

Jurnal Agrosilvopasture-Tech

Journal homepage: <https://ojs3.unpatti.ac.id/index.php/agrosilvopasture-tech>

Dampak Harga dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli di Pasar Modern Kota Ambon

The Impact of Product Price and Quality on Purchase Interest in Modern Markets in Ambon City

Lulu A. Kaluku¹, Leonard O. Kakisina², Weldemina B. Parera²

¹ Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Pattimura, Jln. Ir. M. Putuhena, Kampus Poka Ambon 97233 Indonesia

² Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian, Fakultas Pertanian, Universitas Pattimura, Jln. Ir. M. Putuhena, Kampus Poka Ambon 97233 Indonesia

* Penulis korespondensi e-mail: wparera@gmail.com

ABSTRACT

Keywords:

Ambon City;
Price;
Product quality;
Purchase intention;

This study aims to examine the influence of price and product quality on vegetable purchase intention in modern markets in Ambon City, specifically at the DP Modern Market and the FM Modern Market. The research employed a quantitative approach using a survey of 100 respondents and multiple linear regression analysis. The results indicate that in the DP Modern Market, price has a positive effect on purchase intention, whereas product quality has a negative effect. In contrast, in the FM Modern Market, both price and product quality negatively affect purchase intention. Both variables significantly influence purchase intention simultaneously in both markets. Differences in consumer characteristics shape the patterns of influence. DP consumers perceive premium prices as a symbol of exclusivity, while FM consumers are more price-sensitive and prioritize immediate benefits. These findings highlight the importance of tailoring marketing strategies to specific market segments.

ABSTRAK

Kata Kunci:

Besaran harga;
Mutu produk;
Ketertarikan membeli;
Kota Ambon

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh harga dan kualitas produk terhadap minat beli sayuran di pasar modern Kota Ambon, khususnya di Pasar Modern DP dan Pasar Modern FM. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif melalui survei pada 100 responden dan analisis regresi linear berganda. Hasil studi menandakan bahwa di Pasar Modern DP, harga berpengaruh positif terhadap minat beli, melainkan kualitas produk berpengaruh negatif. Di Pasar Modern FM, baik harga ataupun kualitas produk berpengaruh negatif terhadap minat beli. Secara simultan, kedua variabel berpengaruh signifikan terhadap minat beli di kedua pasar. Perbedaan karakteristik konsumen mempengaruhi pola pengaruh variabel tersebut. Konsumen DP menganggap harga premium sebagai simbol eksklusivitas, sedangkan konsumen di FM lebih sensitif terhadap harga dan mengutamakan manfaat langsung. Temuan ini menegaskan pentingnya penyesuaian strategi pemasaran berdasarkan segmen pasar.

PENDAHULUAN

Sayuran merupakan salah satu sumber pangan penting karena mengandung zat gizi penting seperti vitamin, mineral, dan serat yang sangat vital peranannya bagi pemeliharaan kesehatan tubuh. Di Indonesia, produksi sayuran terus mengalami peningkatan secara bertahap setiap tahunnya, dengan produksi mencapai

8.809.750 ton pada tahun 2021 (BPS, 2022). Di Kota Ambon sendiri, konsumsi sayuran terus meningkat seiring perkembangan pasar modern yang menawarkan beragam jenis sayuran segar kepada masyarakat. Namun demikian, harga dan kualitas produk sangat dipengaruhi oleh tingkat kualitas produk yang disediakan. Harga sayuran yang fluktuatif akibat faktor musiman, rantai pasok, dan inflasi sering memengaruhi minat beli masyarakat. Di sisi lain, kualitas produk seperti kesegaran dan kebersihan menjadi pertimbangan utama bagi konsumen di pasar modern, meskipun harganya relatif lebih tinggi dibandingkan pasar tradisional. Berbagai studi sebelumnya mengungkapkan bahwa harga serta kualitas produk secara signifikan mempengaruhi keputusan konsumen (Kotler & Keller, 2016). Namun, studi tentang bagaimana kedua variabel ini memengaruhi minat beli sayuran di pasar modern di Ambon, khususnya di Pasar Modern Dian Pertiwi (DP) dan Fris Market (FM), masih terbatas. Maka dari itu menjadi penting mengingat karakteristik konsumen di masing-masing pasar berbeda. Sehubungan dengan itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak hubungan antara harga dan kualitas produk terhadap minat beli sayuran di pasar modern DP dan FM Kota Ambon, baik secara terpisah maupun bersama-sama, dengan metode kuantitatif memakai analisis regresi berganda tersebut.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini akan dilakukan pada pasar modern Dian Pertiwi Poka, Jl.Ir. M.Putuhena, Poka, dan Fris Market Di Jl. Rijali No. 26, Belakang Soya, Kota Ambon, Maluku. Selama bulan Oktober – November 2024. Populasi dan sampel dalam studi ini yaitu konsumen yang membeli sayuran daun di pasar modern Dian Pertiwi Poka dan Fris market. Teknik *purposive sampling* digunakan untuk memilih 100 responden yang termasuk konsumen aktif di pasar modern tersebut, dimana untuk masing-masing dari dua pasar modern tersebut ditetapkan sampel sebanyak 50 responden. Data yang digunakan merupakan data primer hasil pengumpulan langsung dari narasumber Dian Pertiwi Poka dan Fris Market yang diperoleh berdasarkan penyebaran kuesioner langsung terhadap responden.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Keadaan Umum Lokasi Penelitian

Supermarket Dian Pertiwi (DP) adalah salah satu pasar modern yang berlokasi di Ambon, didirikan pada tahun 2018. Melayani kebutuhan masyarakat setempat dengan menyediakan berbagai kebutuhan pokok dan sayuran segar. Dian pertiwi berada di Jalan Jenderal Sudirman, Kelurahan Poka, Kecamatan Teluk Ambon, Kota Ambon, Maluku. Pasar ini mengusung konsep modern, sehingga memberikan pengalaman berbelanja yang lebih nyaman dan bersih dibandingkan pasar tradisional, sambil tetap menyediakan produk-produk yang segar.

Supermarket Fris Market (FM) merupakan perusahaan ritel yang bergerak dalam distribusi barang kebutuhan sehari-hari, termasuk makanan, minuman, peralatan rumah tangga, perlengkapan bayi, obat-obatan, sayuran, buah-buahan, kosmetik, aksesoris, dan produk lainnya. Supermarket Fris Belakang Soya secara resmi mulai beroperasi pada tanggal 12 Desember 2012, dimana pada waktu itu dipimpin oleh Bpk. Alfred Sianahan selaku kepala tokoh. Supermarket Fris berada di Jln Rijali No 26 Belakang Soya, Kelurahan Karang Panjang Kecamatan Sirimau Kota Ambon.

Analisis Data

Proses analisis data merupakan tahap berikutnya setelah pengumpulan data, dengan fungsi untuk mengorganisir data disusun berdasarkan variabel dan jenis responden melalui tabulasi, menyajikan hasil penelitian pada setiap variabel, serta melaksanakan perhitungan untuk memverifikasi hipotesis penelitian (Sugiyono, 2011).

Analisis validitas

Analisis validitas dilakukan untuk menilai kemampuan instrumen penelitian dalam mengukur objek penelitian sesuai dengan maksud yang telah ditentukan. Sebuah survei dinyatakan valid ketika pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner mampu mencerminkan apa yang ingin diukur (Sekaran & Bougie, 2013). Pada studi ini, uji validitas dilakukan melalui analisis korelasi produk moment (r).

Uji Reabilitas

Reliabilitas digunakan untuk menilai keandalan kuesioner dalam menghasilkan jawaban yang konsisten terhadap variabel atau konstruk yang diukur. Kuesioner dianggap andal jika respons yang diberikan oleh responden stabil dan konsisten saat dilakukan pengukuran berulang. Suatu variabel dapat diklasifikasikan reliabel jika koefisien *Cronbach's alpha* $> 0,600$ (Ghozali, 2011).

Uji Normalitas

Pengujian normalitas bertujuan untuk memastikan bahwa sisa (residual) dalam model regresi mengikuti distribusi normal. Hal ini dapat diamati menggunakan histogram dan grafik normal PP plot, serta melalui uji *Kolmogorov-Smirnov* satu sampel. Data dinyatakan normal bila *Sig* $> 0,05$, dan tidak normal jika *Sig* $< 0,05$.

Tabel 1. Tabel valid Pasar DP dan FM

Variabel	Indikator	r hitung (DP)	r hitung (FM)	Status
Harga (X1)	X1.1	0,865	0.736	VALID
	X1.2	0.724	0.769	VALID
	X1.3	0.867	0.858	VALID
	X1.4	0.830	0.734	VALID
	X1.5	0.710	0.833	VALID
Kualitas Produk (X2)	X2.1	0.764	0.859	VALID
	X2.2	0.804	0.801	VALID
	X2.3	0.897	0.823	VALID
	X2.4	0.881	0.918	VALID
	X2.5	0.893	0.881	VALID
Minat Beli (Y)	Y.1	0.888	0.854	VALID
	Y.2	0.762	0.871	VALID
	Y.3	0.874	0.916	VALID
	Y.4	0.853	0.855	VALID

Tabel 2. Tabel reliabel Pasar DP dan FM

Variabel	Nilai crombach alpah (DP)	Nilai crombach alpah (FM)	Keterangan
Harga (X1)	0,857	0,842	Reliabel
Kualitas Produk (X2)	0,903	0,910	Reliabel
Minat Beli (Y)	0,876	0,970	Reliabel

Tabel 3. Tabel normalitas Pasar DP dan FM

		Unstandardized residual
N		100
Normal Parameters	Mean	.0000000
	std. Deviation	2,57573095
Most extreme Differences	Absolute	,077
	positive	,059
	negative	-,077
Test statistic		,077
Asymp. Sig(2-tailed)		,149

Uji koefisien regresi

Tabel 4. Tabel Pasar DP

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	23,078	1,334		17,297	0,000
	Harga	0,327	0,078	0,494	4,216	0,000
	Kualitas Produk	-0,452	0,059	-0,899	-7,671	0,000
	a. Dependent Variable: Minat Beli					

1. Konstanta 23,078 berarti ketika harga dan kualitas produk tidak berubah, nilai minat beli adalah 0,888.
2. Koefisien 0,327 pada harga menampilkan bahwa kenaikan satu satuan harga meningkatkan minat beli sebesar 0,327.
3. Koefisien -0,452 pada kualitas produk menunjukkan bahwa peningkatan kualitas produk justru menurunkan minat beli, dan sebaliknya.

- Tabel 5. Tabel Pasar FM

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	29,778	1,085		27,445	0,000
	Harga	-0,221	0,054	-0,343	-4,065	0,000
	kualitas Produk	-0,339	0,044	-0,648	-7,671	0,000
	a. Dependent Variable: Minat Beli					

1. Konstanta sebesar 29,778 mengindikasikan bahwa apabila variabel X (Harga dan Kualitas Produk) tidak berubah, maka nilai variabel Y (Minat Beli) adalah 29,778.
2. Koefisien negatif -0,221 pada variabel X1 (Harga) menunjukkan bahwa kenaikan pada X1 akan menurunkan Y (Minat Beli), begitu pula sebaliknya.
3. Koefisien negatif -0,339 pada variabel X2 (Kualitas Produk) mengindikasikan bahwa peningkatan X2 akan menurunkan nilai Y (Minat Beli), dan sebaliknya.

Analisis Hipotesis**Pengujian Hipotesis Dilakukan Secara Bersama-Sama (simultan)**

Tabel 6. Tabel Uji F

Sumber data	Model	Sum of squares	df	Mean square	f	Sig.
Pasar DP	Regression	160,121	2	80,060	60,747	0,000 ^b
	Residual	61,943	47	1,318		
	Total	222,063	49			
Pasar FM	Regression	66,779	2	33,390	29,429	0,000 ^b
	Residual	53,326	47	1,135		
	Total	120,105	49			

Pada Pasar Modern Dian Pertiwi, nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ menunjukkan bahwa variabel X_1 (Harga) dan X_2 (Kualitas Produk) secara simultan berpengaruh terhadap Y (Minat Beli). Pada Pasar Modern Fris Market, nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ menunjukkan bahwa variabel X_1 (Harga) dan X_2 (Kualitas Produk) secara simultan berpengaruh terhadap Y (Minat Beli).

Pengujian pengaruh masing-masing variabel (parsial)

Untuk menilai pengaruh masing-masing variabel harga dan kualitas produk terhadap minat beli secara koefisien regresi sebagaimana tercantum dalam Tabel 4 dan 5.

Dari perhitungan Tabel 4 menunjukkan yaitu:

- Hipotesis H1 = 4,216 menunjukkan bahwa harga (X_1) memiliki $t_{hitung} = 4,216$, yang lebih besar daripada nilai 1,984, nilai signifikan lebih kecil $0,000 < 0,05$. Karena itu, hipotesis ini diterima, dan kesimpulannya harga terbukti berperan secara signifikan dalam memengaruhi minat beli (Y).
- Hipotesis H2 = -7,671 menandakan bahwa kualitas produk (X_2) memiliki $t_{hitung} = -7,671$, yang lebih kecil dari 1,984, nilai signifikan lebih kecil $0,000 < 0,05$. Karena itu, hipotesis ini diterima, dan kesimpulannya kualitas produk terbukti berperan secara signifikan dalam memengaruhi minat beli (Y).

Dari perhitungan Tabel 5 menunjukkan yaitu:

- Hipotesis H1 = -4,065 menunjukkan bahwa harga (X_1) memiliki nilai $t_{hitung} = -4,065$, yang lebih besar dari 1,984, nilai signifikan lebih kecil $0,000 < 0,05$, artinya hipotesis diterima. Kesimpulannya, harga berperan signifikan dalam memengaruhi minat beli (Y).
- Hipotesis H2 = -7,671 menunjukkan bahwa kualitas produk (X_2) memiliki nilai $T_{hitung} = -7,671$, yang lebih kecil dari 1,984, nilai signifikan lebih kecil $0,000 < 0,05$, artinya hipotesis diterima. Kesimpulannya harga berperan signifikan dalam memengaruhi minat beli (Y).

Analisis koefisien determinasi (R square)

Tabel 7. Hasil analisis koefisien determinasi

	Model	R	R square	Adjust R square	Std Error of the estimate
Pasar DP	1	0,849 ^a	0,721	0,709	1,148
Pasar FM	1	0,746 ^a	0,556	0,537	1,065

Berdasarkan analisis yang dilakukan diketahui R^2 Pasar DP sebesar 0,849 yang menunjukkan bahwa 84,9% variabilitas variabel terikat dijelaskan melalui variabel bebas yang ada dalam penelitian ini sedangkan 15,1% sisanya dipengaruhi oleh variabel selain yang diteliti. Pada Pasar FM, R square sebesar 0,746 berarti 74,6% variabilitas dijelaskan oleh variabel penelitian dan 25,4% lainnya oleh faktor lain.

Pembahasan Hasil Penelitian

Bagian ini menyajikan pembahasan temuan penelitian tentang pengaruh harga dan kualitas produk terhadap minat beli sayuran di pasar modern DP dan FM di Kota Ambon.

Hasil Penelitian Mengenai Dampak Harga Terhadap Minat Beli

Hasil regresi menandakan untuk harga berpengaruh signifikan terhadap minat beli di Pasar DP dan FM, meskipun arah pengaruhnya berbeda. Di Pasar DP, harga berpengaruh positif (koefisien 0,327; sig. $0,000 < 0,05$), yang menyatakan bahwa persepsi positif terhadap nilai jual meningkatkan minat beli. Hal ini sesuai teori nilai konsumen (Kotler & Keller, 2016), di mana harga tinggi diasosiasikan dengan kualitas dan status.

Sebaliknya, di Pasar FM, harga berpengaruh negatif (koefisien -0,221; sig. $0,000 < 0,05$), menunjukkan bahwa konsumen lebih sensitif terhadap harga dan cenderung memilih produk yang lebih terjangkau. Temuan ini mendukung pernyataan Tjiptono (2019) bahwa konsumen dengan daya beli terbatas lebih menitikberatkan pada harga. Harga secara keseluruhan tetap menjadi aspek penting dalam menentukan keputusan pembelian di kedua pasar, sebagaimana juga ditemukan oleh Monica (2018).

Hasil Penelitian Mengenai Dampak Kualitas Produk Terhadap Minat Beli

Tingkat Kualitas produk di Pasar DP memberi dampak negatif terhadap minat beli (koefisien regresi -0,452), yang menunjukkan bahwa peningkatan kualitas justru menurunkan minat beli. Maka terlaksana jika kualitas tidak relevan dengan kebutuhan konsumen atau tidak disertai edukasi manfaat. Kenaikan harga yang menyertai peningkatan kualitas juga bisa dianggap tidak sebanding. Serupa di Pasar FM, kualitas juga berpengaruh negatif (koefisien -0,339), diduga karena konsumen lebih fokus pada aspek fungsional dan harga terjangkau. Peningkatan kualitas tanpa manfaat langsung dinilai berlebihan. Temuan ini sejalan dengan Schiffman & Wisenblit (2021) yang menegaskan bahwa persepsi kualitas bergantung pada relevansi fitur bagi konsumen. Secara keseluruhan, peningkatan kualitas perlu disesuaikan dengan kebutuhan konsumen serta didukung faktor lain seperti promosi dan layanan pelanggan.

Hasil Penelitian Mengenai Dampak Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Secara Bersama-Sama

Hasil regresi menunjukkan untuk harga dan kualitas produk secara bersama-sama memengaruhi keinginan membeli pada Pasar Modern DP dan FM. Di DP, harga berpengaruh positif (0,327), sedangkan kualitas berpengaruh negatif (-0,452), menunjukkan bahwa konsumen lebih tertarik pada citra eksklusif dari harga premium, sementara peningkatan kualitas yang tidak relevan justru menurunkan minat beli. Sebaliknya, di FM, baik harga (-0,221) maupun kualitas (-0,339) berpengaruh negatif. Konsumen di pasar ini cenderung menghindari harga tinggi dan fitur tambahan yang tidak memberikan manfaat langsung. Mereka lebih memilih produk terjangkau dengan fungsi dasar. Temuan ini menunjukkan bahwa pengaruh harga dan kualitas sangat bergantung pada segmen pasar. Sebabnya, strategi pemasaran harus disesuaikan dengan karakteristik dan preferensi masing-masing konsumen.

KESIMPULAN

Harga memiliki pengaruh positif terhadap minat beli di Pasar Modern DP, tetapi berpengaruh negatif di Pasar Modern FM. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen di Pasar Modern DP menghargai eksklusivitas yang tercermin dari harga premium, sedangkan konsumen di Pasar Modern FM lebih sensitif terhadap harga. Kualitas produk berdampak negatif pada minat beli baik di Pasar Modern DP maupun FM. Ini menunjukkan bahwa peningkatan kualitas yang tidak relevan atau tidak sesuai kebutuhan konsumen dapat mengurangi daya tarik produk di kedua pasar. Kedua variabel, yakni harga dan kualitas produk, secara kolektif mempengaruhi minat beli secara signifikan.

DAFTAR PUSTAKA

- [BPS] Badan Pusat Statistik. (2022). Statistik Indonesia Tahun 2022. Jakarta: Badan Pusat Statistik Jakarta Pusat.
- Ghozali, I. (2009). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management (15th Global Edition). Pearson.
- Monica, E. (2018). *Pengaruh Harga, Lokasi, Kualitas Bangunan dan Promosi Terhadap Minat Beli Perumahan di Taman Safira Bondowoso*. [Skripsi]. Universitas Muhammadiyah Jember, Jember.
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. L. (2021). *Consumer behavior* (12th ed.). Pearson.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2013). *Research Methods for Business: A Skill Building Approach* (6th ed.). John Wiley & Sons.
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi pemasaran: Prinsip dan Penerapan*. Penerbit Andi.