



**PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP PEMBELIAN SAYURAN
ORGANIK DAN SAYURAN NON ORGANIK DI KOTA MALANG**

SKRIPSI

Oleh :

Choirunnisa

218.01.032.099



PROGRAM STUDI AGRIBISNIS

FAKULTAS PERTANIAN

UNIVERSITAS ISLAM MALANG

MALANG

2022

SUMMARY

Choirunnisa (218.01.032.099). Consumer Preferences Against Purchases of Organic Vegetables and Non-Organic Vegetables in Malang City

Supervisor : 1. Dr. Ir. Masyhuri Mahfudz, MP.

2. Dr. Ir. Zainul Arifin, MP.

The projection of community vegetable consumption in Indonesia will increase from 2020-2030. Consumer preference is a person's choice of a product that is liked or disliked by a consumer. In fact, consumer preferences in deciding to buy organic vegetables are driven by several factors, the first factor is socioeconomic factors that exist in consumers and the second factor is driven by internal factors that exist in vegetables, namely: price, physical appearance, packaging, freshness durability, and availability. Efforts to create funds to increase satisfaction and convince consumers in deciding to buy vegetables are to know what factors influence it, so it is necessary to have knowledge regarding what factors can influence purchasing decisions.

The location of this research was conducted by purposive sampling (deliberately) in various modern markets/supermarkets in Malang City based on the consideration that these locations sell organic and non-organic vegetables. Sampling was done by accidental sampling as many as 78 respondents using the Lemeshow formula with the provision that the population of consumers who buy organic and non-organic vegetables in Malang is not known. This type of research is descriptive quantitative. The research was conducted in November – December 2021. The analysis technique used descriptive analysis and logistic regression analysis.

The purpose of this research; (1) to analyze the characteristics and consumer preferences of the most considered vegetable attributes in purchasing organic and non-organic vegetables in Malang City and (2) to analyze the factors that influence vegetable purchasing decisions based on consumer preferences where the factors used in this study are vegetable attributes which include price, physical appearance, packaging, durability of freshness, availability, as well as socio-economic factors that include education, and income.

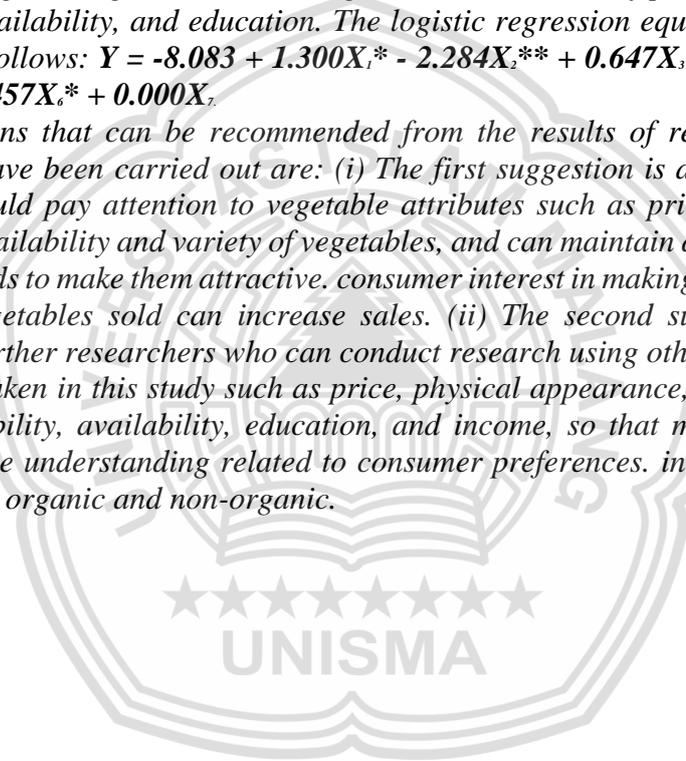
This research was conducted in six supermarkets in Malang City. Samples were taken as many as 78 people where there were 42 people who bought organic vegetables and 36 people bought non-organic vegetables. The analysis used to analyze consumer characteristics is descriptive analysis and logistic regression analysis is used to analyze the factors that influence vegetable purchasing decisions based on consumer preferences.

The results of the research on the first objective using descriptive analysis explained that the description of consumer characteristics based on gender was dominated by female consumers aged 21 to 30 years, with a length of education about 16 years commensurate with S1 around Rp. 2,000,000 to Rp. 3,000,000, and has a family of 3 to 4 members, then the average purchase of vegetables in a month is 2 to 4 times, where the supermarket most visited to buy vegetables is

Superindo. Then based on the results of the distribution of respondents' answers, the vegetable attributes that are considered by consumers in purchasing decisions of organic and non-organic vegetables are the physical appearance and packaging of the vegetables.

The results of the research on the second objective were analyzed using logistic regression and carried out a simultaneous test using the chi square and a partial test using the Wald. The results on the value of Nagelkerke R Square obtained by 0.514 or 51.4% while the remaining 48.6% which is not explained in this study. The results of the G test (chi square) The obtained variables are simultaneously price, physical appearance of vegetables, packaging, durability of freshness, availability, education, and income that affect the decision to purchase organic vegetables in Malang City. The results of the partial test using the Wald were obtained partially. The factors that had a significant effect on purchasing decisions for organic vegetables in Malang were the variables of price, physical appearance, availability, and education. The logistic regression equation model obtained is as follows: $Y = -8.083 + 1.300X_1^ - 2.284X_2^{**} + 0.647X_3 + 0.635X_4 + 3.160X_5^{**} + 0.457X_6^* + 0.000X_7$.*

Suggestions that can be recommended from the results of research and analysis that have been carried out are: (i) The first suggestion is addressed to producers, should pay attention to vegetable attributes such as price, physical appearance, availability and variety of vegetables, and can maintain and improve quality standards to make them attractive. consumer interest in making purchases, so that the vegetables sold can increase sales. (ii) The second suggestion is addressed to further researchers who can conduct research using other variables that were not taken in this study such as price, physical appearance, packaging, freshness durability, availability, education, and income, so that more can be known about the understanding related to consumer preferences. in purchasing vegetables both organic and non-organic.



RINGKASAN

Choirunnisa (218.01.032.099). Preferensi Konsumen Terhadap Pembelian Sayuran Organik dan Sayuran Non Organik di Kota Malang**Dosen Pembimbing : 1. Dr. Ir. Masyhuri Mahfudz, MP.****2. Dr. Ir. Zainul Arifin, MP.**

Proyeksi konsumsi sayuran masyarakat di Indonesia mengalami peningkatan dari tahun 2020-2030. Preferensi konsumen merupakan sebuah pilihan seseorang terhadap suatu produk yang disukai atau tidak disukai oleh seorang konsumen. Pada kenyataannya preferensi konsumen dalam memutuskan pembelian sayuran organik didorong oleh beberapa faktor, faktor pertama yaitu faktor sosial ekonomi yang ada pada konsumen dan faktor yang kedua didorong oleh faktor internal yang ada pada sayuran, yaitu : harga, tampilan fisik, kemasan, daya tahan kesegaran, dan ketersediaan. Upaya dalam menciptakan dana meningkatkan kepuasan serta meyakinkan konsumen dalam memutuskan pembelian sayuran adalah dengan mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhinya, sehingga perlu adanya pengetahuan terkait faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian.

Lokasi penelitian ini dilakukan secara *purposive sampling* (sengaja) di berbagai pasar modern/supermarket Kota Malang berdasarkan pertimbangan lokasi tersebut menjual sayuran organik dan non organik. Pengambilan sampel dilakukan secara *accidental sampling* sebanyak 78 responden menggunakan rumus Lemeshow dengan ketentuan jumlah populasi konsumen yang membeli sayuran organik dan non organik di Kota Malang tidak diketahui. Jenis penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif. Penelitian dilaksanakan pada bulan November – Desember 2021. Teknik analisis menggunakan analisis deskriptif dan analisis regresi logistik.

Penelitian ini bertujuan; (1) untuk Menganalisis karakteristik dan preferensi konsumen terhadap atribut sayuran yang paling dipertimbangkan dalam pembelian sayuran organik dan non organik di Kota Malang dan (2) menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian sayur berdasarkan preferensi konsumen dimana faktor-faktor yang digunakan dalam penelitian adalah atribut sayur yang meliputi harga, tampilan fisik, kemasan, daya tahan kesegaran, ketersediaan, serta faktor sosial ekonomi yang meliputi pendidikan, dan pendapatan.

Penelitian ini dilakukan di enam supermarket di Kota Malang. Sampel yang diambil sebanyak 78 orang dimana terdapat 42 orang yang membeli sayur organik dan 36 orang membeli sayur non organik. Analisis yang digunakan untuk Menganalisis karakteristik konsumen adalah analisis deskriptif dan analisis regresi logistik digunakan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian sayur berdasarkan preferensi konsumen.

Hasil penelitian pada tujuan pertama dengan menggunakan analisis deskriptif menjelaskan bahwa deksripsi karakteristik konsumen berdasarkan jenis kelamin didominasi oleh konsumen perempuan yang memiliki usia 21 sampai 30 tahun, dengan lama waktu tempuh pendidikan sekitar 16 tahun sepadan dengan

S1, pekerjaan yang dimiliki adalah sebagai pegawai swasta yang berpendapatan berkisar Rp. 2.000.000 sampai Rp. 3.000.000, dan memiliki jumlah anggota keluarga sebanyak 3 sampai 4 anggota, kemudian rata-rata pembelian sayur dalam sebulan adalah 2 sampai 4 kali, dimana supermarket yang paling banyak dikunjungi untuk membeli sayur adalah Superindo. Kemudian berdasarkan hasil distribusi jawaban responden atribut sayuran yang menjadi pertimbangan konsumen dalam keputusan pembelian sayuran organik dan non organik adalah tampilan fisik dan kemasan pada sayur.

Hasil penelitian pada tujuan kedua dianalisis menggunakan regresi logistik dan dilakukan uji simultan menggunakan model *chi square* dan uji parsial menggunakan uji *wald*. Hasil pada nilai *Nagelkerke R Square* diperoleh sebesar 0,514 atau 51,4% sedangkan sisanya sebesar 48,6% yang tidak dijelaskan di dalam penelitian ini. Hasil dari uji G (*chi square*) yang diperoleh adalah secara simultan variabel harga, tampilan fisik sayur, kemasan, daya tahan kesegaran, ketersediaan, pendidikan, dan pendapatan berpengaruh terhadap keputusan pembelian sayuran organik di Kota Malang. Hasil uji parsial menggunakan uji *wald* yang diperoleh secara parsial faktor yang berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sayuran organik di Kota Malang adalah variabel harga, tampilan fisik, ketersediaan, dan pendidikan. Model persamaan regresi logistik yang diperoleh adalah sebagai berikut : $Y = -8,083 + 1,300X_1^* - 2,284X_2^{**} + 0,647X_3 + 0,635X_4 + 3,160X_5^{**} + 0,457X_6^* + 0,000X_7$.

Saran yang dapat direkomendasikan dari hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan adalah : (i) Saran pertama ditujukan kepada para produsen, hendaknya memperhatikan atribut-atribut sayur seperti harga, tampilan fisik, ketersediaan dan keberagaman sayur, serta dapat memepertahankan dan meningkatkan standar kualitas agar menarik minat konsumen dalam melakukan pembelian, sehingga sayur yang dijual dapat meningkatkan penjualan. (ii) Saran kedua ditujukan kepada peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian dengan menggunakan variabel lain yang tidak diambil dalam penelitian ini seperti harga, tampilan fisik, kemasan, daya tahan kesegaran, ketersediaan, pendidikan, dan pendapatan, sehingga lebih dapat diketahui akan pemahaman terkait preferensi konsumen dalam melakukan pembelian sayur baik organik dan non organik.

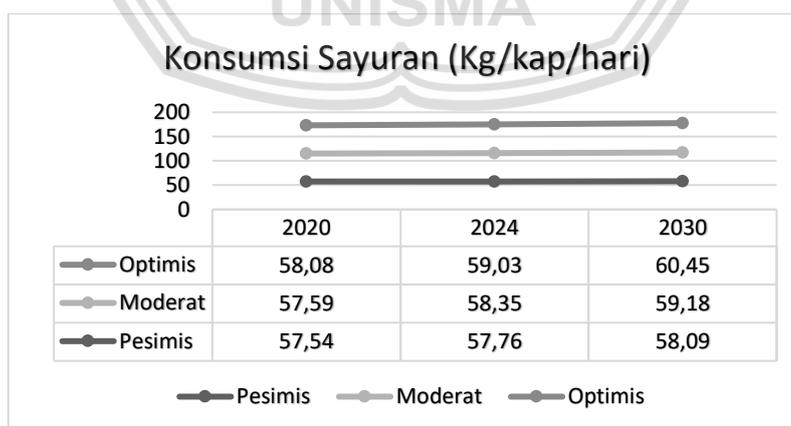
BAB I . PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sayuran merupakan salah satu sumber vitamin A, Vitamin C, Vitamin B, Ca, Fe, menyumbang sedikit kalori serta sejumlah mikronutrien (Fatimah and Siregar, 2020). Salah satu upaya di dalam mewujudkan ketahanan pangan, perlu adanya peningkatan konsumsi sayuran sebagai substitusi pangan karbohidrat. Di negara dengan tingkat pendapatan lebih tinggi, diversifikasi pangan ditunjukkan oleh perubahan pola makan dari biji-bijian sebagai sumber karbohidrat menjadi daging, telur, buah, dan sayur sebagai sumber protein, vitamin, dan mineral.

Menurut BPS (2013), masyarakat Indonesia cenderung menggunakan setengah dari pendapatannya untuk membeli berbagai macam makanan dan salah satu makanan yang dikonsumsi adalah sayur-sayuran, dimana dilihat dari segi kesehatannya sayuran sangat baik untuk kesehatan tubuh manusia. Konsumsi sayur-sayuran meningkat dari tahun ke tahun, hal ini dibuktikan atau didukung dengan adanya peningkatan kesadaran masyarakat terhadap kesehatan.

Gambar 1. Proyeksi Konsumsi Sayuran di Indonesia di Tingkat Produksi



Sumber : Badan Ketahanan Pangan Kementerian Pertanian, 2018

Gambar 1 menunjukkan bahwa proyeksi konsumsi sayuran masyarakat pada tingkat produksi di Indonesia meningkat dari tahun ketahun. Produksi tanaman sayur di Indonesia dapat dikatakan jarang sekali mengalami penurunan. Beberapa hal yang menjadi pemicu meningkatnya konsumsi sayur di Indonesia adalah bahwa adanya kenaikan pendapatan masyarakat dan mengonsumsi sayuran merupakan kebutuhan dari konsumen. Pada tahun 2020 berbagai negara terdampak pandemi *Covid 19* salah satunya adalah Indonesia, hal ini menyebabkan banyak masyarakat yang merubah pola makan dengan mengganti konsumsi makanan yang lebih sehat, pola konsumsi sayur mengalami peningkatan selama pandemi, alasan ini didukung oleh Mustakim, *et al* (2021), yang menyatakan bahwa sebagian besar masyarakat rutin di dalam mengonsumsi sayur dan buah sebanyak 2 sampai 4 kali pada masa pandemi. Menurut Rohmani (2020), sebagai bentuk kesadaran dan kewaspadaan masyarakat terhadap pencegahan virus *Covid 19* menyebabkan perubahan pola perilaku masyarakat ke arah gaya hidup yang lebih sehat, banyak pula masyarakat yang memanfaatkan masa pandemi *Covid 19* untuk menjalankan program diet, dimana ketika seseorang menjalankan program diet, mereka cenderung mengonsumsi banyak sayuran daripada sebelumnya, alasan berikutnya adalah sayuran merupakan empat komponen empat sehat lima sempurna (Sulistiyowati, *et al.* 2020). Zat-zat penting seperti vitamin, kalsium, kalium dan fosfor banyak terkandung di dalam sayuran, oleh karena itu hal ini menjadikan sayuran sangat penting untuk dikonsumsi (Hasan, *et al.* 2019).

Seiring berjalannya waktu banyak masyarakat yang sadar akan kesehatan salah satu upaya di Indonesia dalam memulai hidup sehat adalah dengan memperkenalkan pangan organik contohnya adalah sayuran organik. Sayuran

organik lebih sehat dan aman dikonsumsi bagi tubuh dibandingkan dengan sayuran non organik. Secara umum sayuran organik adalah sayuran yang memiliki standar kesehatan yang direkomendasikan untuk dikonsumsi karena baik untuk kesehatan dalam jangka panjang sedangkan sayuran yang umumnya diusahakan secara non organik dengan penggunaan pupuk dan pestisida sintetis sebagai penentu keberhasilan suatu usahatani (Mayrowani, 2012).

Salah satu ciri konsumen di Indonesia didalam mencari produk adalah dengan memilih produk yang memiliki harga lebih murah dan tidak memperhatikan keamanan pangan seperti mengonsumsi sayur-sayuran non organik. Tetapi saat ini sudah banyak pula konsumen yang lebih teliti didalam membeli produk sayuran. Beberapa dari mereka cenderung memilih sayuran organik atau sayuran yang tidak terkena bahan-bahan kimia seperti pupuk dan pestisida kimia yang memberikan dampak tidak baik bagi kesehatan tubuh. Di sisi lain banyak pula para konsumen yang lebih memilih untuk memilih sayur non organik beberapa penyebabnya adalah di karenakan sudah menjadi kebiasaan dalam mengonsumsi sayuran non organik dengan persepsi yang terpenting makanan bersih dan halal, kurangnya pengetahuan terkait sayuran organik, dan perbandingan harga dari sayuran organik cenderung lebih mahal daripada sayuran non organik karena perawatannya yang sama sekali tidak menggunakan pupuk maupun pestisida kimia.

Di Malang Jawa Timur pertanian dengan sistem non organik sudah diterapkan terlebih dahulu dan sudah cukup lama daripada pertanian sistem organik, tetapi saat ini masyarakat juga sedang mengembangkan pertanian dengan sistem organik seperti contoh melakukan pendayagunaan kotoran sapi dalam upaya mendukung pertanian dengan sistem organik. Salah satu jenis tanaman yang

dibudidayakan dengan sistem organik dan sistem non organik adalah sayur sayuran. Untuk hasil panen dari sayuran non organik dipasarkan melalui pasar tradisional dan pasar modern di Kota Malang. Beberapa sayuran yang dipasarkan di pasar tersebut seperti sawi hijau, sawi putih, selada, dan lain sebagainya. Kemudian untuk sayuran organik saat ini juga sudah masuk dan dipasarkan di supermarket atau pasar modern yang ada di kota Malang seperti Super Indo, Transmart, dan Hypermart. Beberapa sayuran organik yang dipasarkan di pasar modern malang diantaranya seperti kangkung, selada, bayam, sawi putih, sawi hijau, dsb.

Konsumen di dalam melakukan pemilihan terhadap sayuran pasti memilih sayuran yang dapat memberikan kepuasan terhadap keinginan dan kebutuhan mereka. Dalam mengonsumsi sayuran konsumen akan memperhatikan petunjuk kualitas atau atribut dari sayuran yang mereka beli dan pendapatannya. Beberapa hal atau atribut yang menjadi pertimbangan konsumen dalam membeli sayur yaitu seperti daya tahan kesegaran, harga, warna, dan tampilan fisik sayur.

Upaya dalam menciptakan dan meningkatkan kepuasan konsumen adalah dengan mengetahui tingkat preferensi konsumen terhadap faktor-faktor apa saja yang dapat menjadikan konsumen melakukan pembelian sayuran organik dan non organik. Preferensi konsumen merupakan sebuah pilihan produk yang disukai atau tidak disukai oleh seseorang untuk dikonsumsi, tujuan analisis preferensi konsumen digunakan untuk dapat memahami semua informasi mengenai kebutuhan dan keinginan konsumen. Sehingga bagi para produsen, hal ini menjadi respon yang sangat penting terhadap peningkatan permintaan suatu produk, agar dapat menghasilkan produk-produk yang dapat memenuhi permintaan konsumen (Fajarani, *et al*, 2021).

Pada kenyataan yang ada seorang konsumen dalam melakukan pembelian didorong oleh beberapa faktor yaitu, faktor internal dan faktor eksternal, dimana faktor internal dalam penelitian ini adalah faktor yang ada pada sayuran yaitu atribut yang dimiliki sayuran, sedangkan untuk faktor eksternal adalah faktor sosial ekonomi yang dimiliki oleh konsumen sayuran organik dan non organik. Hal ini didukung dari hasil survei awal menunjukkan bahwa preferensi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian didorong dari faktor sosial ekonomi konsumen antara lain: jumlah pendapatan dan tingkat pendidikan. Menurut Kharisma dan Siregar (2021), faktor yang berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian adalah faktor tingkat pendidikan, pendapatan, dan harga. Sedangkan menurut Tinambo and Sunaryanto (2021), menyatakan bahwa faktor tingkat pendidikan dan jumlah pendapatan tidak berpengaruh secara nyata terhadap keputusan pembelian.

Preferensi konsumen terhadap keputusan pembelian selanjutnya didorong oleh faktor internal yang dimiliki oleh sayuran yaitu atribut dari sayuran seperti harga, tampilan fisik atau kualitas, kemasan, kesegaran, dan ketersediaan sayur (Sutarni, *et al*, 2018). Berdasarkan uraian diatas maka tujuan dari dilakukannya penelitian ini adalah untuk menganalisis karakteristik dan preferensi konsumen terhadap atribut sayuran yang dipertimbangkan dalam keputusan pembelian sayuran organik dan non organik, kemudian menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi konsumen dalam keputusan pembelian sayuran organik dan non organik di Kota Malang.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas dapat dirumuskan beberapa permasalahan dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagaimana karakteristik dan preferensi konsumen terhadap atribut sayuran yang dipertimbangkan dalam pembelian sayur organik dan non organik di Kota Malang?
2. Apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi konsumen terhadap keputusan pembelian sayuran organik dan non organik di Kota Malang?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini dilakukan dengan tujuan sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis karakteristik dan preferensi konsumen terhadap atribut sayuran yang dipertimbangkan dalam pembelian sayuran organik dan non organik di Kota Malang.
2. Untuk menganalisis faktor-faktor apa saja yang berpengaruh terhadap preferensi konsumen dalam keputusan pembelian sayuran organik dan non organik di Kota Malang.

1.4 Batasan Penelitian

Berdasarkan tujuan yang telah diuraikan, maka terdapat beberapa batasan dalam penelitian ini, yaitu :

1. Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis faktor-faktor yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian sayuran organik dan non organik berdasarkan tingkat preferensi konsumen.

2. Penelitian ini berfokus pada preferensi konsumen di dalam memilih dan mempertimbangkan sayuran yang akan dibeli, hal tersebut dapat dilihat dari atribut yang dipertimbangkan oleh konsumen terhadap keputusan pembelian sayuran organik dan non organik.
3. Data yang digunakan pada penelitian ini berbentuk data primer dan data sekunder. Data primer yang diperoleh dengan cara observasi wawancara langsung kepada responden dengan menggunakan kuesioner yang telah disusun sesuai dengan tujuan penelitian yang didapatkan langsung dari konsumen. Data sekunder dibutuhkan agar dapat menunjang data primer yang diperoleh dengan cara studi kepustakaan dan instansi yang berkaitan dengan penelitian ini.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi peneliti. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan baru terhadap preferensi konsumen terhadap sayuran organik dan sayuran non organik untuk meningkatkan potensi diri dalam menganalisis. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pemikiran bagi penelitian-penelitian berikutnya.
2. Bagi para konsumen. Dalam hal ini diharapkan seorang konsumen dapat memanfaatkan hasil penelitian ini sebagai bahan pertimbangan untuk pengambilan keputusan di dalam pembelian produk sayuran organik dan non organik.
3. Bagi produsen. Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan informasi dan pertimbangan di dalam memasarkan suatu produk dengan

memperhatikan faktor-faktor yang dapat menjadikan konsumen untuk memutuskan pembelian dan dapat memberikan kepuasan penuh kepada konsumen.

4. Bagi pemerintah. Dalam hal ini diharapkan pemerintah dapat menyeimbangkan pertanian organik dan non organik agar dapat menstabilkan harga produk di pasar sehingga dapat dinikmati oleh semua kalangan masyarakat.



BAB VI. KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

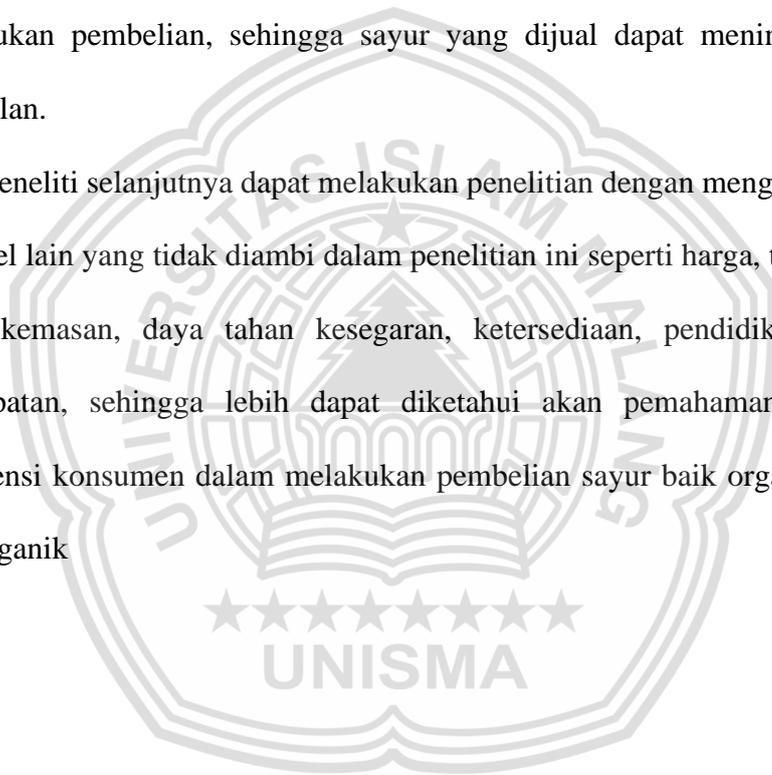
Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian yang telah dilaksanakan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Deskripsi karakteristik konsumen berdasarkan jenis kelamin didominasi oleh konsumen perempuan yang memiliki usia 21 sampai 30 tahun, dengan lama waktu tempuh pendidikan sekitar 16 tahun sepadan dengan S1, pekerjaan yang dimiliki adalah sebagai pegawai swasta yang berpendapatan berkisar Rp. 2.000.000 sampai Rp. 3.000.000, dan memiliki jumlah anggota keluarga sebanyak 3 sampai 4 anggota, kemudian rata-rata pembelian sayur dalam sebulan adalah 2 sampai 4 kali, dimana supermarket yang paling banyak dikunjungi untuk membeli sayur adalah Superindo. Kemudian berdasarkan hasil distribusi jawaban responden atribut sayuran yang menjadi pertimbangan dan preferensi konsumen terhadap keputusan pembelian sayuran adalah tampilan fisik dan kemasan sayuran.
2. Faktor faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian berdasarkan preferensi konsumen yang berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sayur organik dan non organik diantaranya adalah variabel harga (X1), variabel tampilan fisik (X2), variabel ketersediaan (X5), variabel pendidikan (X6). Sedangkan untuk variabel yang tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sayur organik dan non organik adalah variabel kemasan (X3), variabel daya tahan kesegaran (X4), dan variabel pendapatan (X7).

6.2 Saran

Dari hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan, maka dapat dituliskan beberapa saran sebagai berikut :

1. Saran yang dapat diberikan dari penelitian ini bagi para produsen, hendaknya memperhatikan atribut-atribut sayur seperti harga, tampilan fisik, ketersediaan dan keberagaman sayur, serta dapat memepertahankan dan meningkatkan standar kualitas agar menarik minat konsumen dalam melakukan pembelian, sehingga sayur yang dijual dapat meningkatkan penjualan.
2. Bagi peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian dengan menggunakan variabel lain yang tidak diambil dalam penelitian ini seperti harga, tampilan fisik, kemasan, daya tahan kesegaran, ketersediaan, pendidikan, dan pendapatan, sehingga lebih dapat diketahui akan pemahaman terkait preferensi konsumen dalam melakukan pembelian sayur baik organik dan non organik



DAFTAR PUSTAKA

- Ali, K. (2017) 'Pengaruh Promosi Dan Atribut Produk Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Tabungan Ekasave Pada Bank Eka Kantor Pusat Metro', *Jurnal Derivatif*, 11(1), pp. 36–44.
- Alma, B. (2016) *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: C.V. Alfabeta.
- Andarwulan, N. and Faradilla, R.F. (2012) 'Pewarna Alami Untuk Pangan', p. 8.
- Arianto, A.B. (2013) 'Pengaruh Atribut Produk, Harga, Kebutuhan Mencari Variasi dan Ketidakpuuasan Konsumen terhadap Keputusan Perpindahan Merek dari Samsung Galaxy Series di Kota Malang', *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 11(2), pp. 294–305.
- Badan Ketahanan Pangan Kementerian Pertanian (2018) 'Direktori Perkembangan Konsumsi Pangan'.
- BPS (2013) 'Produk Domestik Bruto Per Kapita, Produk Nasional Bruto Per Kapita, 2000-2013'. Available at: <http://www.bps.go.id/>.
- Cypert, K., Prasetyo, E.. and Setiadi, A.. (2019) 'Anlalisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Brokoli Organik di Pasar Modern Galael Semarang', *JSEP (Journal of Social and Agricultural Economics)*, 12(2), p. 67. doi:10.19184/jsep.v12i2.10032.
- Dwiputra, R. (2013) 'Preferensi Wisatawan Terhadap Sarana Wisata di Kawasan Wisata Alam Erupsi Merapi', *Journal of Regional and City Planning*, 24(1), p. 35. doi:10.5614/jpwk.2013.24.1.3.
- Erna Puji Astuti, *et al.* (2019) 'Analisis Sikap Konsumen Pasar Swalayan terhadap Sayuran Organik', *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, 3(1), pp. 183–194. doi:10.21776/ub.jepa.2019.003.01.18.
- Fajarani, E., Wildayana, E. and Putri, N.E. (2021) 'Preferensi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sayuran Organik di Supermarket Diamond Kota Palembang', *Jurnal KaliAgri*, 2(1), pp. 38–50.
- Fatimah, P.S. and Siregar, P.A. (2020) 'Konsumsi Buah, Sayur Dan Ikan Berdasarkan Sosio Demografi Masyarakat Pesisir Provinsi Sumatera Utara', *Contagion: Scientific Periodical Journal of Public Health and Coastal Health*, 2(1), p. 51. doi:10.30829/contagion.v2i1.7630.
- Febrianti, T., Tsani, A. and Milla, A.N. (2019) 'Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Sayuran Hidroponik Di Kota Sukabumi', *Paspalum: Jurnal Ilmiah Pertanian*, 7(1), p. 1. doi:10.35138/paspalum.v7i1.85.
- Ghozali, I. (2011) *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*. Kelima. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.

- Ghozali, I. (2018) *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang : Universitas Diponegoro.
- Hardiatmojo, F.N. (2019) ‘Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Keputusan Membeli Daring (Studi Kasus Terhadap Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Brawijaya)’, *Universitas Brawijaya* [Preprint]. Available at: <https://jimfeb.ub.ac.id>.
- Hasan, H., Muis, A. and Christoporus (2019) ‘Preferensi Konsumen Terhadap Pembelian Sayura Organik di Kota Palu’, *J. Agroland*, 26(1), pp. 39–48.
- Hosmer, D.W. and Lemeshow, S. (2000) *Applied Logistic Regression*. Second. New York: John Wiley and Sons, Inc.
- Indarto, R.P. (2011) ‘Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Bundling Kartu GSM dengan Smartphone’, *Skripsi pada FE UI Jakarta* [Preprint].
- Indrawan, R. and Yuniawati (2014) ‘Metodologi Penelitian : Kuantitatif, kualitatif, dan campuran untuk manajemen, pembangunan, dan pendidikan)’.
- Kaare, S. (1989) *Deferensiasi Sosial*. Jakarta: Bina Aksara.
- Kharisma, A. and Siregar, G. (2021) ‘Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen terhadap ketentuan pembelian Sayur paprika (capsicum annum l.) (studikusus: supermarket Brastagi jln. Gatot Subroto medan)’, *Jimawa Jurnal Ilmiah*, 1(2), pp. 1–13.
- Kotler *et al.* (2014) *Principle of Marketing*. 12th Edition, Jilid 1 Terjemahan Bob Sabran. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip and Kevin Lane, K. (2009) *Manajemen Pemasaran Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kurniasih, P. and Prihtanti, T.M. (2019) ‘Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Sayur Organik Di Kota Salatiga’, *Ziraa’ah Majalah Ilmiah Pertanian*, 44(3), p. 347. doi:10.31602/zmip.v44i3.2106.
- Mayrowani, H. (2012) ‘Pengembangan Pertanian Organik di Indonesia’, *Repositori PublikasiKementerian Pertanian*, pp. 91–108.
- Miysell, K. and Wasisto, J. (2020) ‘Persepsi Mahasiswa Program Studi Ilmu Perpustakaan Universitas Diponegoro Pada Peluang Kerja Information Professional’, *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, 9(2), pp. 42–50.
- Mubadillah, R. (2017) ‘Pengaruh Program Kegiatan Masjid Terhadap Motivasi Beribadah Masyarakat Desa Kecamatan Sumberpucung Kabupaten Malang’, *Uin SATU Tulungagung* [Preprint]. Available at: <http://repo.uinsatu.ac.id/id/eprint/5403>.

- Mustakim, Efendi, R. and Sofiany, I.R. (2021) 'Pola Konsumsi Pangan Penduduk Usia Produktif Pada Masa Pandemi Covid 19', *Ikesma: Jurnal Ilmu Kesehatan Masyarakat*, 17(1), pp. 1–12. doi:10.19184/ikesma.v0i0.27203.
- Ni Made Anggiasa, Yaktiworo Indriani, and Teguh Endaryanto (2016) 'Sikap Dan Pengambilan Keputusan Pembelian Sayuran Organik Oleh Konsumen Di Kota Bandar Lampung', *Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis*, 4, pp. 391–397. doi:https://dx.doi.org/10.23960/jiia.v4i4.1521.
- Noviani, N. (2020) 'Preferensi Konsumen Terhadap Produk Sayuran Organik Di Kota Medan', p. 5.
- Pramono, F.F. and Prabawani, B. (2019) 'Analisis Faktor-faktor Preferensi Konsumen Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Sayuran Organik (Studi Kasus : Pelanggan Super Indo Semarang)', p. 10.
- Prestilia and Ningrum (2012) 'Optimalisasi Pengadaan Sayuran Organik (Studi Kasus di PT. Masada Organik Indonesia)', *Thesis. Fakultas Pertanian. Universitas Padjajaran, Bandung*. [Preprint].
- Rahayu, J.N., Fuziyah, E. and Ariyani, A.H.A. (2012) 'Preferensi Konsumen Terhadap Buah Apel Impor Di Toko Buah Hokky dan Pasar Tradisional Ampel Surabaya', *Jurnal Sosial Ekonomi Dan Kebijakan Pertanian*, 1(1), pp. 52–88. doi:https://doi.org/10.21107/agriekonomika.v1i1.350.g324.
- Rasmikayati, E. *et al.* (2020) 'Analisis Faktor dan Tingkat Kepuasan Ditinjau Dari Kualitas Produk Dan Pelayanan Pada Konsumen Sayuran Organik Di Lotte Mart Kota Bandung', *Mimbar Agribisnis: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 6(1), p. 351. doi:10.25157/ma.v6i1.3219.
- Sako, U. and Lantowa, F.D. (2018) 'Pengaruh Penerapan Standar Akuntansi Pemerintahan Terhadap Kualitas Penyajian Laporan Keuangan Pda Pemerintah Kabupaten Gorontalo', *Journal Of Accounting Science*, 2(1).
- Saktian, A.O. (2019) 'Pengaruh Demografi, Kesehatan, Ketersediaan, dan Niat Beli Terhadap Kepuasan Konsumen Makanan Organik (Studi Pada Masyarakat Di Yogyakarta)', p. 18.
- Setyanto, L. (Linggar) (2017) 'Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pembeli Apple iPhone Pada Mahasiswa/Mahasiswi S1 Fakultas Ilmu Administrasi Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Angkatan 2013/2014 Universitas Brawijaya Malang). Brawijaya University'.
- Silitonga, J. and Salman, S. (2014) 'Analisis Permintaan Konsumen Terhadap Sayur Organik Di Pasar Modern Kota Pekanbaru', *Dinamika Pertanian*, 29(1), pp. 79–86.
- Simarmata, P. and Gunaedi, J. (2020) 'Analisis Keputusan Pembelian Cheese Tea Pada Toko KINI di Limo Depok', 1, p. 13.

- Singarimbun, M. and Shofian, E. (1995) *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3ES.
- Siregar, S. (2020) *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17. 1* Cetakan 3. Jakarta: Bumi Akasara.
- Soekanto and Soerjono (2007) *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: Rajawali Press.
- Sugiyono (2014) *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono (2015) *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Cetakan kedua puluh. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono (2016) *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono (2017) *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R dan D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono (2018) *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R dan D*. Bandung: Alfabeta.
- Sulistyowati, E., Wisudawati, T. and Saputro, W.A. (2020) 'Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Gula Kristal Putih Di Daerah Istimewa Yogyakarta', *Agrisaintifika: Jurnal Ilmu-Ilmu Pertanian*, 4(1), p. 14. doi:10.32585/ags.v4i1.846.
- Sumarwan, U. (2011) 'Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran (Kedua)', *Ghalia Indonesia* [Preprint].
- Supranto, Lima Krisna and Nandan (2011) 'Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran', *Mitra Wacana Media : Jakarta* [Preprint].
- Sutarni, S., Trisnanto, T.B. and Unteawati, B. (2018) 'Preferensi Konsumen Terhadap Atribut Produk Sayuran Organik di Kota Bandar Lampung', *Jurnal Penelitian Pertanian Terapan*, 17(3), p. 203. doi:10.25181/jppt.v17i3.337.
- Tinambo, T.A. and Sunaryanto, L.T. (2021) 'Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Sayuran Bale Hidroponik Salatiga', *Agroifo Galuh Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 8(3), pp. 762–771.
- Tjiptono, F. (2012) *Strategi Pemasaran*. Ketiga. Yogyakarta: ANDI.
- Tobing and J.P.P (2016) 'Evaluasi Sistem Pertanian Organik pada Tanaman Wortel (*Daucus carota* L.) terhadap Beberapa Sifat Kimia Tanah yang Dibandingkan dengan Pertanian Konvensional', *Skripsi, Universitas Sriwijaya, Palembang* [Preprint].
- Wardhani, W., Sumarwan, U. and Yuliati, L.N. (2015) 'Pengaruh Persepsi dan Preferensi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Hunian Green Product', (1), p. 19.

Wulandari, A. *et al.* (2017) 'Penerapan Metode Regresi Logistik Biner Untuk Mengetahui Determinan Kesiapsiagaan Rumah Tangga Dalam Menghadapi Bencana Alam', *Seminar Nasional Official Statistic*, pp. 379–389. doi:<https://doi.org/10.34123/semnasoffstat.v2019i1.146>.

Yeane Kastanja, A., Patty, Z. and Dilago, Z. (2019) 'Pemanfaatan Pekarangan Untuk Mendukung Ketahanan Pangan Masyarakat Desa Kali Upa', *Jurnal Pengabdian Masyarakat : Darma Bakti Teuku Umar*, 1(1), pp. 173–181.

