

ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT BELI KONSUMEN BUAH APEL RED DELICIOUS DI ARENA BUAH MATARAM

Analysis of Factors Influencing Consumer Purchase Interest in Red Delicious Apples at Arena Buah Mataram

(Year: 2023, Pages: 20)

Dewa Nyoman Adi Wardana^{*}, Ir. I Gusti Lanang Parta Tanaya, M.App.Sc., Ph.D.^{**},
Ni Made Wirastika Sari, SP., M. Si.^{**}

^{*}Mahasiswa Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Mataram

^{**}Dosen Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Mataram

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk : (1) Mengetahui apakah kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli buah Apel *Red Delicious* di Arena Buah Mataram. (2) Mengetahui Apakah harga berpengaruh terhadap minat beli Apel *Red Delicious* di Arena Buah Mataram. (3) Mengetahui apakah lokasi berpengaruh terhadap minat beli Apel *Red Delicious* di Arena Buah Mataram.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode deskriptif, Unit analisis dalam penelitian ini adalah arena buah Mataram, Penentuan lokasi penelitian dilakukan dengan teknik *Purposive Sampling* atau dilakukan dengan sengaja, Penentuan sampel dilakukan secara *Accidental sampling* sebanyak 100 responden. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa : (1) Pengaruh kualitas produk (X1) terhadap minat beli sesuai dengan pengukuran t-table sebesar 40% dengan nilai *SLF* - 0,25 dan *t-value* yang berarti pengaruh kualitas produk terhadap minat beli buah apel *red delicious* sebesar 40%. (2) Pengaruh harga (X2) terhadap minat beli sesuai dengan pengukuran t-table sebesar 60% dengan nilai *SLF* 0,41 dan *t-value* 0,82 yang berarti pengaruh harga terhadap minat beli buah apel *red delicious* sebesar 60%. (3) Pengaruh tempat (X3) terhadap minat beli sesuai dengan pengukuran t-table sebesar 60% dengan nilai *SLF* 0,25 dan *t-value* 0,83 yang berarti pengaruh tempat terhadap minat beli buah apel *red delicious* sebesar 60%.

Kata kunci : Apel Red Delicious , Kualitas Produk (X1), Harga (X2), Tempat (X3) dan Minat Beli (Y)

ABSTRACT

This study aims to: (1) Knowing whether the quality of the product affects the interest in buying fruit apples *Red Delicious* at Arena Buah Mataram. (2) Knowing whether the price affects the interest in buying Red Delicious Apples at Arena Buah Mataram. (3) Knowing whether the location affects the interest in buying Red

Delicious Apples at Arena buah Mataram The method used in this research is descriptive method.

The unit of analysis in this study was the Arena Buah Mataram. Determining the location of the research was carried out by purposive sampling technique or carried out deliberately. Determining the sample was carried out by accidental sampling of 100 respondents. The type of data used in this research is quantitative data. Sources of data used in this study are primary data and secondary data.

The results showed that: (1) The effect of product quality (X1) on purchase intention is in accordance with the t-table measurement of 40% with a SLF value of -0.25 and a t-value which means the effect of product quality on purchase intention of red delicious apples is 40%. (2) The effect of price (X2) on buying interest is in accordance with the t-table measurement of 60% with an SLF value of 0.41 and a t-value of 0.82, which means that the effect of price on buying interest of red delicious apples is 60%. (3) The effect of place (X3) on buying interest is in accordance with the t-table measurement of 60% with an SLF value of 0.25 and a t-value of 0.83, which means that the effect of place on buying interest of red delicious apples is 60%.

Keywords: Red Delicious Apples, Product Quality (X1), Price (X2), Place (X3) and Purchase Interest (Y)

PENDAHULUAN

Buah Apel adalah jenis buah-buahan subtropis yang salah satu jenis buah yang kandungan lemak jenuhnya rendah dan nol kolesterol serta memiliki berbagai manfaat dalam menunjang kesehatan diantaranya meningkatkan kesehatan jantung, mencegah asma, membersihkan hati, mengurangi kolesterol, serta membantu imunitas tubuh manusia.(Nurdin, Hadayani and Lien, 2017). Hasil-hasil pertanian di Indonesia mampu dijadikan komoditas unggul dalam persaingan global. Indonesia termasuk negara yang berbasis agraris, namun untuk mencukupi kebutuhan dalam negeri masih harus melakukan impor beberapa komoditas-komoditas pertanian yaitu diantaranya buah apel.

Buah apel merupakan buah yang kaya kandungan quercetin, banyak dikonsumsi oleh masyarakat, serta mudah didapatkan. Kandungan quercetin berbeda pada setiap buahnya, bergantung pada varietas, proses pengolahan, kondisi pertumbuhan, nutrisi tanaman, dan lama penyimpanan yang memiliki banyak manfaat yang sangat dibutuhkan untuk nutrisi bagi manusia. Banyaknya manfaat yang dimiliki buah apel mengakibatkan konsumsi buah buahan di Indonesia cukup signifikan. Dengan konsumsi buah apel yang tinggi maka permintaan akan buah apel impor akan signifikan meningkat.

Salah satu daerah di Indonesia yang memiliki permintaan buah Apel cukup signifikan yaitu di Nusa Tenggara Barat (NTB) khususnya kota Mataram, Apel berjenis *red delicious* di jual di berbagai tempat di NTB. Dan salah satunya berada di

pusat perdagangan buah di kota Mataram yaitu “Arena Buah”. Arena buah merupakan salah satu tempat di kota Mataram yang dikhususkan untuk penjualan berbagai buah-buahan, dan di Arena buah juga terdapat 12 pedagang buah dan sebanyak 9 pedagang buah yang berjualan buah apel di sekitarnya. yang beralamat di Jalan Jayengrana No. 5-19, Cilinaya Kecamatan Cakranegara, Kota Mataram, Nusa Tenggara Barat. Impor buah apel pada tahun 2021 cukup tinggi dibandingkan jumlah impor buah lainnya. Jumlah buah impor cukup tinggi karena buah impor selalu tersedia setiap musim dan lebih mudah didapatkan, maka membuat konsumen beralih dari buah lokal ke buah impor (Hikmah, 2013). Salah satu contoh beralihnya konsumsi buah lokal ke buah impor yang diminati konsumen adalah buah apel.

Perilaku pembelian seseorang dapat dikatakan sesuatu yang unik, karena minat dan sikap setiap orang terhadap obyek berbeda-beda. Selain itu, konsumen berasal dari beberapa segmen, sehingga apa yang diinginkan dan dibutuhkan juga berbeda. Karena itu, produsen perlu memahami perilaku konsumen dalam memilih dan membeli suatu produk atau merek yang ada di pasar. Oleh karena itu berbagai tanggapan yang diberikan oleh konsumen perlu diterima sebagai masukan bagi pengembangan dan strategi pemasaran kedepannya. Membuat ketertarikan minat beli terhadap konsumen merupakan yang utama dalam suatu perusahaan. Sehingga peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai

Dari uraian di atas dapat di rumuskan beberapa hal yang menjadi permasalahan, sebagai berikut :(1) Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli buah Apel *Red Delicious* di Arena Buah Mataram ?, (2) Apakah harga berpengaruh terhadap minat beli Apel *Red Delicious* di Arena Buah Mataram?, (3) Apakah lokasi atau tempat berpengaruh terhadap minat beli Apel *Red Delicious* di Arena Buah Mataram?

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif yaitu Metode deskriptif merupakan kelompok manusia, suatu objek, status suatu metode dalam meneliti masa suatu kondisi, suatu sistem pemikiran, ataupun suatu kelas peristiwa pada sama sekarang. Dalam metode deskriptif, ditelitinya masalah normatif bersama dengan status dan sekaligus perbandingan pada fenomena (Nazir, 2014). Unit Analisis dalam penelitian ini adalah Arena Buah Mataram di Kecamatan Cakranegara Kota Mataram. Penentuan lokasi penelitian dilakukan dengan teknik *Purposive Sampling* atau dilakukan dengan sengaja, dengan pertimbangan hanya di arena buah tersebut rata rata pedagang menjual buah apel *red delicious*. Penentuan sampel dilakukan teknik dalam pengambilan respon sebagai sampel secara kebetulan (*Accidental sampling*) sebanyak 100 responden (Sugiyono, 2018).

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

Penelitian ini menggunakan analisis data SEM dengan alat hitung Lisrel, berikut ialah tahapan-tahapan permodelan SEM sebagai berikut;

1. Memasukkan dan merubah data yang sudah diperoleh dari responden dengan program SPSS lalu di pindahkan data tersebut ke dalam program LISREL;
2. Melakukan uji normalitas dengan program LISREL; Menurut Ghozali & Fuad (2008: 37), normalitas dibagi menjadi dua yaitu
 - 1) *Univariate normality* (normalitas univariat),
 - 2) *Multivariate normality* (normalitas multivariat).

Asumsi normalitas dapat diuji dengan nilai statistic z untuk skewness dan kurtosis. Nilai z skewness dan z kurtosis dapat dihitung sebagai berikut

$$Z \text{ skewness} = \frac{\text{Skewness}}{\sqrt{\frac{6}{n}}}$$

$$Z \text{ kurtosis} = \frac{\text{Kurtosis}}{\sqrt{\frac{24}{n}}}$$

Dimana N merupakan nilai Sampel

Apabila nilai z, baik Z kurtosis dan/atau Z skewness signifikan (kurang daripada 0,05 pada tingkat 5 %) maka dapat dikatakan bahwa distribusi data tidak normal. Sebaliknya, jika nilai z, baik Z kurtosis dan/atau Z skewness tidak signifikan (lebih besar daripada 0,05 pada tingkat 5 %) maka dapat dikatakan bahwa distribusi data normal. Sehingga disimpulkan uji normalitas diharapkan hasilnya tidak signifikan. Ketidaknormalitasan data dapat diatasi dengan program LISREL antara lain;

1. Menambahkan estimasi asymptotic covariance matrix. Hal itu akan mengakibatkan estimasi parameter beserta goodness of fit statistic akan dianalisis berdasarkan pada keadaan data yang tidak normal;

2. Mentransformasi data untuk data continous. Data ordinal tidak diperolehkan menggunakan transformasi data karena akan mengakibatkan data sulit diinterpretasikan;

3. Menggunakan metode estimasi selain Maximum Likelihood (ML) seperti Generalized Least Square (GLS) atau Weighted Least Square (WLS); dan

4. Bootstrapping dan Jackknifing yang merupakan metode baru yang mengasumsikan data di-“resampling” dan kemudian dianalisis.

- 3) Membuat spesifikasi dari model

Menggambarkan diagram jalur dengan hybrid model yang merupakan kombinasi dari model pengukuran dan model structural

- 4) Melakukan estimasi model

- a) membuat program SIMPLIS untuk model pengukuran (model CFA);
- b) melakukan estimasi model dengan RML, ML, WLS, atau GLS.

- 5) Menguji kecocokan model

Langkah-langkah menguji kecocokan model yaitu;

- a) menguji kecocokan keseluruhan model (Goodness of Fit)

b) menguji validitas

Menurut (Wijanto, 2008) suatu variabel dikatakan mempunyai validitas yang baik terhadap konstruk atau variabel latennya apabila memenuhi syarat yaitu Nilai t muatan faktornya (*loading factors*) lebih besar dari nilai kritis (atau $\geq 1,96$) dan Muatan faktornya (*standardized loading factors*) $\geq 0,5$

c) menguji reliabilitas

Menurut Wijanto (2008) dikatakan memiliki reliabilitas yang baik adalah jika *Construct Reliability* (CR) $\geq 0,7$; dan *Variance Extracted* (VE) $\geq 0,5$ cara mendapatkan nilai *Construct Reliability* (CR) dan *Variance Extracted* (VE) maka digunakan rumus dibawah ini (Hair, dkk., 2010)

$$CR = \frac{(\sum SLF)^2}{(\sum SLF)^2 + (\sum e)}$$

$$VE = \frac{\sum SLF^2}{\sum SLF^2 + (\sum e)}$$

Ket : CR (*Construct Reliability*) = Konsistensi suatu pengukuran

VE (*Variance Extracted*) = Jumlah varian keseluruhan dalam variabel manifest yang dapat dijelaskan oleh variabel laten

$\sum SLF$ = Jumlah *standar loading factor* masing-masing item

$\sum e$ = Jumlah *error* masing-masing item

(6) Melakukan respesifikasi model

Beberapa cara memodifikasi program SIMPLIS antara lain

- a) Menghapus variabel teramati yang tidak memenuhi syarat validitas dan reliabilitas yang baik;
- b) Memanfaatkan informasi yang terdapat dalam modification indices, yaitu menambahkan path (lintasan) baru diantara variabel teramati dengan variabel laten dan antar variabel laten dan menambahkan error covariance diantara dua buah error variances.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

a. Umur Responden

Umur merupakan suatu tingkat kematangan pikiran seseorang dalam rangka mengambil keputusan tentang apa yang tidak dan yang harus dilakukan.

Tabel 1. Umur Responden buah apel *red delicious* di Arena buah Mataram 2023

Usia	Frekuensi	Persentase (%)
20-25	48	48%
26-35	30	30%
36-45	10	10%
46-55	7	7%
56-65	5	5%
Jumlah	100	100%

Sumber : Data Primer di Olah Tahun 2023

Pada Tabel 1. Tampak bahwa rata-rata pembeli buah apel *red delicious* terbanyak pada usia 20-25 tahun dengan persentase 48%, usia 26-35 tahun dengan persentase 30%, usia 36-45 tahun dengan persentase 10%, usia 46-55 dengan persentase 7%, dan usia paling rendah yaitu usia 56-65 tahun dengan persentase 5%. Berdasarkan hasil karakteristik usia tersebut, sebagian besar konsumen buah apel *red delicious* di Arena buah Mataram terdapat responden pada usia 20-25 tahun sebanyak 48 orang, hal ini dikarenakan rentan usia 20-25 tahun lebih memiliki pemahaman mengenai manfaat apel *red delicious* yang baik dalam menentukan keputusan untuk memilih dan membeli buah apel *red delicious*.

b. Jenis Kelamin

Menurut Hungu (2007) “Jenis kelamin adalah perbedaan antara perempuan dengan laki-laki secara biologis sejak seseorang lahir”. Jenis kelamin secara tidak langsung mempengaruhi kualitas kerja, apalagi dalam hal mengambil keputusan untuk berbelanja jenis kelamin perempuan lebih baik.

Tabel 2. Jenis Kelamin Responden buah apel *red delicious* di Arena buah Mataram 2023

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
Laki-laki	44	44%
Perempuan	56	56%
Jumlah	100	100%

Sumber : Data Primer di Olah Tahun 2023

Berdasarkan Tabel 2. Berdasarkan komposisi responden dengan aspek jenis kelamin, konsumen yang dominan terhadap buah apel di Arena Buah adalah konsumen dengan jenis kelamin perempuan sebanyak 56 orang dengan persentase 56%. Sedangkan laki laki sebanyak 44 orang dengan persentase 44%. Konsumen dengan jenis kelamin perempuan memiliki tingkat persentase yang tinggi yaitu 56% dikarenakan perempuan pada dasarnya memiliki minat berbelanja yang lebih dan dalam hal mengambil keputusan untuk berbelanja jenis kelamin perempuan lebih baik dibandingkan dengan laki laki.

c. Tingkat Pendidikan

Komposisi responden berdasarkan aspek tingkat pendidikan dapat dilihat pada Tabel 3. sebagai berikut;.

Tabel 3. Tingkat Pendidikan Responden buah apel *red delicious* di Arena buah Mataram 2023

Tingkat Pendidikan	Frekuensi	Persentase (%)
SMP	4	4%
SMK	5	5%
SMA	32	32%
Diploma	5	5%
S1	49	49%
S2	5	5%
Jumlah	100	100%

Sumber : Data Primer di Olah Tahun 2023

Tabel 3 tingkat pendidikan konsumen buah apel *red delicious* di arena buah Mataram yaitu dengan pendidikan Sarjana (S1) sebanyak 49 orang dengan persentase 49%, tingkat pendidikan SMP sebanyak 4 orang dengan persentase 4%, tingkat pendidikan SMK sebanyak 5 orang dengan persentase 5%, tingkat pendidikan SMA sebanyak 32 orang dengan persentase 32%, dan tingkat pendidikan Diploma, S2 dengan tingkat SMA memiliki tingkat konsumen yang sama sebanyak 5 orang dengan persentase 5%. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan rata rata konsumen buah apel *red delicious* yaitu pada tingkat Sarjana (S1) dikarenakan tingkat pendidikan pada taraf baik dalam menentukan pemilihan buah apel sesuai dengan kebutuhannya.

d. Pekerjaan

Komposisi responden berdasarkan aspek pekerjaan dapat dilihat pada Tabel 4. sebagai berikut;

Tabel 4. Pekerjaan responde buah apel *red delicious* di Arena buah Mataram 2023

Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
Mahasiswa	25	25%
IRT	10	10%
Pegawai Swasta	23	23%
PNS	12	12%
Wiraswasta	10	10%
Lainnya	20	20%
Jumlah	100	100%

Sumber : Data Primer di Olah Tahun 2023

Tabel 4. dapat diketahui bahwa pekerjaan responden yang merupakan konsumen buah apel red delicious di arena buah Mataram cukup beragam. Responden mahasiswa sebanyak 25 orang dengan persentase 25%, pekerjaan sebagai pegawai swasta sebanyak 23 orang dengan persentase 23% orang, profesi sebagai PNS sebanyak 12 orang dengan persentase 12%, kemudian yang bekerja sebagai wiraswasta dan IRT masing-masing sebanyak 10 orang dengan persentase 10% dan pekerjaan lainnya seperti pedagang, kasir, barista dan lain lain sebanyak 20 orang atau 20%. Responden terbanyak berdasarkan pekerjaan yaitu pada mahasiswa sebanyak 25 orang dengan persentase 25%. Perbedaan jenis pekerjaan juga membedakan jenis pendapatan tiap individu yang membuat jumlah konsumsi apel akan dibatasi oleh pendapatan responden serta harga buah tersebut.

e. Pendapatan

Komposisi responden berdasarkan aspek pendapatan dapat dilihat pada Tabel 5. sebagai berikut;

Tabel 5. Pendapatan Responden Usahatani Agroforestry di Desa Senaru Tahun 2022

Pendapatan	Frekuensi	Persentase
< 1.000.000	36	36%
1.000.000-1.999.999	16	16%
2.000.000-2.999.999	24	24%
>3.000.000	24	24%
Jumlah	100	100%

Sumber : Data Primer di Olah Tahun 2023

Pada tabel 5. diperoleh responden atau konsumen buah apel di arena buah Mataram dengan pendapatan < 1.000.000 sebanyak 36 orang dengan persentase sebesar 36%, kemudian pendapatan 1.000.000-1.999.999 juta sebanyak 16 orang

dengan persentase sebanyak 16%, pendapatan 2.000.000-2.999.999 juta dan > 3.00.00 masing-masing sebanyak 24 orang atau persentase sebanyak 24%. Tingkat pendapatan konsumen mempengaruhi konsumsi konsumen. Semakin tinggi pendapatan seseorang, maka daya beli juga semakin tinggi dengan melihat sudut pandang dari apel itu sendiri.

1. Uji Normalitas

Dalam menganalisis data menggunakan Structural Equation Modeling, persebaran data yang digunakan harus memenuhi asumsi yang disyaratkan dalam analisis. Syarat data yang dapat diolah dengan metode ini salah satunya adalah normalitas, artinya jika data yang digunakan dalam analisis tidak terdistribusi normal multivariat, maka tingkat validitas hasil pengolahannya menjadi kurang baik. Menurut Ghazali & Fuad (2008: 37), normalitas dibagi menjadi dua yaitu

1. *Univariate normality* (normalitas univariat)
2. *Multivariate normality* (normalitas multivariat)

Normalitas dapat diuji dengan nilai statistik z, baik z kurtosis dan/atau z skewness apabila kurang daripada 0,05 pada tingkat 5 % maka dapat dikatakan bahwa distribusi data tidak normal. Sebaliknya, jika nilai z, baik z kurtosis dan/atau z skewness apabila lebih besar daripada 0,05 pada tingkat 5 %) maka dapat dikatakan bahwa distribusi data normal. Sehingga disimpulkan uji normalitas diharapkan hasilnya tidak signifikan (Ghozali & Fuad, 2008: 37)

Normalitas univariat dan normalitas multivariat data yang digunakan dalam analisis ini dapat diuji normalitasnya, seperti yang disajikan dalam Gambar 1 dan Gambar 2 berikut ini

Test of Univariate Normality for Continuous Variables							
Variable	Skewness		Kurtosis		Skewness and Kurtosis		
	Z-Score	P-Value	Z-Score	P-Value	Chi-Square	P-Value	
X1.1	-1.156	0.248	0.947	0.343	2.234	0.327	
X1.2	-2.124	0.034	1.581	0.114	7.008	0.030	
X1.3	-1.909	0.056	-0.478	0.633	3.875	0.144	
X2.1	-1.598	0.110	-1.037	0.300	3.627	0.163	
X2.2	-2.418	0.016	-0.478	0.633	6.074	0.048	
x2.3	-1.565	0.118	0.298	0.766	2.539	0.281	
X3.1	-3.365	0.001	1.284	0.199	12.969	0.002	
X3.2	0.258	0.796	-4.677	0.000	21.938	0.000	
X3.3	-3.314	0.001	1.036	0.300	12.057	0.002	
Y1	-1.957	0.050	1.201	0.230	5.271	0.072	
Y2	-1.142	0.254	-1.880	0.060	4.838	0.089	
Y3	-1.285	0.199	0.070	0.944	1.655	0.437	
Y4	-0.026	0.979	-0.594	0.553	0.353	0.838	

Gambar 1. Uji Normalitas Univariat

Sumber: Data diolah, 2023

Dalam uji normalitas di atas, data dapat dikatakan berdistribusi normal apabila P-Value Skewness dan Kurtosis $> 0,05$. Normalitas univariate menunjukkan hasil pengujian normalitas untuk setiap variabel. Berdasarkan hasil output diatas dapat dilihat bahwa variabel yang memenuhi normalitas adalah variabel warna produk(X1.1), ukuran produk (X1.3), kesesuaian harga dengan kualitasnya (X2.1), kesesuaian manfaat (X2.3), ketertarikan produk (Y1), ketersediaan produk (Y2), situasi pembelian (Y3), dan kenyamanan dalam berbelanja (Y4) karena P-Value Skewness dan Kurtosis $> 0,05$. Tetapi ada beberapa variabel yang memiliki masalah dengan normalitas yaitu pada rasa produk (X1.2), harga terjangkau (X2.2), mudah dijangkau (X3.1), area parkir (X3.2), dekat dengan pusat perbelanjaan (X3.3).

Relative Multivariate Kurtosis = 1.115

Test of Multivariate Normality for Continuous Variables

Skewness			Kurtosis			Skewness and Kurtosis	
Value	Z-Score	P-Value	Value	Z-Score	P-Value	Chi-Square	P-Value
43.126	7.472	0.000	217.415	4.727	0.000	78.173	0.000

Gambar 2. Uji Normalitas Multivariat Yang Telah Ditransformasi
Sumber: Data diolah, 2023

Berdasarkan hasil output diatas dapat dilihat bahwa normalitas multivariat tidak berdistribusi normal karena P-Value untuk skewness dan kurtosis $0,000 < 0,05$

Untuk mengatasi ketidaknormalan tersebut, peneliti menggunakan fitur Normal Scores pada program LISREL untuk mentransformasi data menjadi normal.

Test of Univariate Normality for Continuous Variables

Variable	Skewness		Kurtosis		Skewness and Kurtosis	
	Z-Score	P-Value	Z-Score	P-Value	Chi-Square	P-Value
X1.1	-0.617	0.537	0.544	0.586	0.677	0.713
X1.2	-0.647	0.518	-1.439	0.150	2.490	0.288
X1.3	-0.614	0.539	-0.529	0.597	0.657	0.720
X2.1	-1.081	0.280	-1.378	0.168	3.068	0.216
X2.2	-1.223	0.221	-1.576	0.115	3.978	0.137
x2.3	-0.664	0.507	-0.127	0.899	0.457	0.796
X3.1	-1.461	0.144	-1.130	0.259	3.412	0.182
X3.2	0.540	0.589	-2.090	0.037	4.657	0.097
X3.3	-1.729	0.084	-1.538	0.124	5.355	0.069
Y1	-0.670	0.503	-0.305	0.760	0.542	0.763
Y2	-0.682	0.495	-1.745	0.081	3.512	0.173
Y3	-0.499	0.617	-0.433	0.665	0.437	0.804
Y4	-0.377	0.706	-0.525	0.599	0.418	0.811

Gambar 3. Uji Normalitas Univariat Yang Telah Ditransformasi
Sumber: Data diolah, 2023

Setelah dilakukan transformasi, untuk normalitas univariat dapat dikatakan normal dimana P-Value untuk skewness dan kurtosis > 0,05 Sedangkan untuk normalitas multivariat dapat dilihat pada gambar 4.4 sebagai berikut;

Relative Multivariate Kurtosis = 1.077

Test of Multivariate Normality for Continuous Variables

Skewness			Kurtosis			Skewness and Kurtosis	
Value	Z-Score	P-Value	Value	Z-Score	P-Value	Chi-Square	P-Value
38.525	5.527	0.000	209.947	3.707	0.000	44.291	0.000

Gambar 4. Uji Normalitas Multivariat Yang Telah Ditransformasi
Sumber: Data diolah, 2023

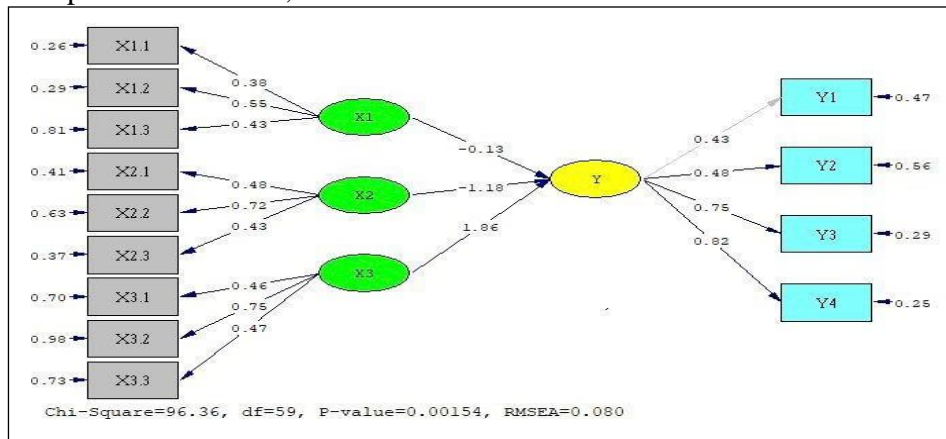
Begitu juga normalitas multivariate, data dapat dikatakan tetap tidak normal dimana P-Value untuk skewness dan kurtosis < 0,05.

Menurut Ghozali & Fuad (2008), ada dua asumsi mengenai ketidaknormalan data. Peneliti menggunakan asumsi yaitu mengestimasi model dengan menggunakan metode Maximum Likelihood (ML), tetapi mengkoreksi standart error dan beberapa goodness of fit indices akibat ketidaknormalan distribusi data.

2. Estimasi Model

Dalam penelitian ini data tidak mengikuti distribusi normal multivariate sehingga berdasarkan asumsi ketidaknormalan data maka model diestimasi dengan menggunakan metode *Maximum Likelihood* (ML), tetapi mengkoreksi standart eror dan beberapa goodness of fit akibat ketidaknormalan distribusi data.

Berdasarkan penelitian ini, hasil estimasi dapat ditunjukkan pada Gambar 5. seperti dibawah ini;



Gambar 5. Diagram Hasil Estimasi Model
Sumber: Data diolah, 2023

2.1 Uji Kecocokan Model Dan Respesifikasi

Tahap estimasi ini menghasilkan solusi yang berisi nilai akhir dari parameter parameter yang diestimasi. Dalam tahap ini, tingkat kecocokan diperiksa antara data dengan model dan melakukan modifikasi data atau disebut respesifikasi model. Tahap pertama yang dilakukan yaitu pengujian terhadap model pengukuran hingga mencapai uji kelayakan model yang baik. Tahap kedua, setelah model didapatkan dengan pengukuran yang baik maka setiap variabel dihubungkan untuk diuji secara structural.

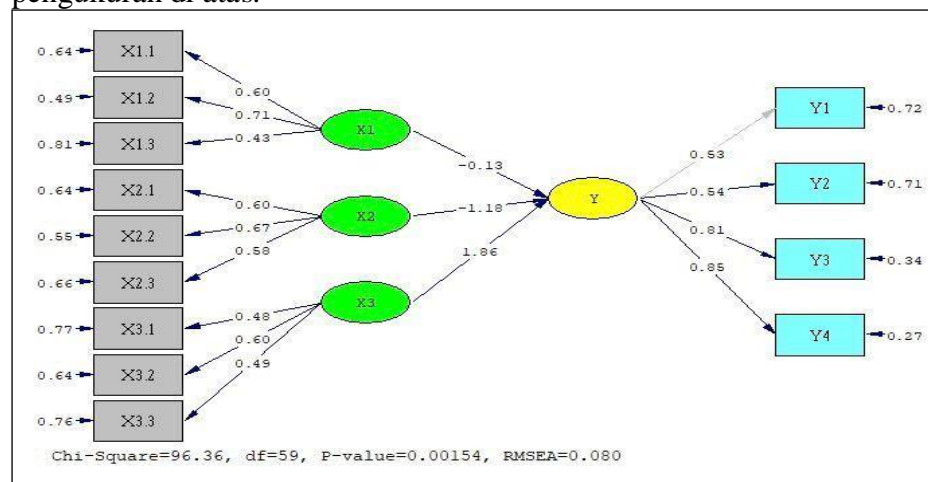
Respesifikasi merupakan tahapan terakhir dalam prosedur analisis data dengan Structural Equation Modelling (SEM). Dalam penelitian ini, respesifikasi dilakukan melalui dua tahap yaitu model pengukuran dan model struktural.

2.2 Uji Kecocokan Dan Respesifikasi Model Pengukuran

Tahap ini melakukan validasi untuk mengetahui apakah faktor-faktor variabel yang digunakan untuk setiap laten sudah sesuai dengan apa yang ingin diukur.

Pada model pengukuran, uji kecocokan model dapat dilihat validitas dan reliabilitas dari model pengukuran. Pertama melakukan uji validitas terhadap model pengukuran yaitu muatan faktor standarnya (Standardized loading factors) $\geq 0,50$.

Pada Gambar 6. diperlihatkan Standardized loading factors dari model pengukuran di atas.



Gambar 6. Diagram Hasil Standardized loading factors

Sumber: Data diolah, 2023

Berdasarkan hasil Gambar 6. diatas, terlihat bahwa nilai Chi-Square semakin kecil semakin baik, p-value $\geq 0,05$. Dan muatan faktor standarnya (Standardized loading factors) $\geq 0,50$. Hal ini berarti model penelitian ini belum memiliki tingkat kecocokan yang baik.

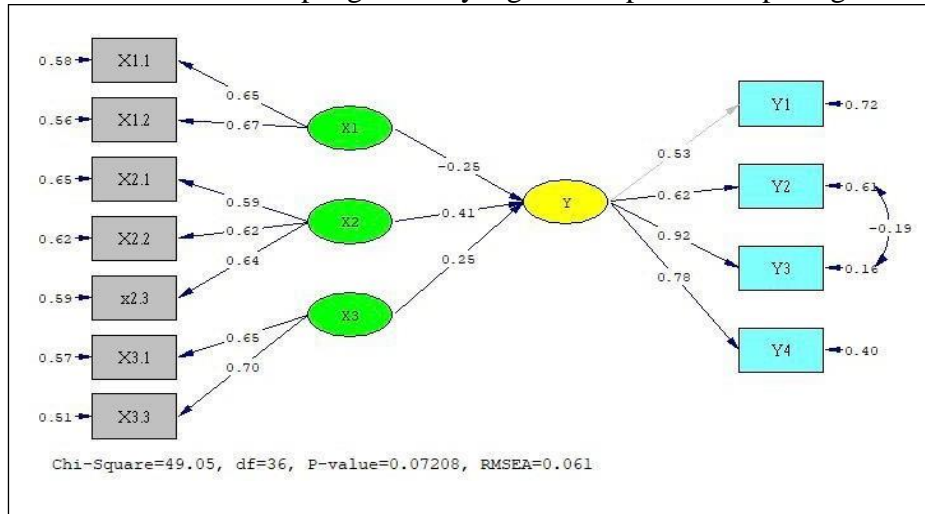
Untuk meningkatkan kecocokan keseluruhan model dapat menggunakan indeks modifikasi (modification indices). Indeks modifikasi dapat dilakukan dengan penambahan lintasan atau penambahan error covariances.

The Modification Indices Suggest to Add an Error Covariance Between and Decrease in Chi-Square New Estimate			
Y3	Y1	8.4	0.16
X3.3	Y3	9.2	-0.18
X3.3	X3.1	14.7	0.32

Gambar 7. Modification Indices

Sumber: Data diolah, 2023

Setelah dilakukan indeks modifikasi, maka diperoleh model pengukuran yang baru. Hasil dari model pengukuran yang baru dapat dilihat pada gambar 8.



Gambar 8. Hasil Standardized loading factors Modifikasi

Sumber: Data diolah, 2023

Dari Gambar 8. di atas, terlihat nilai Chi-Square dan p-value setelah dilakukan indeks modifikasi menunjukkan bahwa model sudah memiliki tingkat kecocokan yang baik. Namun, terdapat 2 variabel yang tidak memenuhi parameter, yaitu variabel ukuran produk (X1.3), dan area parkir (X3.2) yang tidak memenuhi muatan faktor standarnya (*Standardized loading factors*) $\geq 0,50$. Karena variabel ukuran produk (X1.3), dan area parkir (X3.2) tidak dapat menunjukkan kevalidannya sebagai salah satu alat ukur dalam minat beli, maka variabel ukuran produk (X1.3) dan area parkir (X3.2) dihapuskan, alasan peneliti menghapus area parkir (X3.2) yang memenuhi standarnya (*Standardized loading factors*) yaitu setelah melakukan pengujian dengan modifikasi indikator yang lainnya maka dinyatakan dengan menghilangkan indikator area parkir (X3.2) nilai p-value dari 0,00154 menjadi 0,07208 dan chi-square 96,36 menjadi 49,05 sehingga dinyatakan memiliki model kecocokan yang bagus.

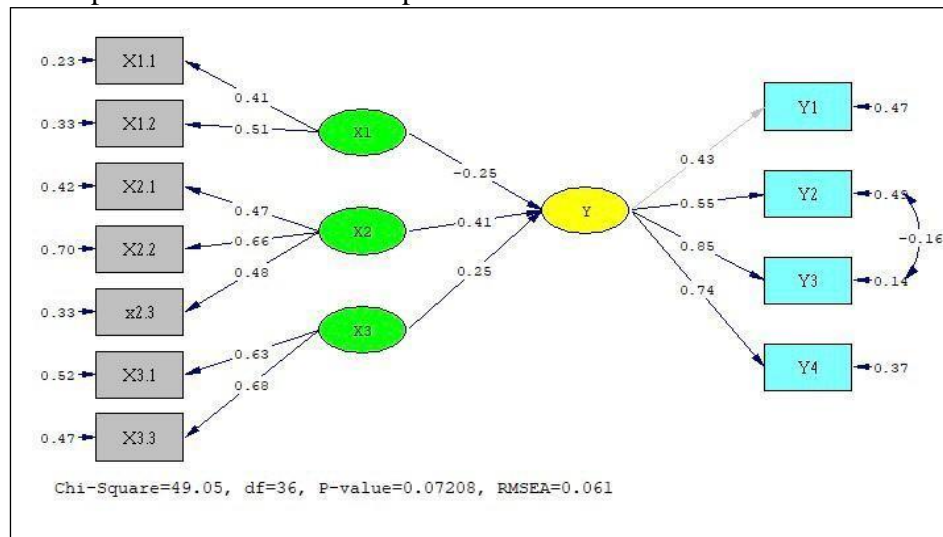
Setelah dilakukan pengujian model tersebut, didapatkan hasil pengukuran keseluruhan model dengan semua nilai variabel teramati valid. Maka tahap selanjutnya melakukan uji kecocokan keseluruhan model.

2.3 Uji Kecocokan Dan Respesifikasi Model Struktural

Pada tahap ini mencakup pemeriksaan terhadap signifikansi koefisien-koefisien yang di estimasi dengan setiap koefisien, dan tahap ini sudah diperoleh kecocokan model yang baik. Sehingga diperoleh Indikator-indikator dari variabel laten menjadi berubah yaitu

- 1) Indikator kualitas produk (X1) menjadi : warna produk (X1.1) dan rasa produk (X1.2);
- 2) Indikator harga (X2) menjadi : kesesuaian harga dengan kualitas (X2.1), harga terjangkau (X2.2), dan kesesuaian harga dengan manfaat (X2.3);
- 3) Indikator tempat (X3) menjadi : mudah dijangkau (X3.1), dan dekat dengan pusat perbelanjaan (X3.3);
- 4) Indikator Y menjadi : ketertarikan produk (Y1), ketersediaan produk (Y2), situasi pembelian (Y3), dan kenyamanan dalam berbelanja (Y4).

Berdasarkan uji kecocokan dan respesifikasi model yang telah dilakukan diperoleh hasil estimasi seperti berikut.



Gambar 9 Hasil Estimasi Model Setelah Modifikasi

Sumber: Data diolah, 2023

2.4 Uji Kecocokan Keseluruhan Model

Hasil perhitungan pengujian kecocokan keseluruhan model dapat dilihat pada Tabel 4.9. Uji kecocokan keseluruhan model pada penelitian ini memiliki *chi-square* sebesar 48.13. Statistik *chi-square* mengikuti uji statistik yang berkaitan dengan persyaratan signifikan, dimana semakin kecil *chi-*

square maka semakin baik kecocokan model data dan *p-value* $\geq 0,05$. Dalam ukuran *Goodness Of Fit* pada model ini, *chi-square* memiliki *p-value* = 0,085 $\geq 0,05$ maka dapat dikatakan model memiliki kecocokan yang baik

Tabel 6. Uji Kecocokan Keseluruhan Model

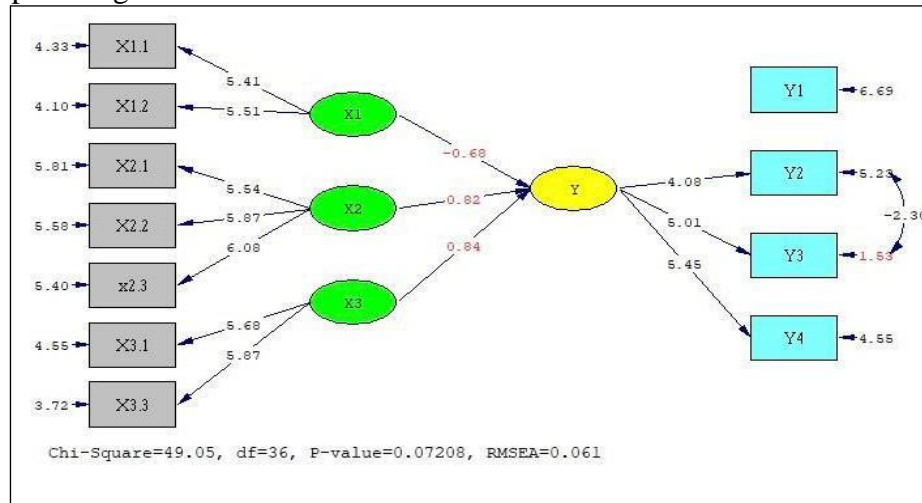
GOF	Tingkat Kecocokan yang dapat diterima	Indeks Model	Ket
<i>Chi-Square</i>	Semakin kecil semakin baik (<i>p-value</i> $\geq 0,05$)	48,13(<i>p</i> =0,085)	Baik (<i>good fit</i>)
NCP	Semakin kecil semakin baik	13,05	Baik (<i>good fit</i>)
GFI	GFI $\geq 0,90$ <i>good fit</i> $0,80 \leq \text{GFI} \leq 0,90$ <i>marginal fit</i>	0,92	Baik (<i>good fit</i>)
RMSR	RMSR $\leq 0,05$ <i>good fit</i>	0,049	Baik (<i>good fit</i>)
RMSEA	RMSEA Nilai ≤ 0.07 (Steiger, 2007) <i>good fit</i>	0,061	Baik (<i>good fit</i>)
ECVI	Nilai yang kecil dan dekat dengan ECVI <i>saturated</i> = 0,68	1,10	Kurang baik
NNFI	NNFI $\geq 0,90$ <i>good fit</i> $0,80 \leq \text{NNFI} \leq 0,90$ <i>marginal fit</i>	0,95	Baik (<i>good fit</i>)
NFI	NFI $\geq 0,90$ <i>good fit</i> $0,80 \leq \text{NFI} \leq 0,90$ <i>marginal fit</i>	0,89	<i>Marginal fit</i>
AGFI	AGFI $\geq 0,90$ <i>good fit</i> $0,80 \leq \text{AGFI} \leq 0,90$ <i>marginal fit</i>	0,85	<i>Marginal fit</i>
RFI	RFI $\geq 0,90$ <i>good fit</i> $0,80 \leq \text{RFI} \leq 0,90$ <i>marginal fit</i>	0,83	<i>Marginal fit</i>
IFI	IFI $\geq 0,90$ <i>good fit</i> $0,80 \leq \text{IFI} \leq 0,90$ <i>marginal fit</i>	0,97	Baik (<i>good fit</i>)
CFI	CFI $\geq 0,90$ <i>good fit</i>	0,97	Baik (<i>good fit</i>)
PGFI	Nilai lebih tinggi lebih baik	0,50	Kurang baik
CN	CFI ≥ 200 baik	121,57	Kurang baik

Sumber: Data diolah, 2023

Berdasarkan Hooper (2008), menilai ukuran kecocokan model dengan melihat nilai chi-square test, RMSEA, CFI DAN RMSR. Oleh karena itu, uji kecocokan menunjukkan model fit maka dapat disimpulkan bahwa model yang digunakan dalam penelitian ini dapat dijadikan dasar analisis terhadap permasalahan penelitian ini.

2.5 Uji Kecocokan Model Pengukuran

Setelah kecocokan model dan data secara keseluruhan adalah baik, maka langkah selanjutnya adalah uji kecocokan model pengukuran. Evaluasi ini akan dilakukan antara sebuah variabel laten dengan beberapa indikator. Gambar 8. adalah path diagram standartized solution dan Gambar 10. adalah path diagram t – value.



Gambar 10. Diagram Alur T-Value

Sumber: Data diolah, 2023

Pada hasil estimasi t-value terdapat variabel yang tidak memiliki lintasan yaitu hubungan Y ke Y1. Hal ini dikarenakan variabel tersebut telah ditetapkan menjadi variance reference yaitu berarti variabel manifes tersebut secara nyata berhubungan dengan variabel latennya. Dengan Gambar 8. dan Gambar 10. diperoleh evaluasi kecocokan model pengukuran yaitu melalui evaluasi terhadap validitas dan evaluasi terhadap reliabilitas, berikut akan dijelaskan hasil evaluasi tersebut.

Suatu variabel dikatakan mempunyai validitas yang baik terhadap konstruk atau variabel latennya jika nilai t muatan faktornya (*loading factors*) lebih besar dari nilai kritis (atau $\geq 1,96$) dan muatan faktor standarnya (*standardized loading factor*) $\geq 0,50$. Dan dikatakan reliabel jika $CR \geq 0,70$ dan $VE \geq 0,50$. Tabel 10. menunjukkan hasil evaluasi terhadap validitas dan reliabilitas masing-masing variabel laten ataupun indikator.

Berdasarkan Tabel 7. diperoleh bahwa terdapat 11 indikator dengan 4 variabel laten dan masing-masing indikator telah lolos uji validitas ($SLF \geq$

0,50 dan nilai *t-value* $\geq 1,96$). Pada variabel laten $CR \geq 0,70$ dan $VE \leq 0,50$ dan maka dapat dikatakan jawaban responden terhadap pertanyaan-pertanyaan yang digunakan untuk mengukur masing-masing konstruk atau indikator adalah konsisten dan nilai reliabilitas pada bisa dikatakan kurang baik.

Tabel 7. Hasil Evaluasi Terhadap Validitas dan Reliabilitas

Variabel Laten	Kode Indikator	Standardized Loading Factor (SLF) $\geq 0,50$	t-value	Ket	CR $\geq 0,70$	VE $\geq 0,50$	Ket
Produk (X1)	X1.1	0,65	5,41	Valid	0,90	0,45	Kurang Baik
	X1.2	0,67	5,51	Valid			
Harga (X2)	X2.1	0,59	5,54	Valid			
	X2.2	0,62	5,87	Valid			
	X2.3	0,64	6,08	Valid			
Tempat (X3)	X3.1	0,65	5,68	Valid			
	X3.3	0,70	5,87	Valid			
Minat Beli (Y)	Y1	0,53	-	Valid			
	Y2	0,62	4,08	Valid			
	Y3	0,92	5,01	Valid			
	Y4	0,78	5,45	Valid			

Sumber: Data diolah, 2023

Evaluasi atau analisis terhadap model struktural mencakup pemeriksaan terhadap signifikansi koefisien-koefisien yang diestimasi, cara mendapatkan nilai *construct reliability* (CR) dan *variance extracted* (VE) maka digunakan rumus dibawah ini (Hair, dkk., 2010)

$$CR = \frac{(\sum SLF)^2}{(\sum SLF)^2 + (\sum e)}$$

$$VE = \frac{\sum SLF^2}{\sum SLF^2 + (\sum e)}$$

Ket : CR (*Countruct Reliability*) = Konsistensi suatu pengukuran

VE (*Variance Extrected*) = Jumlah varian keseluruhan dalam variabel manifest yang dapat dijelaskan oleh variabel laten

$\sum SLF$ = Jumlah *standar loading factor* masing-masing item

$\sum e$ = Jumlah *error* masing-masing item

Berdasarkan output analisis data diperoleh hasil analisis persamaan struktural pada Tabel 8. sebagai berikut.

Variabel laten eksogen	<i>Standardized Coefficient</i>	t-value	Ket	Persentase dengan perhitungan <i>t-table</i>
X1	-0,25	-0,68	Signifikan	40%
X2	0,41	0,82	Signifikan	60%
X3	0,25	0,83	Signifikan	60%

Sumber: Data diolah, 2023

Dari hasil penelitian diperoleh persamaan struktural $Y = -0,25X1 + 0,41X2 + 0,25X3$. Berdasarkan Tabel 4.11 mengenai persamaan struktural dapat dijelaskan bahwa variabel produk sebagai X1 dengan nilai -0,25 dan *t-value* -0,68 menunjukkan bahwa variabel produk (X1) berdasarkan perhitungan *t-table* signifikan dengan nilai persentase 40% hubungan produk (X1) terhadap minat beli buah apel red delicious. Variabel harga sebagai X2 dengan nilai 0,41 dan *t-value* 0,82 menunjukkan bahwa variabel X2 (harga) berpengaruh secara signifikan berdasarkan dengan persentase perhitungan *t-table* dengan nilai persentase 60% hubungan harga (X2) terhadap minat beli buah apel red delicious. Variabel tempat sebagai X3 dengan nilai 0,25 dan *t-value* 0,83 menunjukkan bahwa variabel tempat (X3) berpengaruh secara signifikan berdasarkan dengan persentase perhitungan *t-table* dengan nilai persentase 60% hubungan tempat (X3) terhadap minat beli buah apel *red delicious*.

2.6 Hubungan Antar Variabel

Dalam estimasi model menggunakan Maximum Likelihood (ML) dengan mengkoreksi standart error dan beberapa goodness of fit indices akibat ketidaknormalan distribusi data. Berdasarkan hasil output LISREL, model struktural belum layak untuk dapat menganalisis hubungan sehingga diperlukan upaya untuk memperbaiki kecocokan model terhadap data dengan cara modifikasi/respesifikasi.

Dalam penelitian ini, langkah modifikasi yaitu memanfaatkan informasi pada modification indices yang ada dalam printed output LISREL dengan menambahkan kovariansi di antara dua kesalahan yaitu situasi pembelian (Y3) dan ketersediaan produk (Y2), dekat dengan pusat perbelanjaan (X3.3) dan situasi pembelian (Y3) serta menghapus measured variables (indikator) yang tidak memenuhi syarat (Standardized loading factors $\leq 0,50$), yaitu ukuran produk (X1.3) dan area parkir (X3.2). Sehingga indikator-indikator dari variabel laten menjadi berubah, yaitu indikator kualitas produk (X1) menjadi warna produk (X1.1) dan rasa produk (X1.2); indikator harga (X2) menjadi:

kesesuaian harga dengan kualitasnya (X2.1), harga terjangkau (X2.2), dan kesesuaian manfaat (X2.3); indikator tempat (X3) menjadi: mudah dijangkau (X3.1) dan dekat dengan pusat perbelanjaan (X3.3); indikator Y menjadi: ketertarikan produk (Y1), ketersediaan produk (Y2), situasi pembelian (Y3), dan kenyamanan dalam berbelanja (Y4).

Setelah model dimodifikasi diperoleh 11 indikator dengan 4 variabel laten dan masing-masing indikator telah lolos uji validitas ($SLF \geq 0,50$ dan nilai $t\text{-value} \geq 1,96$). Pada variabel laten $CR \geq 0,70$ dan $VE \leq 0,50$ dan maka dapat dikatakan jawaban responden terhadap pertanyaan-pertanyaan yang digunakan untuk mengukur masing-masing konstruk atau indikator adalah konsisten dan nilai reliabilitas pada bisa dikatakan kurang baik

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan di atas, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Variabel Laten produk (X1) dengan nilai -0,25 dan t-value -0,68 menunjukkan bahwa variabel produk (X1) berdasarkan perhitungan t-table signifikan dengan nilai persentase 40% hubungan produk (X1) terhadap minat beli buah apel red delicious.
2. Variabel Laten harga (X2) dengan nilai 0,41 dan t-value 0,82 menunjukkan bahwa variabel X2 (harga) berpengaruh secara signifikan berdasarkan dengan persentase perhitungan t-table dengan nilai persentase 60% hubungan harga (X2) terhadap minat beli buah apel red delicious.
3. Variabel Laten tempat (X3) dengan nilai 0,25 dan t-value 0,83 menunjukkan bahwa variabel tempat (X3) berpengaruh secara signifikan berdasarkan dengan persentase perhitungan t-table dengan nilai persentase 60% hubungan tempat (X3) terhadap minat beli buah apel *red delicious*.

Saran

Adapun saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut :

1. Dalam variabel produk (X1) mendapatkan nilai signifikan yaitu 40% pengaruh terhadap minat beli (Y), dari hal ini peneliti menyarankan agar meningkatkan kualitas produk sehingga membuat tertarik minat (Y) responden di Arena buah Mataram.
2. Dalam variabel harga (X2) mendapatkan nilai baik yaitu 60% pengaruh terhadap minat beli (Y), dari hal ini peneliti menyarankan agar harga buah apel tetap stabil sehingga membuat minat (Y) ketertarikan responden meningkat di Arena buah Mataram.
3. Dalam variabel tempat (X3) mendapatkan nilai signifikan yaitu 60% pengaruh terhadap minat beli (Y), dari hal ini peneliti menyarankan agar lokasi di sekitar arena buah lebih diperluas terutama di area parkir agar membuat minat (Y) ketertarikan responden meningkat di Arena buah Mataram.

4. Peneliti selanjutnya dapat menggunakan faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli buah apel red delicious yang lebih kompleks.

DAFTAR PUSTAKA

- Ghozali, I. & Fuad. 2008. Structural Equation Modeling: Teori, Konsep, dan Aplikasi Dengan Program Lisrel 8.80. *Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.*
- Hair, J.F., Black, W.J., Babin, B.J., & Anderson, R.E. (2010). Multivariate data analysis. Englewood Cliff, NJ: Prentice Hall.
- Hikmah, N. 2013. Distribusi Buah Lokal Dan Buah Import . (*Studi Kasus Pada Pedagang Buah Di Kota Semarang*), 17–27.
- Hooper.2008. Structural Equation Modelling: *Guidelines for Determining Model Fit. The Electronic Journal of Business Research*, 6(1): 53 – 60. Tersedia di <http://ejbrm.com> [diakses 04-08-2015].
- Nasir Moech.2009. "Studi perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian air minum aqua di Kota Surakarta". *Jurnal ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.*
- Nurdin, M. F. 2017. Pengaruh Preferensi Konsumen Terhadap Pembelian Buah Apel Impor Di Hypermart Palu Grand Mall. *Agroland: Jurnal Ilmu-ilmu Pertanian*, 24(2), 103-112.
- Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Kuantitatif. *Bandung: Alfabeta.*
- Wijanto, S.H. 2008. *Structural Equation Modeling dengan LISREL 8.80: Konsep dan Tutorial.* Yogyakarta: Graha Ilmu