



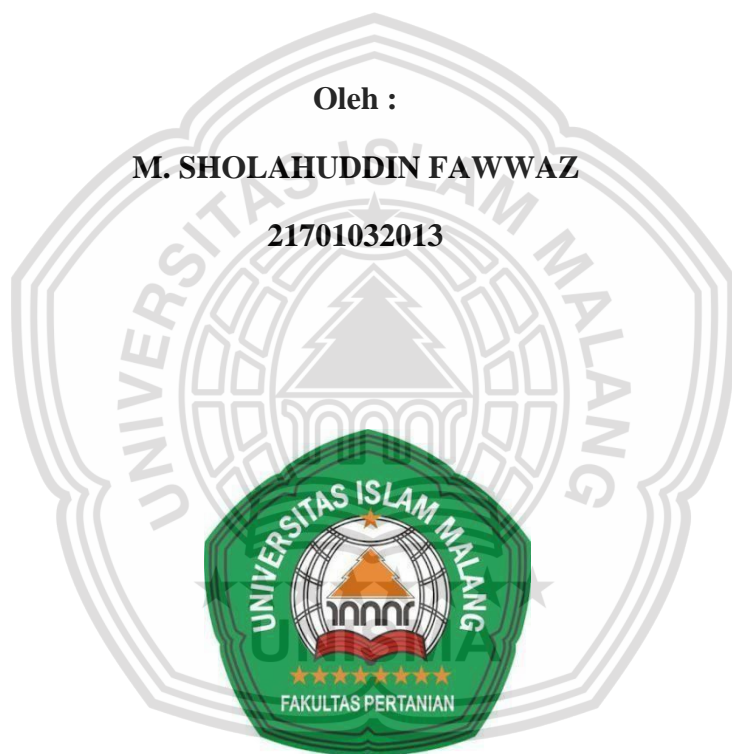
**ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
PEMBELIAN SAYUR HIDROPONIK
(STUDI KASUS POJOK HIDROPONIK KECAMATAN NGUNUT
KABUPATEN TULUNGAGUNG)**

SKRIPSI

Oleh :

M. SHOLAHUDDIN FAWWAZ

21701032013



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ISLAM MALANG**

2021



**ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
PEMBELIAN SAYUR HIDROPONIK
(STUDI KASUS POJOK HIDROPONIK KECAMATAN NGUNUT
KABUPATEN TULUNGAGUNG)**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana

Pertanian Strata Satu (S-1)

Oleh :

M. SHOLAHUDDIN FAWWAZ

217.01.0.3202713



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ISLAM MALANG**

2020

Abstract

The hirodponic farming system comes from the Greek, namely hydro which means water and ponics which means working power or power. The concept of back to nature also indirectly influences the consumption pattern of the Indonesian people by choosing healthy and nutritious foods, one of which is by consuming vegetables. The factors that influence the purchase decision of hydroponic vegetables must be considered by hydroponic vegetable business actors, because by looking at several factors that influence the purchase of producers, they can attract as many consumers as possible and can dominate the existing market. The aims of this study were 1) to determine the characteristics of consumers of hydroponic vegetables in the Hydroponic Corner, Kec. Ngunut Kab. Tulungagung 2) Analyzing the factors that influence consumer decisions in buying hydroponic vegetables in the Hydroponic Corner, Ngunut District, Tulungagung Regency. To find out the factors for buying the right hydroponic vegetables. The data collection method used primary data and secondary data. For data analysis using Logit Regression Model analysis. The results showed that based on the Logit Regression Model analysis there were 4 variables that had a significant effect, namely price with a significance value of 0.055, quality with a significance value of 0.10, income with a significance value of 0.42, tastes with a significance value of 0.56 and two variables that has no effect, namely lifestyle with a significance value of 0.140 and education with a significance value of 0.442.

Keywords: Hidroponic Vegetables , Logit, significant.

Abstrak

System pertanian hidrodponik yaitu berasal dari Bahasa Yunani, yaitu *hydro* yang berarti air dan *ponics* yang berarti bekerja tenaga atau daya. Konsep *back to nature* secara tidak langsung juga memengaruhi pola konsumsi masyarakat Indonesia dengan memilih makanan yang sehat dan bergizi, salah satunya dengan mengonsumsi sayuran. Faktor yang memengaruhi keputusan pembelian sayur hidroponik haruslah diperhatikan oleh para pelaku usaha sayur hidroponik, karena dengan melihat beberapa faktor yang mempengaruhi pembelian produsen dapat menjaarin konsumen sebanyak mungkin dan dapat menguasai pasar yang ada. Tujuan dari penelitian ini adalah 1) untuk mengetahui karakteristik konsumen sayur hidroponik di Pojok Hidroponik Kec. Ngunut Kab. Tulungagung 2) Menganalisis faktor-faktor yang berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam membeli sayur hidroponik di Pojok Hidroponik, Kecamatan Ngunut, Kabupaten Tulungagung. Untuk mengetahui faktor pembelian sayur hidroponik yang tepat. Metode pengumpulan data menggunakan data primer dan data sekunder. Untuk analisis data menggunakan analisis Model Regresi Logit. Hasil penelitian menunjukkan bahwa berdasarkan analisis Model Regresi Logit ada 4 variabel yang berpengaruh secara signifikan yaitu harga dengan nilai signifikansi 0,055, kualitas dengan nilai signifikansi 0,10, pendapatan dengan nilai signifikansi 0,42, selera dengan nilai signifikansi 0,56 dan dua variabel yang tidak berpengaruh yaitu gaya hidup dengan nilai signifikansi 0,140 dan pendidikan dengan nilai signifikansi 0,442

Kata Kunci : Sayuran Hidroponik, Logit, Signifikansi

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sayur hidroponik merupakan sayuran yang banyak di kembangkan di daerah perkotaan karena hidroponik merupakan system pertanian yang simple dan tidak terlalu membutuhkan tempat yang banyak. Banyak metode pertanian sayur yang di gunakan di Indonesia. Selain pertanian organic juga terdapat budidaya sayur dengan metode budidakber. Sayuran merupakan salah satu komoditas yang sangat di butuhkan masyarakat Indonesia selain beras di karenakan banyaknya manfaat yang ada di dalam sayur tersebut untuk lebih menyehatkan.

System pertanian hrodponik yaitu berasal dari Bahasa yunani, yaitu *hydro* yang berarti air dan *ponics* yang berarti bekerja tenaga atau daya. Hidroponik dikenal juga dengan istilah *soilless culture* cara budidaya tanaman tanpa menggunakan tanah sebagai media tanam. Konsep hidroponik berangkat dari pemahan bahwa tanaman hidup bukan karena tanah, melainkan ada unsur – unsur yang terdapat di dalam tanah. Tulisan ilmiah pertama yang mengulas budi daya tanaman dengan media air pertama kali di tulis oleh francis bacon dengan judul *Syla Sylvarum*, terbir tahun 1627, satu tahun setelah kematiannya. Pada tahun 1699 John Woodward melakukan eksperimen dengan menanam mint dengan air. Dari percobaan tersebut ia menemukan bahwa tanaman yang beri larutan air yang di campur unsur hara ternyata dapat tumbuh lebih baik daripada tanaman yang di beri air biasa. Menurut Sengkey, M. Y dkk (2017) bahwa persepsi masyarakat terhadap sayur hidroponik sangatlah

bagus dengan indeks persepsi sebesar 84,16% dan tergolong sangat setuju dengang adanya teknik pertanian hidroponik.

Fadli (2016) menyatakan bahwa industri makanan dan minuman merupakan industri yang memberikan sumbangsih perekonomian di Indonesia. Setiap tahunnya pertumbuhan industri makanan dan minuman memiliki peningkatan yang cukup tinggi. Pada tahun 2011 hingga 2016, industri makanan serta minuman memiliki pertumbuhan sebesar 7,8%. Tingginya populasi dan jumlah penduduk membuat tingkat konsumsi masyarakat pada bidang makanan dan minuman di Indonesia meningkat.

Salah satu cara untuk menghasilkan produk sayuran yang berkualitas tinggi secara kontinyu dengan kuantitas yang tinggi per tanamannya adalah budidaya dengan sistem hidroponik. Pengembangan hidroponik di Indonesia cukup prospektif mengingat beberapa hal sebagai berikut, yaitu permintaan pasar sayuran berkualitas yang terus meningkat, kondisi lingkungan/ iklim yang tidak menunjang, kompetisi penggunaan lahan, dan adanya masalah degradasi tanah. Kendala pada sistem pertanian konvensional di Indonesia terjadi karena Indonesia merupakan negara tropis dengan kondisi lingkungan yang kurang menunjang seperti curah hujan yang tinggi. Kondisi tersebut dapat mengurangi keefektifan penggunaan pupuk kimia di lapangan karena pencucian hara tanah, sehingga menyebabkan pemborosan dan mengakibatkan tingkat kesuburan tanah yang rendah dengan produksi yang rendah secara kuantitas maupun kualitas. Suhu dan kelembaban udara tinggi sepanjang tahun cenderung menguntungkan perkembangan gulma, hama, dan penyakit. Di dataran

tinggi, masalah erosi tanah dan persistensi organisme pengganggu tanaman (OPT) merupakan faktor pembatas produktivitas tanaman petani.

Selain hal-hal tersebut, meningkatnya jumlah penduduk menyebabkan ketersediaan lahan pertanian semakin sempit karena digunakan untuk perumahan dan perluasan perkotaan. Hal ini mempersulit pencapaian peningkatan produksi sayuran karena keterbatasan lahan pertanian.

Sayuran hidroponik relatif lebih mahal di bandingkan dengan sayuran yang di tanam secara konvensional. Kelebihan sayuran hidroponik lebih bersih lebih segar dan terhindar dari hama penyakit.. di samping itu sayur hidroponik memiliki keunggulan bebas pestisida yang tentunya lebih menyehatkan di bandingkan dengan sayuran yang di tanam secara konvensional. Dari beberapa hal yang telah di sebutkan tersebut bisa menarik perhatian para calon konsumen karena lebih layak di konsumsi. Dan factor pola hidup masyarakat yang sadar akan gaya hidup sehat dapat mengalihkan masyarakat untuk mengonsumsi sayur hidroponik yang di nilai lebih menyehatkan dan alami.

Beberapa pakar hidroponik mengemukakan beberapa kelebihan dan kekurangan sistem hidroponik dibandingkan dengan pertanian konvensional (Del Rosario dan Santos 1990; Chow 1990). Kelebihan sistem hidroponik antara lain adalah penggunaan lahan lebih efisien, tanaman berproduksi tanpa menggunakan tanah, tidak ada resiko untuk penanaman terus menerus sepanjang tahun, kuantitas dan kualitas produksi lebih tinggi dan lebih bersih, penggunaan pupuk dan air lebih

efisien, periode tanam lebih pendek, dan pengendalian hama dan penyakit lebih mudah.

Kekurangan sistem hidroponik, antara lain adalah membutuhkan modal yang besar; pada “Close System” (nutrisi disirkulasi), jika ada tanaman yang terserang patogen maka dalam waktu yang sangat singkat seluruh tanaman akan terkena serangan tersebut; dan pada kultur substrat, kapasitas memegang air media substrat lebih kecil daripada media tanah; sedangkan pada kultur air volume air dan jumlah nutrisi sangat terbatas sehingga akan menyebabkan pelayuan tanaman yang cepat dan stres yang serius.

Pemasaran sayur hidroponik di Indonesia di nilai semakin naik, hal tersebut dapat nilai dengan banyaknya sayur hidroponik yang di jual di supermarket besar di Indonesia. Pemasaran sayur hidroponik sangatlah penting untuk di perhatikan karena menyangkut pemenuhan permintaan masyarakat akan kebutuhan sayur yang menyehatkan. Dan pemasaran sayur hidroponik dengan memerhatikan pengaruh atau faktor pembelian sayur hidroponik ini sangatlah di butuhkan oleh para pengusaha sayur hidroponik karena tidak sedikit para pengusaha mengalami beberapa kesulitan dalam menentukan target konsumen yang tepat. Melakukan promosi di media social dengan baik dan menarik perhatian calon konsumen karena meski model pemasaran menggunakan media online tidaklah semua target konsumen dapat menjangkaunya dari media online. Ada yang mengetahuinya dari cerita orang lain lalu mencari tahunya secara dalam apakah yang di namakan sayur hidroponik itu sendiri. Dalam

bidan penelitian factor yang mempengaruhi keputusan pembelian sayur hidroponik ini merupakan salah satu model database yang bisa di gunakan sebagai acuan para pengusaha sayur hidroponik untuk melebarkan sayapnya dalam melakukan pemasaran dan melakukan tergetig market yang tepat. Pemasaran merupakan hal terpenting di samping dari proses produksi, bagaimana kita bisa melancaarkan proses pemasaran yang dapat di terima dengan baik di masyarakat dan di sambut dengan antusias.

Masalah lain dalam penerapan pertanian hidroponik dari sisi pasar yaitu kosumen dalam membeli produk pertanian hidroponik perlu pertimbangan yang panjang untuk memutuskannya. Artibut-artibut produk pertanian hidroponik pun mempengaruhi dalam proses pengambilan keputusan tersebut. Lebih lanjut Kaunang, S.G. dkk (2016) menyatakan faktor yang menyebabkan persepsi masyarakat di kategori baik kepada tanaman hidroponik antara lain responden mengerti tentang tanaman hidroponik dan bertanggung persepsi lewat pengetahuan tanaman hidroponik bahwa responden mengerti penanaman hidroponik serta keuntungan dan kelebihan dari pemanfaatan tanaman tersebut karena keuntungan dan kelebihannya yaitu harga jual yang lebih tinggi di bandingkan tanaman yang di tanam secara konvensional, tidak menggunakan pestisida, masa pertumbuhan lebih cepat, hasil lebih maksimal, bisa di tanam di musim apa pun, bisa ditanam di daerah perkotaan, cara pengurusan tanaman yang mudah hanya menjaga kestabilitas air serta penambahan nutrisi secara teratur. Dan menurut responden diera yang sudah seperti sekarang, harus di kembangkan

tanaman hidroponik agar masyarakat juga bisa ikut menanam tanaman hidroponik dan agar kebutuhan pangan untuk masyarakat bisa lebih bertambah.

Pojok Hidroponik adalah salah satu pelaku UMKM yang bergerak atau berbasis pertanian sayur hidroponik. Saat ini Pojok Hidroponik telah melakukan berbagai macam produk pertanian hidroponik seperti sayur sayur hidroponik, pupuk A-B mix, dan instalasi sayur hidroponik. Melakukan pemasaran sayur hidroponik melalui media online dan offline, pemasaran offline ini sebagian di pasarkan di daerah sekitar tempat produksi yakni di Kecamatan Ngunut dan dalam satu minggu dua kali melakukan pengiriman sayur hidroponik ke Surabaya yakni ke hotel dan restaurant. Dalam menghadapi persaingan pasar Pojok Hidroponik menggunakan salah satu metode pemasaran dengan menggunakan media online sebagai bentuk pengenalan produk hidroponik dan promosi sayur hidroponik untuk menarik perhatian para calon konsumen. Adapun potensi pasar yang sangat besar mendorong Pojok Hidroponik untuk meningkatkan usahanya. Factor yang memengaruhi keputusan pembelian sayur hidroponik haruslah di perhatikan oleh para pelaku usaha sayur hidroponik, karena dengan melihat beberapa faktor yang mempengaruhi pembelian produsen dapat menjangkau konsumen sebanyak mungkin dan dapat menguasai pasar yang ada. Untuk itu perlu di lakukan upaya yang dapat mengubah keputusan konsumen yang bermula dari mengkonsumsi sayur yang di tanam secara konvensional beralih ke sayur hidroponik. Apabila faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian, produsen dapat memperbaiki kualitas sayur maupun secara pelayanan, serta dapat melakukan edukasi konsumen tentang pentingnya mengkonsumsi sayur hidroponik sebagai gaya hidup sehat.

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti tertarik untuk mengambil judul yang akan di kembangkan dalam penelitian yaitu “Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Sayur Hidroponik (Studi Kasus di Pojok Hidroponik Kecamatan Ngunut, Kabupaten Tulungagung)”.

1.2 Perumusan masalah

Maka dari itu berdasarkan uraian diatas, permasalahan yang dapat dirumuskan peneliti adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana karakteristik konsumen sayur hidroponik di Pojok Hidroponik Kec Ngunut Kab. Tulungagung.
2. Apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli sayur hidroponik di Pojok Hidroponik, Desa Recobarong Kecamatan Ngunut Kabupaten Tulungagung.

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui karakteristik konsumen sayur hidroponik di Pojok Hidroponik Kec Ngunut Kab. Tulungagung.
2. Menganalisis faktor-faktor yang berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam membeli sayur hidroponik di Pojok Hidroponik, Kecamatan Ngunut, Kabupaten Tulungagung.

1.4 Batasan Masalah

Agar kesimpulan yang didapat dari penelitian ini, maka penulis menentukan batasan masalah sebagai berikut :

1. Penelitian ini dilakukan di Pojok Hidroponik Desa Recobarong Kecamatan Ngunut Kabupaten Tulungagung, Sampel adalah seluruh konsumen yang membeli ataupun tidak membeli sayur hidroponik.
2. Penelitian ini fokus terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen.
3. Harga sayuran hidroponik pada saat penelitian.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai tambahan ilmu dan media untuk perkembangan ilmu pengetahuan serta wawasan berpikir mengenai objek yang diteliti dan untuk melengkapi salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana di Fakultas Pertanian Universitas Islam Malang.

2. Bagi perusahaan

Hasil dari penelitian dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam memproduksi, memasarkan produk dan menjaga kualitas produk tetap terjaga untuk menaikkan citra perusahaan.

3. Bagi lembaga Pendidikan

Sebagai referensi yang nantinya dapat memberikan perbandingan pada peneliti lain dalam mengadakan penelitian tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian pada masa yang akan datang.

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Karakteristik konsumen sayur hidroponik di Pojok Hidroponik berdasarkan umur yaitu rata-rata umur 30-39 tahun sebanyak 12 orang (40%), berjenis kelamin perempuan sebanyak 23 orang (76,6%), pendidikan rata-rata perguruan tinggi sebanyak 18 orang (60%), bekerja sebagai wiraswata sebanyak 14 orang (46,6%), dengan pendapatan rata-rata Rp 3.000.000 – Rp 5.000.000 sebanyak 10 orang (33,3%).
2. Berdasarkan hasil analisis logit dapat diketahui bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli sayur hidroponik di Pojok Hidroponik adalah variabel harga, variabel kualitas, variabel pendapatan dan variabel selera, faktor-faktor yang tidak berpengaruh terhadap keputusan dalam membeli sayur hidroponik di Pojok Hidroponik adalah variabel gaya hidup dan variabel pendidikan.

6.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, peneliti dapat memberikan saran sebagai berikut :

1. Dapat mempertahankan harga sayur hidroponik Rp. 20.000,00 , harga yang stabil lebih dapat di jangkau oleh para konsumen sebagian besar konsumen beranggapan sayur hidroponik di Pojok Hidroponik terjangkau.
2. Memperbaiki kualitas sayur hidroponik yang di jual dengan cara melewati tahap penyortiran terlebih dahulu, jika kualitas sayur hidroponik yang di jual semakin bagus maka penjualan bisa meningkat.
3. Target pasar sayur hidroponik haruslah tepat di karenakan sayuran hidroponik memiliki harga yang lebih tinggi di bandingkan sayuran konvensional maka konsumen yang berpendapatan tinggi yaitu \geq Rp. 2.010.000,00 yang bisa menjangkaunya.
4. Selera konsumen ini sangatlah bergantung dengan adanya kualitas yang baik di dalam sayur hidroponik maka akan dapat merubah selera konsumen untuk beralih ke dalam sayur hidroponik.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggi Kharisma. 2020. *Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sayur Paprika (Capsicum annum L.)*. repository.umsu.ac.id.
- Afrani, S. U. (2018). Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Permintaan Sawi Pakcoy hidroponik (Brassica rapa). *Skripsi*.
- Alex Osterwalder, Yves Pigneur. 2013. *Business Model Generation*. Library Thinks.
- Bungin, B. (2005). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Prenada Media. Jakarta.
- Eka Sunarya Putri, Eliza. 2014. *Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Pembelian Jamur Tiram Di Kota Pekanbaru*. Media.neliti.com.
- F Chandra, FD Pranatasari, 2018, *Jurnal Manajemen dan Start Up Bisnis*, jurnal.uc.ac.id
- Fauzi Sirait 2017. *Faktor –Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Beras Organik”. (Studi Kasus : Berastagi Supermarket, Kecamatan Medan Petisah, Kota Medan, Provinsi Sumatera Utara*. Agribisnis. Fakultas Pertanian. Umsu. Medan.
- Fauzi Sirait. 2017. *Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Beras Organik*. repository.umsu.ac.id.
- Hosmer, D. W., & Lemeshow, S. (2000). *Applied Logistic Regression*. John Wiley & Sons. New York.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). Prinsip-prinsip pemasaran. Erlangga, Jakarta. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 14(2).
- Kotler, P., & Susanto, A. B. (2001). *Manajemen Pemasaran Di Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kasali, Rhenald 2003, *Membidik Pasar Indonesia : Segmentasi, Targeting, dan Positioning*. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Kustiawan, R., & Kuncoro, I. A. (2013). Faktor – faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian makanan ringan secara online. *Jurnal Hospitality Dan Manajemen Jasa*, 1(2), 351–361.
- Lingga, pinus, 1984, *hidroponik: Bercocok Tanam Tanpa Tanah*. Niaga Swadaya. Jakarta.
- Istiqomah, Siti, 2007, *Menanam Hidroponik*, Ganeca Exact
- Mas’ud Mahendra1 , Wenny Mamilianti. 2020. *Persepsi konsumen dan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian beras premium*. Journal of Agricultural Socio-Economics.

- Muhammad Iqbal, 2016, *Simpel Hiddroponik*, Andi. Yogyakarta.
- Robert Kustiawan, Irawan Adhi Kuncoro. 2013. *Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Melakukan Pembelian Makanan Ringan Secara Online*. Jurnal Hospitality Dan Manajemen Jasa.
- Rizkiansah, T., Kurniati, D., & Imelda. (2018). Analisis Faktor- Faktor Pribadi Dan Psikologi Pada Proses Keputusan Pembelian Sayuran Hidroponik Di Kota Pontianak (Studi Kasus Merek Sayok Kite). *Jurnal Agribisnis*, 7(2), 1–13.
- Roidah, I. S. (2013). Manfaat Penggunaan Pupuk Organik untuk Kesuburan Tanah. *Jurnal Bonorowo*, 1(1), 30–43.
- Susanto, A., Prasetyo, A., & Wening, S. (2013). Laju Infeksi Ganoderma pada Empat Kelas Tekstur Tanah. *Jurnal Fitopatologi Indonesia*, 9(2), 39–46.
<https://doi.org/10.14692/jfi.9.2.39>
- Sutarni, S., Irawati, L., Unteawati, B., & Yolandika, C. (2019). Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Sayuran Hidroponik Di Kota Bandar Lampung. *Journal of Food System & Agribusiness*, 2(1), 17–24.
<https://doi.org/10.25181/jofsa.v2i1.1107>
- Saadah, D. S., & Malia, R. (2017). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Pembelian Sayuran Di Pasar Tradisional (Studi Kasus Pasar Muka Cianjur)*. *AGROSCIENCE (AGSCI)*, 7(1), 178–193.
- Saladin, 2003, *Inti Sari Pemasaran dan Unsur – Unsur Pemasaran*. Linda Karya. Bandung.
- Schiffman, Leon dan Leslie Lazar Kanuk. 2008. *Perilaku Konsumen*. Ketujuh. Cetakan keempat. PT. Indeks. Jakarta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Dan Rnd*. Salemba Empat.
- Shara Noor W (2015).” Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Sayuran Di Pasar Tradisional Di Kota Semarang”.
- Sutarni, Luluk Irawati. 2018. *Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Sayuran Hidroponik Di Kota Bandar Lampung*. *Journal of Food System and Agribusiness*.
- Sri Juningsih, Bambang Mulyatno Setiawan. 2020. *Analisis Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Cabai Rrawit (Capsicum Frustencens) Di Kabupaten Boyolali*. *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis (JEPA)*.
- Taryo Rizkiansah, Dewi Kurniati. 2018. *Analisis Faktor - Faktor Probadi Dan Psikologi Pada Proses Keputusan Pembelian Sayuran Hidroponik Di Kota Pontianak (Studi Kasus Merek Sayok Kite)*. *Sosial Ekonomi Pertanian Jurnal Agribisnis*.



Titik Wijayanti, 2017, *Marketing Plan Dalam Bisnis*. Elex Media Komputindo,
Jakarta.

Uray Dian Novita, Wilis Widi Wilujeng. 2021. *Persepsi Konsumen Terhadap Sayuran Hidroponik Di Kabupaten Sambas*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis.

