

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
PEMBELIAN SAYURAN ORGANIK DI PASAR MODERN
KOTA SEMARANG**

SKRIPSI

Oleh

AFMA BELLA VISTA



**PROGRAM STUDI S1 AGRIBISNIS
FAKULTAS PETERNAKAN DAN PERTANIAN
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2020**

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
PEMBELIAN SAYURAN ORGANIK DI PASAR MODERN
KOTA SEMARANG**

Oleh

**AFMA BELLA VISTA
NIM : 23040114120034**

**Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Pertanian pada Program Studi Agribisnis
Fakultas Peternakan dan Pertanian Universitas Diponegoro**

**PROGRAM STUDI S1 AGRIBISNIS
FAKULTAS PETERNAKAN DAN PERTANIAN
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2020**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Afma Bella Vista
NIM : 23040114120034
Program Studi : S1 Agribisnis

Dengan ini menyatakan sebagai berikut :

1. Karya ilmiah yang berjudul :
Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Sayuran Organik di Pasar Modern Kota Semarang dan penelitian yang terkait dengan karya ilmiah ini adalah hasil kerja saya sendiri.
2. Setiap ide atau kutipan dari orang lain berupa publikasi atau bentuk lainnya dalam karya ilmiah ini, telah diakui sesuai dengan standar prosedur disiplin ilmu.
3. Saya juga mengakui karya ilmiah ini dapat dihasilkan berkat bimbingan dan dukungan penuh pembimbing saya, yaitu :
4. **Dr. Ir. Wiludjeng Roessali, M.Si. dan Dr. Ir. Mukson., M.S.**

Apabila di kemudian hari dalam karya ilmiah ini ditemukan hal yang menunjukkan telah dilakukannya kecurangan akademik oleh saya, maka gelar akademik yang telah saya dapatkan ditarik sesuai dengan ketentuan dari Program Studi S1 Agribisnis Fakultas Peternakan dan Pertanian Universitas Diponegoro.

Semarang, Desember 2020

Penulis

Afma Bella Vista

Mengetahui

Pembimbing Utama

Pembimbing Anggota

Dr. Ir. Wiludjeng Roessali, M.Si.
NIP. 19590130 198601 2 002

Dr. Ir. Mukson, M.S.
NIP. 19600822 198703 1 002

Judul Skripsi : **ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG
MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
PEMBELIAN SAYURAN ORGANIK DI
PASAR MODERN KOTA SEMARANG**

Nama Mahasiswa : **AFMA BELLA VISTA**

Nomor Induk Mahasiswa : **23040114120034**

Program Studi/Departemen : **S1 AGRIBISNIS/PERTANIAN**

Fakultas : **PETERNAKAN DAN PERTANIAN**

**Telah disidangkan di hadapan Tim Penguji
dan dinyatakan lulus pada tanggal**

Pembimbing Utama

Pembimbing Anggota

Dr. Ir. Wiludjeng Roessali, M.Si.

Dr. Ir. Mukson, M.S.

Ketua Panitia Ujian Akhir Program

Ketua Program Studi

Dr. Ir. Bambang Mulyatno S., M.S.

Ir. Kustopo Budiraharjo, M.P.

Dekan

Ketua Departemen

Prof. Dr. Ir. Bambang W.H.E.P., M.S., M.Agr., IPU. Ir. Didik W Widjayanto, M.Sc. Res., Ph.D.

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
PEMBELIAN SAYURAN ORGANIK DI PASAR MODERN
KOTA SEMARANG**

*(Analysis of Factors Affecting Purchasing Decision of Organic Vegetable at
Modern Market in Semarang)*

**OLEH
Afma Bella Vista**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui karakteristik konsumen sayuran organik, dan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian sayuran organik di Pasar Modern Kota Semarang. Penelitian dilakukan di Gelael Citraland dan Transmart Setiabudi, Kota Semarang pada bulan Juni - Juli 2019. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode survei dengan alat bantu kuesioner. Pengambilan sampel menggunakan metode *Accidental Sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Data dianalisis secara deskriptif dan analisis regresi logistik menggunakan *software* SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel pendapatan, harga, kualitas dan motivasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sayuran organik di Pasar Modern Kota Semarang. Variabel pendapatan, harga, kualitas dan motivasi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sayuran organik di Pasar Modern Kota Semarang. Produsen sayur organik yang menyuplai ke pasar modern untuk dapat menjaga dan meningkatkan kualitas produk dan dapat meningkatkan permintaan akan sayuran organik.

Kata Kunci: keputusan, pembelian, sayuran, organik.

ABSTRACT

This study were aims to determine the characteristics of consumers of organic vegetables and analyze the factors that influence the purchase decisions of organic vegetables in the Modern Market of Semarang City. The study was conducted in Gelael Citraland and Transmart Setiabudi, Semarang City in June - July 2019. The research method was a survey method with questionnaire. Sampling method was using the Accidental Sampling method with a total sample of 100 respondents. Data were analyzed descriptively and logistic regression analysis using SPSS software. The results showed that the variables of income, price, quality, and motivation simultaneously had a significant effect on organic vegetable purchasing decisions in the Modern Market of Semarang City. Variable income, price, quality, and motivation partially had a significant effect on organic vegetable purchasing decisions in Semarang Modern Market. For organic vegetable producers that supply to the modern market to be able to maintain and improve the product quality and can increase the demand for organic vegetables.

Keywords: decision, organic, purchase, vegetables.

KATA PENGANTAR

Salah satu produk pangan organik yang memiliki permintaan paling banyak adalah sayuran organik. Pendistribusian sayuran organik di pasar tradisional masih jarang. Masyarakat Kota Semarang dapat membeli sayuran organik di ritel modern, antara lain di Transmart Setiabudi dan Gelael. Pasar modern sebagai ritel harus memberikan kualitas produk yang baik sehingga kepuasan konsumen dapat dicapai. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui karakteristik konsumen dan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian sayuran organik di Pasar Modern Kota Semarang.

Puji syukur penulis ucapkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan berkat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Sayuran Organik di Pasar Modern Kota Semarang” sebagai syarat menyelesaikan Pendidikan Program Sarjana Program Studi Agribisnis Fakultas Peternakan dan Pertanian Universitas Diponegoro Semarang.

Penulisan skripsi ini merupakan tugas akhir dalam Program Studi S1 Agribisnis. Penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari dukungan berbagai pihak, untuk itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Ir. Wiludjeng Roessali, M.Si. dan Dr. Ir. Mukson, M.S. selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan dan masukan dalam penyusunan usulan penelitian hingga penyusunan skripsi.
2. Dr. Bambang W.H.E.P., M.S, M.Agr. selaku Dekan Fakultas Peternakan dan Pertanian Universitas Diponegoro.

3. Ir. Kustopo Budiraharjo, M.P. selaku Ketua Program Studi Agribisnis dan segenap Dosen beserta Staf Administrasi Program Studi Agribisnis dan Fakultas Peternakan dan Pertanian Universitas Diponegoro yang telah menyalurkan ilmu selama proses belajar mengajar serta dalam pengurusan administrasi.
4. Bapak Yuli Suprianto dan Bapak Rozzi selaku Manajer Gelael Supermarket dan Manajemen Transmart Setiabudi Kota Semarang yang telah memberikan ijin penelitian kepada penulis dan membantu pelaksanaan penelitian.
5. Orangtua dan adik penulis serta keluarga besar yang telah memberikan doa dan dukungan kepada penulis.
6. Teman-teman Program Studi S1 Agribisnis 2014 dan Keluarga besar PT Karya Jaya Media Tama atas segala kebaikan dan kebersamaannya selama ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik, saran dan masukan yang membangun untuk menyempurnakan skripsi ini. Penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis khususnya dan para pembaca umumnya.

Semarang, Desember 2020

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR ILUSTRASI	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Tujuan dan Manfaat Penelitian	4
1.3. Hipotesis	5
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1. Sayur Organik	6
2.2. Pasar Modern	7
2.3. Perilaku Konsumen	9
2.4. Keputusan Pembelian	10
2.5. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	11
2.6. Penelitian Terdahulu	14
BAB III. METODE PENELITIAN	18
3.1. Kerangka Pemikiran	18
3.2. Lokasi dan Waktu Penelitian	20
3.3. Metode Penelitian dan Penentuan Sampel	20
3.4. Metode Pengumpulan Data	21
3.5. Analisis Data	22
3.6. Batasan Variabel dan Konsep Pengukuran	26
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	29
4.1. Karakteristik Responden Sayuran Organik di Pasar Modern Kota Semarang	29
4.2. Perilaku Pembelian Konsumen Sayuran Organik di Pasar Modern Kota Semarang	35
4.3. Jenis-jenis Sayuran Organik yang Disukai Responden	37
4.4. Hubungan antara Frekuensi Pembelian dengan Pendapatan	39
4.5. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	40
BAB V. SIMPULAN DAN SARAN	55
5.1. Kesimpulan	55
5.2. Saran	56

DAFTAR PUSTAKA	57
LAMPIRAN	63
RIWAYAT HIDUP	89

DAFTAR TABEL

Nomor	Halaman
1. Rujukan Penelitian Terdahulu	14
2. Sebaran Karakteristik Responden	28
3. Perilaku Konsumen dalam Pembelian Sayur Organik	33
4. Jenis-jenis Sayuran Organik yang Disukai Responden	35
5. Hubungan antara Frekuensi Pembelian dengan Pendapatan	37
6. Hasil Uji Reliabilitas	39
7. Hasil Uji Validitas	39
8. Hasil Uji Regresi Logistik	40
9. Nilai Koefisien Variabel	42
10. Estimasi Parameter Regresi Logistik pada Skala Terendah	42
11. Estimasi Parameter Regresi Logistik pada Skala Tertinggi	43
12. Ketepatan Klasifikasi Keputusan Pembelian Sayuran Organik	48

DAFTAR ILUSTRASI

Nomor	Halaman
1. Kerangka Pemikiran	19

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Halaman
1. Kuesioner	59
2. Identitas Responden	63
3. Data Regresi Logistik	66
4. Peta Kota Semarang	69
5. Hasil Analisis Reliabilitas dan Validitas	70
6. Hasil Analisis Regresi Logistik	75
7. Perhitungan Persamaan Estimasi Parameter Regresi Logistik	80
8. Tabel Distribusi <i>Chi-Square</i>	81
9. Surat Izin Penelitian	82
10. Dokumentasi	84