

**PENGARUH KEBIJAKAN HARGA, KUALITAS PRODUK DAN TEMPAT TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SAYURAN HIDROPONIK DI KELOMPOK WANITA TANI (KWT) TAMARA 09 KELURAHAN CIKETINGUDIK KECAMATAN BANTARGEBAWANG KOTA BEKASI**

Ika Septarina Sari<sup>1</sup>, Sugiyanto<sup>2</sup>, Imas Wildan Rafiqah<sup>3</sup>

<sup>1,2</sup>Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Borobudur

<sup>3</sup>Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Singaperbangsa Karawang

Email: [ika.septa53@gmail.com](mailto:ika.septa53@gmail.com)

Naskah diterima: 5-08-2024, direvisi:10-09-2024, dipublikasi: 31-10-2024

**ABSTRACT**

*This research aims to determine the influence of price policy variables, product quality and location on consumer decisions in purchasing hydroponic vegetables at KWT Tamara 09, Ciketingudik Village, Bantargebang District, Bekasi City. The data analysis method used in this research is quantitative with a total of 75 respondents. The variables used in this research are independent variables consisting of price policy, product quality and place, while the dependent variable is purchasing decisions. The results of the research show that: 1. The independent variables, namely price policy, product quality and place, have a simultaneous influence on consumer decisions in purchasing hydroponics at KWT Tamara 09, 2. The price policy variable has a significant and positive partial influence on consumer decisions in purchasing hydroponic vegetables at KWT Tamara 09, 3. The product quality variable has a significant and positive partial influence on consumer decisions in purchasing hydroponic vegetables at KWT Tamara 09, 4. The place variable has a significant and positive partial influence on consumer decisions in purchasing hydroponic vegetables at KWT Tamara 09.*

**Keywords:** Price policy, Product Quality, Place, and Price Policy

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel kebijakan harga, kualitas produk dan tempat terhadap keputusan konsumen dalam pembelian sayur hidroponik di KWT Tamara 09 Kelurahan Ciketingudik Kecamatan Bantargebang, Kota Bekasi. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan jumlah responden sebanyak 75 orang. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel bebas yang terdiri dari kebijakan harga, kualitas produk dan tempat, sedangkan variabel terikatnya yaitu keputusan pembelian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1. Variabel

Bebas yaitu kebijakan harga , kualitas produk dan tempat mempunyai pengaruh simultan terhadap keputusan konsumen dalam pembelian hidroponik di KWT Tamara 09, 2. Variabel kebijakan harga mempunyai pengaruh parsial yang signifikan dan positif terhadap keputusan konsumen dalam pembelian sayuran hidroponik di KWT Tamara 09, 3. Variabel kualitas produk mempunyai pengaruh parsial yang signifikan dan positif terhadap keputusan konsumen dalam pembelian sayuran hidroponik di KWT Tamara 09, 4. Variabel tempat mempunyai pengaruh parsial yang signifikan dan positif terhadap keputusan konsumen dalam pembelian sayuran hidroponik di KWT Tamara 09.

**Kata Kunci:** Kebijakan harga, Kualitas Produk, Tempat, dan Kebijakan Harga

## **PENDAHULUAN**

Budidaya sayuran hidroponik di Kota Bekasi masih mempunyai peluang untuk dikembangkan mengingat terbatasnya lahan pertanian yang ada. Teknologi sistem penanaman hidroponik merupakan suatu teknologi yang dengan melakukan penambahan atau pemberian nutrisi yang langsung ke tanaman, hidroponik sendiri bisanya digunakan untuk menghasilkan produk hortikultura dan florikultura.

Teknik budidaya sistem hidroponik berbeda dengan teknik budidaya secara konvensional. Peran tanah tersebut digantikan oleh air untuk menyerap pupuk ke akar tanaman, sehingga sistem bercocok tanam sayuran dengan teknologi hidroponik dapat digunakan dengan memanfaatkan lahan pekarangan yang sempit seperti di perkotaan. Budidaya tanaman secara hidroponik terutama yang di dalam *green house*, memiliki banyak keunggulan antara lain pada *Nutrient Film Technique* (NFT), *gully* atau talang bias ditanami terus menerus sepanjang tahun, sebanyak belasan kali per m<sup>2</sup>, per bulan, dapat menghasilkan 2-3 kg sayuran segar yang berarti minimal 144 ton/Ha/tahun, hanya dengan efisiensi lahan sebesar 60% (Sutiyoso, 2018).

Perkembangan pembangunan pada sektor hortikultura terutama komoditas sayuran diiringi dengan meningkatnya kepedulian serta kesadaran masyarakat terhadap pentingnya kesehatan. Sayuran dipilih sebagai salah satu pola alternatif konsumsi sehat pada masyarakat saat ini, Peningkatan jumlah penduduk, tingkat pendidikan, dan kesejahteraan hidup masyarakat selaras dengan peningkatan permintaan terhadap sayuran juga meningkat (Direktorat Jenderal Hortikultura, 2016).

Menurut Shinta (2011) untuk memenangkan pasar, yang dibutuhkan suatu strategi perencanaan yang matang melalui bauran pemasaran dimana unsure-unsur didalamnya tersebut saling mempunyai hubungan dan saling berpengaruh antara satu dengan yang lainnya, sehingga harus dilakukan suatu langkah yang menghasilkan kebijakan pemasaran yang akurat tepat yang dapat memberikan kepuasan konsumen atau pelanggan. Dalam membeli sebuah produk, konsumen akan mempertimbangkan tentang kualitas produk yang akan ditawarkan dan pembeli atau konsumen pasti akan menentuka pilihan produk yang diinginkan dengan kualitas yang terbaik. Faktor selanjutnya yaitu harga. Selain dapat menentukan tingkat keuntungan, harga juga merupakan indikator untuk menunjukkan proporsi nilai suatu produk yang ditawarkan.

Tahapan selanjutnya setelah faktor penentuan kualitas produk dan kebijakan akan harga, konsumen akan mempertimbangkan faktor lokasi atau tempat penjualan produk tersebut. Pemilihan tempat atau lokasi penjualan yang tepat bagi penjual dapat mempengaruhi tingkat penjualan suatu usaha dan tentunya akan mempengaruhi keberlanjutan dan kelancaran suatu usaha karena akan berpengaruh terhadap keputusan pembelian oleh para konsumen.

Sebelum memutuskan suatu pembelian, konsumen akan mempertimbangkan produk dengan berbagai pilihan yang ditawarkan. Produk yang dipilih oleh konsumen harus sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya sehingga kepuasan terhadap produk yang dipilih dapat terpenuhi. Konsumen akan menghadapi beberapa pilihan sebelum memasuki tahap menentukan untuk memutuskan beli atau tidaknya suatu produk yang diinginkan. Keputusan dalam pembelian adalah keputusan yang dipilih oleh seorang pembeli sebuah produk yang dapat dipengaruhi oleh usia, pekerjaan, keadaan ekonomi Pakpahan (2016).

Perubahan pola pikir dan pengetahuan konsumen tentang pentingnya mengkonsumsi sayuran yang bebas pestisida dengan mengkonsumsi sayuran hidroponik membuka kesempatan untuk mengembangkan usaha budidaya sayuran hidroponik. Angka konsumsi sayuran hidroponik yang meningkat akibat dari kesadaran masyarakat terhadap kesehatan memberikan dampak kenaikan peluang usaha sayuran hidroponik. Jika dibandingkan dengan usaha sayuran secara konvensional, budidaya usaha sayuran secara hidroponik memiliki banyak keunggulan diantaranya yaitu produk yang dihasilkan lebih terjamin kebersihan, lebih sehat, ramah lingkungan, lebih cepat tumbuh, dan kualitas hasil tanaman dapat terjaga (Afriani et al, 2018).

Salah satu pelaku usaha budidaya sayuran hidroponik di kecamatan Bantargebang adalah KWT Tamara 09 berada di Kelurahan Ciketingudik. KWT Tamara 09 dipilih sebagai obyek penelitian karena KWT Tamara 09 merupakan KWT yang mempunyai jumlah lubang tanam yang cukup banyak untuk budidaya sayuran hidroponik dibandingkan dengan KWT lainnya. Jenis sayuran hidroponik yang dibudidayakan yaitu sawi, pakcoy, kangkung dan bayam dengan jumlah tanam sebanyak 1.500.

Berdasarkan penjabaran tersebut diatas, maka ditentukan judul penelitian “Pengaruh Kebijakan Harga, Kualitas Produk dan Tempat terhadap Keputusan Pembelian Sayuran Hidroponik di Kelompok Wanita Tani (KWT) Tamara 09 Kelurahan Ciketingudik, Kecamatan Bantargebang, Kota Bekasi”.

## **BAHAN DAN METODE**

### **Lokasi dan Waktu Penelitian**

Lokasi terletak di KWT Tamara 09, Kel. Ciketingudik, Kec. Bantargebang Kota Bekasi dan dipilih secara *purposive* (sengaja). yang dilaksanakan pada bulan Januari tahun 2024.

### **Jenis dan Sumber Data**

Menggunakan data kuantitatif yang diperoleh dari data primer dan skunder.

### **Populasi dan Sampel**

Populasi merupakan para konsumen atau pembeli produk sayur hidroponik di KWT Tamara bulan Januari tahun 2024 yang berjumlah 289 orang.

### **Metode Analisis Data**

#### **1. Uji Asumsi Klasik**

##### **a. Uji Normalitas**

Hasil tahapan ini akan dipergunakan sebagai penentu apakah variabel tertentu berasal dari populasi yang menyebar secara normal atau tidak dengan menggunakan uji normalitas menggunakan *One Sample Kolmogorov-Smirnov* dimana :

- 1. Data akan terdistribusi normal apabila signifikansi menunjukkan (p-value > 0,05), dan hipotesis nol diterima.**
- 2. Data dianggap tidak terdistribusi normal apabila signifikansi menunjukkan (p-value < 0,05, dan hipotesis nol ditolak.**

##### **b. Uji Multikolinearitas**

Tahap ini hasilnya dipergunakan untuk melihat hubungan linier antara variabel bebas didalam regresi berganda dan selanjutnya dipergunakan untuk mengetahui suatu hubungan atau korelasi diantara masing-masing variabel. Apakah hubungan antar variabel bebas tersebut kuat atau tidak. Apabila hasil *Variance Inflation Factor* < 10 maka variabel dimaksud terbebas dari multikolinieritas.

##### **c. Uji Heteroskedastisitas**

Tujuannya untuk mengetahui terjadinya ketidak samaan variansi dari satu residual ke lainnya. Apabila hasil residual tetap, maka disebut homokedastisitas dan apabila didapatkan hasil yang berbeda maka disebut sebagai heterokedastisitas.

#### **2. Analisis Regresi Linear Berganda**

Pada kasus kali ini digunakan teknis analisis dua predictor atau analisis berganda. Pada prakteknya regresi berganda memang lebih banyak digunakan karena lebih relevan di kehidupan nyata.

#### **3. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Pada intinya Uji  $R^2$  digunakan untuk mengukur kemampuannya dalam menjelaskan variabel-variabel terikat. Nilai koefisiensinya yaitu ada diantara nol dan satu, Apabila nilai  $R^2$  besar maka kemampuan variabel bebasnya dalam menjelaskan variabel terikat besar.

#### **4. Uji Hipotesis**

##### **a. Uji T**

Pengujian ini dipergunakan sebagai indikator besaran pengaruh variabel bebas secara individual terhadap variabel terikat. Apabila probabilitas nilai  $T < 0,05$  dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh secara parsial antara variabel bebas dengan variabel terikat. Apabila nilai  $T > 0,005$  maka tidak terdapat pengaruhnya.

**b. Uji F**

Hasil uji F dapat memperlihatkan tingkat signifikansi dimana terdapat pengaruh atau tidak secara simultan (bersama-sama) yang ditunjukkan oleh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Pada Uji F ini menggunakan tingkat keyakinan sebesar 95%.

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

**A. Hasil Penelitian**

**1. Hasil Uji Asumsi Klasik**

**a. Hasil Uji Normalitas**

Diperoleh Nilai residual  $0,202 > 0,05$  yang mempunyai arti bahwa nilai dari residual tersebut berdistribusi secara normal.

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		75
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.35813261
Most Extreme Differences	Absolute	.139
	Positive	.080
	Negative	-.139
Test Statistic		.139
Asymp. Sig. (2-tailed)		.202

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

**b. Uji Multikolinieritas**

Model		Coefficients <sup>a</sup>				Collinearity Statistics		
		Unstandardized Coefficients B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	12.710	5.452		2.331	.023		
	Kebijakan Harga	.258	.162	.185	2.092	.147	.871	1.149
	Kualitas Produk	.313	.151	.239	2.072	.042	.871	1.149
	Tempat	.195	.163	.134	2.001	.023	.871	1.149

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Hasil tersebut membuktikan bahwa nilai VIF  $< 10$  yaitu sebesar 1,149 dan toleransi  $0,871 > 0,01$  maka hal tersebut diatas diartikan tidak terjadi adanya multikolinieritas.

**c. Uji Heteroskedastisitas**

Model		Coefficients <sup>a</sup>				Collinearity Statistics		
		Unstandardized Coefficients B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	5.981	3.576		1.673	.099		
	Kebijakan Harga	-.151	.106	-.177	-1.418	.161	.871	1.149
	Kualitas Produk	-.027	.099	-.034	-.277	.783	.871	1.149
	Tempat	-.033	.107	-.037	-.310	.757	.871	1.149

Hasil uji signifikan Kebijakan harga ( $X_1$ ) yaitu 0,161, Kualitas produk ( $X_2$ ) yaitu 0.783, dan Tempat ( $X_3$ ) menunjukkan angka  $0,757 > 0,05$  yang mengartikan bahwa dari hasil tersebut tidak terjadi adanya heteroskedastisitas.

## 2. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients <sup>a</sup>		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	12.710	5.452		2.331	.023
Kebijakan_Harga	.258	.162	.185	2.092	.047
Kualitas_Produk	.313	.151	.239	2.072	.042
Tempat	.195	.163	.134	2.001	.023

a. Dependent Variable: Keputusan\_Pembelian

Sumber: Data diolah (2024)

Persamaan umum dari regresi linier berganda yang digunakan yaitu:

$$Y = 12,710 + 0,258X_1 + 0,313X_2 + 0,195X_3 + e$$

Hasil persamaan regresi diatas memiliki konstanta yang bernilai positif, sebesar 12,710. Nilai tersebut membuktikan adanya pengaruh yang positif (searah) antara variabel bebas ( $X_1$ ,  $X_2$ , dan  $X_3$ ) dengan variabel terikat yaitu Y, sehingga dapat diambil suatu kesimpulan seperti dibawah ini :

1. Variabel kebijakan harga ( $X_1$ ) memiliki koefisien regresi berganda positif 0,258. Hal ini berarti bahwa, apabila kebijakan harga yang diberikan oleh KWT semakin terjangkau dan diimbangi dengan kualitas serta manfaat sayur hidroponik yang lebih bagus maka akan meningkatkan pembelian sayuran hidroponik sebesar 0.258.
2. Variabel kualitas produk ( $X_2$ ) memiliki koefisien regresi berganda positif sebesar 0,313. Apabila variasi jenis sayuran hidroponik di KWT Tamara 09 bertambah, dengan peningkatan kualitas dan kemasan maka keputusan pembelian sayuran hidroponik di KWT tamara 09 pun akan meningkat sebesar 0,313.
3. Variabel tempat ( $X_3$ ) memiliki koefisien regresi berganda positif sebesar 0.195 yang artinya semakin mudah diakses maka akan meningkatkan penjualan sebesar 0.195.

## 3. Hasil Analisis Uji Koefisiensi Determinasi ( $R^2$ )

Model	R	R Square	Model Summary	
			Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.397 <sup>a</sup>	.725	.702	1.387

a. Predictors: (Constant), Tempat, Kualitas Produk, Kebijakan Harga

Hal tersebut dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Nilai  $R^2$  mempunyai pengaruh secara simultan sebesar 0,725 antara variabel Keputusan Pembelian (Y) terhadap Keputusan Pembelian (Y) dengan nilai Adjusted R Square
2. Hasil tersebut menjelaskan bahwa semua variabel Kebijakan harga ( $X_1$ ), kualitas produk ( $X_2$ ) dan tempat ( $X_3$ ) secara serentak mempengaruhi Keputusan pembelian (Y) dengan nilai Adjusted R Square yang didapatkan yaitu 0,702 atau 70,2 %.
3. Nilai Adjusted  $R^2$  diatas 67% yaitu sebesar 70,2 % mempunyai arti dimana semua variabel Kebijakan harga ( $X_1$ ), kualitas produk ( $X_2$ ) dan tempat ( $X_3$ ) terhadap Keputusan Pembelian (Y) adalah kuat.

#### 4. Hasil Uji Hipotesis

##### a. Uji T

Model	Coefficients <sup>a</sup>		Standardized Coefficients	t	Sig.
	Unstandardized Coefficients	Std. Error			
1 (Constant)	12.710	5.452		2.331	.023
Kebijakan_Harga	.258	.162	.185	2.092	.047
Kualitas_Produk	.313	.151	.239	2.072	.042
Tempat	.195	.163	.134	2.001	.023

a. Dependent Variable: Keputusan\_Pembelian

Hasil tersebut dapat disimpulkan:

1. Nilai signifikansi Kebijakan Harga ( $X_1$ ) terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y) yaitu sebesar  $0,047 < 0,05$  sebagai indikator bahwa kebijakan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sayuran hidroponik di KWT Tamara 09 secara parsial.
2. Hasil nilai signifikansi menunjukkan angka  $0,042 < 0,05$ , hal ini berarti bahwa terdapat pengaruh signifikan secara parsial dari variabel kualitas produk terhadap keputusan pembelian sayuran hidroponik di KWT Tamara 09.
3. Hasil pengujian menunjukkan nilai signifikansi sebesar  $0,023 < 0,05$ , hal ini berarti variabel tempat terhadap keputusan pembelian sayuran hidroponik di KWT Tamara 09 berpengaruh signifikan secara parsial.

##### b. Uji F

Model	ANOVA <sup>a</sup>				
	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	25.505	3	8.502	3.422	.004 <sup>b</sup>
Residual	136.495	71	1.922		
1 Total	162.000	74			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Tempat, Kualitas Produk, Kebijakan Harga

Hasil analisis menunjukkan nilai signifikansi dimana dapat dilihat bahwa variabel Kebijakan harga ( $X_1$ ), Kualitas produk ( $X_2$ ), dan Tempat ( $X_3$ ) mempunyai nilai  $0,04 < 0,05$  dan  $F^{\text{hitung}} > F^{\text{tabel}}$ , terhadap variabel Keputusan pembelian (Y), sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  di terima. Hal tersebut adanya pengaruh secara simultan dari ketiga variabel bebas terhadap variabel terikat nya yaitu Y.

## **B. Pembahasan Hasil Penelitian**

Setelah didapatkan hasil pengujian Uji F tersebut dapat disimpulkan bahwa ke tiga variabel bebas berpengaruh signifikan secara bersama atau simultan terhadap variabel Keputusan pembelian akan sayuran hidroponik di KWT Tamara 09.

Dari analisis Uji T dapat menjelaskan dimana adanya pengaruh secara parsial variabel bebas terhadap keputusan pembelian sayuran hidroponik di KWT Tamara 09 pada tingkat kepercayaan 95%. Hasil analisis masing-masing variabel tersebut dapat dijabarkan seperti dibawah ini:

### **1. Pengaruh Kebijakan Harga secara Parsial terhadap Keputusan**

Variabel Kebijakan harga mempunyai nilai signifikansi 0,047 artinya variabel kebijakan harga berpengaruh nyata atau signifikan secara parsial terhadap variabel keputusan pembelian sayuran hidroponik di KWT Tamara 09. Pada variabel kebijakan harga, keterjangkauan harga merupakan hal yang sangat mempengaruhi konsumen dalam menentukan keputusan pembelian sayuran hidroponik di KWT Tamara 09.

Kebijakan harga sayuran hidroponik di KWT Tamara 09 memiliki harga yang terjangkau dari segi pandang konsumen, karena pada prinsipnya jika harga yang sayuran hidroponik ditawarkan oleh KWT Tamara 09 itu rendah maka akan meningkatkan keputusan pembelian sayuran hidroponik di KWT Tamara 09. Apabila KWT Tamara 09 menaikkan atau meninggikan harga jual produknya maka akan menurunkan tingkat keputusan pembelian sayuran hidroponik di KWT Tamara 09.

### **2. Pengaruh Kualitas Produk secara Parsial terhadap Keputusan Pembelian**

Pengaruh nyata atau signifikan secara parsial juga ditunjukkan oleh Kualitas produk terhadap keputusan pada saat pembelian sayuran hidroponik di KWT Tamara 09. Variabel yang lebih dominan daripada variabel lainnya adalah Produk, hal ini dapat terlihat pada besaran yang diperlihatkan oleh nilai koefisien beta pada variabel kualitas produk yang lebih besar dibandingkan yang lainnya (Variabel kebijakan harga dan tempat). Pada variabel kualitas produk, kualitas sayuran yang dihasilkan menjadi hal yang utama yang menjadi perhatian konsumen dalam melakukan keputusan pembelian sayuran hidroponik di KWT Tamara 09.

Kualitas produk ini erat kaitannya dengan keputusan pembelian. Konsumen akan mempunyai suatu kepuasan terhadap produk yang dipilih apabila produk yang mempunyai kualitas yang baik. Jika kualitas produk yang ditawarkan oleh KWT Tamara 09 ini baik dimata konsumen maka akan meningkatkan keputusan pembelian dalam pembelian sayuran hidroponik. Apabila jika KWT Tamara 09 kualitas produknya kurang baik atau tidak meningkatkan kualitas produknya maka dapat menurunkan tingkat pembelian konsumen terhadap pembelian sayuran hidroponiknya.

### **3. Pengaruh Tempat secara Parsial terhadap Keputusan Pembelian**

Variabel tempat berpengaruh nyata atau signifikan secara parsial terhadap variabel keputusan pembelian sayuran hidroponik di KWT Tamara 09. Semakin mudah diakses dan semakin strategis tempat penjualannya maka akan dapat meningkatkan keputusan pembelian sayuran hidroponik di KWT Tamara 09.



Menurut Suryati (2015), tempat dalam bauran pemasaran dianggap sebagai suatu keputusan kritis yang dihadapi oleh manajer, dimana keputusan tersebut akan mempengaruhi respon dari para konsumen. Hasil Uji T pada variabel menyimpulkan bahwa variabel tempat secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen dalam melakukan pembelian. Menurut Paul (2011) tempat yang strategis menjadi pertimbangan konsumen dalam berbelanja.

Hasilnya memperlihatkan hipotesis yang menyatakan bahwa variabel tempat berpengaruh secara parsial terhadap keputusan konsumen untuk melakukan pembelian dengan arah koefisien positif, kondisi ini dapat diartikan jika tempat penjualan semakin terjangkau, yaitu terletak di tempat strategis, dekat dengan tempat tinggal, akses yang mudah dijangkau dan lingkungan sekitar tempat dirasa bersih dan nyaman, maka keputusan pembelian sayuran hidroponik di KWT Tamara 09 akan semakin meningkat, yang ditunjukkan dengan memprioritaskan membeli produk sayuran hidroponik di KWT Tamara 09 daripada produk ditempat lain yang sejenis.

#### **4. Pengaruh Kebijakan Harga, Kualitas Produk, dan Tempat secara Simultan terhadap Keputusan Pembelian.**

Hasil pengujian memperlihatkan jika ketiga variabel bebas tersebut berpengaruh signifikan secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikat yaitu keputusan pembelian sayuran hidroponik di KWT Tamara 09. Hal tersebut mengartikan apabila kebijakan harga, kualitas produk maupun tempat yang diberikan oleh KWT Tamara 09 semakin baik maka akan meningkatkan dan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dalam melakukan pembelian sayuran hidroponik di KWT Tamara 09. Keputusan pembelian adalah kegiatan pribadi setiap konsumen dimana konsumen langsung terlibat dalam mempergunakan serta mendapatkan barang yang ditawarkan (Kotler dan Keller, 2012).

Hasil Uji F ini selaras dengan hasil yang dikemukakan oleh Hariyani (2020) yang menyatakan bahwa bauran pemasaran secara bersama-sama atau simultan memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian. Bauran pemasaran dapat mempengaruhi respon dari pembeli atau konsumen, dan dapat digunakan konsumen sebagai acuan dalam pengambilan keputusan (Fitriyono & Khuzaini, 2014).

### **KESIMPULAN**

1. Variabel kebijakan harga, kualitas produk dan tempat mempunyai pengaruh simultan terhadap keputusan konsumen dalam pembelian hidroponik di KWT Tamara 09 Kelurahan Ciketingudik, Kecamatan Bantargebang, Kota Bekasi.
2. Variabel kebijakan harga memberikan pengaruh parsial yang signifikan dan positif terhadap keputusan konsumen dalam pembelian sayuran hidroponik di KWT Tamara 09 Kelurahan Ciketingudik Kecamatan Bantargebang Kota Bekasi.
3. Variabel kualitas produk memberikan pengaruh parsial yang signifikan dan positif terhadap keputusan konsumen dalam pembelian sayuran hidroponik di KWT Tamara 09 Kelurahan Ciketingudik, Kecamatan Bantargebang, Kota Bekasi.

4. Variabel tempat memberikan pengaruh parsial yang signifikan dan positif terhadap keputusan konsumen dalam pembelian sayuran hidroponik di KWT Tamara 09 Kelurahan Ciketingudik, Kecamatan Bantargebang, Kota Bekasi.

### **SARAN**

Hal-hal yang menjadi saran dari peneliti adalah:

1. Agar KWT Tamara 09 agar lebih meningkatkan kualitas dan lebih menjaga kebersihan sayuran hidroponik yang dihasilkan untuk dapat meningkatkan keputusan pembelian sayuran hidroponik di KWT Tamara 09.
2. Disarankan untuk dapat meningkatkan keanekaragaman produk agar lebih meningkatkan keputusan pembelian sayuran hidroponik di KWT Tamara 09.
3. Mengingat kebijakan harga, kualitas produk dan tempat sangat penting terhadap keputusan pembelian sayuran hidroponik maka sebaiknya di KWT Tamara 09 lebih meningkatkan kebijakan harga, kualitas produk dan tempat agar dapat meningkatkan keputusan pembelian.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Afriani, Y, Kusriani, N., & Komariyati, K. 2018. Hubungan antara Bauran Pemasaran dan Keputusan Pembelian Gulaku pada Pasar Swalayan di Kota Pontianak. *Jurnal. Sains Mahasiswa Pertanian*, Vol. 7, No. 3.
- Direktorat Jenderal Hortikultura. 2016. Rencana Strategis Direktorat Sayuran dan tanaman Obat Tahun 2016-2019. Direktorat Jenderal Hortikultura. Jakarta.
- Fitriyono, D. & Khuzaini. 2014. Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Volume Penjualan Produk. *Jurnal Ilmu & Riset Manajemen* Vo. 3. No. 11.
- Hariyani, N. (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian Pestisida Organik secara Online di Landbouw Mart Ketindan. *Jurnal AgroSainTa: Widyaiswara Mandiri Membangun Bangsa*, 4(2), 105-116.
- Kotler dan Keller. (2012), *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12. Jakarta : Erlangga.
- Kotler & Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran* Edisi 12. Erlangga. Jakarta
- Pakpahan, Manuntun. 2016. *Manajemen Pemasaran*. Medan: CV. Rural Development Service.
- Peter, J. Paul. 2011. *Consumer Behavior: Perilaku Konsumen dan Strategi. Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Shinta, A. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Malang: Universitas Brawijaya Press.
- Suryati, Lili. 2015. *Manajemen Pemasaran: Suatu Strategi Dalam meningkatkan Loyalias Pelanggan*. Yogyakarta: Penerbit Deepublish.
- Sutiyoso, Y. 2011). *100 Kiat Sukses Hidroponik*. Jakarta: PT. Trubus Swadaya.