

KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM PEMBELIAN SAYUR HIDROPONIK

PADA PRODUK ROMAIN

(Study Kasus: Di Harvest Queen Kota Batu)

SKRIPSI

Oleh : NUR CHOLIS21701032023



PROGRAM STUDI AGRIBISNIS

FAKULTAS PERTANIAN

UNIVERSITAS ISLAM MALANG

2021

**KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM PEMBELIAN SAYUR HIDROPONIK
PADA PRODUK ROMAIN**

(Study Kasus: Di Harvest Qween Kota Batu)

SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Pertanian
Strata Satu (S-1)**

Oleh : NUR CHOLIS217.01.0.32023



PROGRAM STUDI AGRIBISNIS

FAKULTAS PERTANIAN

UNIVERSITAS ISLAM MALANG

2021

RINGKASAN

Nur Cholis (217.01.032.023) Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Sayur Hidroponik Pada Produk Romain (Study Kasus : Di Harvest Queen Kota Batu).**Dosen Pembimbing:****1) Dr. Ahmad Dedy Syathori, S.ST., M.Si. 2) Dr. Ir. Zainul Arifin, M.P.**

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

Penelitian ini bertujuan: 1. Mendiskripsikan mengetahui karakteristik konsumen sayur hidroponik, 2. Menganalisis faktor-faktor yang berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam membeli sayur hidroponik.

Penelitian ini mengunakan data primer yang diperoleh melalui wawancara dan data skunder yang diperoleh dari literatur yang memiliki sumber jelas. Tempat penelitian ini dipilih dengan sengaja (purposive) di Harvets Queen Kota Batu, Desa Temas, Kecamatan Batu, Kota Batu, Jawa Timur. Didasarkan karena merupakan salah satu tempat usaha pertanian Hidroponik yang memasarkan produknya melalui online dan offline. Penelitian ini dilakukan bulan Novemveber 2021 sampai Januari 2022. Sampel pada penelitian ini adalah Konsumen yang melakukan pembelian di Harvest Queen. Penentuan sampel ini menggunakan teknik lemeshow. Sehingga responden yang didapat adalah 96 responden yang diambil dari penyebaran kuisioner. Analisis data yang digunakan menggunakan analisis data deskriptif untuk mendiskripsikan karakteristik konsumen. Untuk analisis kedua yakni menggunakan metode analisis model regresi logistic yang digunakan sebagai analisa faktor-faktor yang berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam membeli sayur hidroponik di Harvest Queen Kota Batu.

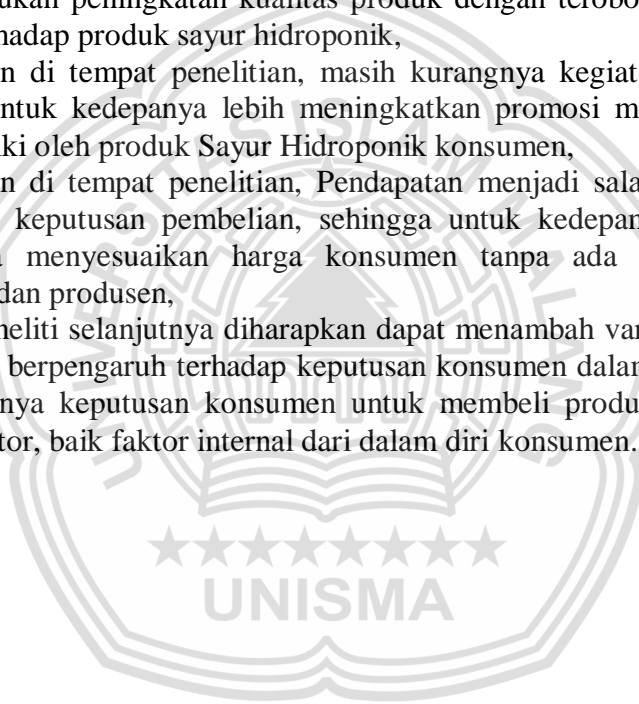
Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang mengkaji Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Sayur Hidroponik Pada Produk Romain dapat diketahui bahwa:

1. Karakteristik Karakteristik konsumen berdasarkan umur yaitu rata-rata umur 36-55 tahun sebanyak 60 orang (62,5%), berjenis kelamin pria sebanyak 68 orang (70,8%), status menikah sebanyak 76 orang (79,2%), pendidikan rata-rata SMA Sederajat sebanyak 72 orang (75%), dan dengan pendapatan rata-rata Rp 3,1 – Rp 4 juta sebanyak 51 orang (53,1%).
2. Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan kpnsumen dalam membeli produk sayur hidroponik di Harvest Queen di Batu adalah variabel Harga dengan nilai (Sign= α) sebesar 0,05. Dan nilai probabilitas (Exp B) sebesar 0,397, variabel Kualitas dengan nilai (Sign= α) sebesar 0,097 dengan nilai Exp B sebesar 0,060, variabel Promosi dengan nilai

(Sign= α) pada sebesar 0,082 dengan nilai Exp B sebesar 0,035, dan variabel Pendapatan dengan nilai (Sign= α) pada sebesar 0,040) dengan nilai Exp B sebesar 0,180. Sedangkan variabel Umur dengan nilai (Sign= α) sebesar 0,348 (lebih besar dari $\alpha = 0,1$), variabel Place dengan nilai (Sign= α) sebesar 0,785 (lebih besar dari $\alpha = 0,1$) dan Pendidikan dengan nilai (Sign= α) sebesar 0,305 (lebih besar dari $\alpha = 0,1$) tidak berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam membeli sayuran Hidroponik di Harvest Queen

Penelitian yang telah dilakukan, maka ada beberapa hal yang dapat peneliti berikan sebagai saran, antara lain sebagai berikut:

1. Harga sayur hidroponik Relatif Stabil, sehingga kedepanya untuk lebih memperhatikan harga dengan kenaikan yang wajar dan tidak memberatkan konsumen atau yang sudah berlangganan lebih lama,
2. Kualitas pada sayur hidroponik masih dianggap sedang oleh konsumen, sehingga perlu dilakukan peningkatan kualitas produk dengan terobosan perawatan lebih intensif terhadap produk sayur hidroponik,
3. Berdasarkan di tempat penelitian, masih kurangnya kegiatan promosi produk, sehingga untuk kedepanya lebih meningkatkan promosi mengenai keunggulan yang dimiliki oleh produk Sayur Hidroponik konsumen,
4. Berdasarkan di tempat penelitian, Pendapatan menjadi salah satu faktor untuk mengambil keputusan pembelian, sehingga untuk kedepanya mengenai harga untuk bisa menyesuaikan harga konsumen tanpa ada kerugian di antara konsumen dan produsen,
5. Kepada peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambah variabel penelitian lain yang dapat berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam pembelian, karena pada dasarnya keputusan konsumen untuk membeli produk yang dipengaruhi banyak faktor, baik faktor internal dari dalam diri konsumen.



ABSTRACT

Nur Cholis (217.01.032.023) Consumer Decisions in Purchasing Hydroponic Vegetables on Romain Products (Case Study: At Harvest Queen, Batu City).

Supervisor:

1) Dr. Ahmad Dedy Syathori, S.ST., M.Si. 2) Dr. Ir. Zainul Arifin, M.P.

Hydroponic vegetables are vegetables that are widely developed in urban areas because hydroponics is a simple agricultural system and does not require a lot of space. Many vegetable farming methods are used in Indonesia. In addition to organic farming, there is also vegetable cultivation using the cultivation method. Vegetables are one of the commodities that are really needed by the Indonesian people besides rice because of the many benefits that are in these vegetables to be more healthy.

This study aims: 1. To describe knowing the characteristics of consumers of hydroponic vegetables, 2. To analyze the factors that influence consumer decisions in buying hydroponic vegetables.

This study uses primary data obtained through interviews and secondary data obtained from literature that has clear sources. The location of this research was chosen purposively in Harvets Queen, Batu City, Temas Village, Batu District, Batu City, East Java. It is based on the fact that it is one of the places where hydroponic farming businesses market their products online and offline. This research was conducted from November 2021 to January 2022. The sample in this study were consumers who made purchases at Harvest Queen. Determination of this sample using the Lemeshow technique. So that the respondents obtained are 96 respondents taken from the distribution of questionnaires. Analysis of the data used using descriptive data analysis to describe the characteristics of consumers. For the second analysis, using the logistic regression model analysis method which is used as an analysis of the factors that influence consumer decisions in buying hydroponic vegetables at Harvest Queen Batu City.

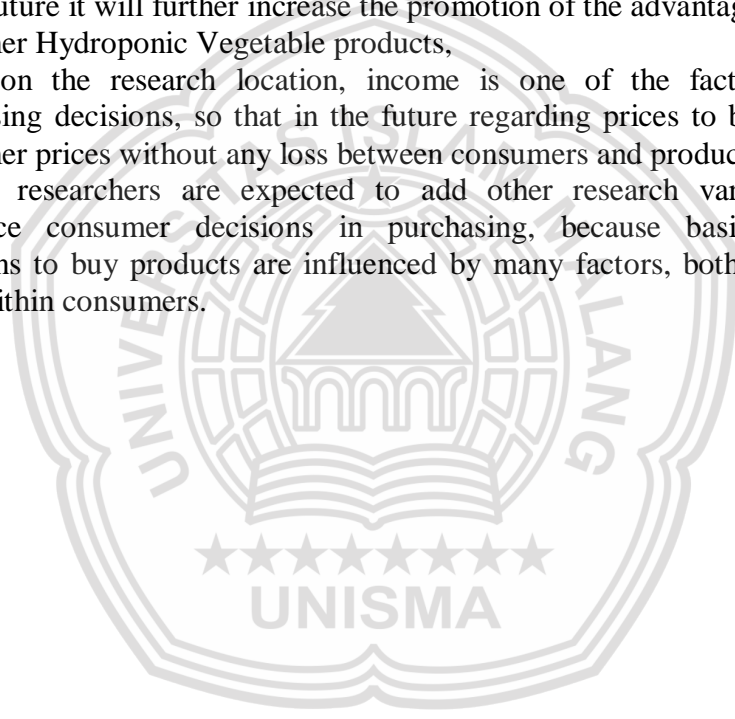
Based on the results of research and discussion that examines Consumer Decisions in Purchasing Hydroponic Vegetables on Romain Products, it can be seen that:

1. Characteristics Characteristics of consumers based on age, namely the average age of 36-55 years as many as 60 people (62.5%), male sex as many as 68 people (70.8%), married status as many as 76 people (79.2%) , the average education is high school equivalent as many as 72 people (75%), and with an average income of Rp 3.1 - Rp 4 million as many as 51 people (53.1%).
2. Based on the results of the study, it is known that the factors that influence consumer decisions in buying hydroponic vegetable products at Harvest Queen in Batu are price variables with a value (Sign =) of 0.05. And the probability value (Exp B) is 0.397, the Quality variable with a value (Sign =) is 0.097 with an Exp B value of 0.060, the Promotion variable has a value (Sign =) at 0.082 with an Exp B value of 0.035, and the Income variable with a value (Sign =) at 0.040 with an Exp B value of 0.180. While the Age variable with a value (Sign =

) of 0.348 (greater than = 0.1), the Place variable with a value (Sign =) of 0.785 (greater than = 0.1) and Education with a value (Sign =) of 0.305 (greater than = 0.1) has no effect on consumer decisions in buying hydroponic vegetables at Harvest Queen

The research that has been done, there are several things that researchers can give as suggestions, including the following:

1. The price of hydroponic vegetables is relatively stable, so that in the future, pay more attention to prices with reasonable increases and not burdening consumers or those who have subscribed for a longer time,
2. The quality of hydroponic vegetables is still considered moderate by consumers, so it is necessary to improve product quality with breakthroughs in more intensive care for hydroponic vegetable products,
3. Based on the research, there is still a lack of product promotion activities, so that in the future it will further increase the promotion of the advantages possessed by consumer Hydroponic Vegetable products,
4. Based on the research location, income is one of the factors for making purchasing decisions, so that in the future regarding prices to be able to adjust consumer prices without any loss between consumers and producers,
5. Further researchers are expected to add other research variables that can influence consumer decisions in purchasing, because basically consumer decisions to buy products are influenced by many factors, both internal factors from within consumers.



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 terlalumembutuhkan 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 dalamsayur tersebut untuk lebih menyehatkan. System pertanian hrodponik yaitu berasal dari Bahasa yunani, yaitu *hydro* yang berarti air dan *ponics* yang berarti bekerja tenaga ataudaya. 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 yangterdapat 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 dengan 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.

Seiring meningkatnya kesadaran dan kepedulian masyarakat terhadap kesehatan, sayuran kini menjadi alternatif pilihan dalam pola konsumsi masyarakat Indonesia. Konsep *back to nature* secara tidak langsung juga memengaruhi pola konsumsi masyarakat Indonesia dengan memilih makanan yang sehat dan bergizi, salah satunya dengan mengkonsumsi sayuran. Sayuran merupakan komponen penting di dalam menu makanan seimbang untuk pola hidup sehat.

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 organik 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 factor 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 darimedia online. Ada yang mengetahuinya dari cerita orang lain lalu mencari tahunya secara dalam apakah yang di namakan sayur hidroponik itu sendiri. Dalam bidang 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 pemasarandan melakukan tergetig market yang tepat. Pemasaran merupakan hal terpenting di samping dari proses produksi, bagaimana kita bisa melancarkan 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 kelebihanya 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 apapun, bisa ditanam di daerah perkotaan, cara pengurusan tanaman yang mudah hanya menjaga kestabilan air serta penambahan nutrisi secara teratur. Dan menurut responden di era yang sudah seperti sekarang, harus dikembangkan tanaman hidroponik agar masyarakat juga bisa ikut menanam tanaman hidroponik dan agar kebutuhan pangan untuk masyarakat bisa lebih bertambah.

Harvest Queen adalah salah satu pelaku UMKM yang bergerak atau berbasis pertanian sayur hidroponik. Saat ini Harvest Queen telah melakukan berbagai macam produk pertanian hidroponik seperti sayur sayur hidroponik, pupuk A-B mix, dan instalasi sayur hidroponik. Dalam menghadapi persaingan pasar Harvest Queen 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 Harvest Queen untuk meningkatkan usahanya. Factor yang mempengaruhi keputusan pembelian sayur hidroponik haruslah diperhatikan oleh para pelaku usaha sayur hidroponik, karena dengan melihat beberapa factor yang mempengaruhi pembelian produsen dapat menjaarin konsumen sebanyak mungkin dan dapat menguasai pasar yang ada. Untuk itu perlu dilakukan upaya yang dapat mengubah keputusan konsumen yang bermula dari mengkonsumsi sayur yang di tanam secara konvensional beralih ke sayur hidroponik. Apabila factor yang mempengaruhi keputusan pembelian, produsen dapat memperbaiki kualitas sayur maupun secara pelayanan, serta dapat melakukan edukasi konsumen tentang pentingnya

mengonsumsi sayur hidroponik sebagai gaya hidup sehat.

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti tertarik untuk mengambil judul yang akan di kembangkan dalam penelitian yaitu “Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Sayur Hidroponik Pada Produk Romain (Study Kasus di Harvest Queen Kota Batu). perumusan masalah. Maka dari itu berdasarkan uraian diatas, permasalahan yang dapat dirumuskan peneliti adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui Karakteristik Konsumen pada Harvest Qween Kota Batu,
2. Menganalisa Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Sayur Hidroponik.

1.2 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui karakteristik konsumen sayur hidroponik di Harvest Queen Kota Batu
2. Menganalisis faktor-faktor yang berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam membeli sayur hidroponik di Harvest Queen Kota Batu

1.3 Batasan Masalah

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

1. Penelitian ini dilakukan di Harvest Queen Kota Batu.
2. Sampel adalah seluruh konsumen yang membeli ataupun tidak membeli sayur hidroponik.
3. Penelitian ini fokus terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen.

4. Harga sayuran hidroponik pada saat penelitian.

1.4 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 di gunakan 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 Karakteristik konsumen berdasarkan umur yaitu rata-rata umur 36-55 tahun sebanyak 60 orang (62,5%), berjenis kelamin pria sebanyak 68 orang (70,8%), status menikah sebanyak 76 orang (79,2%), pendidikan rata-rata SMA Sederajat sebanyak 72 orang (75%), dan dengan pendapatan rata-rata Rp 3,1 – Rp 4 juta sebanyak 51 orang (53,1%).
2. Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan kpnsumen dalam membeli produk sayur hidroponik di Harvest Queen di Batu adalah variabel Harga dengan nilai (Sign= α) sebesar 0,05. Dan nilai probabilitas (Exp B) sebesar 0,397, variabel Kualitas dengan nilai (Sign= α) sebesar 0,097 dengan nilai Exp B sebesar 0,060, variabel Promosi dengan nilai (Sign= α) pada sebesar 0,082 dengan nilai Exp B sebesar 0,035, dan variabel Pendapatan dengan nilai (Sign= α) pada sebesar 0,040) dengan nilai Exp B sebesar 0,180. Sedangkan variabel Umur dengan nilai (Sign= α) sebesar 0,348 (lebih besar dari $\alpha = 0,1$), variabel Place dengan nilai (Sign= α) sebesar 0,785 (lebih besar dari $\alpha = 0,1$) dan Pendidikan dengan nilai (Sign= α) sebesar 0,305 (lebih besar dari $\alpha = 0,1$) tidak berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam membeli sayuran Hidroponik di Harvest Queen.

6.2 Saran

Dengan melihat hasil penelitian, maka penulis dapat memberikan saran sebagai berikut:

1. Harga sayur hidroponik Relatif Stabil, sehingga kedepannya untuk lebih memperhatikan harga dengan kenaikan yang wajar dan tidak memberatkan konsumen atau yang sudah berlangganan lebih lama.
2. Kualitas pada sayur hidroponik masih dianggap sedang oleh konsumen, sehingga perlu dilakukan peningkatan kualitas produk dengan terobosan perawatan lebih intensif terhadap produk sayur hidroponik.
3. Berdasarkan di tempat penelitian, masih kurangnya kegiatan promosi produk, sehingga untuk kedepannya lebih meningkatkan promosi mengenai keunggulan yang dimiliki oleh produk Sayur Hidroponik konsumen.
4. Berdasarkan di tempat penelitian, Pendapatan menjadi salah satu faktor untuk mengambil keputusan pembelian, sehingga untuk kedepannya mengenai harga untuk bisa menyesuaikan harga konsumen tanpa ada kerugian di antara konsumen dan produsen.
5. Kepada peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambah variabel penelitian lain yang dapat berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam pembelian, karena pada dasarnya keputusan konsumen untuk membeli produk yang dipengaruhi banyak faktor, baik faktor internal dari dalam diri konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Agus Ahyari, 1994. *Manajemen Produksi*, Pengendalian Produksi, Edisi 4. Yogyakarta. BPFE UGM.
- Assauri, Sofjan. 2004. *Manajemen Produksi dan Operasi Edisi Revisi 2004*, Lembaga Penerbit FE-UI, Jakarta
- Arfani, A., & Jufri, S. (2013). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Sikap Konsumen Dalam Mengonsumsi Cabai Merah (Studi Kasus: Pasar Brayan, Pasar Denai, Pasar Petisah, Pasar Marelان Di Kota Medan). *Journal Of Agriculture And Agribusiness Socioeconomics*, 2(9), 15122.
- Bungin, B. (2005). Metode Penelitian Kuantitatif. *Jakarta: Prenada Media*.
- Direktorat Jendral Hortikultura. 2016. <http://hortikultura.pertanian.go.id/>. Diakses pada 27 Oktober 2016.
- Dewi, T. R. (2009). *Analisis Permintaan Cabai Merah (Capsicum Annuum L) Di Kota Surakarta*.
- 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.
- Fure, H. (2013). *Lokasi, Keberagaman Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Pada Pasar Tradisional Bersehati Calaca*. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Jurusan Manajemen Universitas Sam Ratulangi.
- Gustia H. Pengaruh SSi di Indonesia. Balai Penelitian Tanaman Sayuran. Bandung. 2010.
- Hartus, T. 2008. *Berkebun Hidroponik Secara Murah. Edisi IX*. Jakarta: Penerbit Penebar Swadaya
- Hermanianto, J., & Andayani, R. Y. (2002). Studi Perilaku Konsumen Dan Identifikasi Parameter Bakso Sapi Berdasarkan Preferensi Konsumen Di Wilayah Dki Jakarta [Study Of Consumer Behaviour And Identification Of Meat Ball Characteristics Based On Consumer Preferences In DKI Jakarta]. *Jurnal Teknologi Dan Industri Pangan*, 13(1), 1.
- Hosmer, D. W., & Lemeshow, S. (2000). Applied Logistic Regression. John Wiley & Sons. *New York*.
- Juningsih, S., Setiawan, B. M., & Sumarjono, D. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Cabai Rawit (*Capsicum Frutescens*) Di

Kabupaten Boyolali. *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 4(1), 51–57.

Keating, K., C. Cassady, D. Spalding. 2011. Romaine Lettuce. College of Agriculture, Food and Environment. University of Kentucky, Lexington.

Kementerian Pertanian. 2016. Outlook Komoditas Pertanian Sub Sektor Tanaman Pangan. Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian Kementerian Pertanian. Jakarta.

Ketura, W. B. 1996. Analisis Permintaan Cabai di Indonesia. Institut Pertanian Bogor, Bogor. (Skripsi).

Kharisma, A. (2020). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sayur Paprika (*Capsicum annum L.*)(Studi Kasus: Supermarket Brastagi Jln. Gatot Subroto Medan).

Kotler, Philip Dan Armstrong, G. (2001). *Prinsip - Prinsip Pemasaran* (8th Ed.). Erlangga.

Kotler, Philip Dan Armstrong, G. (2014). *Principles Of Marketing* (Bob Sabran (Ed.); 12th Editi). Erlangga.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2005). Manajemen Pemasaran Jilid I Dan II. Jakarta: PT. Indeks.

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.

Lingga, P. 2009. *Hidroponik: Bercocok Tanam Tanpa Tanah*. Niaga Swadaya. Jakarta.

Miskun, A. R. (2013). Ketahanan Kultivar Cabai Merah (*Capsicum Annuum L.*) Terhadap Jamur *Colletotrichum Capsici (Syd.) Butler & Bisby* Penyebab Penyakit Antraknosa.

Mowen et. al., (1990) in Pan, Yue, and Zinkhan, George M., 2006. “Determinants of Retail Patronage: a Meta-Analytical Perspective.” *Journal of Retailing*, 82, pp. 229-243.

Mulyadi, D. (2013). Teknik Budidaya Cabai Kriting.(Online). Http. *Guncitorvum.wordpress.com/2011/10/19/311*. Diakses Pada, 10.

Mustafid, A. G. (2008). Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kripik Pisang Kenali Pada Pd Asa Wira Perkasa Di Bandar Lampung. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 4(2).

- Notoatmodjo, S. (2010). *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Jakarta : Rineka Cipta
- Nurfalach, D. R. (2010). *Di UPTD Perbibitan Tanaman Hortikultura Desa Pakopen Kecamatan Bandungan Kabupaten Semarang*.
- Poerwanto R dan A.D. Susila. 2014. *Teknologi Holtikultura*. IPB Press. Bogor.
- Pracaya, 2002. *Bertanam Sayuran Organik*. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Prajnanta, F. (1999). *Agribisnis Cabai Hibrida*. Penebar Swadaya.
- Prajnanta, Final. (2001). *Agribisnis Cabai Hibrida*. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Prajnanta, F. (2006). *Agribisnis Cabai Hibrida*. Penebar Swadaya, Jakarta.
- Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian (Pusdatin). 2015. *Outlook Cabai*. Sekretariat Jendral Kementerian Pertanian, Jakarta.
- Putri, E. S., Eliza, E., & Maharani, E. (2014). *Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Pembelian Jamur Tiram di Kota Pekanbaru* (Doctoral dissertation, Riau University).
- Purba, E. B. A., Ginting, R., & Lubis, S. N. (2014). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Membeli Sayuran Di Pasar Tradisional (Studi Kasus: Pasar Tradisional Di Kota Medan). *Journal Of Agriculture And Agribusiness Socioeconomics*, 3(2), 15200.
- Rukmana, R. (2001). *Cabai Hibrida Sistem Mulsa Plastik*. Kanisius. Yogyakarta.
- RIngo, J., Martini, R., & Sayekti, A. A. S. (2017). MANAJEMEN PRODUKSI PENGOLAHAN KARET (HEVEA BRASILIENSIS) DI PT. PERKEBUNAN NUSANTARA 3 (PERSERO) PABRIK PENGOLAHAN KARET (PPK) SEI SILAU, KECAMATAN SETIA JANJI, SUMATERA UTARA. *JURNAL MASEPI*, 2(1).
- Roidah, I. S. 2014. Pemanfaatan Lahan dengan Menggunakan Sistem Hidroponik. *Jurnal Universitas Tulungagung BONOROWO*, 1 (2): 43-50.
- Samadi, B. 2014. *Rahasia Budidaya Selada*. Pustaka Mina. Depok.
- Samadi, B. (2007). *Budidaya Cabai Merah Secara Komersial*. Yayasan Pustaka Nusatama.
- Sanjaya, A., Hastuti, D., & Awami, S. N. (2018). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Terhadap Konsumsi Cabai Rawit Di Kabupaten Semarang.

Mediagro, 13(1).

Saodah, 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.

Schiffman, Leon dan Leslie Lazar Kanuk. 2008. Perilaku Konsumen. Ketujuh. Cetakan keempat. PT. Indeks. Jakarta.

Sembiring, N. N. (2009). Pengaruh Jenis Bahan Pengemas Terhadap Kualitas Produk Cabai Merah (*Capsicum Annum L.*) Segar Kemasan Selama Penyimpanan Dingin. *Universitas Sumatera Utara. Medan*.

Setiadi. (2000). Bertanam Cabai. Penebar Swadaya. Jakarta.

Setiadi. (2008). Bertanam Cabai. Penebar Swadaya, Jakarta.

Shara Noor W (2015).” Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Sayuran Di Pasar Tradisional Di Kota Semarang”.

Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Dan Rnd. Salemba Empat.

Sulistyawati, E. 2004. Analisis faktor faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam keputusan pembelian produk patung kayu pada toko kerajinan di Kecamatan Sukawati, Gianyar, Bali. Kumpulan artikel Seminar Hasil Penelitian. Bidang kajian Perilaku Konsumen. Program Magister Manajemen Universitas Brawijaya Malang. Hal. 67-84.

Suryani, T. (2008). Perilaku Konsumen: Implikasi Pada Strategi Pemasaran. *Yogyakarta: Graha Ilmu*, 118.

Tjiptono, F. (2008). Strategi Pemasaran Edisi 3. *Yogyakarta: Andi*.

Tjiptono, F. (2019). Perilaku Konsumen: Definisi, Domain, Determinan. *Strategi Pemasaran Dalam Perspektif Perilaku Konsumen*, 103.

Wahyudi, L. (2004). Peran Harga Sebagai Indikator Kualitas Dan Pengaruh Terhadap Kemungkinan Membeli. *Fokus Manajerial*, 2(2).

Zeithaml, V. A. (1988). Consumer Perceptions Of Price, Quality, And Value: A Means-End Model And Synthesis Of Evidence. *Journal Of Marketing*, 52(3), 2–22.