

**Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Cabai
(*Capsicum Annul L.*) Di Pasar Tapen Kecamatan Kudu Kabupaten
Jombang**

Rachmat Maulana Abdul Aziz¹, Miftachul Chusnah², Septi Ambar Indraningtia Sukma³
^{1, 2, 3} Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas KH. A. Wahab Hasbullah,
Jombang

Submitted: 20-06-2026 |Revisions: 27-06-2026 |Published: 29-06 -2026

DOI : 10.32764/jesagri.v1i1.1860

ABSTRACT

*The purpose of this study was to analyze the influence of price and product quality on consumer purchasing decisions for chili peppers (*Capsicum annuum L.*) in Tapen Market, Kudu District, Jombang Regency. This study used a quantitative research method with a descriptive approach. The population consisted of 2,509 residents of Tapen Village, and the sample was determined using purposive sampling based on the Slovin formula. The results showed that the price variable has a positive and significant influence on purchasing decisions ($t = 3.164$; $\text{Sig.} = 0.002 < 0.05$). Product quality also has a positive and significant influence on purchasing decisions ($t = 21.592$; $\text{Sig.} = 0.000 < 0.05$). Simultaneously, price and product quality significantly influence purchasing decisions ($F = 1060.124$; $\text{Sig.} = 0.000 < 0.05$). The coefficient of determination (Adjusted R Square) is 0.955, indicating that 95.5% of the variation in purchasing decisions can be explained by price and product quality variables, while the remaining 4.5% is explained by other variables outside the study.*

Keywords: Price, Product Quality, Purchasing Decision, Chili Peppers, Tapen Market.

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen cabai (*Capsicum annuum L.*) di Pasar Tapen, Kecamatan Kudu, Kabupaten Jombang. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Populasi terdiri dari 2.509 penduduk Desa Tapen, dan sampel ditentukan menggunakan purposive sampling berdasarkan rumus Slovin. Hasil menunjukkan bahwa variabel harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian ($t = 3,164$; $\text{Sig.} = 0,002 < 0,05$). Kualitas produk juga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian ($t = 21,592$; $\text{Sig.} = 0,000 < 0,05$). Secara simultan, harga dan kualitas produk secara signifikan memengaruhi keputusan pembelian ($F = 1060,124$; $\text{Sig.} = 0,000 < 0,05$). Koefisien determinasi (Adjusted R Square) adalah 0,955, menunjukkan bahwa 95,5% variasi dalam keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel harga dan kualitas produk, sedangkan sisanya 4,5% dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian.

Keywords: Harga, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian, Cabai, Pasar Tapen.

How to Cite:

Aziz. R. M. A, Chusnah, M., Sukma, S.A.I. (2026). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Cabai (*Capsicum Annul L*) Di Pasar Tapen Kecamatan Kudu Kabupaten Jombang. *JESAgri*, 1(1),66-77. 10.32764/jesagri.v1i1.1860

***Penulis Koresponden:**

Email: rachmat@gmail.com



PENDAHULUAN

Cabai (*Capsicum spp.*) merupakan salah satu komoditas hortikultura yang memiliki peran strategis dalam perekonomian Indonesia. Sebagai bumbu utama dalam berbagai masakan, cabai menjadi kebutuhan pokok bagi sebagian besar masyarakat Indonesia. Cabai berasal dari benua Amerika tepatnya daerah Peru dan menyebar ke negara-negara benua Amerika, Eropa dan Asia termasuk Indonesia. Tanaman cabai banyak ragam tipe pertumbuhan dan bentuk buahnya. Diperkirakan terdapat 20 spesies yang sebagian besar hidup di Negara asalnya (Irijang et al., 2024). Cabai merah (*Capsicum annum* L.) adalah komoditas sayuran yang sangat terkenal dan sangat luas penggunaannya di seluruh dunia. Buahnya dapat dikonsumsi segar, kering atau dalam bentuk yang sudah diproses sebagai sayuran atau bumbu. Warna dan baunya digunakan dalam industri makanan dan pakan ternak seperti *ginger beer*, *hot sauces* dan *poultry feed*, serta beberapa obat-obatan (Fathurrohman et al., 2023).

Cabai merah banyak dibudidayakan oleh petani Indonesia karena cabai merah memiliki harga jual yang cukup tinggi serta permintaan terhadap cabai merah cenderung meningkat tiap tahunnya. Permintaan akan cabai yang meningkat dari waktu ke waktu ini menyebabkan cabai dapat diandalkan sebagai komoditas ekspor non-migas. Hal ini terbukti dari enam besar komoditas sayuran segar yang diekspor (seperti bawang merah, tomat, kentang, kubis dan wortel) cabai termasuk salah satunya (Siahaan et al., 2022). Badan Pusat Statistik mencatat, produksi cabai merah besar di Indonesia mencapai 1,36 juta ton pada tahun 2021. Angka tersebut naik 96.381 ton atau 7,62% dibandingkan pada tahun 2020. Pada tahun 2018-2022, produksi cabai merah besar cenderung mengalami tren yang meningkat (Harmudin et al., 2024).

Pasar adalah suatu tempat atau mekanisme di mana transaksi jual beli barang dan jasa berlangsung antara penjual dan pembeli. Dalam pengertian yang lebih luas, pasar tidak selalu berarti tempat fisik, melainkan bisa juga merujuk pada interaksi antara pembeli dan penjual dalam suatu sistem ekonomi yang lebih besar (Lestari, 2022). Menurut Peraturan Presiden No. 112 tahun 2007, pasar tradisional adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh pemerintah pusat, pemerintah daerah, BUMN, BUMD dan pihak swasta yang tempat usahanya berupa kios, toko, tenda, dan los yang dimiliki atau dikelola oleh pedagang kecil, menengah, koperasi, swadaya masyarakat yang proses jual belinya dilakukan lewat proses tawar menawar (Angkasawati & Milasari, 2021).

Menurut Astana & Ardini (2024) dalam penelitiannya bahwa harga adalah salah satu bagian dari pemasaran yang dapat berubah-ubah dengan cepat (fleksibel). Selain itu, harga bisa menunjukkan seberapa baik kualitas suatu

produk karena produk yang lebih berkualitas biasanya akan lebih tinggi harganya.

Kualitas produk merupakan salah satu alat utama dalam posisi pemasaran. Kualitas produk secara langsung berpengaruh terhadap kinerja barang atau layanan, sehingga ada hubungan erat antara kualitas, nilai, dan kepuasan konsumen. Karakteristik produk atau layanan, yang disebut sebagai kualitas, sangat bergantung pada seberapa baik produk tersebut memenuhi kebutuhan konsumen yang dinyatakan atau yang tersirat. Pentingnya kualitas suatu produk tidak dapat diremehkan, karena hal ini dapat membawa perusahaan menuju kesuksesan atau bahkan menuju kegagalan (Pratama & Paludi, 2024).

Penelitian mengenai faktor-faktor yang memengaruhi harga dan permintaan cabai telah banyak dilakukan dengan hasil yang beragam. (Kolibu et al., 2024) menemukan bahwa produksi, luas lahan, curah hujan, dan inflasi secara simultan memengaruhi harga cabai merah di Kota Manado. Penelitian di Kota Jambi oleh Putra (2024) mengungkapkan bahwa pasokan cabai merah, harga cabai rawit, dan konsumsi cabai merah memiliki pengaruh signifikan, sementara hari besar keagamaan tidak berpengaruh. Senada dengan itu, Ramadani (2023) menemukan bahwa hampir seluruh variabel yang diteliti, termasuk harga bulan sebelumnya dan curah hujan, berpengaruh signifikan terhadap harga cabai di Provinsi Jambi, kecuali luas panen.

Yuliani et al. (2023) menyatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi besarnya biaya dan pendapatan dibagi kedalam dua golongan yaitu: faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal terdiri dari umur petani, pendidikan, pengetahuan, pengalaman, keterampilan, jumlah tenaga kerja keluarga, luas lahan dan modal. Sedangkan faktor eksternal dari segi faktor produksi (*input*) terbagi dalam dua hal, yaitu ketersediaan dan harga, ketika ketersediaan bahan input langka maka mempengaruhi terhadap harga barang input tersebut menjadi mahal. Kemudian dalam segi faktor produksi (*output*) terbagi dalam dua hal, yaitu Permintaan dan Harga, jika permintaan akan hasil produksi tinggi maka harga di tingkat petani tinggi, akibat peristiwa tersebut maka pendapatan yang didapat petani menjadi tinggi (Andrias et al., 2017). Sebaliknya, jika petani telah berhasil meningkatkan produksi, tetapi permintaan hasil produksi menurun maka harga jual hasil produksi menjadi rendah, akibat peristiwa tersebut pendapatan petani akan rendah.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka perlu di lakukan penelitian untuk menganalisis faktor faktor yang mempengaruhi harga jual cabai di Pasar Tapen, Kecamatan Kudu, Kabupaten Jombang.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode

deskriptif asosiatif yang bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian cabai (*Capsicum annuum* L.) di Pasar Tapen, Kecamatan Kudu, Kabupaten Jombang. Pendekatan kuantitatif dipilih karena mampu mengukur hubungan antarvariabel secara objektif melalui pengumpulan data numerik dan analisis statistik sehingga dapat menghasilkan kesimpulan yang bersifat empiris (Sugiyono, 2022). Penelitian asosiatif digunakan karena penelitian ini berfokus pada pengujian hubungan sebab-akibat antara variabel independen, yaitu harga (X1) dan kualitas produk (X2), dengan variabel dependen yaitu keputusan pembelian (Y).

Penelitian dilaksanakan selama tiga bulan, yaitu mulai dari Mei hingga Juli 2025 di Pasar Tapen, Kecamatan Kudu, Kabupaten Jombang. Pemilihan lokasi dilakukan secara *purposive* dengan mempertimbangkan bahwa Pasar Tapen merupakan pasar tradisional yang strategis dan representatif untuk studi tentang cabai di daerah tersebut, serta memiliki karakteristik konsumen yang beragam, sehingga dinilai representatif untuk mengkaji perilaku pembelian cabai. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner secara langsung kepada responden yang memenuhi kriteria penelitian, serta wawancara terstruktur dan dokumentasi. Sebelum digunakan sebagai instrumen penelitian, seluruh butir pernyataan diuji validitas dan reliabilitasnya. Uji validitas dilakukan menggunakan korelasi *Product Moment* Pearson dengan taraf signifikansi 5%. Instrumen dinyatakan valid apabila nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 atau nilai koefisien korelasi lebih besar daripada nilai *r*-tabel. Selanjutnya, uji reliabilitas dilakukan menggunakan koefisien *Cronbach's Alpha*. Instrumen dinyatakan reliabel apabila memiliki nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,60 sehingga dapat digunakan sebagai alat ukur yang konsisten (Ghozali, 2018).

Analisis data dilakukan menggunakan bantuan perangkat lunak IBM SPSS Statistik versi 25. Tahapan analisis meliputi analisis deskriptif, uji asumsi klasik yang terdiri atas uji normalitas (*Kolmogorov-Smirnov*), uji multikolinearitas (VIF dan *Tolerance*), dan uji heteroskedastisitas (uji Glejser), kemudian dilanjutkan dengan analisis regresi linier berganda untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil analisis menunjukkan bahwa seluruh instrumen penelitian telah memenuhi persyaratan validitas dan reliabilitas sehingga layak digunakan sebagai alat pengumpulan data. Pengujian asumsi klasik juga menunjukkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas, tidak terjadi multikolinearitas maupun heteroskedastisitas, sehingga analisis regresi linier berganda dapat digunakan untuk menguji pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian cabai di Pasar Tapen. Persamaan regresi yang

diperoleh menunjukkan bahwa koefisien regresi harga sebesar 0,099 dan kualitas produk sebesar 0,871, yang berarti kedua variabel memiliki arah pengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Selain itu, hasil uji parsial menunjukkan bahwa harga maupun kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai signifikansi masing-masing sebesar 0,002 dan 0,000 ($<0,05$). Hasil uji simultan juga menunjukkan bahwa kedua variabel secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian ($F = 1060,124$; $p < 0,05$), sedangkan koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) sebesar 0,955 menunjukkan bahwa 95,5% variasi keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh harga dan kualitas produk, sedangkan sisanya sebesar 4,5% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian.

Instrumen penelitian perlu diuji validitas dan reliabilitasnya untuk memastikan bahwa setiap butir pernyataan mampu mengukur variabel yang diteliti secara tepat dan konsisten. Pengujian instrumen dilakukan menggunakan bantuan perangkat lunak statistik IBM SPSS versi 25. Uji validitas bertujuan untuk mengetahui sejauh mana setiap butir pernyataan dalam kuesioner mampu mengukur konsep yang ingin diteliti. Suatu item dinyatakan valid apabila memiliki nilai signifikansi kurang dari 0,05 dan nilai koefisien korelasi lebih besar dibandingkan dengan nilai *r*-tabel.

Berdasarkan Tabel 2 diketahui bahwa seluruh item pernyataan pada variabel harga, kualitas produk, dan keputusan pembelian memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 atau lebih kecil dari 0,05. Selain itu, seluruh nilai korelasi item terhadap skor total menunjukkan hubungan yang kuat, sehingga seluruh item dinyatakan valid. Hasil tersebut menunjukkan bahwa setiap indikator mampu merepresentasikan konstruk yang diukur dan layak digunakan dalam penelitian. Validitas instrumen yang tinggi menunjukkan bahwa butir pernyataan yang digunakan mampu menggambarkan persepsi responden mengenai harga, kualitas produk, dan keputusan pembelian secara tepat. Instrumen yang valid akan menghasilkan data yang lebih akurat sehingga kesimpulan penelitian dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah. Menurut Hair & Alamer (2022), instrumen penelitian yang memiliki korelasi item yang baik menunjukkan bahwa setiap indikator mampu merefleksikan konstruk yang diukur. Pendapat tersebut juga diperkuat oleh Saidah et al. (2026) yang menyatakan bahwa instrumen yang valid merupakan syarat utama sebelum dilakukan analisis regresi, karena kualitas data akan menentukan kualitas hasil penelitian.

Selain memenuhi kriteria validitas, instrumen penelitian juga harus memiliki tingkat reliabilitas yang baik. Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui konsistensi jawaban responden terhadap setiap item pernyataan. Instrumen dinyatakan reliabel apabila memiliki nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,60. Hasil pengujian

Nilai reliabilitas yang tinggi menunjukkan bahwa setiap indikator dalam variabel harga, kualitas produk, dan keputusan pembelian saling mendukung dalam mengukur konstruk yang sama. Saidah et al. (2026) menjelaskan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* di atas 0,70 menunjukkan instrumen telah memenuhi syarat reliabilitas, instrumen yang reliabel akan menghasilkan data yang stabil sehingga analisis statistik yang dilakukan menjadi lebih akurat.

Uji asumsi klasik dalam penelitian ini meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas. Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah data residual dalam model regresi berdistribusi normal. Penelitian ini menggunakan uji *One Sample Kolmogorov-Smirnov*. Data dikatakan berdistribusi normal apabila nilai signifikansi (*Asymp. Sig.*) lebih besar dari 0,05. nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,145, lebih besar dari taraf signifikansi 0,05. Hasil tersebut menunjukkan bahwa data residual dalam penelitian ini berdistribusi normal. Dengan demikian, model regresi telah memenuhi salah satu asumsi dasar dalam analisis regresi linier berganda sehingga dapat digunakan untuk pengujian hipotesis.

Distribusi data yang normal menunjukkan bahwa penyebaran residual berada di sekitar nilai rata-rata dan tidak mengalami penyimpangan yang berarti. Kondisi ini mengindikasikan bahwa model regresi mampu menggambarkan hubungan antara variabel harga, kualitas produk, dan keputusan pembelian dengan baik.

Uji multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan yang sangat kuat antarvariabel independen dalam model regresi. Model regresi yang baik tidak mengalami gejala multikolinearitas. Pengujian dilakukan menggunakan nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Suatu model dinyatakan bebas dari multikolinearitas apabila nilai *Tolerance* > 0,10 dan VIF <

10. Variabel harga dan kualitas produk memiliki nilai *Tolerance* sebesar 0,440 dan VIF sebesar 2,274. Nilai tersebut telah memenuhi kriteria pengujian karena nilai *tolerance* lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF jauh di bawah 10. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengalami gejala multikolinearitas.

Tidak ditemukannya multikolinearitas menunjukkan bahwa variabel harga dan kualitas produk merupakan dua variabel yang berdiri sendiri dan masing-masing memberikan kontribusi terhadap keputusan pembelian. Dengan demikian, pengaruh setiap variabel independen dapat diinterpretasikan secara lebih jelas tanpa dipengaruhi oleh hubungan yang tinggi antarvariabel.

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah terjadi ketidaksamaan varians residual pada model regresi. Penelitian ini menggunakan uji Glejser dengan melihat nilai signifikansi masing-masing variabel independen. Model regresi dinyatakan bebas dari heteroskedastisitas

apabila nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Variabel harga memiliki nilai signifikansi sebesar 0,998, sedangkan variabel kualitas produk sebesar 0,670. Kedua nilai tersebut lebih besar dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengalami gejala heteroskedastisitas.

Tidak ditemukannya heteroskedastisitas menunjukkan bahwa varians residual pada model regresi bersifat konstan atau homogen. Kondisi tersebut mengindikasikan bahwa kesalahan prediksi model tidak dipengaruhi oleh perubahan nilai variabel independen, sehingga estimasi koefisien regresi menjadi lebih efisien.

Berdasarkan hasil uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas, seluruh asumsi klasik dalam penelitian ini telah terpenuhi. Dengan demikian, model regresi linier berganda yang digunakan telah memenuhi persyaratan analisis sehingga dapat digunakan untuk menguji pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian cabai di Pasar Tapan.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian cabai di Pasar Tapan, Kecamatan Kudu, Kabupaten Jombang. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis menggunakan uji t diperoleh bahwa variabel harga memiliki nilai signifikansi sebesar 0,002 atau lebih kecil dari 0,05, sehingga hipotesis pertama diterima. Hasil tersebut menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian cabai di Pasar Tapan. Artinya, semakin baik persepsi konsumen terhadap harga yang ditawarkan, semakin tinggi pula kecenderungan konsumen untuk melakukan pembelian.

Berdasarkan hasil distribusi jawaban responden, indikator harga dengan nilai rata-rata tertinggi terdapat pada pernyataan bahwa harga cabai di Pasar Tapan dapat dijangkau dengan mudah oleh seluruh konsumen dengan skor rata-rata sebesar 3,41. Temuan ini menunjukkan bahwa mayoritas responden menilai harga cabai di Pasar Tapan masih relatif terjangkau. Kondisi ini dapat terjadi karena Pasar Tapan merupakan pasar tradisional yang menjadi pusat perdagangan masyarakat sekitar Kecamatan Kudu, sehingga harga yang ditawarkan cenderung menyesuaikan daya beli masyarakat setempat. Sebaliknya, indikator dengan nilai rata-rata terendah terdapat pada pernyataan bahwa harga cabai di Pasar Tapan mampu menarik perhatian saya untuk membeli dengan skor rata-rata sebesar 3,00. Hasil ini menunjukkan bahwa konsumen tidak hanya mempertimbangkan aspek keterjangkauan harga, tetapi juga mengevaluasi manfaat lain yang diperoleh sebelum memutuskan membeli cabai.

Hasil penelitian ini sejalan dengan fenomena yang ditemukan, yaitu ketika harga cabai mengalami kenaikan yang cukup tinggi, sebagian konsumen cenderung mengurangi jumlah pembelian. Fluktuasi harga cabai yang sering

terjadi di Pasar Tapen menyebabkan konsumen menjadi lebih sensitif terhadap perubahan harga. Oleh karena itu, pedagang perlu menetapkan harga yang sesuai dengan kondisi pasar dan daya beli masyarakat agar minat pembelian tetap terjaga. Harga yang dianggap wajar dan sesuai dengan kualitas produk akan meningkatkan keyakinan konsumen untuk melakukan pembelian. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan temuan Putra (2024) mengungkapkan bahwa pasokan cabai merah, harga cabai rawit, dan konsumsi cabai merah berpengaruh signifikan terhadap harga cabai merah di Kota Jambi.

Tujuan penelitian berikutnya adalah menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian cabai di Pasar Tapen, Kecamatan Kudu, Kabupaten Jombang. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa variabel kualitas produk memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 atau lebih kecil dari 0,05, sehingga hipotesis kedua diterima. Hasil tersebut menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Bahkan, dibandingkan dengan variabel harga, kualitas produk merupakan variabel yang memberikan pengaruh paling dominan terhadap keputusan pembelian cabai di Pasar Tapen, yang dibuktikan dengan nilai koefisien regresi kualitas produk (0,871) yang jauh lebih besar dibandingkan koefisien harga (0,099), serta nilai t-hitung kualitas produk (21,592) yang lebih tinggi dibandingkan nilai t-hitung harga (3,164).

Hasil distribusi jawaban responden menunjukkan bahwa indikator kualitas produk dengan skor tertinggi berkaitan dengan kebersihan cabai di Pasar Tapen dengan skor rata-rata sebesar 3,41. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen sangat memperhatikan kualitas visual produk sebelum melakukan pembelian. Sebaliknya, indikator dengan skor terendah berkaitan dengan daya tahan cabai atau kondisi cabai yang tidak mudah rusak dan tidak cepat busuk dengan skor rata-rata sebesar 3,00. Meskipun demikian, nilai rata-rata yang diperoleh masih berada dalam kategori baik, sehingga secara umum konsumen tetap memberikan penilaian positif terhadap kualitas cabai yang dijual.

Temuan ini sangat relevan dengan fenomena yang dijelaskan pada latar belakang penelitian, yaitu adanya kesulitan yang dihadapi pedagang dalam memperoleh pasokan cabai berkualitas ketika cuaca tidak menentu. Kondisi cuaca yang tidak stabil dapat memengaruhi kualitas hasil panen sehingga berdampak pada kualitas cabai yang dipasarkan. Dalam kondisi tersebut, konsumen akan semakin selektif dalam memilih produk yang akan dibeli. Apabila kualitas cabai yang tersedia menurun, maka konsumen cenderung mempertimbangkan kembali keputusan pembeliannya meskipun harga yang ditawarkan relatif terjangkau.

Hasil penelitian ini juga memiliki kesinambungan dengan penelitian Kolibu et al. (2024) yang menemukan bahwa produksi, luas lahan, curah hujan, dan inflasi secara simultan berpengaruh terhadap harga cabai merah di Kota

Manado. Faktor-faktor tersebut pada dasarnya memengaruhi kualitas cabai yang dihasilkan, karena produksi dan kondisi lahan sangat menentukan kualitas fisik cabai yang dijual di pasar. Penelitian Ramadani (2023) juga menambahkan bahwa luas panen dan curah hujan berpengaruh signifikan terhadap harga cabai merah di Provinsi Jambi, yang mengindikasikan bahwa kualitas cabai sangat dipengaruhi oleh faktor alam dan produksi.

Berdasarkan hasil uji simultan (uji F), diperoleh nilai F-hitung sebesar 1060,124 dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel Harga dan Kualitas Produk secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian cabai di Pasar Tapen, Kecamatan Kudu, Kabupaten Jombang. Dengan demikian, keputusan pembelian konsumen tidak hanya dipengaruhi oleh satu faktor saja, tetapi merupakan hasil dari kombinasi antara persepsi terhadap harga yang sesuai dan kualitas produk yang mampu memenuhi harapan konsumen. Kedua variabel tersebut menjadi faktor penting yang perlu diperhatikan oleh pedagang dalam meningkatkan daya saing dan mempertahankan loyalitas konsumen.

Hasil analisis deskriptif variabel Keputusan Pembelian menunjukkan bahwa indikator dengan nilai rata-rata tertinggi terdapat pada pernyataan "Saya percaya cabai di Pasar Tapen mampu memenuhi kebutuhan konsumen" dengan skor rata-rata sebesar 3,24, sedangkan indikator dengan nilai rata-rata terendah terdapat pada pernyataan "Saya selalu membeli cabai di Pasar Tapen meskipun banyak pilihan di tempat lain" dengan skor rata-rata sebesar 3,19. Hasil tersebut menunjukkan bahwa secara umum responden memiliki tingkat kepercayaan yang cukup tinggi terhadap kemampuan cabai di Pasar Tapen dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Namun demikian, loyalitas konsumen terhadap Pasar Tapen masih belum sepenuhnya kuat, yang dapat dipengaruhi oleh adanya pasar lain maupun pedagang sayur keliling yang menawarkan produk serupa.

Penelitian ini menunjukkan bahwa konsumen Pasar Tapen mempertimbangkan harga dan kualitas produk secara bersamaan sebelum mengambil keputusan pembelian. Ketika harga cabai meningkat namun kualitas produk tetap baik dan sesuai harapan konsumen, maka sebagian konsumen masih bersedia melakukan pembelian. Sebaliknya, apabila harga tinggi namun kualitas produk menurun, maka keputusan pembelian cenderung mengalami penurunan. Hal ini menunjukkan bahwa harga dan kualitas produk merupakan dua faktor yang tidak dapat dipisahkan dalam memengaruhi perilaku konsumen. Temuan ini memiliki kesinambungan yang kuat dengan hasil penelitian Bachtiar & Rifin (2020) di Jawa Barat yang juga menemukan bahwa harga cabai merah di tingkat konsumen, harga cabai rawit di tingkat konsumen, dan konsumsi cabai merah memengaruhi harga cabai merah, sementara produksi cabai merah tidak berpengaruh signifikan. Dengan demikian, hasil penelitian ini

memperkuat konsistensi temuan penelitian-penelitian terdahulu yang menunjukkan bahwa fenomena ekonomi, khususnya harga dan keputusan pembelian cabai, tidak hanya dipengaruhi oleh satu variabel saja, melainkan oleh beberapa faktor yang saling berinteraksi.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa variabel Harga (X1) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) cabai (*Capsicum annuum* L.) di Pasar Tapen, Kecamatan Kudu, Kabupaten Jombang. Hal tersebut dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar $0,002 < 0,05$ serta nilai t-hitung sebesar 3,164, yang menunjukkan bahwa hipotesis penelitian diterima. Temuan ini mengindikasikan bahwa harga menjadi salah satu faktor utama yang dipertimbangkan konsumen dalam menentukan keputusan pembelian. Keterjangkauan harga, kesesuaian antara harga dengan kualitas yang diterima, serta kemampuan harga dalam menarik perhatian konsumen mampu meningkatkan minat masyarakat untuk memilih cabai di Pasar Tapen sebagai kebutuhan pangan sehari-hari.

Selain harga, variabel Kualitas Produk (X2) juga terbukti secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) cabai di Pasar Tapen. Hasil pengujian menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dengan nilai t-hitung sebesar 21,592, sehingga hipotesis kedua dinyatakan diterima. Hasil ini menunjukkan bahwa kualitas produk merupakan faktor penting yang memengaruhi keputusan konsumen. Konsumen cenderung memilih cabai dengan karakteristik fisik yang baik, seperti bentuk yang besar dan segar, ukuran yang sesuai, warna yang menggoda, kesegaran produk, daya tahan yang baik, serta kebersihan yang terjaga. Bahkan, dibandingkan dengan variabel harga, kualitas produk merupakan variabel yang memberikan pengaruh paling dominan terhadap keputusan pembelian cabai di Pasar Tapen, yang dibuktikan dengan nilai koefisien regresi kualitas produk (0,871) yang jauh lebih besar dibandingkan koefisien harga (0,099). Dengan demikian, semakin baik kualitas produk yang ditawarkan, semakin tinggi pula kecenderungan konsumen untuk melakukan pembelian.

Berdasarkan hasil uji simultan (uji F), diperoleh nilai F-hitung sebesar 1060,124 dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel Harga dan Kualitas Produk secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian cabai di Pasar Tapen, Kecamatan Kudu, Kabupaten Jombang. Dengan demikian, keputusan pembelian konsumen tidak hanya dipengaruhi oleh satu faktor saja, tetapi merupakan hasil dari kombinasi antara persepsi terhadap harga yang sesuai dan kualitas produk yang mampu memenuhi harapan konsumen. Kedua

variabel tersebut menjadi faktor penting yang perlu diperhatikan oleh pedagang dalam meningkatkan daya saing dan mempertahankan loyalitas konsumen. Nilai koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) sebesar 0,955 menunjukkan bahwa 95,5% variasi keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh harga dan kualitas produk, sedangkan sisanya sebesar 4,5% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian, seperti lokasi, promosi, pelayanan pedagang, ketersediaan produk, gaya hidup, maupun faktor sosial dan budaya.

Penelitian ini membuktikan bahwa harga dan kualitas produk memiliki peran yang sangat penting dalam memengaruhi keputusan pembelian konsumen cabai di Pasar Tapen. Kualitas produk terbukti sebagai faktor yang paling dominan, yang mengindikasikan bahwa konsumen di Pasar Tapen sangat sensitif terhadap kualitas fisik cabai seperti kesegaran, warna, ukuran, dan kebersihan, dan mereka bersedia membayar harga yang lebih tinggi untuk produk dengan kualitas yang baik. Oleh karena itu, pedagang perlu memprioritaskan upaya menjaga dan meningkatkan kualitas produk yang dijual, di samping menetapkan harga yang sesuai dengan kualitas yang ditawarkan, agar konsumen tetap merasa memperoleh manfaat yang sepadan dengan biaya yang dikeluarkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Andrias, A. A., Darusman, Y., & Ramdan, M. (2017). Pengaruh Luas Lahan Terhadap Produksi Dan Pendapatan Usahatani Padi Sawah. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agrofindo Galuh*, 4(1).
- Astana, I. G. M. O., & Ardini, K. (2024). Faktor-Faktor Yang Mendukung Keputusan Pembelian Pada Toko Sandal Panama Singaraja. *Jurnal Artha Satya Dharma*, 17(1), 1–8.
- Bachtiar, Y., & Rifin, A. (2020). *Analisis harga cabai di jawa barat*. Institut Pertanian Bogor.
- Fathurrohman, F., Herison, C., & Rustikawati. (2023). Pertumbuhan dan Hasil 20 Famili F4 Cabai Merah (*Capsicum Annuum* L.) Di Ultisols. *Seminar Nasional Pertanian Pesisir*, (1).
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9* (A. Tejokusumo, Ed.; 9th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Harmudin, G., Pusvita, E., & Purwadi. (2024). Mimbar Agribisnis: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis Analysis of Income and Feasibility of Intercropping Cauliflower and Red Chilli Crops in Swarna Dwipa Village, Semende Tanah Tengah District, Muara Enim District. *Mimbar Agribisnis: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 10(2).
- Irjang, I., linnaninengseh, I., & Auliah, M. R. (2024). Analisa Pertumbuhan Dan Produksi Tanaman Cabai Merah (*Capsicum Annuum* L.) Dengan Aplikasi

- Berbagai Jenis Insektisida Nabati. *Jurnal Agroterpadu*, 3(2), 143.
<https://doi.org/10.35329/ja.v3i2.5674>
- Kolibu, M. F. I., Nainggolan, N., Langi, Y. A. R., Matematika, J., Mipa, F., Ratulangi, S., A T A K U N C I A B S T R A K, I. K., Linear, R., Harga, B., & Merah, C.
(2024). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Harga Cabai Merah di Kota Manado Provinsi Sulawesi Utara Menggunakan Analisis Regresi Linear Berganda L.). In *JURNAL MIPA* (Vol. 13, Number 1).
<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jmuo/index>
- Pratama, M. D., & Paludi, S. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Nirwana Coffee Space Bojonggede. *Journal Of Management Small and Medium Enterprises (SME's)*, 17(3).
- Putra, M. R. J. (2024). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Harga Cabai Merah Di Kota Jambi*. Univeristas Jambi.
- Ramadani, F. (2023). *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Harga Cabai Merah di Provinsi Jambi*. Universitas Jambi.
- Saidah, N., Mawaddah, N., Hidayah, N., Husein, A., & Guru Madrasah Ibtidaiyah STAIN Mandailing Natal, P. (2026). Konsep Reliabilitas dalam Penelitian dan Teknik Pengujiannya. *Educational Journal*, 1(3).
<https://doi.org/10.63822/9f7vte41>
- Siahaan, S. H., Aruan, Y. G. O., & Siahaan, F. (2022). Penyuluhan Pengolahan Cabai Merah (*Capsicum Annum*) Menjadi Sari Cabai Original Untuk Menciptakan Peluang Usaha Bagi Masyarakat Desa Siboruon Kecamatan Balige Kabupaten Toba Samosir. *Indonesian Journal Of Community Service*, 2(2), 106–115.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (29th ed.). Alfabeta.
- Yuliani, E., Berliana, D., Fitriani, & Apriyani, M. (2023). Analisis Pendapatan dan Tingkat Kesejahteraan Rumah Tangga Petani Kopi Di Kecamatan Sumber Jaya Kabupaten Lampung Barat. *Sigmari*, 03(02).
<https://doi.org/10.32764/sigmagri.v3i2.905>