



E-ISSN 3032-601X & P-ISSN 3032-7105

Vol. 1, No. 3b, Juli 2024

MISTER

Journal of Multidisciplinary Inquiry in Science,
Technology and Educational Research

**Jurnal Penelitian Multidisiplin dalam Ilmu
Pengetahuan, Teknologi dan Pendidikan**

**UNIVERSITAS SERAMBI MEKKAH
KOTA BANDA ACEH**

mister@serambimekkah.ac.id

Journal of Multidisciplinary Inquiry in Science Technology
and Educational Research

Journal of MISTER

Vol. 1, No. 3b, Juli 2024

Pages: 785-793

Pengaruh Kualitas Produk dan Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Syifa Hidroponik di Kecamatan Medan Area, Kota Medan

Wanda Ariza, Enjelina Lumbanraja, Nadila Putri, Nur Julaiha & Zulkarnain Siregar

Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Medan, Sumatera Utara, Indonesia

Article in Journal of MISTER

Available at : <https://jurnal.serambimekkah.ac.id/index.php/mister>

DOI : <https://doi.org/10.32672/mister.v1i3b.1739>

How to Cite this Article

APA : Ariza, W., Lumbanraja, E., Putri, N., Julaiha, N., & Siregar, Z. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Syifa Hidroponik di Kecamatan Medan Area, Kota Medan. *MISTER: Journal of Multidisciplinary Inquiry in Science, Technology and Educational Research*, 1(3b), 785 – 793. <https://doi.org/10.32672/mister.v1i3b.1739>

Others Visit : <https://jurnal.serambimekkah.ac.id/index.php/mister>

MISTER: *Journal of Multidisciplinary Inquiry in Science, Technology and Educational Research* is a scholarly journal dedicated to the exploration and dissemination of innovative ideas, trends and research on the various topics include, but not limited to functional areas of Science, Technology, Education, Humanities, Economy, Art, Health and Medicine, Environment and Sustainability or Law and Ethics.

MISTER: *Journal of Multidisciplinary Inquiry in Science, Technology and Educational Research* is an open-access journal, and users are permitted to read, download, copy, search, or link to the full text of articles or use them for other lawful purposes. Articles on Journal of MISTER have been previewed and authenticated by the Authors before sending for publication. The Journal, Chief Editor, and the editorial board are not entitled or liable to either justify or responsible for inaccurate and misleading data if any. It is the sole responsibility of the Author concerned.



ISSN 3032-7105

ISSN 3032-601X



Pengaruh Kualitas Produk dan Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Syifa Hidroponik di Kecamatan Medan Area, Kota Medan

Wanda Ariza^{1*}, Enjelina Lumbanraja², Nadila Putri³, Nur Julaiha⁴, Zulkarnain Siregar⁵
Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Medan, Sumatera Utara, Indonesia^{1,2,3,4,5}

Email: wandaarizaa29@mhs.unimed.ac.id

Diterima: 05-06-2024

| Disetujui: 06-06-2024

| Diterbitkan: 07-06-2024

ABSTRACT

Hydroponics is cultivated land farming without use soil, so hydroponics is an agricultural activity carried out using water as a medium to replace soil so that the hydroponic farming system can utilize simple or small land. Farming using a system that does not require large areas of land or Hecter-hecter like growing other crops, hydroponics is only worth considering that it can be done around the house alone or the yard of the house. This study aims to determine and analyze the effect of product quality on purchasing decisions; The influence of service quality on purchasing decisions; The influence of product quality and service quality simultaneously on consumer purchasing decisions. The number of samples used in the study was as many as 60 respondents. The data used is primary data obtained by distributing questionnaires to consumers who buy hydroponic products at Syifa Hydroponics, to obtain information directly from respondents as research objects.

Keywords: *Hydroponics; Consumer Purchasing Decisions; Product; Service; Quality.*

ABSTRAK

Hidroponik merupakan pertanian lahan budidaya tanpa memanfaatkan tanah, sehingga hidroponik merupakan kegiatan pertanian yang dilakukan dengan menggunakan air sebagai media pengganti tanah sehingga sistem pertanian hidroponik dapat memanfaatkan lahan sederhana atau kecil. Bercocok tanam menggunakan sistem yang tidak memerlukan lahan yang luas atau Hecter-hecter seperti menanam tanaman lainnya, hidroponik hanya layak dipertimbangkan karena bisa dilakukan di sekitar rumah saja atau pekarangan rumah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian; Pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan pembelian; Pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan secara bersamaan terhadap keputusan pembelian konsumen. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 60 responden. Data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh dengan menyebarkan kuesioner kepada konsumen yang membeli produk hidroponik di Syifa Hidroponik, untuk memperoleh informasi secara langsung dari responden sebagai objek penelitian.

Kata kunci: Hidroponik; Keputusan Pembelian Konsumen; Kualitas Produk; Kualitas Layanan; Pertanian.

PENDAHULUAN

Pentingnya memahami perilaku konsumen dalam pembelian sayuran hidroponik di Medan. Dengan pertumbuhan industri hidroponik yang semakin pesat, pemahaman tentang faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen dapat membantu produsen dan penjual untuk meningkatkan strategi pemasaran mereka. Selain itu, dengan keterbatasan lahan pertanian, sayuran hidroponik menjadi alternatif yang menarik bagi konsumen yang mencari sayuran segar. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang berharga dalam memahami perilaku konsumen terhadap sayuran hidroponik dan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Hidroponik secara harfiah artinya Hydro = air, & phonic sama dengan pengerjaan. Sehingga diartikan secara umum berarti sistem budidaya di dalam pertanian tanpa menggunakan tanah yang banyak hanya menggunakan air yang berisi atau secukupnya menggunakan larutan nutrient. Budidaya tanaman hidroponik ini biasanya melakukan atau nantinya didalam rumah kaca bisa juga di sebut tertutup dengan rumah kaca (greenhouse) agar pertumbuhan tanaman secara optimal dan benar-benar terjaga dan terlindungi dari pengaruh di luarnya yaitu hama, hujan dan lainnya.

Kualitas adalah serangkaian karakteristik suatu produk atau jasa yang mempengaruhi kemampuannya untuk memuaskan atau memuaskan kebutuhan. Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk menarik perhatian, pembelian, penggunaan, konsumsi yang dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan. Kualitas produk adalah kombinasi fitur dan karakteristik yang menentukan sejauh mana produk dapat memuaskan kebutuhan pelanggan di masa lalu atau mengevaluasi sejauh mana fitur dan karakteristik tersebut memuaskan kebutuhan pelanggan (Baihaky et al. 2022). Menurut Kotler dan Armstrong dalam Siburian (2016), kualitas produk dijelaskan sebagai “kemampuan produk untuk menjalankan fungsi, mencakup daya tahan, keandalan, keakuratan keseluruhan, kemudahan penggunaan dan perbaikan serta atribut produk berharga lainnya (Meilina 2018). Kualitas produk tanaman hidroponik dinyatakan melalui indikator atribut antara lain kualitas produk (higienis, tanpa pestisida, daun segar, halus, tidak ada cacat akibat serangan hama, tidak pecah atau busuk, harga sesuai kualitas), karakteristik produk (tekstur sayuran hidroponik) dan desain produk (fungsi pengemasan) (Widhi et al. 2023).

Tjiptono (2007) menjelaskan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu bentuk upaya yang ditujukan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen serta memberikan ketepatan untuk menyeimbangkan harapan konsumen. Selain itu, Hermawan (2018) menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah serangkaian bentuk produksi atau jasa khusus yang dapat memberikan kemampuan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan manusia (Ibrahim 2019). Menurut Lopez dkk. (2017), kualitas layanan memenuhi atau melampaui harapan pelanggan terhadap layanan yang diberikan. Mengingat sifat layanan yang tidak berwujud dan aktif, evaluasi pelanggan terhadap kualitas layanan terutama bergantung pada tiga aspek terakhir, yang terutama didorong oleh kemampuan, sikap, dan perilaku owner pemilik usaha syifa hidroponik (Muhamad 2021). Kualitas pelayanan mempunyai hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Hal ini terbukti jika kepuasan pelanggan meningkat jika pelayanan yang baik diberikan kepada pelanggan. Meskipun jasa pada dasarnya tidak berwujud, jasa mempunyai nilai tersendiri yang dirasakan konsumen melalui pengalaman dan penalaran mereka (Dita and Ony 2022).

Menurut Tjiptono dalam Sahanggamu et al., (2015) Kualitas layanan juga dapat didefinisikan sebagai segala bentuk penyelenggaraan pelayanan yang diberikan secara maksimal oleh perusahaan dalam rangka memenuhi kebutuhan pelanggan yang sesuai dengan harapan pelanggan. Terdapat lima Dimensi kualitas layanan menurut Kotler dalam Rahayu dan Handayani (2014): 1. Keandalan (reliability) adalah kemampuan

untuk melaksanakan pelayanan yang dijanjikan dengan tepat dan terpercaya, 2. Keresponsifan (responsiveness) adalah kemampuan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat dan ketanggapan, 3. Keyakinan (confidence) adalah pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan, 4. Empati (emphaty) ialah syarat untuk peduli, memberi perhatian pribadi bagi pelanggan, 5. Berwujud (tangible) ialah penampilan fasilitas fisik, peralatan, personal dan media komunikasi (Meilina 2018).

Keputusan pembelian menjadi fokus utama setiap usaha karena dengan meningkatnya keputusan pembelian maka sebuah usaha telah mencapai tujuannya. Keputusan pembelian dapat ditingkatkan dengan melakukan meningkatkan kualitas dari produk maupun layanannya. Dengan layanan yang baik dapat memperkenalkan produk kepada konsumen sekaligus menarik minat beli konsumen. Sedangkan kualitas produk menjadikan konsumen loyal terhadap produk yang ditawarkan (Jelita, Claudia, and Simanjuntak 2020). Keseluruhan proses keputusan pembelian dimulai dari masalah pelanggan, memperoleh informasi mengenai produk atau merek tersebut, kemudian produk atau merek tersebut dievaluasi dengan memilih alternatif produk atau merek untuk memecahkan masalah pelanggan dan pada tahap akhir, proses tersebut mengarah pada pembelian (Dita and Ony 2022). Keputusan pembelian merupakan tahapan proses pengambilan keputusan dimana konsumen benar-benar membeli produk. Konsumen sebagai peserta utama dalam proses pembelian selalu menarik perhatian produsen. Keputusan pembelian merupakan suatu proses pengambilan keputusan yang berkaitan dengan pembelian, termasuk menentukan apa yang akan dibeli atau tidak, dan keputusan ini diambil dari kegiatan sebelumnya. Keputusan konsumen adalah motif atau dorongan yang timbul terhadap suatu barang yang dibeli pembeli karena kebutuhan dan keinginannya. Indikator keputusan pembelian meliputi konsistensi produk, kebiasaan pembelian produk, rekomendasi kepada orang lain, dan pembelian berulang (Baihaky et al. 2022).

Penelitian yang dilakukan oleh Baihaky et al. (2022) dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Tokkebi Snacks Malang”, dengan menggunakan variabel independennya Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan, dan variabel dependennya adalah Keputusan pembelian. Dari hasil penelitian tersebut dapat diketahui bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

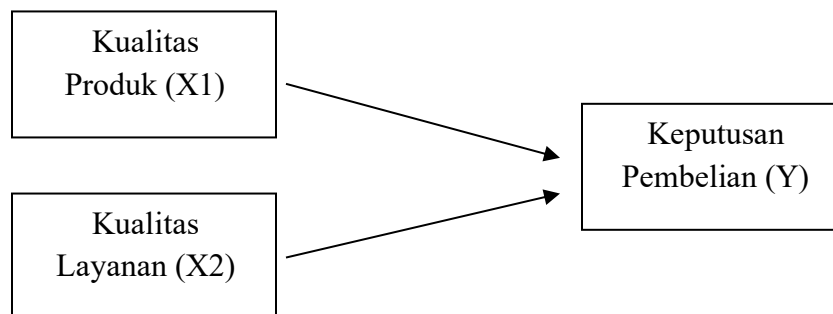
Penelitian yang ditulis oleh Muhamad (2021) mengenai “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi, Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Coffee Shop Di Kota Gresik”, dengan menggunakan variabel independennya yaitu Kualitas Produk, Harga, Lokasi, Promosi dan Kualitas Layanan, dan variabel dependennya adalah Keputusan Pembelian. Dari hasil penelitian tersebut dapat diketahui bahwa variabel harga, promosi, kualitas layanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dan variabel kualitas produk, dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen coffee shop di kota gresik.

Berdasarkan latar belakang maka rumusan masalah yang akan dibahas pada artikel literatur review agar lebih fokus pada kajian pustaka dan hasil serta pembahasan nanti, yaitu: Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian?; Kemudian apakah orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap keunggulan bersaing?; Lalu bagaimana pengaruh inovasi dan orientasi kewirausahaan secara simultan terhadap keunggulan bersaing?.

Berdasarkan uraian diatas maka tujuan dari penelitian adalah untuk mengetahui dan menjelaskan: Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian; Pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan

pembelian; Pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen.

Berdasarkan latar belakang dan kajian teori di atas, maka kerangka pemikiran dalam penelitian ini adalah Tingkat Kualitas Produk dan Kualitas Layanan merupakan faktor-faktor yang mempengaruhi Keputusan Pembelian Pada Usaha Syifa Hidroponik yang terletak di Jl. Bromo, Kota Medan. Berikut kerangka pemikiran penelitian:



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Keterangan :

Variabel Kualitas Produk (X1), Kualitas Layanan (X2) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y).

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian : Kualitas produk adalah karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau diimplikasikan. Menurut Kotler dan Armstrong (2008). Kualitas produk adalah the characteristic of a product or service that bear on to ability to satisfy stated or implied customer, yang artinya kualitas produk adalah karakteristik sebuah produk atau jasa yang memberikan kemampuan untuk mencukupi kebutuhan pelanggan. Menurut Kotler dan Armstrong (2010). Berdasarkan analisis data, diketahui bahwa variabel kualitas produk (X1) mempunyai nilai t_{hitung} sebesar $4,478 > t_{tabel}$ 2,002, dengan nilai signifikan $0,001 < 0,05$, dengan ini menunjukkan bahwa H_1 = Kualitas Produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Syifa Hidroponik.

Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian: Kualitas adalah keseluruhan ciri dan karakteristik suatu barang atau jasa yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan maupun yang tersirat. Menurut Abdullah dan Tantri (2012). Jasa atau layanan merupakan aktivitas, manfaat atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual. Menurut Tjiptono dan Chandra (2011) Sedangkan pengertian layanan jasa adalah proses yang terdiri atas serangkaian aktivitas intangible yang biasanya (namun tidak harus selalu) terjadi pada interaksi antara konsumen dan karyawan jasa dan (atau) sumber daya fisik atau barang dan (atau) sistem penyedia jasa, yang disediakan sebagai solusi atas masalah konsumen. menurut Gronroos dalam Tjiptono dan Chandra (2011). Berdasarkan hasil analisis data, diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan (X2), mempunyai nilai t_{hitung} sebesar $2,886 > t_{tabel}$ 2,002 dengan nilai signifikan $0,006 < 0,05$, yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian H_2 = Kualitas layanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Syifa Hidroponik.

METODE PENELITIAN

Penulis melakukan penelitian di Syifa Hidroponik Medan, JL. Lorong Amal No. 11 Tegal Sari III, Kecamatan Medan Area, Kota Medan. Pemilihan Lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (Purposive), karena di Syifa Hidroponik produksi sayuran tinggi dan konsumen banyak membeli. Penelitian ini dilakukan pada bulan Mei 2024.

Populasi dalam penelitian ini ialah konsumen Syifa Hidroponik yang pernah melakukan pembelian produk Syifa Hidroponik dengan jumlah 25 orang. Menurut Sugiyono dalam Siburian (2016), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Menurut Sugiyono dalam Siburian (2016) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini ialah sebanyak 60 orang dengan teknik pengambilan sampel teknik Simple Random Sampling. Menurut Sugiyono (2017) Simple Random Sampling adalah teknik penentuan sampel dengan pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi tersebut.

Metode pengambilan data dilakukan dengan metode survei. Data yang dikumpulkan berupa data primer. Data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data primer baik bersifat kuantitatif maupun kualitatif. Data primer adalah data yang diperoleh langsung oleh pengumpul data dari objek penelitiannya dan pengumpulan data dilakukan khusus untuk kepentingan penelitian tersebut (Zulkarmain Lubis, 2019). Data primer yang diperoleh dalam penelitian ini dilakukan dengan cara menggunakan kuisioner yang telah dipersiapkan terlebih dahulu sesuai dengan tujuan dan kebutuhan penelitian. Data dikumpulkan dari hasil kuisioner yang dibagikan secara langsung kepada konsumen di Syifa Hidroponik Medan. Data sekunder adalah data yang diperoleh dari hasil studi kepustakaan maupun publikasi dari berbagai instansi resmi. Data tersebut bersumber dari jurnal-jurnal penelitian, literatur dan buku-buku kepustakaan yang berhubungan dengan penelitian ini serta publikasi badan pusat statistik. Langkah-langkah yang dilakukan dalam pengumpulan data yaitu secara Kuesioner. Kuesioner yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Jenis kuisioner yang digunakan yaitu skala likert. Skala likert adalah skala penelitian yang digunakan untuk mengukur sikap dan pendapat. Dengan skala likert ini, responden diminta untuk melengkapi kuisioner yang mengharuskan mereka untuk menunjukkan tingkat persetujuannya terhadap serangkaian pertanyaan. Kriteria untuk setiap tanggapan masing-masing kategori adalah 5=sangat Baik, 4=Baik, 3= cukup, 2=Buruk, 1=sangat buruk. Jawaban responden dihitung kemudian dikelompokkan sesuai kriteria. Dari kriteria didapatkan bobot nilai yang mengidentifikasi tingkat kepuasan konsumen.

Teknik analisis data yang dilakukan menggunakan metode analisis jalur. Analisis jalur merupakan pengembangan dari regresi berganda. Perbedaan regresi berganda dengan analisis jalur yaitu regresi berganda hanya bisa menghitung pengaruh langsung, sedangkan analisis jalur bisa menghitung pengaruh langsung sekaligus pengaruh tidak langsung. Dengan menggunakan analisis jalur dapat dilakukan perhitungan besarnya hubungan kausal antara variabel kualitas produk (X1) dan variabel kualitas layanan (X2) terhadap variabel keputusan pembelian sayuran hidroponik (Y), dan hirarki masing-masing variabel baik berupa hubungan langsung maupun tidak langsung.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini jumlah sampel yang digunakan adalah sebanyak 60 responden. Data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh dengan cara menyebarkan kuesioner kepada konsumen yang membeli produk hidroponik di syifa hidroponik, untuk memperoleh informasi secara langsung dari responden sebagai obyek penelitian. Karakteristik responden digolongkan menurut data pembeli produk, dan layanan. Penggolongan tersebut akan disajikan dalam masing-masing tabel secara terpisah sebagai berikut:

**Tabel 1. Koefisien Determinasi (Uji R²)
Tabel Model Summary^b (Uji Koefisien Determinasi)**

Model	R	R Square	Adjusted Square	Std. Error of the Estimate
1	.750 ^a	.563	.548	2.67839

a. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan, Kualitas Produk

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 29

Dari tabel dengan menggunakan program SPSS di dapat hasil koefisien determinasi atau Adjusted R Square (R²) sebesar 0,548 atau 54,8%, angka tersebut berarti 54,8% keputusan pembelian dipengaruhi oleh kualitas produk, dan kualitas layanan sedangkan sisanya sebesar 45,2% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain.

Uji Parsial Koefisien Regresi dilakukan untuk mengetahui apakah Variabel bebas secara parsial (sendiri-sendiri) ada pengaruh signifikan terhadap Variabel terikat. Uji parsial dilakukan dengan membandingkan t hitung dengan t tabel sehingga sering disebut Uji t. Degree of Freedom pada uji t adalah n-k dimana n (jumlah data), k (jumlah variabel). Maka hasil yang diperoleh untuk t tabel adalah 2,002 dengan perhitungan $DF = N - K - 1$ ($60 - 2 - 1 = 57$) = 2,002 dengan tingkat signifikan 0,05 untuk uji dua arah.

Tabel 2. Coefficients^a (Uji Parsial)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.446	2.097		.690	.493
Kualitas Produk	.702	.157	.504	4.478	<.001
Kualitas Layanan	.362	.126	.323	2.866	.006

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 29

Hipotesis:

H₀ : Variabel bebas secara parsial memiliki pengaruh tidak signifikan terhadap variabel terikat.

H_a : Variabel bebas secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

Aturan dalam Uji t:

Jika $-t_{hitung} < -t_{tabel}$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ H_0 ditolak sehingga H_a diterima (Signifikan).

Jika $-t_{tabel} \leq -t_{hitung}$ à H_0 diterima sehingga H_a ditolak (Tidak Signifikan).

Atau dapat juga menggunakan Nilai Signifikasi:

Jika $Sig < 0,05$ à H_0 ditolak sehingga H_a diterima (Signifikan).

Jika $Sig > 0,05$ à H_0 diterima sehingga H_a ditolak (Tidak Signifikan)

Dari Tabel di atas dapat disimpulkan bahwa:

1. Variable Kualitas produk ($t_{hitung} = 4.478$; $sig = 0,001$)

$t_{hitung} (4,478) > t_{tabel} (2,002)$ à (*probabilitas*, n-k) (5%,95) à Maka H_a diterima.

Nilai Sig (0,001 < 0,05) à Maka H_a diterima

Artinya, koefisien Variabel Kualitas Produk (X1) secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian.

2. Variabel Kualitas Layanan ($t_{hitung} = 2,866$; $Sig = 0,006$)

$t_{hitung} (2.866) > t_{tabel} (2,002)$ à (*probabilitas*, n-k) (5%,95) à Maka H_a diterima.

Nilai Sig (0,006 < 0,05) à Maka H_a diterima.

Artinya, koefisien Variabel Kualitas Layanan (X3) secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian.

KESIMPULAN

Penelitian ini dapat menyimpulkan bahwa variabel kualitas Produk dan kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Syifa Hidroponik. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk dan variabel kualitas layanan turut menjadi pertimbangan konsumen dalam melakukan pembelian produk Syifa Hidroponik sehingga penting untuk terus menjaga dan bahkan lebih meningkatkan kualitas produk dan kualitas layanan terhadap konsumen agar konsumen dapat terus melakukan pembelian produk Syifa Hidroponik.

Syifa hidroponik harus lebih memperhatikan dan meningkatkan kualitas produk seperti memperhatikan layak kemasan pada sayuran tersebut maupun kualitas layanan yang mana pelayanan yang baik akan mempengaruhi keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Amo Sugiharto, Muhammad Fajar Darmawan. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Janji Jiwa Coffee Citra Raya. *Jurnal Papatung*, 24-30.
- Baihaky, S., Yogatama, A. N., Mustikowati, R. I., Teknologi, I., & Malang, A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Tokkebi Snacks Malang. *Jurnal Ilmu Sosial*, 2(1), 85–104.
- Dita, sari puspita, & Ony, K. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Ayam Goreng Nelongso Nginden Semolo Surabaya. 461–468.
- Ende, K., Wali, M., Pali, A., Conradus, B., & Huar, K. (2021). Pertanian Modern dengan Sistem Hidroponik di Kelurahan. *International Journal Of Community Service Learning*, 5, 388–394.
- Firly, R., Wagiono, & Sehaeni. (2022). Analisis Kelayakan Usaha dan Nilai Tambah Sayuran Pakcoy

- (Brassica rapa L.) Hidroponik Kemasan (Studi Kasus CV Spirit Wira Utama Tangerang Selatan). *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 8(September), 243–254.
- Fuad, Siska, lubis yulianti, & Faisal, P. (2023). Analisis Sistem Pemasaran Sayuran Hidroponik Dalam Rangka Pemanfaatan Lahan Pekarangan Pertanian Kota (Urban Farming). *Edunomika*, 07(01), 1–9.
- Ibrahim, M., & Sitti, T. M. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 175–182.
- Jelita, R. N., Claudia, D., & Simanjuntak, Y. (2020). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Coklat Pada Pt . Permata Niaga Medan. *Jurnal Interprof*, 6(1).
- Mahagiyani. (2023). Analisis Usaha Tanaman Sayuran secara Hidroponik di Panti Asuhan Lksa Nurul Haq Madania Yogyakarta. *Jurnal ADARMA-LP3M-UJB*, 32(2).
- Maharani, R., Rusdi, Z., & Yunyver, L. (2021). Hidroponik Pada Greenhouse Kendangsari Kota Surabaya. *Balance Accounting Journal*, 5(2), 78–87.
- Makadomo, N. I., Busaeri, S. R., & Hasan, I. (2020). Analisis Produksi Dan Pemasaran Sayuran Hidroponik Di Kota Makassar (Studi Kasus Usahatani Sayuran Hidroponik Kota Makassar). *Jurnal.Agribisnis.Umi.Ac.Id*, 3(2), 192–208.
- Meilina, B. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sealantwax. *Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 3(1), 1–10.
- Muhamad, H. syahrir. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi, Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Coffee Shop Di Kota Gresik. *Urnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 6(4), 1–10.
- Nuh, M., Hutasuhut, M. A., & Ikhsan, M. (2020). Pengembangan Media Tanam Hidroponik Untuk Mendukung Ketahanan Pangan Warga Kecamatan Medan Labuhan Abstrak. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 26(2), 109–114.
- Nurul, A., Astrini, P., & Ayu, W. (2024). chinese vegetables ., *J-PEN Borneo: Journal of Agricultural Sciences*, VII(1), 36–43.
- Putra, Y. A., Siregar, G., & Utami, S. (2019). *Peningkatan Pendapatan Masyarakat Melalui Pemanfaatan Pekarangan Dengan Teknik Budidaya Hidroponik*. 1(1), 122–127.
- Roidah, I. S. (2014). Pemanfaatan Lahan Dengan Menggunakan Sistem Hidroponik. *Jurnal Universitas Tulungagung Bonorowo*, 1(2), 43–50.
- Siti Hazar Nurelisah, Muhammad Ekhsan, Tri Damayanti. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Minat Pembelian Ulang Produk Hidroponik (Studi pPada Generasi Z Di Cikarang). 11(1): 101-106.
- Sitorus, S. Z., Tantawi, A. R., Saleh, K., Agribisnis, P., Pertanian, F., & Area, U. M. (2023). Analisis Kelayakan Usaha Tani Hidroponik Bayam (*Amaranthus tricolor*) (Studi Kasus : Sufi Agrifarm , di Kecamatan Percut Sei Tuan , Kabupaten Deli Serdang) Analysis of The Feasibility of Hidroponic Farming of Spinach (*Amaranthus tricolor*) (Case Stud. *Journal of Agriculture Science*, 1(1), 1–10. <https://doi.org/10.34007/cultivate.v1i1.358>
- Supriadi, S., & Sukri, M. (2023). Peran Hidroponik Tanaman Kangkung Terhadap Peluang Inovasi Umkm (Usaha Mikro , Kecil , Dan Masyarakat Kota Medan The Role Of Spinach Hydroponics To Innovation Opportunities Umkm (Micro , Small , And Medium Enterprises) To Improve Medan City Community. *Agri-Smart Deli Sumatera*, 1(2).
- Waluyo, M. R., Mariati, F. R. I., Al, Q., & Hidayatur, H. (2021). Pemanfaatan Hidroponik Sebagai Sarana Pemanfaatan Lahan Terbatas Bagi Karang Taruna Desa Limo. *IKRAITH-ABDIMAS*, 4(1), 61–64.

- Widhi, H., Euis, D., Ks, K., Nendah, P. S., & Sukmawati Dety. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Karakteristik Konsumen Terhadap Pembelian Sayuran Hidroponik (Suatu Survei Terhadap Konsumen Sayuran Hidroponik UPTD Kawasan Agroeduwisata Cikundul Kota Sukabumi). *Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 9(1), 965–982.
- Zaenuddin, R. A., Potabuga, F. S., Abd, A., & Pakanyamong, K. (2023). Pendapatan Usaha Sayuran Hidroponik Andri Farm Di Kelurahan Hanga-Hanga Kabupaten Banggai Andri Farm ' S Hydroponic Vegetable Business Income In Hanga-Hanga Village , Banggai Regency usaha Hidroponik Andri Farm Di Kelurahan Hanga-Hanga , Kota Luwuk Kabupa. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Pertanian (JIMFP)*, 3(1), 284–291.