

Pengaruh Kesadaran Kesehatan, Harga Premium, Kualitas Produk, dan Keamanan Pangan Terhadap Keputusan Pembelian

*Adi Anas Saifullah, Koesriwulandari, Ristani Widya Inti
Universitas Wijaya Kusuma Surabaya, Indonesia

DOI: <https://doi.org/10.64118/jthrm.v2i1.121>

Page: 27-40

ABSTRAK:

Penelitian ini dilakukan di PT. Kebun Sayur Surabaya untuk menguji dan menganalisis pengaruh Kesadaran Kesehatan, Harga Premium, Kualitas Produk, dan Keamanan Pangan terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Kebun Sayur di Kota Surabaya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Dalam penelitian ini, data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Sumber data penelitian menggunakan survei yang dikumpulkan melalui kuesioner. Sampel penelitian diperoleh 41 konsumen dari populasi 50 konsumen. Pengambilan sampel menggunakan teknik random sampling dengan menyebarkan kuesioner kepada 41 konsumen PT. Kebun Sayur Surabaya. Penelitian ini bersifat kuantitatif. Pengolahan data menggunakan aplikasi IBM SPSS Statistics versi 30 dengan metode analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kesadaran Kesehatan, Harga Premium, Kualitas Produk, dan Keamanan Pangan berpengaruh positif signifikan secara parsial dan simultan terhadap Keputusan Pembelian. Penelitian ini memberikan kontribusi penting bagi pengembangan agribisnis sayur hidroponik untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian sayur hidroponik pada PT. Kebun Sayur Surabaya.

Kata Kunci: Kesadaran Kesehatan, Harga Premium, Kualitas Produk, Keamanan Pangan, Keputusan Pembelian

ABSTRACT:

This research was conducted at PT. Kebun Sayur Surabaya to examine and analyze the influence of Health Awareness, Premium Price, Product Quality, and Food Safety on Purchasing Decisions at PT. Kebun Sayur in Surabaya. This research used a quantitative approach. The data used were primary and secondary data. The data source was a survey collected through a questionnaire. The research sample was 41 consumers from a population of 50 consumers. Sampling was conducted using a random sampling technique by distributing questionnaires to 41 consumers of PT. Kebun Sayur Surabaya. This research was quantitative. Data processing was carried out using IBM SPSS Statistics version 30 with multiple linear regression analysis. The results showed that Health Awareness, Premium Price, Product Quality, and Food Safety had a significant positive effect, both partially and simultaneously, on Purchasing Decisions. This research provides an important contribution to the development of hydroponic vegetable agribusiness by understanding the factors influencing hydroponic vegetable purchasing decisions at PT. Kebun Sayur Surabaya.

Keywords: Health Awareness, Premium Price, Product Quality, Food Safety, Purchasing

***Author Correspondent:**

Email : mscxabfire@gmail.com

Alamat : Jl. Dukuh Kupang XXV No.54, Dukuh Kupang, Kec.
Dukuhpakis, Kota Surabaya, Jawa Timur 60225



This article is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

PENDAHULUAN

Kebutuhan pangan manusia semakin meningkat seiring dengan ekspansi populasi. Salah satu bahan pangan yang memegang peran penting dalam memenuhi kebutuhan pangan manusia adalah komoditas sayuran. Meningkatnya standar hidup masyarakat dan kesadaran masyarakat terhadap makanan sehat, menyebabkan pergeseran pola konsumsi yang berubah, sehingga tingkat konsumsi sayuran per kapita akan meningkat. Berdasarkan data menurut Dirjenhort (2015) perkembangan produksi sayuran di Indonesia pada tahun 2009 hingga tahun 2014 terus mengalami peningkatan. Meningkatnya konsumsi sayuran dianjurkan sebagai bagian dari pola makan sehat yang akan menurunkan biaya kesehatan pribadi.

Permintaan sayuran yang aman dan higienis semakin diminati oleh masyarakat modern. Di negara maju, kesadaran lingkungan dan kesadaran konsumen terhadap makanan sehat dan aman telah meningkat dalam tiga dekade terakhir, menyebabkan peningkatan yang signifikan dalam permintaan produk bebas dari pestisida, atau residu pestisida. Sementara di negara berkembang seperti Thailand, kesadaran kesehatan konsumen perkotaan juga meningkat, terutama mengenai penggunaan pestisida yang sangat tinggi oleh petani yang memungkinkan adanya residu beracun di dalam makanan. Munculnya kesadaran masyarakat terhadap bahayanya kandungan residu kimiawi dari pestisida membuat masyarakat lebih selektif dalam memilih sayuran. Sistem pertanian konvensional yang biasa diterapkan di Indonesia masih banyak yang menggunakan pestisida kimiawi sehingga menghasilkan produk yang tidak sesuai dengan keinginan masyarakat modern. Konsumen modern sangat memperhatikan keamanan dan kualitas produk yang dibeli. Perhatian ini berjalan bersamaan dengan kesadaran mereka akan hubungan antara praktik produksi dan kualitas produk yang dihasilkan. Selain itu, kesadaran tersebut telah berkontribusi terhadap meningkatnya permintaan sayuran dari praktik produksi non-konvensional (Walaela dkk., 2025). Salah satu sistem pertanian yang dapat menggantikan pertanian konvensional adalah sistem pertanian hidroponik. Teknologi yang tinggi diterapkan dalam pertanian hidroponik dapat menghasilkan produk sayuran bebas pestisida yang lebih aman dan higienis bagi kesehatan masyarakat (Pratiwi & Isa, 2024). Sistem pertanian hidroponik merupakan metode menanam tanaman tanpa tanah dengan menggunakan larutan nutrisi mineral sebagai unsur haranya. Sistem pertanian yang tidak menggunakan pestisida dalam proses budidayanya merupakan kelebihan pertanian hidroponik dibandingkan konvensional pada umumnya (Kutresnaningdian & Albari, 2020). Selain itu, sayuran yang ditanam dengan sistem hidroponik memiliki lebih banyak keunggulan dibandingkan dengan pertanian konvensional diantaranya pertumbuhan yang lebih cepat, ramah lingkungan, serta penyerapan nutrisi yang efisien (Waluyo dkk., 2021). Sayuran hidroponik dapat menjadi alternatif kebutuhan pangan bagi masyarakat modern yang menginginkan produk bebas pestisida yang kaya akan nutrisi dan aman untuk dikonsumsi. Perilaku konsumen sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian sayuran hidroponik.

Tingkat kesadaran masyarakat akan kesehatan menjadi hal yang paling penting dalam melakukan pembelian sayuran. Konsumen yang sadar akan kepentingan kesehatan akan termotivasi untuk meningkatkan atau memperbaiki kualitas hidupnya. Selain itu, harga sayuran hidroponik yang tergolong lebih tinggi daripada harga sayuran konvensional pada umumnya menjadi salah satu penghalang masyarakat dalam melakukan pembelian. Sayuran hidroponik memiliki kualitas produk yang lebih sehat dan bernutrisi daripada sayuran konvensional pada umumnya sehingga kualitas produk sayuran menjadi pertimbangan

konsumen dalam melakukan pembelian. Perilaku konsumen sangat mempengaruhi persepsi konsumen terhadap kualitas produk, semakin tinggi kualitas produk menentukan sikap konsumen dalam melakukan pembelian (Jafrizal, 2020). Sehingga membuat strategi pemasaran yang berarah kepada pembentukan persepsi konsumen sangat dibutuhkan. Keamanan sayuran hidroponik menjadi penyebab utama yang mendorong konsumen untuk melakukan pembelian.

Kebun Sayur Surabaya merupakan salah satu unit usaha penghasil sayuran hidroponik di kota Surabaya. Metode sistem hidroponik yang digunakan Kebun Sayur Surabaya adalah dengan metode NFT (*Nutrient Film Technique*) dimana metode tersebut merupakan metode terbaik dalam sistem hidroponik (Holik dkk., 2024). PT. Kebun Sayur Surabaya memproduksi beberapa jenis sayuran western dan lokal yang biasanya banyak digunakan dalam menu salad. Berdasarkan hasil pra-survei dengan pihak manager PT. Kebun Sayur Surabaya, permasalahan yang terjadi saat ini adalah permintaan konsumen sayuran hidroponik mengalami fluktuatif. PT. Kebun Sayur Surabaya perlu mengetahui persepsi konsumen yang melakukan pembelian sayuran hidroponik untuk dapat meningkatkan penjualan produknya dengan merumuskan strategi pemasaran yang tepat. Kotler & Keller (2016) menyatakan bahwa terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen yaitu, faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologis. Sementara menurut Gellynck & Verbeke (2001) dan Nur'Aini dkk. (2021), faktor-faktor yang mempengaruhi pembelian konsumen terhadap produk adalah kesegaran, visual, bau, dan rasa, kualitas, kepercayaan, harga, brand, dan kemasan. Kertayoga dkk. (2023) menambahkan bahwa pembelian konsumen juga dipengaruhi oleh jenis variabel lain seperti demografi (usia, pendidikan, tempat tinggal, pendapatan, dan status perkawinan). Beberapa penelitian juga menganalisa perilaku pembelian yang dipengaruhi oleh persepsi konsumen terhadap produk bebas pestisida yang meliputi kesadaran kesehatan, keamanan pangan, kualitas produk, pengetahuan, dukungan dan kebijakan pemerintah, ketersediaan produk, dan harga serta kepedulian terhadap lingkungan (Usman dkk., 2024). Penelitian ini akan menganalisa hubungan persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian sayuran hidroponik di Kebun Sayur Surabaya dengan menggunakan pendekatan metode analisis SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*).

Berdasarkan latar belakang yang ada, maka perlu untuk dilakukan kajian tentang "Pengaruh Kesadaran Kesehatan, Harga Premium, Kualitas Produk, Dan Keamanan Pangan Terhadap Keputusan". Adapun tujuan penelitian ini antara lain untuk menganalisis variabel kesadaran kesehatan, harga premium, kualitas produk, dan keamanan pangan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian sayuran hidroponik Kebun Sayur Surabaya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di PT. Kebun Sayur Surabaya dan waktu pelaksanaan penelitian yaitu pada Bulan Juni-Juli 2025. Metode kuantitatif digunakan oleh peneliti untuk menguji hipotesis tentang bagaimana pengaruh variabel kesadaran kesehatan, harga premium, kualitas produk, dan keamanan pangan terhadap keputusan pembelian konsumen sayur hidroponik di Kebun Sayur Surabaya. Instrumen pengumpulan data menggunakan kuesioner, wawancara, dan observasi secara langsung. Populasi penelitian ini adalah konsumen yang membeli produk sayur hidroponik di PT. Kebun Sayur Surabaya. Jumlah populasi terdapat 50± konsumen PT. Kebun Sayur Surabaya. Sampel adalah objek yang diambil dengan cara mereduksi objek

penelitian. Pemilihan sampel dilakukan pada kelompok konsumen yang dipilih melalui teknik *accidental sampling* sehingga diperoleh 41 konsumen PT. Kebun Sayur Surabaya. *Accidental sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang dilakukan terhadap responden yang secara kebetulan ditemui pada obyek penelitian ketika observasi sedang berlangsung (Faisal dkk., 2023). Jika jumlah subjek besar, maka dapat diambil sampel antara 10-30%. Jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 41 responden. Analisis Regresi Linier Berganda sesuai petunjuk dengan model dinyatakan oleh hubungan Y dan X adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e$$

Keterangan:

- Y = Keputusan Pembelian
- α = Kostanta
- β_1 = Kofisien Regresi
- X1 = Kesadaran Kesehatan
- X2 = Harga Premium
- X3 = Kualitas Produk
- X4 = Keamanan Pangan
- e = Error atau dampak luar.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini adalah konsumen sayuran hidroponik yang melakukan pembelian secara langsung di PT. Kebun Sayur Surabaya yang berjumlah 41 orang. Setiap responden memiliki karakteristik berbeda yang berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam melakukan pembelian sayuran hidroponik. Dalam penelitian ini, karakteristik konsumen meliputi jenis kelamin, usia, jumlah anggota keluarga, tingkat pendidikan, dan pendapatan rata-rata perbulan.

Karakteristik Jenis Kelamin Konsumen

Berdasarkan tabel 1, ditemukan bahwa jumlah konsumen pada penelitian ini terdiri dari konsumen laki-laki yang berjumlah 17 orang dan perempuan yang berjumlah 24 orang. Maka dapat dikatakan jumlah konsumen perempuan lebih dominan daripada laki-laki. Hal ini dikarenakan pada umumnya perempuan lebih memperhatikan kebutuhan rumah tanganya termasuk bertanggung jawab dalam mengatur konsumsi sayuran dalam sehari-hari.

Tabel 1
Karakteristik Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah Konsumen (orang)	Persentase (%)
1	Laki-Laki	17	42%
2	Perempuan	24	58%
Total		41	100%

Sumber: Data Diolah

Karakteristik Usia Konsumen

Karakteristik usia dapat mempengaruhi konsumen dalam memutuskan pembelian. Kelompok usia berdasarkan pada kategori usia menurut Departemen Kesehatan RI tahun 2009, yaitu usia 17–25 tahun adalah remaja akhir, usia 26–35 tahun adalah masa dewasa awal, usia 36–45 tahun adalah masa dewasa akhir, dan usia 46–55 tahun adalah masa lanjut usia (lansia). Berdasarkan tabel 2, ditemukan bahwa konsumen yang berumur 17–25 tahun sejumlah 8 orang, 26–35 tahun sejumlah 12 orang, 36–45 tahun sejumlah 15 orang, dan 46–55 tahun sejumlah 6 orang. Maka dapat disimpulkan bahwa sebagian besar konsumen sayuran hidroponik berada pada kelompok usia berkisar antara 26–35 tahun dan 36–45 tahun. Kelompok usia tersebut merupakan kelompok usia dewasa. Konsumen cenderung berfikir rasional dan memiliki pertimbangan tertentu dalam mengambil keputusan pembelian sayuran hidroponik.

Karakteristik Jumlah Anggota Keluarga Konsumen

Keluarga merupakan dua orang atau lebih yang memiliki hubungan darah, perkawinan, dan tinggal secara bersama-sama dalam satu tempat tinggal. Berdasarkan tabel 3, ditemukan bahwa konsumen yang memiliki jumlah anggota 2–3 sejumlah 14 orang, 4–5 sejumlah 21 orang, dan > 5 sejumlah 6 orang. Maka dapat dilihat bahwa karakteristik konsumen sayuran hidroponik sebagian besar mempunyai jumlah anggota keluarga sebanyak 4–5 orang, yaitu 21 orang. Jumlah anggota keluarga mempengaruhi keputusan pembelian terhadap kuantitas sayuran yang akan dibeli. Semakin banyak jumlah anggota keluarga maka tingkat kebutuhan konsumsi sayuran juga akan meningkat.

Karakteristik Tingkat Pendidikan Konsumen

Tingkat pendidikan mendorong perbedaan seseorang dalam melakukan suatu keputusan pembelian. Konsumen pada penelitian ini memiliki tingkat pendidikan yang berbeda. Tingkat pendidikan terendah konsumen adalah tingkatan SMP sementara tingkatan tertinggi konsumen adalah tingkatan Pascasarjana. Persentase

Tabel 2
Karakteristik Konsumen Berdasarkan Umur

No	Usia (tahun)	Jumlah Konsumen (orang)	Persentase (%)
1	17 – 25	8	19%
2	26 – 35	12	29%
3	36 – 45	15	37%
4	46 – 55	6	15%
Total		41	100%

Sumber: Data Diolah

Tabel 3
Karakteristik Konsumen Berdasarkan Jumlah Anggota Keluarga

No	Jumlah Anggota Keluarga (orang)	Jumlah Konsumen (orang)	Persentase (%)
1	2 – 3	14	34%
2	4 – 5	21	51%
3	> 5	6	15%
Total		41	100%

Sumber: Data Diolah

Tabel 4
Karakteristik Konsumen Berdasarkan Tingkat Pendidikan

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah Konsumen (orang)	Persentase (%)
1	SD/Sederajat	0	0%
2	SMP/ Sederajat	3	7%
3	SMA/K/Sederajat	11	27%
4	Diploma	4	10%
5	Sarjana	18	44%
6	Pascasarjana	5	12%
Total		41	100%

Sumber: Data Diolah

Tabel 5
Karakteristik Konsumen Berdasarkan Jenis Pekerjaan

No	Jenis Pekerjaan	Jumlah Konsumen (orang)	Persentase (%)
1	Wiraswasta	7	17%
2	Pegawai Swasta	22	54%
3	Pegawai Negeri Sipil	1	2%
4	Ibu Rumah Tangga	3	7%
5	Pelajar/Mahasiswa	3	7%
6	BUMN	5	13%
Total		41	100%

Sumber: Data Diolah

Berdasarkan tabel 4, tingkat pendidikan terakhir konsumen adalah didominasi oleh lulusan sarjana sebanyak 18 orang. Hal ini dapat dikatakan bahwa konsumen sayuran hidroponik mempunyai tingkat pendidikan yang tinggi. Konsumen yang memiliki tingkat pendidikan yang tinggi akan memperhatikan makanan yang baik untuk dikonsumsi dari segi gizi yang terkandung, kesehatan, maupun kemanannya.

Karakteristik Jenis Pekerjaan Konsumen

Pada penelitian ini, konsumen memiliki jenis pekerjaan yang bervariasi, diantaranya adalah wiraswasta, pegawai swasta, pegawai negeri sipil, ibu rumah tangga, pelajar/mahasiswa, dan BUMN. Berdasarkan tabel 5, menunjukkan bahwa pegawai swasta mendominasi jenis pekerjaan dari konsumen sayuran hidroponik, yaitu sebesar 22 orang. Pekerjaan lainnya seperti wiraswasta dan BUMN menempati urutan kedua dan ketiga masing-masing sebesar 17% dan 13%, diikuti oleh ibu rumah tangga dan pelajar/mahasiswa yang memiliki besar sama yaitu 7%, serta PNS sebesar 2%.

Karakteristik Pendapatan Rata-Rata per Bulan Konsumen

Pendapatan dapat diartikan sebagai penghasilan yang diperoleh oleh konsumen selama kurun waktu satu bulan. Keputusan pembelian terhadap suatu produk dapat dipengaruhi oleh pendapatan seseorang. Berdasarkan tabel 6, dapat dilihat bahwa sebagian besar konsumen memiliki pendapatan rata-rata di antara 4–5.5 juta rupiah setiap bulannya. Sisanya, pendapatan sebesar 5.5 juta rupiah per bulan sebesar 229%, pendapatan 1–2.5 juta rupiah sebesar 19%, pendapatan sebesar 2.5–4 juta rupiah sebesar 15%, serta pendapatan di bawah 1 juta rupiah per bulan sebesar 10%. Hal ini dapat disimpulkan bahwa konsumen yang membeli sayuran hidroponik di PT. Kebun Sayur Surabaya sebagian besar pendapatannya adalah di antara 4–5.5 juta rupiah setiap bulannya.

Tabel 6

Karakteristik Konsumen Berdasarkan Pendapatan Rata-Rata per Bulan

No	Pendapatan Rata-Rata per Bulan	Jumlah Konsumen (orang)	Persentase (%)
1	< Rp 1.000.000	4	10%
2	Rp 1.000.000 - Rp 2.500.000	8	19%
3	Rp 2.500.001 - Rp 4.000.000	6	15%
4	Rp 4.000.001 - Rp 5.500.000	14	34%
5	> Rp 5.500.000	9	22%
Total		41	100%

Sumber: Data Diolah

Analisis Asumsi Klasik

Uji Asumsi Klasik dilakukan sebelum pengujian hipotesis penelitian. Pengujian ini dilakukan agar diperoleh pengukuran terbaik. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan komputer dengan *software Excell* dan *IBM SPSS Statistic Version 30*. Adapun pengujiannya adalah sebagai berikut:

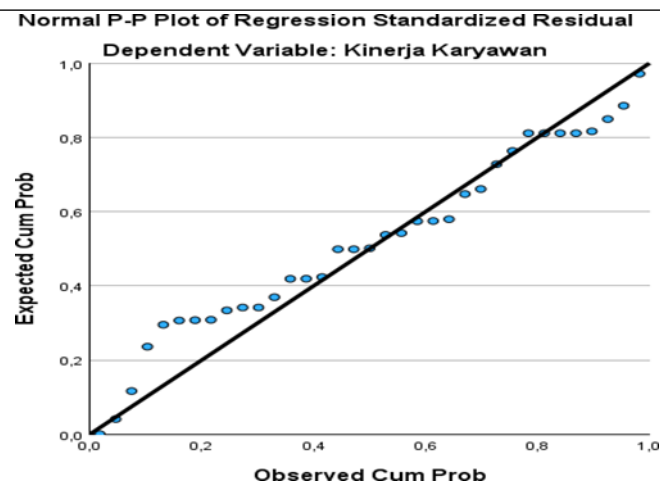
Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residu memiliki distribusi normal serta antara variabel dependen dan independen mempunyai kontribusi atau tidak. Model regresi yang baik adalah data distribusi normal atau mendekati normal. Dalam penelitian ini menggunakan pengujian analisis grafik dan uji *Kolmogorov-Smirnov*. Dalam analisis grafik distribusi normal akan membentuk satu garis lurus yang diagonal. Jika distribusi data residu normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya. Uji normalitas dengan uji *Kolmogorov-Smirnov*, dengan kriteria pengujian jika hasil *One Sample Kolmogorov-Smirnov* pada *asymptotic* signifikan di atas tingkat signifikansi 0,05 menunjukkan pola distribusi normal. Jika hasil *One Sample Kolmogorov Smirnov* pada *asymptotic* signifikan di bawah tingkat signifikansi 0,05 tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas (Faris dkk., 2019).

Analisis Grafik

Berdasarkan hasil uji normalitas pada grafik *P-Plot* dapat disimpulkan bahwa terlihat titik-titik sebaran mengikuti dan mendekati garis diagonal linieritas dalam regresi, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas artinya data dinyatakan berdistribusi normal. Tetapi grafik tersebut belum tentu sesuai kenyataan, hal ini perlu dilihat dengan melakukan uji statistik *One Sample Kologorov-Smirnov*. Dengan hasil di bawah ini, grafik pada gambar 1 dapat dijelaskan dan diverifikasi dengan menggunakan uji Normalitas *Kolmogorov-Smirnov*.

Hasil uji *One Sample Kolmogorov-Smirnov* Normalitas terpenuhi jika nilai signifikansi yang diperoleh lebih besar dari taraf signifikansi. Pada tabel 7 menunjukkan tingkat signifikansi uji normalitas *Kolmogrov-Smirnov Asymp. Sig. (2-tailed)* 0,200 yang menunjukkan bahwa tingkat tersebut lebih tinggi dari 0,05, data memenuhi normalitas. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa residual pada model tersebut berdistribusi normal.



Gambar 1. Grafik Normalitas P-Plot

Sumber : Output SPSS 25 Data diolah, Peneliti 2025

Tabel 7
Hasil Uji Normalitas One Sample Kalmogorov-Smirnov

		<i>Unstandardized Residual</i>
N		41
<i>Normal Parameters^{a,b}</i>	<i>Mean</i>	,0000000
	<i>Std. Deviation</i>	2,35458163
<i>Most Extreme Differences</i>	<i>Absolute</i>	,172
	<i>Positive</i>	,087
	<i>Negative</i>	-,172
<i>Test Statistic</i>		,172
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)^c</i>		,200
<i>a. Test distribution is Normal.</i>		
<i>b. Calculated from data.</i>		
<i>c. Lilliefors Significance Correction.</i>		

Sumber: Data Diolah

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Ketika terjadi korelasi maka timbul permasalahan multikolinearitas. Model regresi yang baik adalah bila tidak terjadi gejala multikolinearitas. Salah satu metode yang paling dapat diandalkan untuk mengidentifikasi ada atau tidaknya multikolinearitas adalah dengan menggunakan pendekatan *Tolerance* dan *VIF (Variance Inflation Factor)*. Variabel-variabel yang saling berkorelasi akan mengganggu penilaian koefisien regresi dan hasil analisis menjadi tidak stabil. Nilai *cut off* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah nilai *tolerance* $\leq 0,10$ atau sama dengan nilai *VIF* ≥ 10 .

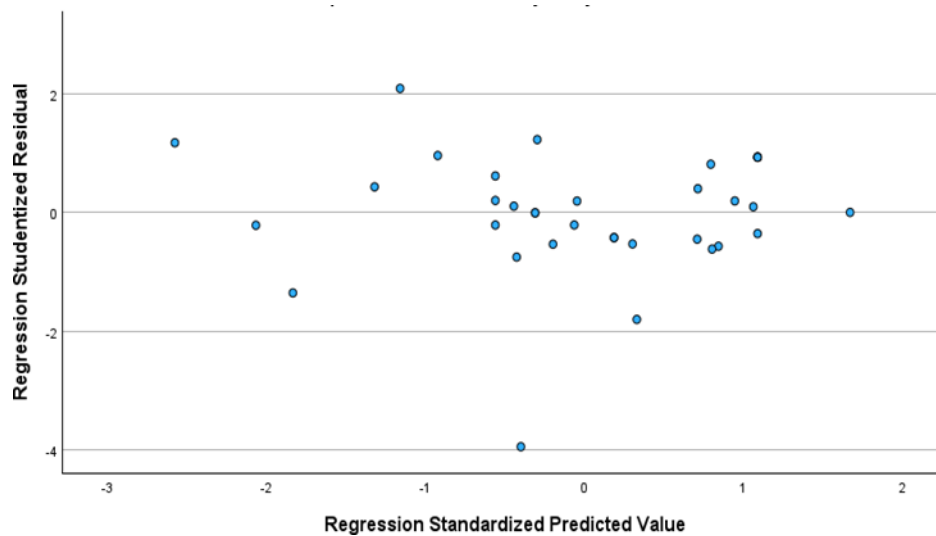
Berdasarkan tabel 8 *Coefficient* Uji Multikolinearitas masing-masing variabel independen yaitu Variabel Kesadaran Kesehatan (X1), Harga Premium (X2), Kualitas Produk (X3), dan Keamanan Pangan (X4) terhadap Keputusan Pembelian (Y) memiliki nilai *Tolerance* > 0.10 yang berarti tidak ada korelasi antar antar peubah yang melebihi 95% serta nilai *VIF* < 10.00 sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi linier tidak mengalami masalah multikolinearitas.

Tabel 8
Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
Kesadaran Kesehatan	,920	1,087
Harga Premium	,350	2,857
Kualitas Produk	,355	2,820
Keamanan Pangan	,731	2,879

a. Dependent Variabel: Keputusan Pembelian

Sumber: Data Diolah



Gambar 2. Grafik Scatterplot Uji Heteroskedastisitas

Sumber: Data Diolah

Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas ini bertujuan untuk memeriksa apakah ada perbedaan varians antara residu dari satu pengamatan dan pengamatan lainnya dari model regresi. Regresi yang baik merupakan yang homoskedastitas. Uji heteroskedastitas membantu regresi memberikan penilaian yang efisien. Dalam pengujian heteroskedastisitas mengkorelasikan variabel independen dengan nilai unstandardized residual. Pengujian menggunakan tingkat signifikansi 0,05 dengan uji 2 sisi. Terjadinya heteroskedastitas dengan menggunakan uji Glejser jika korelasi antara variabel independen dengan residual didapat nilai Sig. > 0,05 maka dapat dikatakan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas pada model regresi.

Pengujian heteroskedastisitas dilakukan dengan menggunakan uji residu. Berdasarkan gambar 2 Grafik *Scatterplot* terlihat bahwa titik-titik tersebut menyebar secara acak serta tersebar baik di atas maupun di bawah atau di sekitar angka 0 pada sumbu Y dan tidak membentuk pola tertentu, titik-titik tidak mengumpul hanya di atas atau di bawah saja. Hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat heteroskedastisitas pada model regresi. Grafik tersebut dapat diperjelas dan dibuktikan menggunakan pengujian heteroskedastisitas metode *Glejser* dengan hasil sebagai berikut pada Tabel 9.

Tabel 9
Hasil Uji Multikolinearitas Glejser

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-10,655	5,669		-1,880	,986
Kesadaran Kesehatan	,573	,249	,339	2,300	,321
Harga Premium	,518	,153	,809	3,387	,785
Kualitas Produk	-,485	,158	-,728	-3,068	,668
Keamanan Pangan	-,436	,267	-,249	-3,697	,537

a. Dependent Variable: ABS_RES

Sumber: Data Diolah

Tabel 10
Hasil Uji Autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,650 ^a	,422	,366	2,466	2,309

a. Predictors: (Constant), Kesadaran Kesehatan, Harga Premium, Kualitas Produk, Keamanan Pangan

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data Diolah

Dalam tabel 9, memastikan bahwa variabel Kesadaran Kesehatan (X1), Harga Premium (X2), Kualitas Produk (X3), serta Keamanan Pangan (X4) terhadap *Absolute Residual* (ABS_RES) masing-masing memiliki nilai signifikansi > 0,05. Artinya, data dipastikan tidak mengalami heteroskedastisitas sehingga dapat digunakan untuk pengujian estimasi model penelitian ini.

Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi berujuan untuk menguji apakah terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya) dalam model regresi linier. Jika terjadi korelasi akan disebut problem korelasi. Autokorelasi mengungkapkan bahwa model tidak memadai. Pengujian autokorelasi menggunakan nilai *statistic Durbin-Watson* (DW). Kriteria pengambilan keputusan ada atau tidaknya autokorelasi: Jika $4 - dl < d < 4$ tidak ada korelasi negatif; jika $du < d < 4 - du$ tidak ada autokorelasi, positif atau negatif.

Deteksi autokorelasi dilakukan dengan menggunakan uji statistik *Durbin-Watson*. Jumlah variabel independen (k) yang digunakan sebanyak 4 dan jumlah observasi (n) sebanyak 30, maka diperoleh nilai dU sebesar 2,0520 dan nilai dL sebesar 0,9004. Tabel model *Summary* menunjukkan nilai *Durbin-Watson* (DW) sebesar 2,309. Berdasarkan aturan keputusan *Durbin-Watson*, nilai tersebut berada pada daerah dw (2,309) > dL (0,9004), maka dapat dikatakan bahwa tidak terdapat autokorelasi positif.

Uji Statistik

Setelah terbebas dari penyimpangan asumsi klasik maka dapat dilakukan analisis uji statistik terhadap hasil estimasi. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan IBM SPSS *Statistic Version 30*.

Uji Kesesuaian Model dengan Koefisien Determinasi (R²)

Uji Koefisien Determinasi bertujuan untuk membuktikan seberapa besar kemampuan variabel dependen Keputusan Pembelian (Y) dapat dijelaskan oleh variasi dari variabel independen Kesadaran Kesehatan (X1), Harga Premium (X2), Kualitas Produk (X3), dan Keamanan Pangan (X4). Deteksi koefisien determinasi pada penelitian ini adalah dengan melihat nilai (R²) pada output regresi. Berdasarkan tabel 11, memastikan bahwa nilai R² (*R Square*) menunjukkan 0,422 atau sebesar 42,2 % artinya kontribusi seluruh variabel independen Kesadaran Kesehatan (X1), Harga Premium (X2), Kualitas Produk (X3), dan Keamanan Pangan (X4) terhadap variabel dependen Keputusan Pembelian (Y) yaitu 42,2% sedangkan sisanya 57,8 % sisanya dipengaruhi oleh variabel selain yang ada pada penelitian ini.

Pengaruh Kesadaran Kesehatan, Harga Premium, Kualitas Produk, dan Keamanan Pangan terhadap Keputusan Pembelian Secara Simultan

Uji F dirancang untuk menentukan apakah variabel independen (X) memiliki efek simultan pada variabel dependen (Y). Kriteria Pengujian sebagai berikut:

- Jika nilai sig < 0,05 atau F hitung > F tabel maka terdapat pengaruh secara simultan variabel X terhadap variabel Y
- Jika nilai sig > 0,05 atau F hitung < F tabel maka tidak terdapat pengaruh secara simultan variabel X terhadap variabel Y

Untuk menemukan F tabel

$$df (N1) = k-1 = 5-1 = 4$$

$$df (N2) = n-k = 41 - 5 = 36$$

Jadi F tabel = 2,63

Berdasarkan tabel 12, memastikan bahwa dalam Uji F (simultan) mempunyai nilai signifikan 0,001 < 0,05 dan mempunyai F hitung 7,547 > dari F tabel 2,63. Maka dapat disimpulkan bahwa masing-masing variabel Kesadaran Kesehatan (X1), Harga Premium (X2), Kualitas Produk (X3), dan Keamanan Pangan (X4) berpengaruh secara simultan terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y).

Tabel 11
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,650 ^a	,422	,366	2,466	2,309

a. Predictors: (Constant), Kesadaran Kesehatan, Harga Premium, Kualitas Produk, Keamanan Pangan

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data Diolah

Tabel 12
Hasil Uji F (Simultan)

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	137,674	3	45,891	7,547	<,001 ^b
Residual	188,498	31	6,081		
Total	326,171	34			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Kesadaran Kesehatan, Harga Premium, Kualitas Produk, Keamanan Pangan

Sumber: Data Diolah

Pengaruh Kesadaran Kesehatan, Harga Premium, Kualitas Produk, dan Keamanan Pangan terhadap Keputusan Pembelian Secara Parsial

Uji T bertujuan untuk membuktikan ada atau tidaknya pengaruh parsial (sendiri) yang diberikan variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Kriteria Pengujian sebagai berikut:

- a. Jika nilai sig < 0,05 atau t hitung > t tabel maka terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y
- b. Jika nilai sig > 0,05 atau t hitung < t tabel maka tidak terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y

$$t \text{ tabel} = t (a/2 ; n-k-1)$$

$$t \text{ tabel} = t (0,05/2 ; 41-4-1) = t (0,025 ; 36) = 2,028$$

Berdasarkan tabel 13, memastikan bahwa masing-masing variabel independent mempunyai nilai signifikan uji T < 0,05 dan mempunyai T hitung > dari T tabel. Hasil tersebut dapat diinterpretasikan diantaranya:

- a. Variabel Kesadaran Kesehatan (X1) mempunyai nilai signifikansi 0,006 < 0,05, dan nilai T hitung 2,877 > t tabel 2,028, dapat diartikan H0 ditolak dan H1 diterima, sehingga variabel Kesadaran Kesehatan (X1) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y).
- b. Variabel Harga Premium (X2) mempunyai nilai signifikansi 0,016 < 0,05, dan nilai T hitung 2,496 > t tabel 2,028, dapat diartikan H0 ditolak dan H2 diterima, sehingga variabel Harga Premium (X2) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y).
- c. Variabel Kualitas Produk (X3) mempunyai nilai signifikansi 0,001 < 0,05, dan nilai T hitung 3,563 > t tabel 2,028, dapat diartikan H0 ditolak dan H3 diterima, sehingga variabel Kualitas Produk (X3) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y).
- d. Variabel Keamanan Pangan (X4) mempunyai nilai signifikansi 0,019 < 0,05, dan nilai T hitung 3,654 > t tabel 2,028, dapat diartikan H0 ditolak dan H4 diterima, sehingga variabel Keamanan Pangan (X4) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y).

Tabel 13
Hasil Uji T (Parsial)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	19,679	10,040		1,960	,059
Kesadaran Kesehatan	,503	,441	-,162	2,877	,006
Harga Premium	-,234	,271	-,199	2,496	,016
Kualitas Produk	,998	,280	,817	3,563	,001
Keamanan	,736	,259	,738	3,654	,019

a. Dependent Variable : Keputusan Pembelian

Sumber: Data Diolah

SIMPULAN

Berdasarkan analisis dan pembahasan yang disajikan dalam penelitian ini, dapat ditarik kesimpulan yaitu 1. Variabel Kesadaran Kesehatan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Keputusan Pembelian, karena mempunyai nilai signifikansi $0,006 < 0,05$ dan nilai T hitung $2,877 > T$ tabel $2,028$, maka dapat disimpulkan bahwa Kesadaran Kesehatan dapat mempengaruhi Keputusan Pembelian. 2. Variabel Harga Premium berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Keputusan Pembelian (Y), karena mempunyai nilai signifikansi $0,016 < 0,05$ dan nilai T hitung $2,496 > T$ tabel $2,028$, maka dapat disimpulkan bahwa Harga Premium dapat mempengaruhi Keputusan Pembelian. 3. Variabel Kualitas Produk berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Keputusan Pembelian (Y), karena mempunyai nilai signifikansi $0,001 < 0,05$ dan nilai T hitung $3,563 > T$ tabel $2,028$, maka dapat disimpulkan bahwa Kualitas Produk dapat mempengaruhi Keputusan Pembelian. 4. Variabel Keamanan Pangan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Keputusan Pembelian (Y), karena mempunyai nilai signifikansi $0,019 < 0,05$ dan nilai T hitung $3,654 > T$ tabel $2,028$, maka dapat disimpulkan bahwa Keamanan Pangan dapat mempengaruhi Keputusan Pembelian. Variabel Kesadaran Kesehatan, Harga Premium, Kualitas Produk, dan Keamanan Pangan berpengaruh signifikan secara simultan terhadap Keputusan Pembelian, karena memperoleh nilai F sebesar $7,547 >$ dari F tabel $2,63$ dengan nilai sig $0,001 < 0,05$.

DAFTAR PUSTAKA

- Faisal, D. M., Yusnita, R. T., & Karmila, M. (2023). The Influence Of Product Quality, Price And Location On Consumer Purchasing Decisions (Survey On Alle'chante Tasikmalaya Store Consumers). *Journal of Management, Economic, and Accounting*, 2(1), 45–54. <https://doi.org/10.37676/jmea.v2i1.65>.
- Faris, M. M., Wisnujati, N. S., & Koesriwulandari. (2019). Analisis Ekspor Komoditi Kakao Indonesia. *Jurnal Ilmiah Sosio Agribis*, 19(2), 15–27.
- Holik, A., Khirzin, M. H., & Laksanawati, T. A. (2024). Implementasi Teknologi Hidroponik Metode *Nutrient Film Technique* dengan Sistem *Monitoring Internet of Things* untuk Pemberdayaan Masyarakat Desa Kaligung Banyuwangi. *Jurnal ABDINUS: Jurnal Pengabdian Nusantara*, 8(3), 711–721. <https://doi.org/10.29407/ja.v8i3.23604>.
- Jafrizal. (2020). Pengaruh Persepsi dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Minimarket di Kota Palembang. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 8(3), 329–340. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v8i3.396>.
- Kertayoga, I. P. A. W., Desfaryani, R., Kusmaria, K., & Irawati, L. (2023). Pengaruh Karakteristik Konsumen Terhadap Intensitas Pembelian Madu Suhita. *Journal of Food System and Agribusiness*, 7(1), 13–20.
- Kutresnaningdian, F., & Albari, A. (2012). Peran Kesadaran Kesehatan dan Perhatian pada Keamanan Makanan Terhadap Sikap dan Minat Konsumen dalam Membeli Makanan Organik. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 2(1), 44-58.

- Nur'Aini, A., Husna, A. W., Asih, A. S., Kharisma, A., & Hastuti, I. (2021). Analisis Faktor - Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian. *Seminar Nasional & Call for Paper Hubisintek*, 2(3), 57–62. <https://doi.org/10.59581/jmki-widyakarya.v2i3.3816>.
- Pratiwi, A. E., & Isa, M. (2024). Pengaruh Keamanan Makanan, Kesadaran Kesehatan, Sertifikasi Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Value: Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, 19(1), 123–138. <https://doi.org/10.32534/jv.v19i1.5068>.
- Usman, E., Ilmiah, N., Sukmawati, & Ramadhan, R. (2024). Analisis Faktor–Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen terhadap Sayuran Hidroponik di Kabupaten Kolaka. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 8(3), 44937–44943.
- Walaela, K., Suprehatin, S., & Adhi, A. K. (2025). Pengembangan Usaha Sayur Organik Kelompok Tani Citra Muda Di Semarang: Pendekatan TLBMC. *Jurnal Agribisnis Indonesia*, 13(1), 30–48. <https://doi.org/10.29244/jai.2025.13.1.30-48>.
- Waluyo, M. R., Nurfajriah, N., Mariati, F. R. I., & Rohman, Q. A. H. H. (2021). Pemanfaatan Hidroponik Sebagai Sarana Pemanfaatan Lahan Terbatas Bagi Karang Taruna Desa Limo. *Ikraith-Abdimas*, 4(1), 61–71.
- .