

## BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### A. Hasil Penelitian

#### 1. Gambaran Umum Objek Penelitian

##### a. Sejarah Raya Hidroponik Muria

Raya Hidroponik Muria terletak di Dukuh Madu, Desa Cendono, Kecamatan Dawe, Kabupaten Kudus. Raya Hidroponik Muria didirikan pada tahun 2018 oleh Bapak Afif Riyanto bersama istrinya yang bernama Ibu Nita. Berawal dari hobi menanam sayuran menggunakan media *sterofoam* bekas untuk kebutuhan sendiri. Perlahan pemilik mengenalkan dan memasarkan sayuran hidroponik ke teman dan tetangga sekitar. Seiring berjalanya waktu sayuran hidroponik ternyata banyak diminati.

Nama Raya Hidroponik Muria diambil dari nama anak pertamanya yaitu Raya ,Hidroponik, karena pertanian berbasis sistem hidroponik menggunakan air sebagai media utama penanaman, dan untuk Muria karena tempat usaha terletak di lereng Gunung Muria.

Kebun Raya Hidroponik Muria saat ini memiliki greenhouse ukuran 120 m<sup>2</sup> dengan kapasitas 2500 lubang tanam, ditambah 1000 lubang tanam di dak rumah. total terdapat 3500 lubang tanam dengan populasi 90% selada dan 10% sawi pakcoy. Hal ini karena komoditas selada banyak dibutuhkan baik perorangan maupun usaha seperti kebab dan catering. Untuk harga selada dipatok Rp 20.000 per kg dan sawi pakcoy Rp 15.000 per kg.

Raya Hidroponik Muria memiliki visi maupun misi yaitu visinya adalah menjadi produsen sayuran hidroponik yang menghasilkan produk sayuran yang unggul dan berkualitas tinggi dan misinya adalah menjadi pemasok utama sayuran hidroponik di kudus secara kontinyu dan konsisten, menciptakan sistem pertanian modern yang ramah lingkungan, menjadi inspirasi dan tempat edukasi pengenalan sistem hidroponik.

**b. Gambaran Umum Responden**

**1) Deskripsi Data Responden**

Dalam penelitian ini menggunakan 100 responden dari konsumen Raya Hidroponik Muria yang sudah pernah membeli sayuran hidroponik di tempat tersebut. Identitas responden yang digunakan:

**Tabel 4 1**  
**Berdasarkan Jenis Kelamin**

Jenis kelamin	Frekuensi	Presentase
<b>Perempuan</b>	67	67%
<b>Laki-laki</b>	33	33%
<b>Total</b>	100	100%

*Sumber: data diolah, 2023*

Menurut tabel di atas, dapat disimpulkan dengan responden yang telah masuk dalam data ini mengenai jenis kelamin. Hasil data dari perempuan adalah 67 atau 67% serta laki-laki berjumlah 33 atau 33%. Dapat dilihat dari tabel yang tertera di atas bahwa perempuan membeli lebih banyak sayuran hidroponik karena perempuan membutuhkan sayuran yang berkualitas dan aman untuk memenuhi kebutuhan memasak mereka.

**Tabel 4 2**  
**Berdasarkan Usia**

Usia	Frekuensi	Presentase
<b>16-20 Tahun</b>	5	5%
<b>21-30 Tahun</b>	36	36%
<b>31-40 Tahun</b>	49	49%
<b>&gt;40 Tahun</b>	10	10%
<b>Total</b>	100	100%

*Sumber: data diolah, 2023*

Dalam penelitian ini responden terbagi menjadi empat kategori usia , yaitu 16 -20 tahun berjumlah 5 atau 5%, usia 21-30 tahun berjumlah 36 responden atau 36%, usia 31- 40 tahun berjumlah 49 responden atau 49%, dan usia lebih dari 40 tahun berjumlah 10 responden atau 10%. Dari data

diatas menjelaskan bahwa usia 31- 40 tahun minat beli sayuran hidroponik lebih tinggi.

**2) Deskripsi Data Variabel Penelitian**

Dalam deskripsi data variabel ini terdapat berbagai tanggapan responden tentang pengaruh *green product, price, location* terhadap minat beli konsumen studi kasus pada Raya Hidroponik Muria Kudus. Berikut adalah hasil tanggapan responden :

**a) Variabel *Green Product***

**Tabel 4 3**  
**Deskripsi Jawaban Variabel *Green Product***

<b>Item Pertanyaan</b>	<b>SS %</b>	<b>S %</b>	<b>N%</b>	<b>TS%</b>	<b>STS%</b>
X1.1	34 %	61 %	5 %	0 %	0 %
X1.2	30 %	58 %	8 %	4 %	0 %
X1.3	43 %	42 %	13 %	2 %	0 %

*Sumber: data diolah, 2023*

- Pada pernyataan pertama, sebanyak 34 (34%) sangat setuju, 61 (61 %) setuju , 5 (5 %) netral, 0 (0%) tidak setuju, 0 (0%) sangat tidak setuju. Dari hasil tersebut ditunjukkan bahwa mayoritas responden setuju bahwasannya produksi sayuran hidroponik di Raya Hidroponik Muria tergolong ramah lingkungan.
- Pada pernyataan kedua, sebanyak 30 (30%) sangat setuju, 58 (58%) setuju, 8 (8 %) netral, 5 (5 %) tidak setuju, 0 (0%) sangat tidak setuju. Hasil tersebut ditunjukkan bahwa mayoritas responden setuju bahwasannya sayuran hidroponik di Raya Hidroponik Muria memiliki kualitas yang diharapkan oleh konsumen
- Pada pernyataan ketiga, sebanyak 43 (43 %) sangat setuju, 42 (42%) setuju, 13 (13%) netral, 2 (2%) tidak setuju, 0 (0%) sangat tidak setuju. Hasil tersebut ditunjukkan bahwa mayoritas responden sangat setuju

bahwasannya sayuran hidroponik di Raya Hidroponik Muria diproses tanpa pestisida kimia yang berbahaya.

**b) Variabel Price**

**Tabel 4 4**  
**Deskripsi Jawaban Variabel Price**

Item Pertanyaan	SS %	S %	N%	TS%	STS%
X2.1	26 %	49 %	21 %	4 %	0 %
X2.2	23 %	59 %	15 %	3 %	0 %
X2.3	26 %	51 %	18 %	5 %	0 %

*Sumber: data diolah, 2023*

- Pada pernyataan pertama, sebanyak 26 (26 %) sangat setuju, 49 (49%) setuju, 21 (21%) netral, 4 (4%) tidak setuju, 0 (0%) sangat tidak setuju. Hal ini dapat diketahui bahwa mayoritas responden setuju bahwasannya harga sayuran hidroponik di Raya Hidroponik Muria cukup terjangkau.
- Pada pernyataan kedua, sebanyak 23 (23%) sangat setuju, 59 (59%) setuju, 15 (15%) netral, 3 (3%) tidak setju, 0 (0%) sangat tidak setuju. Hal ini dapat diketahui bahwa mayoritas responden setuju bahwasannya harga sayuran hidroponik di Raya Hidroponik Muria sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan.
- Pada pernyataan ketiga, sebanyak 26 (26%) sangat setuju, 51 (51%) setuju, 18 (18%) netral, 5 (5%) tidak setuju, 0 (0%) sangat tidak setuju. Hal ini dapat diketahui bahwa mayoritas responden setuju bahwasannya harga sayuran hidroponik di Raya Hidroponik Muria mampu bersaing dengan sayuran hidroponik di tempat lain.

c) Variabel *Location*

**Tabel 4 5**  
**Deskripsi Jawaban Variabel *Location***

Item Pertanyaan	SS %	S %	N%	TS%	STS%
X3.1	17 %	58 %	16 %	9 %	0 %
X3.2	31 %	49 %	16 %	4 %	0 %
X3.3	20 %	45 %	19 %	15 %	1 %

*Sumber: data diolah, 2023*

- Pada pernyataan pertama, sebanyak 17 (17%) sangat setuju, 58 (58%) sangat setuju, 16 (16%) netral, 9 (9%) tidak setuju, 0 (0%) sangat tidak setuju. Hal ini dapat diketahui bahwa mayoritas responden setuju bahwa lokasi Raya Hidroponik Muria cukup mudah untuk di jangkau.
- Pada pernyataan kedua, sebanyak 31 (31%) sangat setuju, 49 (49%) setuju, 16 (16%) netral, 4 (4 %) tidak setuju, 0 (0%) sangat tidak setuju. Hasil tersebut dapat diketahui mayoritas responden telah setuju bahwa lokasi Raya Hidroponik Muria dapat diakses oleh transpostasi.
- Pada pernyataan ketiga, sebanyak 20 (20%) sangat setuju, 45 (45%) setuju, 19 (19%) netral, 15 (15%) tidak setuju, 1 (1%) sangat tidak setuju. Hasil tersebut ditunjukkan mayoritas responden telah setuju bahwa lokasi Raya Hidroponik Muria cukup mudah untuk di jangkau.

d) Variabel Minat Beli

**Tabel 4. 6**  
**Deskripsi Jawaban Variabel Minat Beli**

Item Pertanyaan	SS %	S %	N%	TS%	STS%
X4.1	26 %	55 %	4 %	4 %	0 %
X4.2	24 %	53 %	18 %	5 %	0 %
X4.3	28 %	54 %	15 %	3 %	0 %

Item Pertanyaan	SS %	S %	N%	TS%	STS%
X4.4	28 %	50 %	6%	6 %	0 %

*Sumber: data diolah, 2023*

- Pada pernyataan pertama, sebanyak sangat setuju 26 (26 %), setuju 55 (55 %), netral 4 (4 %), tidak setuju 4 (4 %), sangat tidak setuju 0 (0 %). Hal ini dapat diketahui mayoritas responden telah setuju bahwa konsumen tertarik membeli sayuran hidroponik di Raya Hidroponik Muria atas kepercayaan sendiri.
- Pada pernyataan kedua, sebanyak sangat setuju 24 (24 %), setuju 53 (53 %), netral 18 (18 %), tidak setuju 5 (5 %), sangat tidak setuju 0 (0 %). Hal ini diketahui mayoritas responden telah setuju bahwa konsumen merekomendasikan sayuran hidroponik di Raya Hidroponik Muria kepada orang lain setelah konsumen tersebut melakukan pembelian.
- Pada pernyataan ketiga, sebanyak sangat setuju 28 (28 %), setuju 54 (54 %), netral 15 (15 %), tidak setuju 3 (3 %), sangat tidak setuju 0 (0 %). Hal tersebut dapat diketahui mayoritas responden telah setuju bahwa konsumen lebih memilih membeli sayuran hidroponik di Raya Hidroponik Muria karena kualitas yang baik.
- Pada pernyataan keempat, sebanyak sangat setuju 28 (28 %), setuju 50 (50 %), netral 16 (16 %), tidak setuju 6 (6 %), sangat tidak setuju 0 (0 %). Hal tersebut dapat diketahui bahwa mayoritas responden telah setuju bahwa konsumen mencari informasi mengenai sayuran hidroponik di Raya Hidroponik Muria kepada orang yang telah membelinya.



2. Analisis Data

a. Uji Validitas

Uji validitas dipergunakan untuk menilai kevalidan serta tidaknya suatu informasi lapangan. Untuk mengetahui valid maupun tidaknya data dipergunakan dengan membandingkan antara  $r_{hitung}$  menggunakan  $r_{tabel}$ . Saat menetapkan  $r_{tabel}$  dicari dengan  $(df) = 100-2$  dengan  $\alpha 0,05$  maka menghasilkan  $r_{tabel} = 0,196$ . Pada pengujian viliditas ini, dinyatakan valid jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  . berikut hasilnya:

1) Variabel *Green Product*

Tabel 4. 7  
Hasil Uji Validitas Variabel *Green Product*

Item	$r_{tabel}$	$r_{hitung}$	Keterangan
X1.1	0,196	0,750	Valid
X1.2	0,196	0,773	Valid
X1.3	0,196	0,785	Valid

Sumber: data diolah, 2023.

Dapat dilihat dari hasil analisis data diatas, maka diperoleh kesimpulan bahwa ketiga pernyataan pada variabel *green product* dikatakan valid. Hal tersebut diperoleh hasil  $r_{hitung}$  lebih tinggi dengan  $r_{tabel}$ .

2) Variabel *Price*

Tabel 4. 8  
Hasil Uji Validitas Variabel *Price*

Item	$r_{tabel}$	$r_{hitung}$	Keterangan
X2.1	0,196	0,722	Valid
X2.2	0,196	0,746	Valid
X2.3	0,196	0,759	Valid

Sumber: data diolah, 2023.

Dapat diketahui dari hasil analisis data diatas, maka diperoleh kesimpulan bahwa ketiga pernyataan pada variabel *price* dikatakan valid. Hal tersebut diperoleh dari hasil  $r_{hitung}$  lebih tinggi dengan  $r_{tabel}$

3) Variabel *Location*

**Tabel 4. 9**  
**Hasil Uji Validitas Variabel *Location***

Item	$r_{tabel}$	$r_{hitung}$	Keterangan
X3.1	0,196	0,8	Valid
X3.2	0,196	0,742	Valid
X3.3	0,196	0,782	Valid

*Sumber: data diolah, 2023.*

Dapat diketahui dari hasil data diatas, maka diperoleh kesimpulan bahwa ketiga pernyataan pada variabel *location* dikatakan valid. Hal tersebut diperoleh dari hasil  $r_{hitung}$  lebih tinggi dengan  $r_{tabel}$ .

4) Variabel Minat Beli

**Tabel 4. 10**  
**Hasil Uji Validitas Variabel Minat Beli**

Item	$r_{tabel}$	$r_{hitung}$	Keterangan
Y1	0,196	0,716	Valid
Y2	0,196	0,713	Valid
Y3	0,196	0,681	Valid
Y4	0,196	0,701	Valid

*Sumber: data diolah, 2023.*

Berdasarkan dari hasil yang diperoleh diatas, maka kesimpulannya ialah bahwa keempat pernyataan pada variabel minat beli dinyatakan valid. Hal tersebut diperoleh dari hasil  $r_{hitung}$  lebih tinggi dengan  $r_{tabel}$

**b. Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas dpergunakan untuk menguji apakah data yang dipakai dapat dipercaya atau tidak serta pengujiannya melalui cara membandingkan *Cronbach Alpa* dengan taraf nilai



yang digunakan 0,6. Dikatakan data reliabel apabila nilai  $r_{hitung} > 0,6$  dan sebaliknya.<sup>84</sup>

**Tabel 4. 11**  
**Hasil Reliabilitas**

Variabel	Reliability coefficient	Cronbach's Alpha	Keterangan
<i>Green Product</i> (X1)	3 item	0,645	Reliabel
<i>Price</i> (X2)	3 item	0,630	Reliabel
<i>Location</i> (X3)	3 item	0,660	Reliabel
Minat Beli (Y)	4 item	0,657	Reliabel

Sumber: data diolah, 2023.

Dalam pengujian diatas memperoleh hasil bahwa seluruh pertanyaan tentang *green product* (X1), *price* (X2), *location* (X3), dan minat beli (Y) semua datanya reliabel. Hal tersebut ditunjukkan dari hasil *Cronbach's Alpha* X1, X2, X3, dan Y adalah (0,645 , 0,630 , 0,660 , 0,657) dapat didefinisikan bahwa besar nilainya diatas 0,06 dari standar penilaian uji reliabilitas.

**c. Uji Asumsi Klasik**

**1) Uji Normalitas**

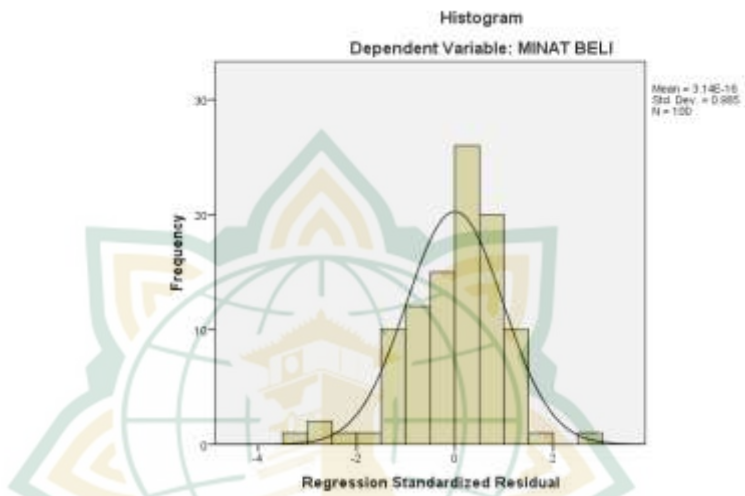
Uji normalitas dipergunakan guna membuktikan bahwa data yang dipakai berdistribusi normal atau tidaknya dari variabel independen maupun dependen. Menguji kenormalan data dengan melihat bentuk histogram atau dengan memakai grafik normal P-P Plot.<sup>85</sup> Berikut pengujian normalitas pada penelitian ini :

<sup>84</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Parktik*, n.d.

<sup>85</sup> Imam Ghazali, *Aplikasi Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2001).

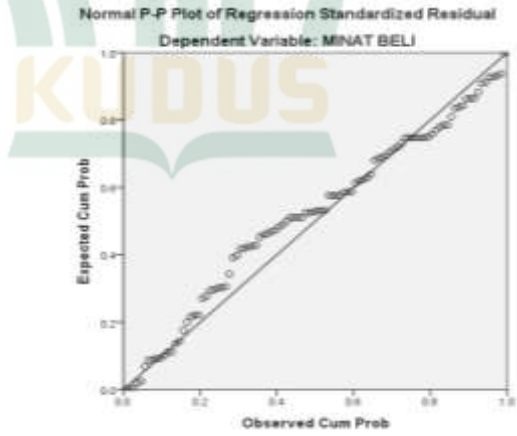
a) Metode Grafik

**Gambar 4. 1**  
**Hasil Uji Normalitas Grafik Histogram**



*Sumber: Hasil Olah Data dengan IBM SPSS 23*

**Gambar 4. 2**  
**Hasil Uji Normalitas Probability Plot**



*Sumber: Hasil Olah Data dengan IBM SPSS 23*

Pada grafik histogram tersebut, menghasilkan pola membentuk lonceng sekaligus dengan kurva normal. Serta dilihat dari grafik p-plot menghasilkan penyebaran titik yang meyertai garis diagonal. Dengan demikian data tersebut memenuhi syarat asumsi klasik dan berdistribusi normal.

**b) Metode Kolmogorov Smirnov**

**Tabel 4. 12**

**Hasil Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov  
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.75335962
Most Extreme Differences	Absolute	.117
	Positive	.062
	Negative	-.117
Kolmogorov-Smirnov Z		1.166
Asymp. Sig. (2-tailed)		.132

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

*Sumber: Hasil Olah Data dengan IBM SPSS 23*

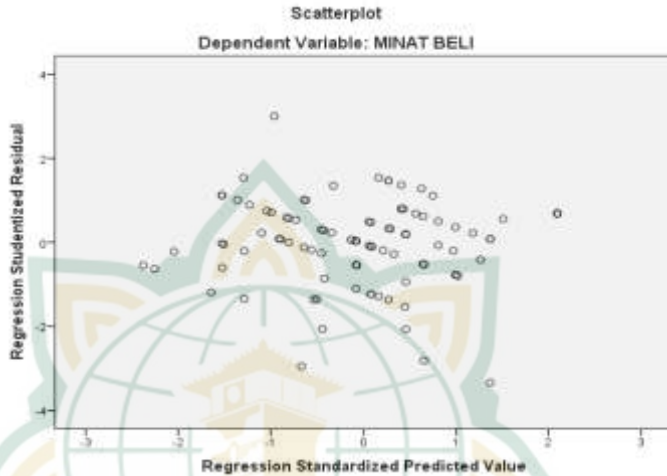
Dilihat dari hasil uji normalitas diatas yang menggunakan Kolmogorov Smirnov menghasilkan nilai Asymp. Sig. 0,132. Jadi dapat disimpulkan regresi berdistribusi normal karena nilai Asymp. Sig. > 0,05.

**2) Uji Heterokedasitas**

Uji heteroskedasitas dapat digunakan untuk menguji terjadinya perbedaan periode pengamatan pada pengamatan lainnya. Jika tidak terjadi heteroskedasitas regresi tersebut bisa dikatakan regresi yang baik. Cara menguji uji ini dengan melihat pola titik dalam grafik regresi dan metode uji Glejser.

a) Uji *Scatter Plot*

**Gambar 4.3**  
**Hasil Uji Heterokedastisitas *ScatterPlot***



Sumber: Hasil Olah Data dengan IBM SPSS 23

Gambar diatas dapat diketahui bahwa grafik *scatterplot* titiknya yang menyebar secara random atau acak tidak membentuk pola dan menyebar ke atas maupun ke bawah di sekitar angka 0 pada sumbu y. Maka kesimpulannya adalah model regresi ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

b) Uji Glejser

**Tabel 4.13 Uji Glejser**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1.119	1.107		1.011	.315
1 GREEN PRODUCT	.020	.088	.026	.224	.823
PRICE	-.066	.086	-.098	-.774	.441
LOCATION	.061	.067	.104	.921	.360

a. Dependent Variable: absresid

Sumber: Hasil Olah Data dengan IBM SPSS 23

Hasil dari tabel tersebut adalah nilai sig > 0,05 untuk semua variabel. Oleh karena itu, terlihat bahwa ketiga variabel tersebut telah lulus uji glejser dan tidak terdapat heteroskedastisitas pada model regresi.

**3) Uji Multikolinieritas**

Uji multikolinieritas dipergunakan guna menilai ada tidaknya variabel independent yang mempunyai kesamaan antara variabel independent dalam suatu model. Jika hasil *tolerance* lebih dari 0,10 atau sama dengan nilai VIF kurang dari 10 maka tidak terjadi multikolinieritas<sup>86</sup>. Hasil data uji multikolinieritas sebagai berikut :

**Tabel 4. 14**  
**Hasil Uji Multikolinieritas**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	4.502	1.645		2.737	.007		
1 GREEN PRODUCT	.322	.131	.231	2.450	.016	.748	1.336
PRICE	.386	.128	.309	3.026	.003	.639	1.564
LOCATION	.246	.099	.227	2.493	.014	.803	1.246

a. Dependent Variable: MINAT BELI

*Sumber: Hasil Olah Data dengan IBM SPSS 23*

Berdasarkan tabel diatas, diperoleh nilai *tolerance* variabel *green product*, *price*, *location*, sebesar (0,748 , 0,639 , 0,803). Sedangkan nilai *variance inflation factor* (VIF) variabel *green product*, *price*, *location* sebesar (1,336 , 1,564 ,

<sup>86</sup> Ghazali.

1,246). Dari tabel diatas menunjukkan besaran nilai tolerance ketiga variabel tersebut menghasilkan angka diatas 0,10 serta nilai VIF kurang dari 10. Jadi dapat disimpulkan bahwa hasil nilai tolerance dan VIF tidak terjadi multikoloniaritas di dalam regresi ini.

**d. Uji Hipotesis**

**1) Uji Regresi Linear Berganda**

Regresi linear berganda berfungsi guna mengetahui relasi arah variabel dengan variabel independent apakah mempunyai hubungan yang positif atau negative. Dengan memakai statistic SPSS versi 21.0 :

**Tabel 4. 15**  
**Hasil Uji Regresi Linear Berganda**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	4.502	1.645		2.737	.007
	GREEN PRODUCT	.322	.131	.231	2.450	.016
	PRICE	.386	.128	.309	3.026	.003
	LOCATION	.246	.099	.227	2.493	.014

a. Dependent Variable: MINAT BELI

*Sumber: Hasil Olah Data dengan IBM SPSS 23*

Persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

Rumus :  $Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$

$Y = 4,502 + 0,322X_1 + 0,386X_2 + 0,246X_3 + e$

Dari tabel 4.15 diatas, memperlihatkan bahwa variabel *green product*, *price*, *location* bernilai positif. Oleh karena itu, memiliki makna bahwa variabel bebas yang dicantumkan dalam regresi memiliki hubungan yang sejalan terhadap variabel terikat.



- a. Diketahui nilai konstan (a) menghasilkan nilai 4,502 dapat diartikan apabila variabel *green product* (X1), *price* (X2), *location* (X3) bernilai 0, sehingga variabel minat beli konsumen meningkat 4,502. Jadi, apabila ketiga variabel tersebut mengalami kenaikan, maka minat beli pada konsumen di Raya Hidroponik Muria akan meningkat.
- b. Diketahui nilai koefisien regresi *green product* (X1) diperoleh hasil *coefficient* (b1) senilai 0,322. Jadi, apabila *green product* (X1) mengalami kenaikan, maka akan terjadi peningkatan pula pada minat beli konsumen senilai 32,2% .
- c. Diketahui nilai koefisien regresi *price* (X2) diperoleh hasil *coefficient* (b2) senilai 0,386. Jadi, apabila *price* (X2) meningkat, maka akan meningkat pula pada minat beli konsumen senilai 38,6% .
- d. Diketahui nilai koefisien regresi *location* (X3) diperoleh hasil *coefficient* (b3) senilai 0,246. Jadi, apabila *green product* (X1) meningkat, maka akan meningkat pula pada minat beli konsumen senilai 24,6% .
- e. Persamaan  $Y = 4,502 + 0,322X_1 + 0,386X_2 + 0,246X_3 + e$ . Dapat disimpulkan bahwa variabel yang nilainya paling tinggi yang membagikan pengaruh pada minat beli konsumen adalah *price*. Jadi telah terbukti dari tabel diatas bahwa variabel *price* mempunyai hasil yang paling tinggi.

## 2) Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) ialah hasil atau komponen yang paling penting pada analisis regresi. Sedangkan dalam koefisien determinasi terdapat *Adjusted R square* yang digunakan untuk mengukur pengaruh yang diberikan apabila regresi yang dipakai lebih dari 2 variabel independen. Penelitian yang dilakukan ini

menggunakan 3 variabel independent, maka dalam menentukan koefisien determinasi menggunakan *Adjusted R square*.<sup>87</sup>

**Tabel 4. 6 Hasil Uji R<sup>2</sup> Determinasi**  
**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.600 <sup>a</sup>	.360	.340	1.78055

a. Predictors: (Constant), LOCATION, GREEN PRODUCT, PRICE

Sumber: Hasil Olah Data dengan IBM SPSS 23

Dapat diketahui pada pengujian yang dilakukan diatas diperoleh hasil *R square* 0,340 atau  $0,340 \times 100\% = 34\%$  , jadi bisa diartikan bahwa variabel *green product* (X1), *price* (X2), *location* (X3) secara simultan mempunyai pengaruh terhadap minat beli konsumen (Y) sebesar 34%, selanjutnya sisanya adalah 64% diperkirakan dapat dipengaruhi dari variabel lain diluar penelitian.

**3) Uji T parsial**

Uji T Parsial berfungsi guna menilai apakah secara parsial *green product*, *price*, *location* berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen. Untuk menentukan t tabel dalam tabel statistik pada signifikan  $0,05/2 = 0,025$  dengan rumus derajat kebebasannya adalah  $df = n-k-1$  atau  $100-3-1= 96$ , maka dihasilkan sebesar 1,985.<sup>88</sup> Hasil uji t parsial dapat dilihat sebagai berikut:

<sup>87</sup> Duwi Priyatno, *Paham Analisis Data Dengan SPSS* (Yogyakarta: Mediakom, 2010).

<sup>88</sup> Priyatno.

**Tabel 4. 17 Hasil Uji T Parsial**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	4.502	1.645		2.737	.007
1 GREEN PRODUCT	.322	.131	.231	2.450	.016
PRICE	.386	.128	.309	3.026	.003
LOCATION	.246	.099	.227	2.493	.014

a. Dependent Variable: MINAT BELI

Sumber: Hasil Olah Data dengan IBM SPSS 23

a) Uji Hipotesis Variabel *Green Product*

Dari uji ini mendapatkan hasil bahwa variabel *green product* diperoleh dari  $t_{hitung}$  bernilai positif maknanya *green product* berpengaruh positif terhadap minat beli konsumen di Raya Hidroponik Muria. Nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,450 > 1,985$ ) dan nilai signifikannya  $< 0,05$  ( $0,016 < 0,05$ ) jadi  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, maknanya *green product* mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap minat beli konsumen di Raya Hidroponik Muria.

b) Uji Hipotesis Variabel *Price*

Dari uji ini mendapatkan hasil bahwa variabel *price* diperoleh dari  $t_{hitung}$  bernilai positif maknanya *price* berpengaruh positif terhadap minat beli konsumen di Raya Hidroponik Muria. Nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $3,026 > 1,985$ ) dan nilai signifikannya adalah  $< 0,05$  ( $0,03 < 0,05$ ) jadi  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, maknanya *price* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat beli konsumen di Raya Hidroponik Muria.

c) Uji Hipotesis Variabel *Location*

Dari uji ini mendapatkan hasil bahwa variabel *location* diperoleh dari  $t_{hitung}$  bernilai positif maknanya *location* berpengaruh positif

terhadap minat beli konsumen di Raya Hidroponik Muria. Nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,493 > 1,985$ ) dan nilai signifikan  $< 0,05$  ( $0,014 < 0,05$ ) jadi  $H_o$  ditolak dan  $H_a$  diterima, maknanya *location* mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap minat beli konsumen di Raya Hidroponik Muria.

**4) Uji F Simultan**

Fungsi uji F ialah untuk menemukan perbedaan yang signifikan antara kelompok yang diukur antara skala interval dan dan skala rasio. Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka  $H_o$  ditolak dan  $H_a$  diterima dan sebaliknya. Diketahui tabel F dicari  $df = n-k$  atau F ( $k : n-k$ ). ( $k$  adalah jumlah variabel independent dan  $n$  adalah jumlah sampel). F (3: 100-3), (3: 97), maka diperoleh F tabel 2,70.

**Tabel 4. 18 Hasil Uji F Simultan**

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	171.287	3	57.096	18.009	.000 <sup>b</sup>
	Residual	304.353	96	3.170		
	Total	475.640	99			

a. Dependent Variable: MINAT BELI

b. Predictors: (Constant), LOCATION, GREEN PRODUCT, PRICE

*Sumber: Hasil Olah Data dengan IBM SPSS 23*

Dari tabel diatas, pada uji F dihasilkan  $F_{hitung}$  sebesar 18,009 dengan tingkat nilai signifikan  $0,000 < 0,05$ , karena  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $18,009 > 2,70$ ), maka  $H_o$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya *green product, price, location* berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen di Raya Hidroponik Muria Kudus.

Jadi kesimpulannya adalah *green product, price, location* secara Bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat beli konsumen.

## B. Pembahasan

### 1. Pengaruh *Green Product* Terhadap Minat Beli Konsumen

*Green product* ialah salah satu produk yang berwawasan lingkungan dan dapat diproses dengan salah satu cara sehingga untuk memangkas pencemaran lingkungan sekitar.<sup>89</sup> Dalam pengertian lain dijelaskan bahwa *green product* merupakan produk yang tidak berbahaya bagi lingkungan dan manusia.<sup>90</sup> Sedangkan *Green product* menurut Sri Widodo merupakan produk yang aman untuk dikonsumsi dan tanpa merusak lingkungan sekitarnya.<sup>91</sup>

Pada uji parsial (uji t) dalam tabel *Coefficient* membuktikan bahwa  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,450 > 1,985$ ) serta tingkat signifikansinya adalah  $< 0,05$  ( $0,016 < 0,05$ ) jadi dapat disimpulkan  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya *green product* berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli konsumen di Raya Hidroponik Muria.

Pada penelitian ini memperlihatkan bahwa *green product* mempengaruhi minat beli konsumen. Artinya apabila sayuran hidroponik diproduksi tanpa pestisida kimia yang berbahaya serta produksinya yang tergolong ramah lingkungan dan mempunyai manfaat produk yang diharapkan maka semakin tinggi minat beli pada konsumen terhadap sayuran hidroponik di Raya Hidroponik Muria.

Hal tersebut sebanding pada penelitian yang dilaksanakan oleh Imam Santoso dan Rengganis Fitriyani yang menunjukkan bahwa *green product* mempunyai pengaruh positif yang signifikan terhadap variabel minat beli konsumen.

Berdasarkan hal tersebut produksi sayuran hidroponik yang tanpa penggunaan bahan pestisida dan pupuk kimia yang berbahaya itu sangat penting dalam manfaat yang diperoleh para konsumen yang tentunya

---

<sup>89</sup> Junaidi, "Penerapan Green Marketing Pada Bisnis Produk Kosmetik."

<sup>90</sup> Rhenald Kasali, *Sembilan Fenomena Bisnis* (Jakarta: Gramedia, 2005).

<sup>91</sup> Widodo, "Pengaruh Green Product Dan Green Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Elektronik Merk Sharp Di Electronic City Cipinang Indah Mall Jakarta Timur."

memilih produk yang aman bagi kesehatan maupun lingkungan. Dijelaskan dalam QS.Al Baqarah, 2: 168.

يٰۤاَيُّهَا النَّاسُ كُلُوْا مِمَّا فِى الْاَرْضِ حَلٰلًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوْا

خُطُوٰتِ الشَّيْطٰنِ ۚ اِنَّهٗ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِيْنٌ ﴿١٦٨﴾

Artinya: “Wahai manusia! Makanlah dari (makanan) yang halal dan baik yang terdapat dibumi” (QS. Al Baqarah, 2:168)

Ayat di atas menjelaskan bahwa menjaga kesehatan tubuh dengan mengkonsumsi makanan yang halal dan thoyib merupakan sebuah kewajiban bagi setiap muslim. Makanan yang halal dan thoyib artinya makanan dan minuman yang diizinkan untuk dikonsumsi menurut islam, menurut jenis makanan dan cara memperolehnya. Seperti halnya sayuran hidroponik yang ditanam di Raya Hidroponik Muria yang menggunakan bahan yang aman bagi Kesehatan dan tanpa bahan pestisida yang tentunya mempunyai banyak manfaat bagi Kesehatan maupun lingkungan.

## 2. Pengaruh *Price* Terhadap Minat Beli Konsumen

Menurut Sudaryono tahun 2019 harga ialah suatu jumlah uang yang mampu dijangkau dengan uang maupun barang lain untuk mendapatkan kegunaan dari jasa maupun barang terhadap seseorang atau kelompok pada suatu tempat.<sup>92</sup> Harga adalah elemen yang penting dalam bauran pemasaran atau sebagai nilai tukar untuk memperoleh manfaat dari barang atau jasa.

Dari uji parsial pada tabel *Coefficient* membuktikan bahwa hasil  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $3,026 > 1,985$ ) serta signifikansinya  $< 0,05$  ( $0,03 < 0,05$ ) maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, maknanya *price* berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli konsumen di Raya Hidroponik Muria.

<sup>92</sup> Sudaryono, *Manajemen Pemasaran*.



Pada penelitian ini memperlihatkan bahwa *price* mempengaruhi minat beli konsumen. Artinya apabila harga yang ditawarkan Raya Hidroponik muria cukup terjangkau serta harga yang ditetapkan sebanding dengan kualitas yang ada maka semakin tinggi minat beli konsumen terhadap sayuran hidroponik di Raya Hidroponik Muria.

Hal tersebut sebanding dengan penelitian yang dilaksanakan oleh Herlianti Hasan, Abdul Muis, dan Christoporus yang membuktikan bahwa variabel *price* berpengaruh signifikan terhadap variabel minat beli.

Berdasarkan hal tersebut harga yang ditetapkan di Raya Hidroponik Muria sudah sesuai dengan kualitas dan manfaat yang diperoleh. Hal tersebut dijelaskan pada Q.S An-Nisa ayat 29

يَتَأَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ  
بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا  
تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya : “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu, sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”.

Ayat di atas menjelaskan dasar halalnya perniagaan adalah saling meridhai antara pembeli dengan penjual. Seperti halnya harga sayuran hidroponik yang telah ditetapkan pemilik dari Raya Hidroponik Muria sudah sesuai dengan kualitas dan manfaat yang diberikan serta sama rata dengan harga sayuran hidroponik ditempat lain. Jadi konsumen juga menerima harga yang telah ditetapkan.

### 3. Pengaruh *Location* Terhadap Minat Beli Konsumen

Lokasi merupakan keputusan dalam perusahaan yang pilihannya untuk menetapkan lokasi usaha yang akan dijalankan sebagai proses kegiatan operasional serta pendistribusian barang atau jasa yang menjadi kegiatan usahanya kepada konsumen.<sup>93</sup> Lokasi adalah salah satu faktor yang utama dalam suatu usaha, karena dengan terpilihnya lokasi yang tepat dalam usaha maka pembeli akan tertarik dengan suatu lokasi yang strategis.

Pada uji parsial (uji  $t$ ) dalam tabel *Coefficient* diketahui bahwa nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,493 > 1,985$ ) serta signifikansinya  $< 0,05$  ( $0,014 < 0,05$ ) maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, maknanya *location* berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli konsumen di Raya Hidroponik Muria.

Pada penelitian ini memperlihatkan bahwa *location* mempengaruhi minat beli konsumen. Artinya apabila lokasi Raya Hidroponik Muria mudah untuk dijangkau serta dapat diakses oleh berbagai transpostasi dan lokasi Raya Hidroponik Muria dekat dengan keramaian maka semakin tinggi minat beli konsumen terhadap sayuran hidroponik di Raya Hidroponik Muria.

Hal tersebut sesuai pada penelitian yang dilaksanakan Kiki Irawati dan Bayu Nuswantara yang menjelaskan bahwa variabel *location* berpengaruh signifikan terhadap variabel minat beli konsumen.

Berdasarkan hal tersebut pemilihan lokasi yang telah ditentukan oleh pemilik Raya Hidroponik Muria sudah cukup dapat dijangkau oleh transpostasi, karena dengan pemilihan lokasi yang strategis akan berpengaruh terhadap minat beli konsumen untuk kedepannya. Hal ini dijelaskan dalam Q.S Al-A'raf ayat 56:

وَلَا تُفْسِدُوا فِي الْأَرْضِ بَعْدَ إِصْلَاحِهَا وَادْعُوهُ حَوْفًا وَقَطْمَعًا  
إِنَّ رَحْمَتَ اللَّهِ قَرِيبٌ مِّنَ الْمُحْسِنِينَ

Artinya: “Dan janganlah kamu berbuat kerusakan di bumi setelah (diciptakan) dengan baik. Berdoalah

<sup>93</sup> Indriyani, *Pemasaran Jasa Kepelabuhanan*.

kepada-Nya dengan rasa takut dan penuh harap. Sesungguhnya rahmat Allah sangat dekat kepada orang yang berbuat kebaikan.” (QS. Al-A'raf:56)

Ayat di atas menjeaskan bahwa Allah melarang untuk melakukan kerusakan lingkungan yang mana merugikan orang lain. Begitu pun kaitannya dalam pelaku bisnis dalam pemilihan lokasi diharapkan agar mampu memberikan manfaat yang positif untuk lingkungan dan sekitar.

#### 4. Pengaruh *green product, price, location* terhadap minat beli konsumen

Berdasarkan hasil Uji F menjelaskan bahwa *green product, price, location* mempunyai pengaruh terhadap minat beli konsumen yang signifikan. Hal tersebut ditandai dengan jumlah  $F_{hitung}$  lebih besar dari  $F_{tabel}$  ( $18,009 > 2,70$ ) dengan tsignifikansi 0,000 lebih rendah terhadap 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ), jadi hipotesis yang ke empat yaitu terdapat pengaruh *green product, price, location* terhadap minat beli konsumen secara simultan terhadap minat beli konsumen dapat diterima ( $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima). Besarnya pengaruh yang diberikan dari variabel independent (*green product, price, location*) terhadap variabel dependen (minat beli konsumen) bisa diketahui dari hasil *Adjusted R square* yaitu sebesar 0,340 maknanya variabel independent yang terdiri dari *green product, price, location* memberikan pengaruh sebesar 34% terhadap minat beli konsumen. Sedangkan sisanya 66% yang merupakan faktor di luar penelitian.