

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP MINAT
BELI BUAH DAN SAYUR DI *E-COMMERCE* SAYURBOX SURABAYA
PADA MASA PANDEMI COVID-19**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
dalam Memperoleh Gelar Sarjana Pertanian
Program Studi Agribisnis



OLEH:

KANISIUS KARO
NPM: 18024010018

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
SURABAYA
2022**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP
MINAT BELI BUAH DAN SAYUR DI E-COMMERCE SAYURBOX
SURABAYA PADA MASA PANDEMI COVID-19**

Diajukan oleh :

KANISIUS KARO
NPM : 18024010018

Telah dipertahankan di hadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada tanggal 06 Juni 2022

Menyetujui,

Pembimbing Pendamping

Pembimbing Utama


Ir. Sri Widayanti, M.P.
NIP. 19620106 199003 2001


Prof. Dr. Ir. Teguh Soedarto, M.P.
NIP. 19560620 198703 1004

Mengetahui,

Dekan Fakultas Pertanian

plt. Koordinator Program Studi Agribisnis


Dr. Ir. Nora Augustien K., M.P.
NIP. 19620712 199103 2001


Dr. Ir. Nuriah Yuliati, M.P.
NIP. 19620712 199103 2001

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP
MINAT BELI BUAH DAN SAYUR DI E-COMMERCE SAYURBOX
SURABAYA PADA MASA PANDEMI COVID-19**

Diajukan oleh :

KANISIUS KARO
NPM : 18024010018

Telah Direvisi pada Tanggal
07 Juni 2022

Menyetujui,

Pembimbing Pendamping

Pembimbing Utama


Ir. Sri Widayanti, M.P.
NIP. 19620106 199003 2001


Prof. Dr. Ir. Teguh Soedarto, M.P.
NIP. 19560620 198703 1004

SURAT PERNYATAAN

Berdasarkan Undang-Undang No. 19 Tahun 2002 tentang Hak Cipta dan Permendikbud No. 17 Tahun 2010, Pasal 1 Ayat 1 tentang plagiarisme. Maka saya sebagai penulis Skripsi dengan judul

Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Minat Beli Buah dan Sayur di E-Commerce Sayurbox Surabaya pada Masa Pandemi Covid-19

Menyatakan bahwa Skripsi tersebut di atas bebas dari plagiarisme

Dengan surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan saya sanggup mempertanggungjawabkan sesuai dengan hukum dan perundangan yang berlaku.

Surabaya, 07 Juni 2021

Yang Membuat Pernyataan



Kanisius Karo
NPM. 18024010018

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI
BUAH DAN SAYUR DI *E-COMMERCE* SAYURBOX SURABAYA
PADA MASA PANDEMI *COVID-19***

Kanisius Karo¹, Teguh Soedarto², Sri Widayanti³
Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, UPN "Veteran" Jawa Timur

Abstrak

Buah dan sayur merupakan komoditas hortikultura unggulan di masa pandemi *Covid-19* karena kandungan zat gizi mikro, vitamin, mineral dan serat pangan yang penting untuk menunjang kesehatan dan daya tahan tubuh. Aktivitas pembelian secara *online* melalui *e-commerce* marak dilakukan oleh konsumen di masa pandemi *Covid-19* untuk mengurangi mobilitas ke luar rumah. Kualitas produk dan harga merupakan dua faktor yang dapat mempengaruhi minat konsumen untuk membeli buah dan sayur secara *online* melalui *e-commerce*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh kualitas produk dan harga terhadap minat beli buah dan sayur di *e-commerce* Sayurbox Surabaya pada masa pandemi *Covid-19*. Metode analisis yang digunakan adalah *Structural Equation Modeling* berbasis *Partial Least Square* (SEM-PLS). Data primer dikumpulkan melalui kuesioner dan wawancara. Sampel berjumlah 40 orang responden yang ditentukan melalui teknik *nonprobability sampling* berupa *purposive sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk mempunyai pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap minat beli. Harga mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli.

Kata Kunci: Minat Beli, *E-Commerce*, Kualitas Produk, Harga

THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY AND PRICE ON BUYING INTEREST OF FRUIT AND VEGETABLES AT SAYURBOX SURABAYA DURING THE COVID-19 PANDEMIC

Kanisius Karo¹, Teguh Soedarto², Sri Widayanti³
Agribusiness, Faculty of Agriculture, UPN "Veteran" East Java

Abstract

Fruits and vegetables are superior horticultural commodities during the Covid-19 pandemic because they contain micronutrients, vitamins, minerals and dietary fiber which are important to support health and endurance. Online purchasing activities through e-commerce are rampantly carried out by consumers during the Covid-19 pandemic to reduce mobility outside the home. Product quality and price are two factors that can influence consumer interest in buying fruits and vegetables online through e-commerce. The purpose of this study was to analyze the effect of product quality and price on interest in buying fruit and vegetables at the e-commerce Sayurbox Surabaya during the Covid-19 pandemic. The analytical method used is Structural Equation Modeling based on Partial Least Square (SEM-PLS). Primary data were collected through questionnaires and interviews. The sample is 40 respondents who are determined through non-probability sampling technique. The results showed that the price had a positive and significant effect on buying interest. Product quality has a positive but not significant effect on buying interest.

Keywords: Buying Interest, E-Commerce, Product Quality, Price

KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Tuhan yang Maha Esa, karena berkat serta rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul “PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI BUAH DAN SAYUR DI E-COMMERCE SAYURBOX SURABAYA PADA MASA PANDEMI COVID-19”. Penyusunan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan kuliah dan mendapat gelar sarjana pada Program Studi Agribisnis di Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Penulis menyadari dalam penyusunan skripsi ini tidak dapat selesai tanpa pertolongan Tuhan Yang Maha Esa dan dukungan dari berbagai pihak. Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Prof. Dr. Ir. Teguh Soedarto, M.P. selaku dosen pembimbing utama dan Ir. Sri Widayanti, M.P. selaku dosen pembimbing pendamping yang telah banyak memberikan pengarahan, motivasi, masukan dan meluangkan waktu serta tenaga dengan penuh keikhlasan serta kesabaran untuk membimbing penulis. Penulis juga menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Dr. Ir. RA Nora Nora Augustien K., M.P. selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Dr. Ir. Sudiyarto, M.M. selaku Ketua Jurusan Agribisnis, Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Ir. Sri Widayanti, M.P. selaku Koordinator Program Studi Agribisnis S-1, Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Segenap dosen pengajar Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur atas ilmu yang telah diberikan selama penulis menjalani perkuliahan di Jurusan Agribisnis.

5. Kedua orangtua serta keluarga penulis yang telah memberikan dukungan moral maupun material untuk penulis.
6. Rekan-rekan Agribisnis 2018 terutama para sahabat yang selalu menemani dan memberikan dukungan selama perkuliahan serta kakak dan adik tingkat di Fakultas Pertanian.
7. Seluruh pihak yang telah mendukung dalam penulisan proposal skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Penulis sangat menyadari bahwa skripsi ini masih belum sempurna. Penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun. Penulis berharap dengan disusunnya skripsi ini dapat memberi sesuatu yang berguna bagi penulis pada khususnya serta bagi pembaca pada umumnya

Surabaya, 25 Mei 2022

Penulis

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	iii
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
I. PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
II. TINJAUAN PUSTAKA.....	8
A. Penelitian Terdahulu.....	8
B. Landasan Teori.....	13
2.1 Konsumen.....	13
2.2 Minat Beli.....	13
2.3 Kualitas Produk.....	15
2.3.1 Tujuan Kualitas Produk.....	16
2.3.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Produk.....	17
2.3.3 Indikator Kualitas Produk.....	19
2.4 Harga.....	20
2.4.1 Konsep Harga.....	21
2.4.2 Tujuan Harga.....	22
2.4.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Harga.....	22
2.4.4 Indikator Harga.....	23
2.5 Teori Kualitas Produk dalam Pemasaran <i>Online</i>	23
2.6 Teori Harga dalam Pemasaran <i>Online</i>	25
2.7 Pemasaran.....	26
2.8 Rantai Pasok.....	28
2.9 Pembelian.....	33
2.10 Definisi <i>E-Commerce</i>	34
2.10.1 Klasifikasi <i>E-Commerce</i>	36
2.11 Teknologi Informasi Pertanian.....	39

2.12 Pandemi <i>Covid-19</i>	42
2.13 Perubahan Perilaku Konsumen Selama Pandemi <i>Covid-19</i>	43
2.14 Kerangka Pemikiran.....	45
2.15 Hipotesis Penelitian.....	46
III. METODE PENELITIAN.....	48
3.1 Lokasi dan Objek Penelitian.....	48
3.2 Penentuan Sampel.....	48
3.3 Pengumpulan Data.....	49
3.3.1 Data Primer.....	49
3.3.2 Data Sekunder.....	51
3.4 Definisi Operasional dan Variabel.....	51
3.5 Analisis Data.....	54
3.5.1 Pengujian Hipotesis.....	55
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	60
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	60
4.1.1 Sejarah dan Perkembangan Sayurbox.....	60
4.1.2 Visi Misi Sayurbox.....	61
4.1.3 Struktur Organisasi Sayurbox.....	62
4.1.4 Ketenagakerjaan di Sayurbox.....	68
4.2 Karakteristik Konsumen.....	69
4.2.1 Jenis Kelamin Responden.....	70
4.2.2 Usia Responden.....	70
4.2.3 Tingkat Pendidikan Responden.....	71
4.2.4 Status Pekerjaan Responden.....	72
4.2.5 Persentase Jawaban Responden.....	73
4.3 Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Minat Beli Buah dan Sayur secara <i>Online</i> melalui <i>E-Commerce</i> Sayurbox Surabaya pada Masa Pandemi <i>Covid-19</i>	80
4.3.1 Uji Validitas.....	80
4.3.2 Uji Reliabilitas.....	83
4.3.3 Koefisien Determinasi.....	84
4.3.4 Uji <i>Bootstrapping</i>	84
4.3.5 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli.....	85
4.3.6 Pengaruh Harga terhadap Minat Beli.....	88
4.4 Karakteristik Pemasaran pada Sayurbox Surabaya.....	91

4.4.1	Produk Sayurbox	96
4.4.2	Peluang Pemasaran Sayurbox Surabaya	100
4.4.3	Tantangan Pemasaran Sayurbox Surabaya	103
V.	SIMPULAN DAN SARAN	106
5.1	Kesimpulan	106
5.2	Saran	107
	DAFTAR PUSTAKA.....	109

DAFTAR TABEL

No.	Judul	Halaman
Tabel 3.1	Jawaban dan Skor Kuesioner	50
Tabel 3.2	Definisi Operasional	52
Tabel 3.3	Kriteria Pengujian dengan Pendekatan SEM-PLS.....	58
Tabel 4.1	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin	70
Tabel 4.2	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Usia	71
Tabel 4.3	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Tingkat Pendidikan	71
Tabel 4.4	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Status Pekerjaan	72
Tabel 4.5	Skor Kuesioner untuk Variabel Minat Beli (Y).....	73
Tabel 4.6	Skor Kuesioner untuk Variabel Kualitas Produk (X1).....	75
Tabel 4.7	Skor Kuesioner untuk Variabel Harga (X2).....	78
Tabel 4.8	Nilai <i>Loading Factor</i> Sebelum Eliminasi	80
Tabel 4.9	Nilai <i>Loading Factor</i> Setelah Eliminasi	82
Tabel 4.10	Nilai AVE.....	83
Tabel 4.11	Uji Reliabilitas	84
Tabel 4.12	Koefisien Determinasi	84
Tabel 4.13	Hasil <i>Uji Bootstraping</i>	85

DAFTAR GAMBAR

No.	<u>Judul</u>	Halaman
	Gambar 2.1 Konsep Rantai Pasok.....	29
	Gambar 2.2 Sistem Manajemen Rantai Pasok	30
	Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran.....	46
	Gambar 2.4 Diagram Hipotesis Penelitian	47
	Gambar 4.1 Struktur Organisasi Sayurbox.....	63
	Gambar 4.2 Hasil <i>Loading Factor</i> Seluruh Variabel sebelum Eliminasi.....	82
	Gambar 4.3 Hasil <i>Loading Factor</i> Seluruh Variabel setelah Eliminasi.....	83
	Gambar 4.4 Alur Pemasaran Sayurbox	92
	Gambar 4.5 Alur Pemesanan Produk di Sayurbox.....	96
	Gambar 4.6 Peluang Pemasaran Sayurbox Surabaya.....	101
	Gambar 4.7 Alur Rantai Pasokan Sayurbox.....	102
	Gambar 4.8 Tantangan Pemasaran Sayurbox Surabaya.....	104

DAFTAR LAMPIRAN

No.	<u>Judul</u>	Halaman
	Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	115
	Lampiran 2. Tabulasi Data Penelitian	116
	Lampiran 3. <i>Letter of Acceptance</i> Artikel Ilmiah	117