antar variabel yang diteliti.

- a). Variabel Bebas (Independen Variabel)
 b). Variabel Terikat (dependen Variabel)

Dalam penelitian ini ada dua variabel yang digunakan yaitu variabel terikat (Y) ialah variabel atau data yang di pengaruhi. Dalam penelitian ini variabel terikat (Y) hanay terdiri satu variabel saja yaitu; perilaku konsumen dengan jumlah pembelian (ikat) dalam satu minggu, sedangkan variabel (X) ialah variabel atau data yang mempengaruhi. Dalam penelitian ini variabel bebas terdiri 12 variabel diantaranya; variable usia X1, jumlah keluarga X2, kualitas prduk X3,kemasan X4, akses X5, ketersediaan X6, kebiasaan X7, gaya hidup X8, persepsi X9, harga X10, sikap X11, interaksi sosial X12.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Pada penelitian ini, dilakukan uji validitas terhadap seluruh item pertanyaan dalam kuisisoner yang digunakan untuk mengukur variabel, antara lain: kualitas prduk X1, kemasan X2, akses X3, ketersediaan X4, kebiasaan X5, gaya hidup X6, persepsi X7, sikap X8, interaksi sosial X9

Uji validitas ini bertujuan untuk mengetahui apakah setiap butir pertanyaan (item) mampu mengukur variable yang dimaksud secara tepat dan benar.

Hasil Uji Validitas

Item	r hitung	r tabel	Keterangan
Indikator Kualitas Produk (X1)			
Item 1	0,683	0,214	Valid
Item 2	0,703	0,214	Valid
Item 3	0,742	0,214	Valid
Item 4	0,542	0,214	Valid
Indikator Kemasan (X2)			
Item 1	0,726	0,214	Valid
Item 2	0,736	0,214	Valid
Item 3	0,712	0,214	Valid
Indikator Akses (X3)			
Item 1	0,732	0,214	Valid
Item 2	0,682	0,214	Valid
Item 3	0,801	0,214	Valid
Item 4	0,654	0,214	Valid
Indikator Ketersediaan (X4)			
Item 1	0,738	0,214	Valid
Item 2	0,828	0,214	Valid
Item 3	0,847	0,214	Valid
Indikator Kebiasaan (X5)			
Item 1	0,894	0,214	Valid
Item 2	0,874	0,214	Valid
Item 3	0,741	0,214	Valid
Indikator Gaya Hidup (X6)			
Item 1	0,831	0,214	Valid

Item	r hitung	r tabel	Keterangan
Item 2	0,852	0,214	Valid
Item 3	0,626	0,214	Valid
Indikator Persepsi (X7)			
Item 1	0,671	0,214	Valid
Item 2	0,798	0,214	Valid
Item 3	0,794	0,214	Valid
Indikator Sikap (X8)			
Item 1	0,607	0,214	Valid
Item 2	0,621	0,214	Valid
Item 3	0,811	0,214	Valid
Indikator Interaksi Sosial (X9)			
Item 1	0,483	0,214	Valid
Item 2	0,587	0,214	Valid
Item 3	0,781	0,214	Valid
Item 4	0,798	0,214	Valid

Sumber: Data Primer Diolah 2025

Berdasarkan tabel diatas hasil uji validitas dilakukan dengan membandingkan antara nilai r hitung dengan r tabel pada taraf signifikan 0,1 ($\alpha = 10\%$) jika nilai r hitung > daripada r tabel ($r_{hitung} > 0,214$), maka seluruh item tersebut dinyatakan valid. jadi seluruh pertanyaan dalam penelitian ini dinyatakan valid karena r hitung (hasil dari spss) > dari r tabel.

Uji Reabilitas

Uji reabilitas bertujuan untuk mengetahui sejauh mana instrument penelitian (kuisisioner) konsisten dan dapat di percaya dalam mengukur suatu variable. Salah satu metode yang di gunakan dalam penelitian ini adalah metode cronbach's alpha.

Hasil Uji Reabilitas

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Koefisien Ketetapan</i>	<i>Keterangan</i>
0,888	0,60	<i>Reliable</i>

Data Primer Diolah 2025

Berdasarkan hasil uji reabilitas pada tabel diatas menggunakan Cronbach's alpha yang menghasilkan nilai 0,888 maka, seluruh item dalam kuisisioner dalam penelitian ini dinyatakan reliabel . nilai ini menunjukkan bahwa kuisisioner memiliki konsisten internal yang tinggi. Artinya seluruh pernyataan dalam kuisisioner saling mendukung dalam mengukur variable yang diteliti. Karena nilai cronbach's alpha lebih besar dari 0,60 maka instrument ini dinyatakan reliabel dan layak dilakukan dalam uji penelitian lebih lanjut.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menentukan apakah variabel pengganggu atau residual dalam model regresi berdistribusi normal. Dalam penelitian ini, digunakan uji kurtosis dan uji skewnes. Uji skewnes-kurtosis digunakan untuk menguji apakah residual dalam model regresi mengikuti distrbusi normal. Jika nilai skewness mendektai 0 dan nilai kurtosis mendekati 3, maka residual dianggap berdistribusi normall,

namun sebaliknya jika skewnes jauh dari 0 atau kurtosis jauh dari 3, maka terdapat masalah normalitas dalam data.

Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antar variabel independen dalam model regresi. Multikolinieritas yang tinggi dapat menyebabkan model regresi menjadi tidak stabil dan sulit diinterpretasikan. Untuk mendeteksi adanya gejala multikolinieritas, digunakan dua indikator utama, yaitu nilai Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF). Kriteria umum yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Nilai Tolerance $< 0,10$ menunjukkan adanya gejala multikolinieritas.
2. Nilai VIF > 10 juga menunjukkan adanya gejala multikolinieritas yang tinggi.

Berdasarkan hasil output regresi, nilai Tolerance seluruh variabel independen dalam penelitian ini berada di atas 0,10 dan nilai VIF berada di bawah 10. Berikut adalah ringkasan hasil uji multikolinieritas:

Hasil Uji Multikolinieritas

No	Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
1.	X1 (Usia)	0,834	1,199	Bebas Multikolinieritas
2.	X2 (Jumlah Keluarga	0,601	1,664	Bebas Multikolinieritas
3.	X3 (Kualitas Produk)	0,500	2,000	Bebas Multikolinieritas
4.	X4 (Kemasan)	0,392	2,553	Bebas Multikolinieritas
5.	X5 (Akses)	0,377	2,653	Bebas Multikolinieritas
6.	X6 (Ketersediaan)	0,287	3,480	Bebas Multikolinieritas
7.	X7 (Kebiasaan)	0,598	1,673	Bebas Multikolinieritas
8.	X8 (Gaya Hidup)	0,597	1,676	Bebas Multikolinieritas
9.	X9 (Persepsi)	0,417	2,398	Bebas Multikolinieritas
10.	X10 (Harga)	0,455	2,198	Bebas Multikolinieritas
11.	X11 (Sikap)	0,386	2,590	Bebas Multikolinieritas
12.	X12 (Interaksi Sosial)	0,418	2,404	Bebas Multikolinieritas

Sumber data diolah 2025

Dari tabel diatas hasil uji multikolinieritas diatas dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat nilai Tolerance $< 0,10$ maupun VIF > 10 , sehingga dapat dinyatakan bahwa tidak terdapat gejala multikolinieritas dalam model regresi ini. Dengan demikian, setiap variabel independen dapat dimasukkan dalam model regresi tanpa mengalami masalah korelasi tinggi antar variabel bebas. Itu sesuai pernyataan (Nurchahyo & Wahyuati, 2016) yang menyatakan variabel independen dapat dikatakan tidak berkorelasi dengan variabel dependen jika hasil nilai tolerance $> 0,1$ serta nilai VIF < 10 [3].

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini adalah untuk menguji dalam sebuah model regresi apakah terjadi ketidaksamaan varians dari residual suatu pengamatan kepengamatan lain. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas. Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini dengan melihat nilai signifikansi 0,10 diperoleh bahwa seluruh nilai signifikansi lebih besar dari 0,10. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi yang digunakan, berikut data tabel hasil uji heteroskedastisitas di bawah ini:

Hasil Uji Heteroskedastisitas

No	Model	Unstandardized coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1.	X1 (Usia)	-.243	1.112		-.218	.828
2.	X2 (Jumlah Keluarga)	-.001	.011	-.007	-.051	.960
3.	X3 (Kualitas Produk)	.112	.129	.146	.869	.389
4.	X4 (Kemasan)	-.209	.324	-.119	-.647	.521
5.	X5 (Akses)	.121	.328	.077	.370	.713
6.	X6 (Ketersediaan)	-.202	.330	-.130	-.611	.544
7.	X7 (Kebiasaan)	-.413	.339	-.296	-1.217	.230
8.	X8 (Gaya Hidup)	.198	.248	.134	.797	.429
9.	X9 (Persepsi)	-.112	.263	-.072	-.426	.672
10	X10 (Harga)	.341	.322	.214	1.060	.295
11.	X11 (Sikap)	.084	.219	.074	.385	.702
12.	X12 (Interaksi Sosial)	.504	.358	.295	1.406	.166

Data Primer Diolah 2025

Uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode Glejser, yaitu dengan meregresikan nilai absolut residual terhadap seluruh variable independent. Berdasarkan hasil pengujian, seluruh nilai signifikansi (Sig.) dari variabel independen menunjukkan angka lebih besar dari 0,10 yang berarti tidak ada pengaruh signifikan terhadap nilai absolut residual. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa model regresi ini bebas dari masalah heteroskedastisitas, sehingga data ini layak untuk digunakan dalam analisis regresi linier berganda.

Teknik Analisis Data

Uji Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linear berganda merupakan suatu analisis yang memiliki variabel independen lebih dari satu variabel. Analisis ini digunakan untuk menganalisis pengaruh variabel independen yaitu variable usia X1, jumlah keluarga X2, kualitas prduk X3,kemasan X4, akses X5, ketersediaan X6, kebiasaan X7, gaya hidup X8, persepsi X9, harga X10, sikap X11, interaksi sosial X12 terhadap variabel dependen yaitu perilaku konsumen dengan jumlah pembelian dalam satu minggu Y. Model regresi linear berganda yang digunakan adalah:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \beta_6 X_6 + \beta_7 X_7 + \beta_8 X_8 + \beta_9 X_9 + \beta_{10} X_{10} + \beta_{11} X_{11} + \beta_{12} X_{12} + \varepsilon$$

Dimana:

Y = perilaku konsumen (jumlah pembelian/ikat dalam satu minggu)

α (alpha) = 0.05%

$\beta_1 - \beta_{12}$ (beta) = Koefisien regresi dari masing-masing variabel independen, yang menunjukkan seberapa besar pengaruh masing-masing variabel X terhadap variabel Y.

X = faktor internal dan faktor eksternal di antaranya:

X_1 = usia

X_2 = jumlah keluarga

X_3 = Kualitas Produk

X_4 = Kemasan

X_5 = Akses

X_6 = Ketersediaan

X_7 = Kebiasaan

X_8 = Gaya Hidup

X_9 = Persepsi

X_{10} = Harga

X_{11} = Sikap

X_{12} = Interaksi Sosial

e = Error (kesalahan), yang mencerminkan faktor-faktor lain di luar model yang bisa mempengaruhi Y tetapi tidak dimasukkan dalam persamaan.

Uji Hipotesis

Uji F (Uji Simultan)

Dalam penelitian ini uji F digunakan untuk mengetahui apakah seluruh variabel independen secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen. Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda yang ditampilkan pada Tabel berikut:

Hasil Uji F

Model	Sum Of Squares	df	Mean Square	F	Sig
Regression	70.654	12	5.888	1.931	.054
Residual	143.279	47	3.048		
Total	213.933	59			

Sumber: Data Primer Diolah 2025

Pada data tabel diatas hasil yang diperoleh nilai F hitung sebesar 1,931 dengan nilai signifikansi sebesar 0,054. Dengan menggunakan taraf signifikansi sebesar 0,10, maka nilai signifikansi lebih kecil dari α ($0,054 < 0,10$). Artinya, hipotesis nol (H_0) ditolak, dan hipotesis alternatif (H_1) diterima. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa hasil uji F secara simultan, seluruh variabel independen dalam model ini berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (bebas) pada taraf kepercayaan 90%. Hasil ini menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan layak untuk dianalisis lebih lanjut menggunakan uji t (parsial) guna melihat pengaruh masing-masing variabel secara individu terhadap variabel dependen.

Uji t (Uji Parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen, yaitu jumlah pembelian sayuran hidroponik. Jika $\text{sig } X > 0,1$ maka variable tersebut tidak berpengaruh secara signifikan terhadap jumlah pembelian konsumen (Y), namun jika $\text{sig } X \leq 0.1$ maka variable independent tersebut berpengaruh signifikan terhadap jumlah pembelian konsumen (Y). Dalam penelitian ini yang berpengaruh signifikan terhadap jumlah pembelian kosumen sayur hidroponik di Kota Jember (Y) ada 2 indikator yang di antaranya indicator ketersediaan dan indicator sikap. Berdasarkan hasil regresi linear berganda, diperoleh hasil sebagai berikut:

Hasil Uji t

Model	Ustandardized coefficients		Standardized	t	Sig.
	B	Std. Error	Coefficient		
(Constant)	-1.958	1.876		-1.044	.302
Usia	-.003	.018	-.023	-.178	.860
Jumlah Keluarga	.188	.218	.132	.860	.394
Kualitas Produk	.024	.546	.007	.044	.965
Kemasan	.181	.553	.062	.327	.745
Akses	.031	.557	.011	.056	.956
Ketersediaan	-1.537	.572	-.599	-2.688	.010
Kebiasaan	.587	.418	.217	1.404	.167
Gaya Hidup	.026	.443	.009	.060	.953
Persepsi	.323	.542	.110	.595	.555
Harga	.234	.369	.112	.634	.529
Sikap	1.138	.604	.362	1.884	.066
Interaksi Sosial	.811	.616	.244	1.317	.194

Sumber: Data Primer Diolah 2025

Berdasarkan tabel di atas, terdapat dua variabel yang berpengaruh signifikan terhadap jumlah pembelian sayuran hidroponik, yaitu:

1. Ketersediaan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,010 ($< 0,10$), sehingga secara statistik berpengaruh signifikan terhadap jumlah pembelian. Koefisien regresi yang bernilai negatif menunjukkan bahwa semakin rendah tingkat ketersediaan produk, maka semakin menurun pula minat konsumen dalam melakukan pembelian.
2. Sikap memiliki nilai signifikansi sebesar 0,066 ($< 0,10$), yang berarti berpengaruh signifikan pada taraf signifikansi 10%. Hal ini menunjukkan bahwa semakin positif sikap konsumen terhadap produk hidroponik, maka kecenderungan untuk membeli produk tersebut juga meningkat.

Sementara itu, variabel-variabel lainnya seperti usia, jumlah keluarga, kualitas produk, kemasan, akses, kebiasaan, gaya hidup, persepsi, harga, dan interaksi sosial tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap jumlah pembelian karena memiliki nilai signifikansi lebih besar dari 0,10.

Hasil ini memperkuat bahwa dalam konteks penelitian ini, faktor ketersediaan produk dan sikap konsumen merupakan unsur yang paling penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian sayuran hidroponik di Kota Jember. Oleh karena itu, pelaku usaha sayur hidroponik di Kota Jember sebaiknya lebih memperhatikan aspek distribusi dan keterjangkauan produk, serta meningkatkan pendekatan promosi untuk membentuk sikap positif terhadap konsumsi sayuran hidroponik.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa besar pengaruh variabel-variabel bebas (independen) secara serempak terhadap variabel terikat (dependen). Nilai R^2 berkisar antara 0 hingga 1, dan semakin mendekati 1, maka semakin besar kemampuan model regresi dalam menjelaskan variasi yang terjadi pada variabel dependen. Dalam penelitian ini, diperoleh nilai R^2 sebesar 0,330. Ini berarti bahwa sebesar 33% variasi yang terjadi pada variabel dependen (jumlah pembelian sayuran hidroponik) dapat dijelaskan oleh 12 variabel independen yang diamati dalam model regresi, berikut hasil uji koefisien determinasi pada tabel dibawah ini.

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.575	.330	.159	1.74599470

Sumber: Data Primer Diolah 2025

Pada tabel di atas adalah hasil uji koefisien determinasi dengan nilai R sebesar 0,575 menunjukkan hubungan antara variabel bebas secara Bersama-sama dengan variabel terikat (Y), ini menunjukkan tingkat hubungan antara variabel independen dan dependen. Nilai 0,575 mengindikasikan bahwa hubungan antara seluruh variabel independen (X) dan jumlah pembelian (Y) termasuk dalam kategori sedang (cukup kuat).

Nilai R Square menunjukkan sebesar 0,330 mengindikasikan bahwa 33% variasi yang terjadi pada variabel dependen (Y) dapat di jelaskan oleh variabel bebas dalam penelitian ini, Ini berarti 33% variasi jumlah pembelian sayuran hidroponik dapat dijelaskan oleh 12 variabel independen yang digunakan dalam model (seperti: usia, jumlah keluarga, kualitas produk, kemasan, akses, ketersediaan, kebiasaan, gaya hidup, persepsi, harga, sikap dan interaksi sosial) Sisanya 67% dijelaskan oleh faktor lain di luar model regresi ini, seperti promosi, preferensi pribadi, kondisi pasar, atau faktor eksternal lainnya.

Nilai Adj R Square yang lebih kecil yaitu 0,159 yang menunjukkan bahwa hanya sekitar 15,9 % variasi pada variabel Y yang benar-benar dapat di jelaskan oleh model ini. Karena ada banyak 12 variabel, nilai Adjusted R^2 turun menjadi 15,9%, menunjukkan bahwa tidak semua variabel memberikan kontribusi kuat terhadap model. Artinya, meskipun model menjelaskan 33% variasi, kontribusi sebenarnya yang cukup kuat hanya sekitar 15,9% setelah penyesuaian.

SIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh berbagai faktor internal dan eksternal terhadap perilaku konsumen dalam pembelian sayuran hidroponik di Kota Jember. Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda yang dilakukan terhadap 60 responden dari tiga kecamatan (Sumbersari, Patrang, dan Kaliwates), diperoleh beberapa temuan penting; Secara parsial, hanya dua variabel yang berpengaruh

signifikan terhadap perilaku konsumen: Ketersediaan produk ($\text{sig} = 0,010$): berpengaruh negatif dan signifikan. Artinya, semakin rendah ketersediaan sayuran hidroponik, semakin rendah pula tingkat pembeliannya. Sikap konsumen ($\text{sig} = 0,066$): berpengaruh positif dan signifikan. Semakin positif sikap konsumen terhadap sayur hidroponik, semakin tinggi kecenderungan mereka untuk membeli. Variabel lain seperti usia, jumlah keluarga, kualitas produk, kemasan, akses, kebiasaan, gaya hidup, persepsi, harga, dan interaksi sosial tidak memiliki pengaruh signifikan secara parsial terhadap perilaku pembelian sayuran hidroponik.

DAFTAR PUSTAKA

- Anky Fibrianti, Harsono Teguh, Bambang Karnain, Rina Dewi, dan Achmad Daengs GS. 2024. "Dampak Marketing Mix terhadap Minat Pembelian Sayur Hidroponik Pada PT. Anugerah Bumi Trawas di Surabaya." *Jurnal Mahasiswa Manajemen dan Akuntansi* 3(2):15–31. doi: 10.30640/jumma45.v3i2.2942.
- Muhamad, Fauzi Ikmal, dan Yuliwati. 2020. "PERILAKU KONSUMEN DALAM MEMBELI SAYURAN ORGANIK PO SAYUR ORGANIK MERBABU (STUDI KASUS YOGYAKARTA)." 4:752–62.
- Choirunnisa, dan Zainul Arifin. 2021. "Preferensi Konsumen Terhadap Pembelian Sayuran Organik Dan Sayuran Non Organik Di Kota Malang." *Jurnal Ketahanan Pangan* 5(2):65–75.
- Dewati, Rosita, dan Wahyu Adhi Saputro. 2023. "Preferensi Konsumen Sayur Hidroponik Di Komunitas Hidroponik Solo Raya." *AGRISAINTEFIKA: Jurnal Ilmu-Ilmu Pertanian* 7(1):97. doi: 10.32585/ags.v7i1.3719.
- Ermianti, Cut, Dita Amanah, Selly Utami, dan Dedy Ansari Harahap. 2021. "Minat Beli Konsumen Terhadap Sayuran Organik Pada Pasar Tradisional Ditinjau Dari Persepsi Harga Dan Sikap Konsumen (Studi Pada Pasar Sambas Medan)." *Tirtayasa Ekonomika* 16(2):282. doi: 10.35448/jte.v16i2.10324.
- Leovita, A., Rangkuti, I., & Dermawan, A. (2022). Pengaruh Perilaku Konsumen Dalam Membeli Sayur Hidroponik Non Pestisida Di Kota Padang. *Musamus Journal of Agribusiness*, 4(2), 46-57.
- Tasya, R. N., Septiana, N., & Firmansyah, H. (2024). Analisis Perilaku Konsumen dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Sayuran Hidroponik di Kota Banjarbaru (Studi Kasus pada Usaha Hidroponik Hydro Garden). *Frontier Agribisnis*, 8(3), 492-501.
- Putri, T. K. (2021). *TA: Analisis Pengambilan Keputusan Konsumen pada Pembelian Sayuran Hidroponik di Lampung* (Doctoral dissertation, Politeknik Negeri Lampung).
- Dewati, R., & Saputro, W. A. (2023). Preferensi Konsumen Sayur Hidroponik Di Komunitas Hidroponik Solo Raya. *AGRISAINTEFIKA: Jurnal Ilmu-Ilmu Pertanian*, 7(1), 98-105.
- Lita, M. (2024). *ANALISIS PERILAKU KONSUMEN DALAM MEMBELI SAYUR SELADA HIDROPONIK MAMUJU KABUPATEN MAMUJU PROVINSI SULAWESI BARAT* (Doctoral dissertation, Universitas Sulawesi Barat).
- Anggraini, D. (2025). *ANALISIS KEPUASAN DAN MINAT BELI TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN SAYURAN HIDROPONIK DI KOTA SURABAYA* (Doctoral dissertation, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur).
- Tinambo, T. A., & Sunaryanto, L. T. (2021). Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Sayuran Bale Hidroponik Salatiga. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh*, 8(3), 762-771.