

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Ekonomi agribisnis adalah aktivitas pertanian yang memiliki kompleksitas tinggi. Di era *modern*, ekonomi agribisnis tidak hanya terbatas pada aktivitas bercocok tanam saja, tetapi mencakup seluruh proses yang berkaitan dengan pertanian mulai dari hulu hingga hilir. Hal ini meliputi kegiatan agroindustri, pemasaran, serta Pelayanan penunjang lainnya. Dengan kata lainnya, sistem agribisnis kini telah berkembang menjadi sistem manajemen agribisnis yang menerapkan fungsi – fungsi manajemen pada setiap subsistemnya, mulai dari tahap awal hingga akhir. Ekonomi agribisnis di indonesia memiliki peluang yang sangat besar untuk dikembangkan. Sebagai negara dengan tanah yang subur, Indonesia dikenal sebagai negara agraris berkat hasil pertaniannya yang melimpah. Selain itu, letak geografis indonesia di kawasan beriklim tropis memberikan keuntungan tersendiri bagi pengembangan agribisnis (Sholikhah, 2021).

Dengan berkembangnya zaman dan teknologi di sektor pertanian, berbagai sistem pertanian baru mulai diperkenalkan. Salah satu inovasi terkini dalam budidaya sayuran adalah penerapan metode hidroponik. Hidroponik merupakan teknik bercocok tanam yang tidak menggunakan tanah sebagai media, melainkan memanfaatkan air sebagai penggantinya. Dengan demikian, sistem pertanian hidroponik memungkinkan pemanfaatan lahan yang terbatas (Roidah, 2014). Sistem ini dapat diterapkan baik di daerah perkotaan maupun pedesaan. Sebagai teknik budidaya, hidroponik efisien dalam penggunaan air dan lahan, serta mudah dalam perawatannya. Tanaman yang ditanam dengan metode ini dapat dipanen sepanjang tahun (Surtinah, 2016).

Di Indonesia teknik hidroponik kian populer, khususnya di wilayah perkotaan. Berdasarkan data dari Kementerian Pertanian, produksi sayuran hidroponik pada tahun 2023 mengalami peningkatan sebesar 12% dibandingkan tahun sebelumnya. Mayoritas hasil panen ini dipasarkan melalui pasar *modern* dan supermarket yang menawarkan sayuran segar dengan kualitas tinggi (bs, 2025).

Pertanian sayuran hidroponik di Sumatera Utara mengalami perkembangan yang cukup pesat, seiring dengan tumbuhnya kesadaran masyarakat akan pentingnya gaya hidup sehat. Masyarakat kini lebih cenderung memilih produk yang aman dikonsumsi, seperti sayuran yang terbebas dari residu pestisida dan memiliki tingkat kebersihan yang lebih tinggi. Kondisi ini mendorong meningkatnya minat terhadap sayuran hidroponik sebagai pilihan yang lebih sehat dan menarik. Tren tersebut juga tercermin dari meningkatnya permintaan dan volume produksi sayuran hidroponik di daerah tersebut. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) Sumatera Utara, sektor hortikultura yang mencakup sayuran hidroponik menunjukkan peningkatan yang cukup signifikan. Dalam publikasi Statistik Tanaman Hortikultura Provinsi Sumatera Utara tahun 2023, tercatat adanya pertumbuhan produksi yang konsisten, yang menjadi indikator meningkatnya kebutuhan pasar terhadap produk pertanian sehat tersebut.

Tren peningkatan kesadaran terhadap gaya hidup sehat tercermin dari meningkatnya permintaan konsumen terhadap produk-produk yang dinilai lebih aman dan bergizi. Masyarakat kini lebih cenderung memilih makanan yang rendah gula, rendah lemak, bebas pengawet, serta berasal dari bahan alami dan organik. Label seperti “organik”, “non-GMO”, dan “bebas pestisida” menjadi pertimbangan utama sebelum melakukan pembelian, menunjukkan adanya pergeseran preferensi konsumen menuju produk yang lebih sehat dan berkelanjutan. Bahkan, tidak sedikit konsumen yang mulai membeli langsung dari produsen lokal, seperti petani hidroponik, karena produk tersebut dinilai lebih segar, higienis, dan memiliki kualitas yang lebih baik.

Dengan demikian, peningkatan kesadaran terhadap gaya hidup sehat bukan sekadar tren sesaat, melainkan telah menjadi bagian dari perubahan pola pikir dan perilaku masyarakat modern. Fenomena ini membentuk permintaan baru di pasar dan menjadi faktor penentu dalam pengambilan keputusan pembelian, khususnya pada produk pangan seperti sayur hidroponik yang dinilai selaras dengan prinsip hidup sehat dan ramah lingkungan.

Salah satu komoditas yang banyak ditanam menggunakan metode hidroponik adalah sayuran, seperti bayam. Bayam adalah jenis sayuran yang mudah ditemukan sepanjang waktu, dengan harga terjangkau dan dapat diolah menjadi berbagai jenis makanan sederhana. Setiap jenis bayam memiliki penyebaran yang sangat luas karena dapat tumbuh di berbagai jenis ekosistem (Sahat et al., 1996). Bayam yang dibudiyakan secara hidroponik semakin populer di kalangan masyarakat karena dianggap lebih sehat dan terbebas dari bahan kimia berbahaya yang sering ditemukan pada sayuran yang ditanam secara konvensional. Selain itu, dengan meningkatnya kesadaran akan pentingnya konsumsi sayuran organik, permintaan terhadap bayam hidroponik terus meningkat.

Sayuran hidroponik kini menjadi salah satu komoditas hortikultura yang dikenal dan banyak dikembangkan dalam dunia pertanian. Keunggulan utama dari sayuran ini terletak pada kualitasnya yang lebih segar dan higienis dibandingkan sayuran yang ditanam secara konvensional. Hal tersebut disebabkan oleh metode budidayanya yang tidak melibatkan kontak langsung dengan tanah, penggunaan media tanam yang steril, serta risiko yang lebih rendah terhadap serangan hama dan penyakit. Keunggulan – keunggulan tersebut membuat sayuran hidroponik semakin diminati oleh konsumen, mendorong perubahan pola konsumsi dari sayuran konvensional ke hidroponik.

Morning Fresh adalah salah satu perkebunan hidroponik yang berlokasi Jalan Makmur, Gg Kenanga 29, Pasar 7. Sambirejo Timur, Tembung, Kecamatan Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara, 20371. Fokus utama dari perkebunan ini adalah pada budidaya dan penjualan sayuran hidroponik, seperti bayam. Bayam hidroponik dianggap sebagai sayuran yang paling diminati. Lokasi

yang strategis di Tembung, dekat dengan pusat kota Medan, memudahkan distribusi produk ke konsumen.

Pemilihan metode hidroponik oleh *Morning Fresh* didasarkan pada keunggulan teknik ini, seperti kualitas sayuran yang lebih segar dan bersih, serta minimnya risiko serangan hama dan penyakit. Selain itu metode ini memungkinkan produksi sayuran secara berkelanjutan sepanjang tahun, memenuhi permintaan konsumen yang semakin meningkat terhadap produk pertanian berkualitas tinggi. *Morning Fresh* berupaya memenuhi kebutuhan konsumen akan sayuran hidroponik dengan fokus pada kualitas produk dan kualitas pelayanan. Dalam hal ini, data penjualan bayam hidroponik *Morning Fresh* tahun 2024 menjadi acuan awal untuk menilai pengaruh kualitas produk dan pelayanan terhadap loyalitas konsumen.

Tabel 1.1 Data Penjualan Morning Fresh 2024

No	Bulan	Total Penjualan (kg)
1	Januari	180 Kg
2	Februari	230 Kg
3	Maret	180 Kg
4	April	190 Kg
5	Mei	240 Kg
6	Juni	185 Kg
7	Juli	200 Kg
8	Agustus	190 Kg
9	September	210 Kg
10	Oktober	240 Kg
11	November	190 Kg
12	Desember	185 Kg
Total		2.420 Kg

Sumber: Data Primer *Morning Fresh* 2025

Berdasarkan data penjualan bayam hidroponik *Morning Fresh* tahun 2024 yang mencapai total 2.420 kg, terlihat bahwa permintaan produk relatif stabil, dengan penjualan tertinggi terjadi pada bulan Mei dan Oktober (240 kg) serta terendah pada Januari dan Maret (180 kg). Stabilitas ini mencerminkan adanya loyalitas konsumen yang kemungkinan dipengaruhi oleh kualitas produk dan pelayanan yang diberikan. Oleh karena itu, data ini menjadi indikator awal yang mendukung pentingnya peran kualitas produk dan pelayanan dalam mempertahankan loyalitas konsumen pada usaha hidroponik *Morning Fresh* di Tembung, Kecamatan Percut Sei Tuan.

Kualitas produk adalah salah satu aspek utama yang menjadi perhatian perusahaan. Kotler dan Keller (2021) menjelaskan bahwa kualitas produk sebagai kapasitas suatu produk dalam memenuhi kebutuhan atau keinginan konsumen sesuai dengan ekspektasi mereka. Kebijakan yang juga memainkan peranan penting yakni pada kualitas produk yang akan membawa suatu produk mampu bersaing dengan produk pesaing yang mana tujuan utamanya yakni untuk memberikan rasa puas kepada konsumen dengan adanya kesetaraan atau melampaui kualitas produk dari produsen pesaing. Namun, sebelum memahami definisi kualitas produk, penting untuk terlebih dahulu memahami apa yang dimaksud dengan produk (Santoso et al., 2019). Segala sesuatu yang dapat ditawarkan oleh produsen untuk menarik perhatian, minat yang dibutuhkan, dibeli, hingga digunakan maupun dikonsumsi oleh konsumen sebagai upaya pemenuhan kebutuhan atau keinginan konsumen di suatu pasar (Putro, 2014).

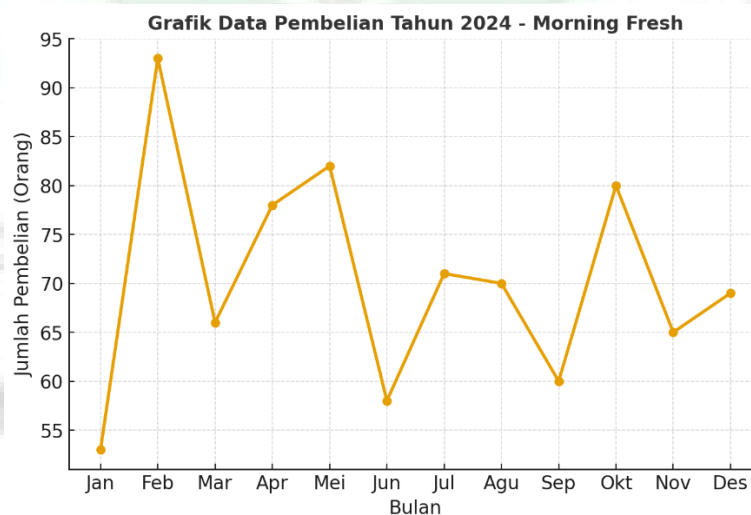
Selain itu, Kotler dan Keller (2021) menyatakan bahwa kualitas pelayanan merujuk pada sejauh mana pelayanan yang diberikan memenuhi harapan konsumen, serta seberapa efektif perusahaan dalam memenuhi atau bahkan melebihi ekspektasi tersebut. Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (2021) menjelaskan bahwa kualitas pelayanan terdiri dari beberapa dimensi, yaitu keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*), dan bukti fisik (*tangibles*).

Loyalitas konsumen yaitu komitmen konsumen untuk terus membeli atau memakai produk dan pelayanan dari perusahaan secara terus – menerus. Menurut Kotler dan Keller (2021), loyalitas konsumen mencerminkan sikap positif dan preferensi konsumen terhadap suatu merek, yang terlibat dalam perilaku pembelian yang dilakukan secara terus – menerus. Loyalitas ini memengaruhi bukan hanya tingkat pembelian ulang, tetapi juga kemampuan perusahaan untuk mempertahankan pangsa pasarnya. Tjiptono (2021) menjelaskan bahwa loyalitas konsumen terdiri dari dua elemen utama yaitu loyalitas perilaku dan loyalitas sikap. Loyalitas perilaku terlihat dalam tindakan konsumen yang terus membeli produk dan merek yang sama, sedangkan loyalitas sikap berkaitan dengan pandangan positif, kepercayaan, dan hubungan emosional yang terjalin antara konsumen dan

merek tersebut. Kedua gabungan elemen tersebut ini membentuk loyalitas konsumen yang kokoh dan tahan lama.

Morning Fresh menjadi usaha yang bergerak di sektor pertanian hidroponik di Medan, dan telah menjadi pelopor dalam pemasaran bayam hidroponik. Konsumen dapat memesan melalui telepon, *whatsapp*, atau langsung membeli di kebun. Namun, usaha ini masih menghadapi kesulitan dalam mempertahankan loyalitas konsumen. Berdasarkan data pemilik kebun dikatakan bahwa adanya fluktuasi dalam tingkat pembelian berulang selama beberapa bulan terakhir. Guna memperjelas perkembangan jumlah konsumen yang melakukan pembelian ulang produk bayam hidroponik di *Morning Fresh*, berikut disajikan grafik yang menggambarkan tren loyalitas konsumen selama periode satu tahun terakhir.

Gambar 1.1 Fluktuasi Pembelian Konsumen



Sumber: *Morning Fresh* Tembung, Kecamatan Percut Sei Tuan 2025.

Berdasarkan data pembelian konsumen pada usaha *Morning Fresh* selama periode tahun 2024 lalu, dapat diketahui bahwa jumlah konsumen yang melakukan pembelian mengalami fluktuasi dari bulan ke bulan. Jumlah pembelian tertinggi tercatat pada bulan Februari dan Mei, masing-masing sebanyak 93 dan 82 orang, sedangkan jumlah terendah terjadi pada bulan Januari sebanyak 53 orang dan Juni sebanyak 58 orang. Secara keseluruhan, total pembelian selama satu tahun mencapai 845 orang.

Pola ini menunjukkan bahwa meskipun terjadi fluktuasi setiap bulan, usaha *Morning Fresh* masih mampu mempertahankan jumlah konsumen secara relatif stabil sepanjang tahun. Secara keseluruhan, pola pembelian konsumen menunjukkan bahwa usaha *Morning Fresh* telah memiliki pangsa pasar yang cukup stabil, namun masih perlu upaya peningkatan terutama dalam hal kualitas produk dan pelayanan agar dapat mempertahankan serta meningkatkan loyalitas konsumen di masa mendatang.

Fluktuasi ini mengindikasikan adanya permasalahan dalam mempertahankan loyalitas pelanggan. Beberapa faktor yang diduga menjadi penyebab menurunnya tingkat pembelian ulang antara lain adalah kualitas produk yang mana rasa pada bayam hidroponik cenderung dianggap lebih pahit dibandingkan dengan bayam konvensional, yang dapat menimbulkan keraguan konsumen untuk melakukan pembelian kembali. Selain itu, kualitas pelayanan yang kurang optimal, seperti, sikap kurang ramah dari tenaga penjual, serta pemberian informasi yang kurang memadai, juga berpotensi menurunkan tingkat kepuasan pelanggan. Di sisi lain, belum adanya program loyalitas konsumen, seperti pemberian diskon khusus atau penghargaan bagi pelanggan tetap, turut memengaruhi keputusan konsumen untuk berpindah ke produk atau penyedia lain. Adanya persaingan dari usaha sejenis serta perubahan preferensi konsumen terhadap gaya hidup sehat juga menjadi faktor eksternal yang patut diperhatikan.

Dengan demikian, data ini menunjukkan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan memiliki peran yang signifikan dalam membentuk loyalitas konsumen. Ketika kedua faktor tersebut tidak dikelola dengan baik, loyalitas cenderung menurun, sebagaimana tercermin dari tren pembelian ulang yang tidak konsisten selama tahun berjalan. Oleh karena itu, pihak *Morning Fresh* disarankan untuk melakukan evaluasi secara menyeluruh terhadap aspek produk dan pelayanan, guna memperkuat loyalitas konsumen di masa yang akan datang.

Menurut Creswell (2014), pra-survei dapat dilaksanakan dengan melibatkan sejumlah kecil responden, yakni sekitar 10 hingga 20 orang, guna menguji kelayakan instrumen penelitian serta memperoleh pemahaman awal terkait topik yang akan dikaji. Maka untuk mengumpulkan data awal tentang kualitas produk

dan kualitas layanan di *Morning Fresh*, sebuah wawancara pra-survei dilakukan dengan 20 responden yang dipilih secara khusus. Pra-survei ini bertujuan untuk mengeksplorasi persepsi konsumen mengenai beberapa indikator kualitas produk, yaitu spesifikasi produk, kinerja produk, dan penampilan produk, serta indikator kualitas layanan termasuk bukti fisik, responsivitas, keandalan, jaminan, dan empati. Hasil wawancara kemudian dianalisis untuk mendapatkan gambaran positif dan negatif tentang pengalaman konsumen dalam membeli bayam hidroponik di *Morning Fresh*.

Berdasarkan hasil survei awal dari konsumen bayam hidroponik dari *Morning Fresh*, diperoleh berbagai tanggapan mengenai kualitas produk dan layanan. Tujuh responden memberikan umpan balik positif, termasuk Rina Marlina, yang menyatakan bahwa bayam hidroponik yang dibelinya memiliki spesifikasi yang sangat baik dengan daun berwarna hijau cerah dan segar, serta kinerja dan penampilan produk yang memuaskan. Sentimen serupa diungkapkan oleh Dedi Saputra, yang menilai bahwa kesegaran dan kebersihan bayam tetap terjaga dengan baik, dan pelayanan staf sangat responsif. Lilis Sari mengungkapkan kepuasannya terhadap kemasan dan informasi produk yang jelas, sementara Arif Rahman merasa yakin dengan spesifikasi dan pelayanan yang empatik. Winda Oktavia, Eko Prasetyo, dan Sari Maulida juga menyatakan bahwa lingkungan toko bersih, produknya segar, dan pelayanannya cepat serta informatif.

Namun, tiga belas responden menyampaikan keluhan tentang aspek tertentu. Diah Permatasari dan Tommy Gunarto mengeluhkan kemasan produk yang tidak menarik dan kondisi kemasan yang tidak selalu rapi, serta kurangnya informasi dari staf. Ayu Kurnia, Budi Santika, dan Nia Ramadhani menyayangkan tidak adanya informasi harga yang jelas, brosur produk, dan lokasi penjualan yang sulit diakses. Fanny Oktaviani menyoroti masalah terkait ketersediaan stok dan kurangnya empati dari staf dalam menangani keluhan.

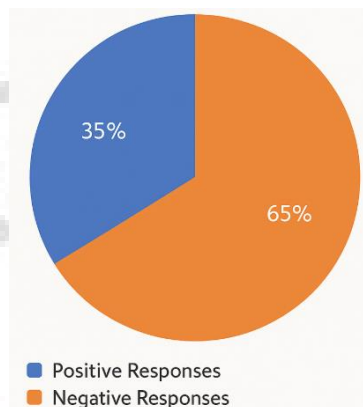
Responden lain seperti Indra Mahardika dan Vira Kurniasih mengkritik tidak adanya opsi pembayaran non-tunai dan informasi tentang penyimpanan produk. Gilang Ramadhan dan Annisa Febrianti juga mengungkapkan keluhan tentang layanan yang lambat selama periode ramai, posisi yang membingungkan,

dan harga yang lebih tinggi tanpa diskon khusus. Rendy Wijaya mengalami kesulitan dalam mengakses layanan pelanggan dan belum menerima jaminan produk yang jelas, sementara Melati Anggraini dan Faizah Zahra merasa tidak puas dengan daya tahan produk dan lambatnya konfirmasi pesanan. Temuan ini menyoroti perlunya perbaikan dalam aspek tertentu dari layanan dan kualitas produk untuk lebih memenuhi ekspektasi konsumen.

Berdasarkan survei awal yang dilakukan terhadap 20 konsumen bayam hidroponik *Morning Fresh*, diperoleh pemahaman mengenai tingkat kepuasan mereka terhadap produk dan layanan yang diberikan. Dari jumlah tersebut, sebanyak 7 responden atau sekitar 35% memberikan respons positif. Mereka mengungkapkan bahwa bayam hidroponik yang diterima memiliki kualitas yang sangat baik, ditandai dengan daun yang segar, bersih, dan berwarna hijau cerah. Selain itu, responden juga menyoroti kemasan yang informatif dan rapi serta pelayanan dari staf yang dinilai cepat, ramah, dan membantu. Lingkungan toko yang bersih juga disebutkan turut mendukung kenyamanan saat berbelanja.

Sementara itu, 13 responden atau sekitar 65% lainnya mengungkapkan ketidakpuasan mereka terkait beberapa aspek produk dan layanan. Keluhan yang disampaikan mencakup kemasan yang kurang menarik, kurangnya informasi tentang harga dan produk, serta pelayanan staf yang dirasa tidak komunikatif dan kurang responsif terhadap pertanyaan maupun keluhan pelanggan. Beberapa responden juga menyebutkan kendala seperti keterbatasan stok, lambatnya proses konfirmasi pesanan, serta ketiadaan metode pembayaran non-tunai. Di samping itu, ada pula yang menilai bahwa harga produk tergolong tinggi tanpa adanya diskon atau jaminan kualitas yang memadai. Secara keseluruhan, temuan ini mencerminkan bahwa sebagian besar konsumen belum memperoleh pengalaman berbelanja yang memuaskan, sehingga berdampak pada rendahnya loyalitas mereka terhadap produk bayam hidroponik *Morning Fresh*. Berikut disajikan grafik yang akan menggambarkan persentase pada pra-survei yang telah dilakukan.

Gambar 1.2 Grafik Pra-Survei di Morning Fresh



Berdasarkan grafik lingkaran yang diperoleh dari hasil pra-survei terhadap 20 konsumen bayam hidroponik di Morning Fresh, diperoleh gambaran mengenai tingkat kepuasan pelanggan yang terbagi ke dalam dua kategori, yaitu respons positif dan respons negatif. Sebanyak 35% atau 7 responden memberikan penilaian positif terhadap kualitas produk dan layanan yang diterima. Mereka menilai bahwa produk bayam yang diterima dalam kondisi segar, dikemas secara informatif, didukung oleh kebersihan lingkungan toko, serta didampingi oleh staf yang bersikap ramah dan tanggap.

Di sisi lain, sebanyak 65% atau 13 responden menyampaikan ketidakpuasan terhadap beberapa aspek, seperti kemasan produk yang kurang menarik, minimnya informasi yang diberikan, kurangnya komunikasi dari staf, keterbatasan ketersediaan stok, lambatnya pelayanan, serta belum tersedianya opsi pembayaran non-tunai. Temuan ini menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen belum memperoleh pengalaman berbelanja yang memuaskan. Oleh karena itu, diperlukan upaya peningkatan terhadap kualitas produk dan pelayanan guna meningkatkan kepuasan dan loyalitas konsumen di waktu yang akan datang.

Usaha bayam hidroponik *Morning Fresh* di Tembung, Kecamatan Percut Sei Tuan, menghadapi tantangan dalam mempertahankan loyalitas konsumen di tengah persaingan usaha pertanian modern yang semakin ketat. Salah satu faktor yang menjadi perhatian adalah kualitas produk yang dihasilkan. Dari segi spesifikasi produk, sebagian konsumen menilai ukuran dan tingkat kesegaran bayam hidroponik belum selalu konsisten setiap kali pembelian. Kinerja produk

juga menjadi sorotan karena daya tahan bayam setelah panen dinilai berbeda-beda, terutama dalam hal ketahanan terhadap layu ketika disimpan lebih dari satu hari. Selain itu, tampilan produk kadang kurang menarik, misalnya warna daun yang tidak seragam atau kemasan yang belum mencerminkan kesan higienis yang diharapkan dari produk hidroponik.

Dari sisi kualitas pelayanan, beberapa aspek juga perlu ditingkatkan. Unsur bukti fisik seperti kebersihan tempat penjualan dan kerapian kemasan produk belum sepenuhnya memenuhi harapan konsumen. Dalam hal daya tanggap, respon terhadap pesanan atau keluhan pelanggan masih terkesan lambat, terutama bagi konsumen yang melakukan pemesanan melalui media sosial. Kehandalan pelayanan juga dipertanyakan karena keterlambatan pengiriman dan ketidaksesuaian jumlah produk yang dipesan kadang masih terjadi. Aspek jaminan seperti kepastian kualitas produk dan ketepatan waktu pengiriman belum sepenuhnya dijaga, sehingga menurunkan rasa percaya pelanggan. Sementara itu, empati dari pihak pengelola terhadap kebutuhan atau masukan konsumen masih kurang dirasakan, terutama dalam memberikan solusi cepat dan personal.

Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Ali Hasim Asyari et al. (2024) menunjukkan bahwa variabel kualitas produk, harga, dan pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen sayuran hidroponik. Namun, jika ditinjau secara parsial, hanya kualitas produk dan pelayanan yang terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, sedangkan variabel harga tidak menunjukkan pengaruh yang berarti. Penelitian ini juga menekankan bahwa tingkat kepuasan konsumen yang tinggi berkontribusi positif terhadap peningkatan loyalitas terhadap produk sayuran hidroponik.

Sementara itu, temuan berbeda disampaikan oleh Nanto Purnomo et al. (2024), yang mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan justru memberikan pengaruh negatif terhadap loyalitas konsumen apabila dimediasi oleh kepuasan. Selain itu, kualitas produk juga tidak terbukti berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen. Di sisi lain, variabel harga menunjukkan pengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen, meskipun tidak melalui kepuasan sebagai variabel mediasi. Temuan ini mengindikasikan bahwa dalam konteks usaha mikro, kecil, dan

menengah (UMKM), loyalitas konsumen tidak selalu ditentukan oleh kualitas produk dan pelayanan, melainkan dapat dipengaruhi oleh faktor lain yang memiliki peranan lebih dominan.

Walaupun bayam hidroponik menawarkan berbagai keunggulan, pelaku usaha tetap menghadapi sejumlah tantangan, terutama terkait kualitas produk dan kualitas pelayanan kepada konsumen. Kualitas produk yang optimal dan pelayanan yang baik berperan penting dalam memengaruhi keputusan konsumen untuk membeli ulang. Oleh sebab itu, memahami pengaruh kedua faktor ini terhadap loyalitas konsumen menjadi hal yang penting, karena dapat berdampak pada keberlanjutan usaha.

Memberikan kontribusi baik dari sisi teoritis maupun praktis. Dari sudut pandang teoritis, penelitian ini dapat menambah khazanah pengetahuan terkait pengaruh mutu produk dan kualitas layanan terhadap kesetiaan konsumen, khususnya pada produk hidroponik menjadi harapan penelitian ini. Sementara itu, secara praktis, temuan penelitian ini dapat dijadikan pedoman bagi *Morning Fresh* dalam menyusun strategi yang lebih optimal untuk meningkatkan loyalitas pelanggan. Dengan memahami dampak kualitas produk dan pelayanan, *Morning Fresh* dapat memaksimalkan pemanfaatan sumber daya yang dimiliki guna menjaga sekaligus memperkuat kesetiaan konsumennya.

Berdasarkan penjelasan latar belakang, data dan permasalahan yang telah disampaikan di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai **“Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen pada Usaha Hidroponik di *Morning Fresh*, Tembung, Kecamatan Percut Sei Tuan”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan diatas, maka dapat diidentifikasi masalah yang dihadapi:

1. Terdapat fluktuasi terhadap loyalitas konsumen pada pembelian produk bayam hidroponik *Morning Fresh*. Konsumen baru meningkat, tetapi tingkat loyalitas tetap rendah.

2. Bayam hidroponik dianggap memiliki rasa yang lebih pahit dibandingkan dengan bayam konvensional. Persepsi terhadap rasa dapat mempengaruhi kepuasan serta loyalitas konsumen.
3. Kualitas pelayanan dianggap kurang memberikan kesan ramah, sehingga berdampak pada kepuasan konsumen secara keseluruhan dan turut memengaruhi loyalitas konsumen.
4. Keunggulan produk hidroponik, seperti kualitas lebih higienis dan berkelanjutan, masih belum menjadi daya tarik utama bagi konsumen.
5. Masih terbatasnya penelitian tentang pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen di konteks lokal Medan.

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah diuraikan diatas, maka penulis telah membatasi masalah dalam penelitian ini agar menjadi lebih berorientasi. Penelitian ini berfokus pada produk bayam hidroponik di *Morning Fresh*, tanpa mencakup jenis sayuran lainnya seperti kailan atau selada. Studi ini juga mengutamakan dua variabel utama yaitu kualitas produk dan kualitas pelayanan, selain dua aspek variabel ini tidak menjadi bagian dari penelitian. Penelitian ini berorientasi pada loyalitas konsumen dalam bentuk pembelian berulang terhadap produk *Morning Fresh*. Maka, fokus penelitian yaitu “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen pada Pembelian Bayam Hidroponik di *Morning Fresh*, Tembung, Kec. Percut Sei Tuan.”

1.4 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, identifikasi masalah serta batasan masalah yang telah diuraikan diatas, dapat dirumuskan masalah pada penelitian sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas konsumen di *Morning Fresh*, Tembung, Kec. Percut Sei Tuan.
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen di *Morning Fresh*, Tembung, Kec. Percut Sei Tuan.

3. Apakah kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh secara bersamaan dapat memengaruhi loyalitas konsumen pada pembelian bayam hidroponik di *Morning Fresh*, Tembung, Kec. Percut Sei Tuan.

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan daripada penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas konsumen di *Morning Fresh*, Tembung, Kecamatan Percut Sei Tuan.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen di *Morning Fresh*, Tembung, Kecamatan Percut Sei Tuan.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen di *Morning Fresh*, Tembung, Kecamatan Percut Sei Tuan.

1.6 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat teoritis serta manfaat praktis daripada penelitian ini yaitu:

A. Manfaat Teoritis

Penelitian ini berperan dalam pengembangan teori terkait keterkaitan antara kualitas produk, kualitas pelayanan, dan loyalitas konsumen dalam industri pertanian hidroponik. Secara lebih spesifik, penelitian ini memberikan perspektif baru dalam bidang pemasaran agribisnis. Selain itu, temuan dari penelitian ini dapat menambah referensi akademik dalam ranah manajemen pemasaran, strategi bisnis, serta kepuasan pelanggan di sektor pertanian modern.

B. Manfaat Praktis

1. Bagi Penulis

Diharapkan penulis dapat memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai pengaruh antara kualitas produk, kualitas pelayanan, dan loyalitas konsumen dalam konteks produk hidroponik. Dengan penelitian ini penulis dapat mengembangkan kemampuan dalam penelitian ilmiah serta pengolahan dan analisis data lapangan secara praktis.

2. Bagi Pemilik Usaha *Morning Fresh*

Hasil penelitian ini dapat digunakan untuk merumuskan strategi peningkatan kualitas produk dan kualitas pelayanan yang dapat meningkatkan loyalita konsumen dan mendongkrak tingkat pembelian berulang. Penelitian ini juga dapat dijadikan pedoman untuk memperbaiki aspek kualitas produk dan Pelayanan yang saat ini dianggap kurang optimal oleh konsumen.

3. Bagi Lembaga UNIMED

Penelitian ini dapat memperkaya literatur di Perpustakaan Unimed dalam bidang ekonomi agribisnis, terutama pada produk hidroponik, serta memberikan referensi bagi penelitian – penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan loyalitas konsumen dalam konteks manajemen pelayanan konsumen di sektor pertanian atau agribisnis.

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya yang ingin mengkaji lebih mendalam terkait pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen, khususnya dalam konteks pertanian modern seperti hidroponik. Penelitian ini juga dapat memberikan arah bagi penelitian lanjutan mengenai strategi pemasaran dalam dunia pertanian hidroponik.