

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI KEPUTUSAN
KONSUMEN DALAM PEMBELIAN SAYURAN ORGANIK DI PASAR
MODERN SUPER INDO KABUPATEN GRESIK**

SKRIPSI



Oleh :

ANISA NUR LATIFAH

NIM. 190104001

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH GRESIK**

2023

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala kasih dan karunia-Nya yang memberikan kesehatan kepada penulis, sehingga skripsi yang berjudul “Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Sayuran Organik di Pasar Modern Super Indo Kabupaten Gresik” ini dapat terselesaikan.

Skripsi ini dibuat sebagai kelengkapan dari kegiatan penyelesaian tugas akhir yang diselenggarakan oleh Universitas Muhammadiyah Gresik sebagai salah satu program pendidikan untuk menghasilkan sumber daya manusia yang kompeten pada bidang pertanian.

Peneliti menyadari masih banyak terdapat berbagai kekurangan dan kelemahan dalam menyusun skripsi ini, namun semua itu dapat diatasi karena bantuan yang sangat tulus dari berbagai pihak. Dalam kesempatan ini peneliti juga menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Ir. Rachmad Jumadi, M. Kes. selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Gresik.
2. Garist Sekar Tanjung, SP., M.Sc. selaku Ketua Program Studi Agribisnis fakultas pertanian Universitas Muhammadiyah Gresik serta sebagai dosen pembimbing I yang dengan sabar memberikan bimbingan dan meluangkan waktunya untuk membaca dan merevisi demi kesempurnaan skripsi ini.
3. R. Achmad Djazuli, SP., MMA Selaku dosen pembimbing II yang dengan sabar membimbing peneliti dalam menyelesaikan skripsi dan demi kesempurnaan skripsi ini.
4. Bapak Bachtiar Febrianto, S.P., M.Agr Selaku dosen penguji yang sudah memberikan banyak masukan dan arahan kepada penulis dalam penyusunan proposal yang baik dan benar.
5. Seluruh dosen Program Studi Agribisnis Universitas Muhammadiyah Gresik yang telah membekali berbagai ilmu pengetahuan dan pengalamannya yang mendukung dalam penyusunan proposal skripsi ini.

6. Kedua orang tua saya, Bapak Achmad Said dan Ibu Budi Lestari yang telah memberikan kasih sayang, perhatian dan dukungan moril maupun materiil tanpa henti kepada peneliti, serta menguatkan peneliti dalam doa-doanya. Orang tua sebagai motivator terbesar peneliti untuk terus melangkah meraih mimpi-mimpi di masa yang akan datang.
7. Saudara saya kepada kakak dan adikku tercinta, Mbak Nuarisa Zahrotul Khoriyah dan Adik Muhammad Alif Pramana, terima kasih atas do'a, perhatian, dukungan serta bantuannya.
8. Sahabat baik saya Baiq Nadya Salma, Dinda Purwati, Mukminatun, Lailatul Fitriyah dan Anisa Bhasas yang selalu memberikan semangat dan do'a kepada peneliti.
9. Teman-teman satu pembimbing terima kasih atas bantuan serta dukungannya.
10. Teman-teman angkatan 2019 Program Studi Agribisnis, terima kasih atas kebersamaan, bantuan serta dukungannya selama penyusunan proposal skripsi ini.
11. Muhammad Raviqul Athfal yang senantiasa memberikan motivasi berupa semangat, dukungan beserta do'a kepada peneliti. Terima kasih telah meluangkan baik berupa waktu dan pikirannya kepada peneliti.

Akhir kata peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas bantuan serta dukungannya, semoga mendapatkan balasan dari Allah SWT dan dapat memberikan manfaat bagi pembacanya.

Gresik, 26 Mei 2023

Peneliti

Anisa Nur Latifah. 190104001. Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Sayuran Organik di Pasar Modern Super Indo Kabupaten Gresik. Skripsi. Dibimbing oleh Garist Sekar Tanjung.S.P.,M.Sc. dan R.Achmad Djazuli.S.P.,MMA.

RINGKASAN

Kesadaran dan pengetahuan masyarakat yang semakin meningkat terhadap pola hidup sehat, membuat masyarakat mulai beralih untuk mengkonsumsi sayuran organik. Namun, meskipun kesadaran dan pengetahuan masyarakat tentang sayuran organik telah meningkat, tidak semua masyarakat beralih mengkonsumsi sayuran organik. Hal ini dikarenakan harga sayuran organik yang cukup mahal, sehingga perkembangan sayuran organik yang masih terbatas pada lapisan tertentu saja. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui karakteristik konsumen sayuran organik dan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli sayuran organik di pasar modern Kabupaten Gresik. Penelitian dilakukan di pasar modern Super Indo Kabupaten Gresik pada bulan Juni-Juli 2023. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuisioner. Pengambilan sampel menggunakan metode *Accidental Sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Data dianalisis secara deskriptif dan analisis regresi linier berganda dengan menggunakan *software* SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa jenis kelamin konsumen didominasi oleh perempuan dengan presentase 73%, usia konsumen didominasi oleh usia 26-33 tahun dengan presentase 33%, pendidikan terakhir konsumen didominasi oleh S1 dengan presentase 47%, pekerjaan konsumen didominasi oleh IRT dengan presentase 48%, pendapatan konsumen didominasi pada rentang pendapatan Rp.3.000.000-4.999.999 dengan presentase 48%, frekuensi pembelian sayuran organik adalah sering dengan presentase 49%, jenis sayuran organik yang sering dikonsumsi adalah kangkung dengan presentase 24%. Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa : (1) secara simultan variabel harga, kualitas produk, lokasi, kualitas pelayanan, gaya hidup dan pendapatan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. (2) secara parsial variabel harga, kualitas produk, lokasi, kualitas pelayanan dan gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan pendapatan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : Keputusan Pembelian, Pasar Modern, Sayuran Organik

Anisa Nur Latifah.190104001. Analysis of Factors Affecting Consumer Decisions in Purchasing Organic Vegetables at Super Indo Modern Market, Gresik Regency. Thesis. Supervised by Garist Sekar Tanjung.S.P.,M.Sc. and R.Achmad Djazuli.S.P.,MMA.

SUMMARY

The increasing public awareness and knowledge of healthy lifestyles has made people start to switch to consuming organic vegetables. However, although public awareness and knowledge about organic vegetables have increased, not all people have switched to consuming organic vegetables. This is because the price of organic vegetables is quite expensive and the development of organic vegetables is still limited to certain layers. This study aims to determine the characteristics of organic vegetable consumers and to analyze the factors that influence consumer decisions in buying organic vegetables in the modern market of Gresik Regency. The research was conducted at the Super Indo modern market in Gresik Regency in June-July 2023. Data collection in this study using a questionnaire. Sampling using the Accidental Sampling method with a sample size of 100 respondents. The data were analyzed descriptively and multiple linear regression analysis using SPSS software. The results showed that the gender of respondents was dominated by women with a percentage of 73%, the age of respondents was dominated by 26-33 years old with a percentage of 33%, the last education of respondents was dominated by S1 with a percentage of 47%, the occupation of respondents was dominated by housewives with a percentage of 48%, the income of respondents was dominated in the income range of Rp.3,000,000-4,999,999 with a percentage of 48%, the frequency of purchasing organic vegetables was often with a percentage of 49%, the type of organic vegetables that were often consumed was kale with a percentage of 24%. Based on the results of the analysis, it shows that: (1) simultaneously the variables of price, product quality, location, service quality, lifestyle and income have a significant effect on purchasing decisions. (2) partially the variables of price, product quality, location, service quality and lifestyle have a significant effect on purchasing decisions, while income has no significant effect on purchasing decisions.

Keywords: Modern Markets, Organic Vegetables, Purchasing Decisions

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN PERSETUJUAN.....	1
HALAMAN PENGESAHAN.....	2
RINGKASAN	3
SUMMARY	4
KATA PENGANTAR	5
DAFTAR ISI.....	6
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah.....	4
1.3. Tujuan Penelitian.....	5
1.4. Manfaat Penelitian.....	5
BAB II TELAAH PUSTAKA.....	6
2.1. Penelitian Terdahulu.....	6
2.2. Tinjauan Pustaka.....	8
2.2.1. Sayuran Organik.....	8
2.2.2. Perilaku Konsumen.....	9
2.2.3. Keputusan Pembelian.....	9
2.2.4. Harga.....	14
2.2.5. Kualitas Produk.....	16
2.2.6. Lokasi.....	17
2.2.7. Kualitas Pelayanan.....	17
2.2.8. Gaya Hidup	19
2.2.9. Pendapatan	19
2.3. Kerangka Pemikiran	20
2.4. Hipotesis	23

BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	24
3.1. Jenis Penelitian	24
3.2. Lokasi Penelitian	24
3.3. Metode Pengambilan Sampel	24
3.4. Data dan Jenis Data	26
3.5. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	27
3.5.1. Variabel Penelitian	27
3.5.2. Definisi Operasional.....	28
3.6. Teknik Pengumpulan Data	29
3.7. Metode Pengukuran Data	30
3.8. Ruang Lingkup Penelitian	30
3.9. Teknik Analisis Data	31
BAB IV GAMBARAN UMUM PENELITIAN	35
4.1. Sejarah Perusahaan	35
4.2. Visi, Misi dan Tujuan Perusahaan	35
4.3. Struktur Organisasi	36
4.4. Gambaran Umum Sayuran Organik di Super Indo.....	39
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN	41
5.1. Karakteristik Responden.....	41
5.1.1. Jenis Kelamin	41
5.1.2. Usia	42
5.1.3. Pendidikan.....	43
5.1.4. Pekerjaan.....	44
5.1.5. Pendapatan	45
5.1.6. Frekuensi Pembelian	45
5.1.7. Jenis Sayuran yang Dikonsumsi.....	46
5.1.8. Deskripsi Hasil Responden Terhadap Variabel Dependen dan Variabel Independen	47
5.2. Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	52
5.2.1. Uji Validitas	52
5.2.2. Uji Reliabilitas	54

5.3. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	56
5.3.1. Uji Normalitas.....	56
5.3.2. Uji Multikolinieritas.....	56
5.3.3. Uji Heterokedastisitas	57
5.4. Analisis Regresi Linier Berganda.....	58
5.5. Uji Hipotesis.....	60
5.5.1. Uji F (Simultan).....	60
5.5.2. Uji t (Parsial).....	61
5.5.3. Uji Determinasi (<i>Adjusted R²</i>)	63
5.6. Pembahasan Penelitian.....	64
5.6.1. Pengaruh Variabel Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	64
5.6.2. Pengaruh Variabel Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	64
5.6.3. Pengaruh Variabel Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian.....	65
5.6.4. Pengaruh Variabel Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian	66
5.6.5. Pengaruh Variabel Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian.....	67
5.6.6. Pengaruh Variabel Pendapatan Terhadap Keputusan Pembelian.....	68
5.6.7. Pengaruh Secara Simultan Harga, Kualitas Produk, Lokasi, Kualitas Pelayanan, Gaya Hidup Dan Pendapatan Terhadap Keputusan Pembelian	68
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	70
6.1. Kesimpulan	71
6.2. Saran	71
DAFTAR PUSTAKA	72
LAMPIRAN.....	76

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Nilai p (1-p)	25
Tabel 3.2 Skala Likert.....	29
Tabel 4.1 Daftar Jenis dan Harga Sayuran Organik Super Indo Kabupaten Gresik.....	40
Tabel 5.1 Jenis Kelamin Responden Sayuran Organik di Pasar Modern Super Indo.....	42
Tabel 5.2 Usia Responden Sayuran Organik di Pasar Modern Super Indo	42
Tabel 5.3 Pendidikan Responden Sayuran Organik di Pasar Modern Super Indo	43
Tabel 5.4 Pekerjaan Responden Sayuran Organik di Pasar Modern Super Indo	44
Tabel 5.5 Pendapatan Responden Sayuran Organik di Pasar Modern Super Indo	45
Tabel 5.6 Frekuensi Pembelian Responden Sayuran Organik di Pasar Modern Super Indo.....	46
Tabel 5.7 Jenis Sayuran yang Sering Dikonsumsi Responden	47
Tabel 5.8 Jawaban Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian.....	51
Tabel 5.9 Hasil Uji Validitas.....	53
Tabel 5.10 Hasil Uji Reliabilitas.....	54
Tabel 5.11 Uji Normalitas.....	56
Tabel 5.12 Uji Multikolinearitas.....	57
Tabel 5.13 Uji Heterokedastisitas	58
Tabel 5.14 Regresi Linier Berganda	58
Tabel 5.15 Uji F (Simultan)	61
Tabel 5.16 Titik Presentase Distribusi t	61
Tabel 5.17 Uji T (Parsial).....	63
Tabel 5.18 Koefisien Determinasi (Adjusted R2).....	63
Tabel 5.19 Hasil Pembahasan Penelitian	69

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Lima Tahap Proses Keputusan Pembelian	10
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran.....	22
Gambar 4.1 Struktur Organisasi.....	37



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisisioner Responden.....	76
Lampiran 2. Data Karakteristik Responden.....	81
Lampiran 3. Data Deskripsi Hasil Responden Terhadap Variabel Penelitian.....	84
Lampiran 4. Uji Validitas.....	91
Lampiran 5. Uji Reliabilitas.....	95
Lampiran 6. Uji Asumsi Klasik.....	96
Lampiran 7. Regresi Linier Berganda.....	97
Lampiran 8. Uji Hipotesis.....	97
Lampiran 9. Tabel Titik Presentase Distribusi t.....	98

