

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
PEMBELIAN BAWANG MERAH PADA RUMAH TANGGA
DI DESA COBAN BLIMBING KECAMATAN WONOREJO
KABUPATEN PASURUAN**

SKRIPSI

Oleh:

ANAS TASYA ULYA

22101032075



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

2025

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
PEMBELIAN BAWANG MERAH PADA RUMAH TANGGA
DI DESA COBAN BLIMBING KECAMATAN WONOREJO
KABUPATEN PASURUAN**

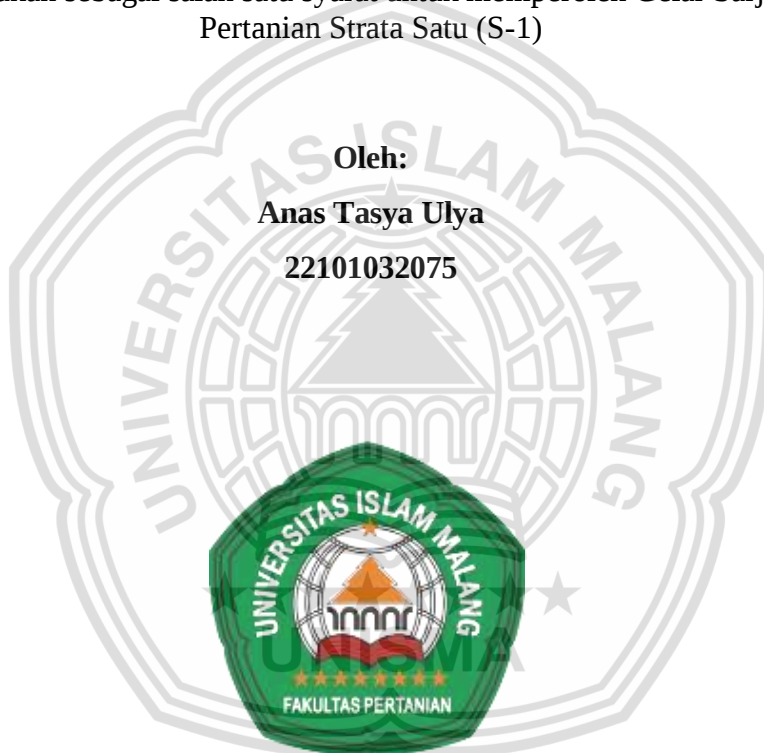
SKRIPSI

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

Oleh:

Anas Tasya Ulya

22101032075



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

2025

RINGKASAN

Anas Tasya Ulya (22101032075). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Bawang Merah pada Rumah Tangga Desa Coban Blimbing Kecamatan Wonorejo Kabupaten Pasuruan

Pembimbing: 1. Ir. M. Noerhadi Sudjoni., MBA., MP
2. Dr. Dwi Susilowati., SP., MP

Desa Coban Blimbing merupakan desa yang memiliki masyarakat yang mayoritasnya adalah karyawan industri dan petani sehingga memiliki pendapatan yang berbeda-beda. Desa Coban Blimbing memiliki akses yang dekat dengan pasar tradisional yang dapat mempengaruhi ketersediaan dan harga bawang merah. Daya beli masyarakat terhadap suatu barang juga cenderung bervariasi, hal ini dapat mempengaruhi keputusan pembelian bawang merah pada rumah tangga. Sebagai salah satu bahan masakan yang selalu ada di dapur rumah tangga, melihat kebutuhannya yang tinggi namun tidak diimbangi dengan ketersediaan pasokan, membuat harganya sering sekali mahal dan menyebabkan inflasi. Oleh karena itu, tujuan dari penelitian ini yaitu menganalisis faktor – faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan pembelian bawang merah pada rumah tangga di Desa Coban Blimbing Kecamatan Wonorejo Kabupaten Pasuruan.

Metode penelitian menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Penelitian ini dilakukan di Desa Coban Blimbing Kecamatan Wonorejo Kabupaten Pasuruan, pada bulan Januari 2025-Februari 2025. Data yang digunakan adalah primer dan sekunder. Populasi yaitu ibu rumah tangga di Desa Coban Blimbing sebanyak 1.052 ibu rumah tangga. Penelitian ini menggunakan sampel 100 ibu rumah tangga. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan metode sampel acak sederhana (*Simple Random Sampling*). Metode analisis data menggunakan pendekatan Regresi Linier Logistik.

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan maka dapat dirumuskan model persamaan analisis sebagai berikut :

$$Y_i = 82,930 - 12,158X_1 - 0,747X_2 - 4,392X_3 - 1,711X_4 + 1,048X_5 + 0,658X_6 + 0,421X_7$$

Hasil analisis diketahui nilai *Nagelkerke R-Square* menunjukkan koefisien determinasi yakni pada angka 0,524. Berdasarkan nilai tersebut berarti bahwa faktor-faktor variabel bebas yang digunakan dalam penelitian berpengaruh terhadap variabel terikat (keputusan konsumen) senilai 52,4% sedangkan 47,6% lainnya dipengaruhi oleh faktor-faktor variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian. Hasil analisis uji *Hosmer dan Lemeshow's Goodness of Fit Test* menguji hipotesis nol bahwa data empiris cocok atau sesuai dengan model. Artinya tidak ada perbedaan antara model dengan data sehingga model dapat dikatakan fit (cocok). Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan diketahui nilai signifikansi sebesar 0,285. Angka tersebut menunjukkan nilai $0,285 > 0,05$ sehingga dapat diartikan bahwa model yang digunakan dalam penelitian ini sudah tepat. Adapun hasil faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian bawang merah pada rumah tangga yakni harga bawang merah (X_1), pendapatan (X_3), promosi atau diskon (X_4), pengaruh

teman dan keluarga (X_5) dan jumlah anggota keluarga (X_6). Sedangkan faktor yang tidak mempengaruhi yakni kualitas produk (X_2) dan pendidikan (X_7).

Saran yang dapat peneliti berikan yaitu bagi rumah tangga disarankan untuk mempertimbangkan faktor harga dan kualitas dalam pengambilan keputusan pembelian guna mendapatkan produk terbaik sesuai kebutuhan diharap pemerintah untuk lebih memperhatikan stabilisasi harga, peningkatan kualitas melalui pelatihan petani, dan dukungan promosi untuk pemasaran bawang merah.



BAB I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Indonesia dengan jumlah penduduk 210 juta jiwa yang terdiri lebih dari 17.500 pulau memiliki banyak potensi besar termasuk pada sektor pertanian. Jumlah produk yang besar tersebut, merupakan potensi pasar yang baik bagi komoditas buah-buahan dan sayur-sayuran, serta banyaknya pulau dengan kondisi geografis yang berbeda-beda memiliki potensi untuk menghasilkan beraneka ragam buah dan sayur lokal dengan ciri khas yang sesuai dengan daerah asal masing-masing (Yugo Susanto, Sri Bangun Lestari, 2020).

Subsektor hortikultura merupakan salah satu subsektor dalam sektor pertanian yang memiliki perkembangan cukup baik. Hortikultura terdiri dari tanaman buah-buahan, sayuran, bunga, tanaman hias dan juga termasuk tanaman obat. Subsektor tanaman hortikultura dapat dikatakan sebagai salah satu subsektor yang sangat prospektif dan berperan penting dalam sektor pertanian. Hal ini merupakan suatu hal yang wajar mengingat dari subsektor ini banyak dihasilkan sumber bahan makanan seperti buah-buahan dan sayuran. Baik buah-buahan maupun sayuran dikonsumsi oleh seluruh lapisan masyarakat karena diketahui mengandung banyak vitamin dan mineral yang banyak dibutuhkan oleh manusia. Selain itu, secara geografis negara Indonesia juga sangat mendukung untuk dikembangkannya berbagai jenis tanaman buah-buahan tropis dan berbagai jenis sayuran (Pitaloka, 2020).

Bawang merah merupakan salah satu subsektor hortikultura yang mempunyai nilai jual tinggi dan sudah dikenal masyarakat Indonesia. Bawang merah yang termasuk dalam kelompok tanaman sayuran ini, dikonsumsi oleh sebagian besar masyarakat Indonesia di seluruh pelosok negeri, mulai dari Sabang hingga Merauke. Keunikan masakan Indonesia dengan cita rasa pedasnya serta kayanya warisan kuliner masyarakat Indonesia menjadi salah satu faktor yang membuat bawang merah ini mengharuskan Indonesia untuk dapat memproduksi bawang merah dalam jumlah yang besar untuk memenuhi seluruh kebutuhan konsumen bawang merah dalam negeri.

Tabel 1. Tabel Konsumsi Bawang Merah di Indonesia Berdasarkan Data dari Kementerian Pertanian dan BPS

Tahun	Konsumsi Total Nasional (ton)	Konsumsi per Kapita per Tahun (kg)	Sumber
2015	~950.000	2,5	Susenas BPS
2016	~980.000	2,7	Susenas BPS
2017	~1.000.000	2,9	Kementerian Pertanian
2018	~1.030.000	3,0	Susenas BPS
2019	~1.050.000	3,1	Kementerian Pertanian
2020	~1.070.000	3,2	Susenas BPS
2021	~1.090.000	3,3	Kementerian Pertanian
2022	~1.100.000	3,4	Outlook Komoditas Bawang Merah 2023 – Kementan

Sumber : Badan Pusat Statistik 2022 (Diolah)

Semakin meningkatnya konsumsi bawang merah setiap tahun, masyarakat Indonesia juga didukung oleh kemampuan masing-masing daerah dalam memproduksi bawang merah tersebut. Kekayaan sumber daya alam Indonesia membuat sebagian besar wilayah, termasuk Jawa, Sumatera, dan pulau-pulau lainnya, dapat menghasilkan bawang merah. Meskipun tidak jarang ditemukan suatu daerah yang mampu memproduksi bawang merah, namun bawang merah tetap harus bersumber dari daerah lain untuk memenuhi kebutuhan daerah lain. Hal ini terjadi karena jumlah bawang merah yang di produksi suatu daerah masih belum mampu memenuhi kebutuhan konsumsi bawang merah masyarakat.

Pemerintah Kabupaten Pasuruan telah meluncurkan program Gertam Babe pada tanggal 27 Agustus 2024 untuk mendorong masyarakat menanam bawang merah dan cabai secara mandiri. Program ini bertujuan untuk mengendalikan inflasi dan meningkatkan ketahanan pangan lokal. Kecamatan Wonorejo termasuk dalam wilayah yang memiliki potensi pertanian bawang merah dan cabai.

Bawang merah merupakan salah satu komoditas sayuran unggulan yang sejak lama telah diusahakan oleh petani secara intensif (Harahap et al., 2022). Komoditas sayuran ini termasuk kedalam kelompok rempah tidak berdistribusi yang berfungsi sebagai bumbu penyedap makanan serta obat tradisional. Komoditas ini juga merupakan sumber pendapatan dan kesempatan kerja yang memberikan kontribusi cukup tinggi terhadap perkembangan ekonomi wilayah (Susanti et al., 2018)

Desa Coban Blimbing dikenal sebagai salah satu desa yang mayoritas

penduduknya bergantung pada sektor pertanian dan industry. Dalam kehidupan sehari-hari, konsumsi bawang merah sudah menjadi kebutuhan dasar yang hampir tidak dapat tergantikan. Bawang merah memiliki fungsi penting dalam kuliner Nusantara sebagai bumbu dan penyedap masakan. Namun, perilaku konsumsi bawang merah oleh rumah tangga Desa Coban Blimbing sering kali dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti harga, ketersediaan di pasar lokal, dan perubahan kondisi ekonomi rumah tangga. Berbeda dengan penelitian-penelitian terdahulu yang lebih banyak berfokus pada aspek produksi bawang merah, penelitian ini menghadirkan novelty dengan berfokus pada keputusan pembelian bawang merah pada rumah tangga.

Desa Coban Blimbing memiliki aktivitas pertanian yang dominan, selain itu Desa Coban Blimbing juga merupakan desa yang memiliki masyarakat yang mayoritasnya adalah karyawan industri dan petani yang memiliki pendapatan yang berbeda-beda sehingga dapat memberikan gambaran nyata pola konsumsi masyarakat pedesaan dibandingkan dengan desa lain yang ada di Kecamatan Wonorejo. Desa Coban Blimbing dapat dijadikan lokasi studi kasus untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan pembelian pada bawang merah di Desa Coban Blimbing, selain itu masih belum ada penelitian yang terfokus pada keputusan pembelian rumah tangga pada bawang merah di Desa Coban Blimbing. Desa Coban Blimbing memiliki akses yang dekat dengan pasar tradisional yang dapat mempengaruhi ketersediaan dan harga bawang merah. Daya beli masyarakat terhadap suatu barang juga cenderung bervariasi, hal ini dapat mempengaruhi keputusan pembelian bawang merah pada rumah tangga. Sebagai salah satu bahan masakan yang selalu ada di dapur rumah tangga, melihat kebutuhannya yang tinggi namun tidak diimbangi dengan ketersediaan pasokan, membuat harganya sering sekali mahal dan menyebabkan inflasi. Menurut (ARANI, 2006), perubahan harga bawang merah yang sering terjadi akan mempengaruhi perilaku dan daya beli rumah tangga.

Berdasarkan latar belakang tersebut maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Bawang Merah pada Rumah Tangga di Desa Coban Blimbing Kecamatan Wonorejo Kabupaten Pasuruan. Hal ini dikarenakan bawang merah merupakan salah satu bahan pangan yang menyebabkan terjadinya inflasi yang tinggi di Desa Coban

Blimbing, serta bawang merah merupakan tanaman hortikultura yang berpotensi besar dalam dunia kuliner baik sebagai bumbu masakan, obat tradisional serta bahan industri yang selalu dibutuhkan oleh konsumen. Selain itu melihat adanya masalah mengenai permintaan yang tinggi dan tidak diimbangi dengan ketersediaan pasokan yang cukup sehingga menarik untuk melakukan penelitian agar dapat mengetahui apa faktor-faktor yang berpotensi memengaruhi keputusan pembelian bawang merah pada rumah tangga di Desa Coban Blimbing Kecamatan Wonorejo Kabupaten Pasuruan.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka yang menjadi pokok masalah dalam penelitian ini adalah faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan pembelian bawang merah pada rumah tangga di Desa Coban Blimbing Kecamatan Wonorejo Kabupaten Pasuruan.

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan penelitian yakni menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian bawang merah pada rumah tangga di Desa Coban Blimbing Kecamatan Wonorejo Kabupaten Pasuruan.

1.4. Batasan Penelitian

Adapun batasan-batasan penelitian ini adalah :

1. Lokasi yang digunakan dalam penelitian adalah Desa Coban Blimbing, Kecamatan Wonorejo, Kabupaten Pasuruan.
2. Topik dan pembahasan penelitian adalah mengenai keputusan pembelian bawang merah pada rumah tangga di Desa Coban Blimbing, Kecamatan Wonorejo, Kabupaten Pasuruan.
3. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah ibu rumah tangga Desa Coban Blimbing, Kecamatan Wonorejo, Kabupaten Pasuruan.

1.5. Manfaat dan Output Penelitian

1.5.1. Manfaat Penelitian

Dalam penyusunannya penelitian ini dilaksanakan dengan maksud untuk memilikinilai guna terhadap :

1. Bagi tempat Pemerintah, menjadi informasi sebagai bahan pertimbangan dalam penentuan kebijakan untuk memenuhi kebutuhan

bawang merah.

2. Bagi peneliti selanjutnya, menjadi referensi bagi akademisi untuk mengembangkan pengetahuan dalam perilaku konsumsi rumah tangga terhadap bawang merah.
3. Bagi pembaca, penelitian ini dapat menjadi sumber informasi, bahan pembandingan, dan bahan pengetahuan, pustaka bagi penelitian yang serupa.

1.5.2. Output Penelitian

Adapun output penelitian ini adalah artikel yang diberikan kepada Desa Coban Blimbing yang bermanfaat sebagai data untuk membantu pemerintah desa membuat kebijakan terkait solusi untuk mengatasi fluktuasi harga bawang merah seperti kebijakan distribusi.



BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

1.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian tentang keputusan pembelian bawang merah pada rumah tangga di Desa Coban Blimbing Kecamatan Wonorejo Kabupaten Pasuruan maka dapat ditarik kesimpulan yakni faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian bawang merah pada rumah tangga yakni harga bawang merah (X_1), pendapatan (X_3), promosi atau diskon (X_4), pengaruh teman dan keluarga (X_5) dan jumlah anggota keluarga (X_6). Sedangkan faktor yang tidak mempengaruhi yakni kualitas produk (X_2) dan pendidikan (X_7).

1.2. Saran

Penelitian ini hanya menggunakan variabel harga bawang merah, kualitas produk, pendapatan, promosi atau diskon, jumlah anggota keluarga, pengaruh teman atau keluarga dan pendidikan sebagai variabel yang dapat mempengaruhi faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian bawang merah pada rumah tangga di Desa Coban Blimbing Kecamatan Wonorejo Kabupaten Pasuruan. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka diperoleh saran sebagai berikut :

- Strategi peningkatan harus difokuskan pada pendirian koperasi yang bermanfaat sebagai wadah jual bersama untuk meningkatkan daya tawar serta efisiensi pembelian sarana produksi pertanian (saprotan).
- Bagi konsumen disarankan untuk mempertimbangkan faktor kualitas produk dalam pengambilan keputusan pembelian guna mendapatkan produk terbaik sesuai kebutuhan.
- Bagi peneliti selanjutnya perlu dilakukan penelitian lebih lanjut dengan mempertimbangkan variabel lain, seperti tren pasar atau preferensi merek, guna memahami lebih dalam faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian bawang merah.
- Bagi pemerintah untuk lebih memperhatikan stabilisasi harga, peningkatan kualitas melalui pelatihan petani, dan dukungan promosi untuk pemasaran bawang merah.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Z., & Kaskoyo, H. (2023). Kajian ketahanan pangan rumah tangga pada berbagai agroekosistem di Kabupaten Lampung Utara. *Agrikultura*, *33*(3), 420. <https://doi.org/10.24198/agrikultura.v33i3.42579>
- Adiana, P. P. E., & Karmini, N. L. (2012). Pengaruh pendapatan, jumlah anggota keluarga, dan pendidikan terhadap pola konsumsi rumah tangga miskin di Kecamatan Gianyar. *E-Jurnal Ekonomi Pembangunan Universitas Udayana*, *1*(1), 39–48.
- Alsyatri, H., Saragih, E. C., Rambu, F., & Mbana, L. (2024). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan bawang merah di Kelurahan Matawai Kecamatan Kota Waingapu. *Jurnal Ilmiah Pertanian*, *20*, 875–884.
- Ananda, M. T. U. (2022). Pengaruh harga dan produk terhadap keputusan pembelian bawang merah di Pasar Sukomoro Nganjuk. *Jurnal Ekonomi Pertanian*, *9*, 356–363.
- Arani, S. A. (2006). *Universitas Medan Area. Jurnal Ekonomi*, *44*(2), 8–10.
- Artaria, M. D. (2016). Dasar biologis variasi jenis kelamin, gender, dan orientasi seksual. *BioKultur*, *2*, 157–165.
- Asiva, N. R. (2015). Analisis pola konsumsi masyarakat Provinsi Jambi 2023. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, *6*.
- Balitbangtan. (2021). *Deskripsi Varietas Unggul Bawang Merah: Bima Brebes dan Bauji*. Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian, Kementerian Pertanian RI.
- Bash, E. (2015). Elastisitas demand. *PhD Proposal*, *1*, 14–30.
- Bearden, W. O., & Etzel, M. J. (1982). Reference Group Influence on Product and Brand Purchase Decisions. *Journal of Consumer Research*, *9*(2), 183–194.
- BPS (2021). *Statistik Kesejahteraan Rakyat Indonesia*. Badan Pusat Statistik.
- Chandra, A., & Jatra, I. (2014). Pengaruh usia, tingkat pendapatan dan kepribadian pada perilaku keluhan konsumen. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, *3*(10), 255151.
- Dewanti, W. (2022). Pengaruh harga, promosi, dan kualitas terhadap keputusan pembelian bawang merah di Desa Pai Kecamatan Wera. *Skripsi*, 1–61.
- Fauziah, R., & Hartono, S. (2016). Pengaruh teknik pengeringan terhadap mutu simpan bawang merah. *Jurnal Hortikultura Indonesia*, *7*(2), 95–102.

- Galih, F. D., Susanto, B., & Farida. (2022). Pengaruh corporate social responsibility dan likuiditas terhadap kinerja keuangan perusahaan yang memperoleh sustainability reporting award (Studi empiris pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di ASRRAT dan SRA tahun 2015–2020). *Business and Economics Conference in Utilization of Modern Technology*, 885–905. <https://journal.unimma.ac.id/index.php/conference/article/view/7501>
- Hadi, S. (2016). *Psikologi Sosial dalam Rumah Tangga*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Hadi, S. (2016). *Psikologi Sosial dalam Rumah Tangga*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Handayani, S., & Yulistiyono, H. (2023). Pengaruh pendapatan, jumlah anggota keluarga dan pendidikan terhadap konsumsi rumah tangga miskin di Kabupaten Banyuwangi. *Neo-Bis*, 12(1), 32–47.
- Haque, M. G. (2020). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian pada PT. Berlian Multitama di Jakarta. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 21(134), 31–38.
- Harahap, A. S., Luta, D. A., Sri, D., & Sitepu, M. B. (2022). KARAKTERISTIK AGRONOMI BEBERAPA VARIETAS BAWANG MERAH (*Allium ascalonicum* L.) DATARAN RENDAH. *Seminar Nasional UNIBA Surakarta*, 287–296.
- Hawkins, D. I., & Mothersbaugh, D. L. (2010). *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy* (11th ed.). McGraw-Hill.
- Jokohael, N. F., Suprpti, N. W. S., & Kerti Yasa, N. N. (2017). Hubungan variabel demografi dan dimensi budaya dengan perilaku komplain wisatawan hotel berbintang di Bali. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 6(8), 2955. <https://doi.org/10.24843/eeb.2017.v06.i08.p02>
- Kanuk, S. (2015). Tinjauan pustaka: Berikut ini dicantumkan beberapa hasil dari penelitian terdahulu yang dijadikan sebagai landasan empiris bagi peneliti dalam bentuk tabel. *Jurnal Penelitian Ekonomi*, 10–25.
- Kırbıyık, S. (2004). Metallurgical and materials transactions A. *Metallurgical and Materials Transactions A*, 30(8), 2221.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Kurniasih, D., Wijayanti, R., & Suryani, T. (2018). Kajian kualitas pascapanen bawang merah di beberapa sentra produksi. *Agrohorti*, 6(1), 23–30.

- Lestari, P., & Rachmawati, F. (2023). Pengaruh media sosial terhadap konsumsi frozen food di masa pandemi COVID-19. *Amerta Nutrition*, 7(3), 377–383. <https://doi.org/10.20473/amnt.v7i3.2023.377-383>
- Mahastri, A. N., Samuel, A. U., Tambani, A., Maramis, J. B., Mahastri, N., & Samuel, A. U. (2022). Pengaruh disiplin kerja dan budaya kerja terhadap kinerja karyawan Bakso Campur di Manado. *Jurnal EMBA*, 10(4), 2030–2039.
- Mariyah, T., Roessali, W., & Ekowati, T. (2023). Faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan bawang merah pada rumah tangga di Kecamatan Banjarharjo Kabupaten Brebes. *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, 7(1), 77–88. <https://doi.org/10.21776/ub.jepa.2023.007.01.8>
- Mananja, K., Marta, J., & Artikel, I. (2020). Inflasi. *Jurnal Ekonomi*, 15(2).
- Novita, T. L., Ningtyias, F. W., & Ratnawati, L. Y. (2024). Hubungan ketahanan pangan keluarga dan tingkat konsumsi zat besi dengan kejadian anemia dan prestasi belajar pada remaja putri. *Journal of Nutrition College*, 13(3), 220–232. <https://doi.org/10.14710/jnc.v13i3.41955>
- Nugraha, J. P., Alfiah, D., Sinulingga, G., Rojiati, U., Saloom, G., Rosmawati, R., Fathihani, F., Johannes, R., Kristia, K., Batin, M. H., Lestari, W. J., Khatimah, H., & Beribe, M. F. B. (2021). *Teori perilaku konsumen*. Nasya Expanding Management.
- Nugraheni, S. A., & Hartoyo, H. (2007). "Pengaruh Pendidikan dan Pengetahuan Gizi terhadap Pola Konsumsi Pangan Keluarga". *Jurnal Gizi dan Pangan*, 2(1), 20–26.
- Nurfadillah, N. (2021). Pengaruh usia dan gender terhadap gaya kepemimpinan di UMKM Bandar Lampung. *Skripsi*, 1–62.
- Nurjayanti, S., Bahmid, N. A., & Karim, I. (2023). Keputusan pembelian bawang merah goreng. *Jurnal Bisnis dan Manajemen Indonesia*, 20(2). <https://doi.org/10.26487/jbmi.v20i2.31993>
- Pertiwi, A. (2013). Respon pertumbuhan dan produksi bawang merah (*Allium ascalonicum* L.) terhadap pemberian urin sapi dan limbah brassica. *Jurnal Agrikultura*, 53(1), 11. <http://dx.doi.org/10.1016/j.encep.2012.03.001>
- Pitaloka, D. (2020). Hortikultura: Potensi, pengembangan dan tantangan. *Jurnal Teknologi Terapan: G-Tech*, 1(1), 1–4. <https://doi.org/10.33379/gtech.v1i1.260>
- Puspitasari, L. (2020). Waktu panen optimal terhadap mutu bawang merah di lahan dataran rendah. *Jurnal Pertanian Tropika*, 5(1), 12–17.

- Putri Nugraha, J., Alfiah, D., Sinulingga, G., Rojiati, U., Saloom, G., Rosmawati, F., Fathihani, J., Johannes, R., Kristia, B., Batin, M., Lestari, W. J., & Khatimah, H. F. B. (2021). Perilaku konsumen: Teori dan aplikasi. *Jurnal Ekonomi Konsumen*.
- Putri, D. L., Abidin, Z., Prasmatiwi, F. E., & Kaskoyo, H. (2022). Kajian ketahanan pangan rumah tangga pada berbagai agroekosistem di Kabupaten Lampung Utara. *Agrikultura*, 33(3), 420. <https://doi.org/10.24198/agrikultura.v33i3.42579>
- Rahmatika, A., & Luh, N. I. P. (2024). Pengaruh promosi, citra merek, dan harga terhadap keputusan pembelian kembali produk UMKM. *Jurnal Ilmiah AKMEN*, 21(1), 92–103. <https://e-jurnal.nobel.ac.id/index.php/akmen>
- Ridarta, A. (2023). Pengaruh faktor-faktor perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian album K-pop di Tanjungpinang. [Skripsi tidak dipublikasikan].
- Rizka, S. K., Purnamadewi, Y. L., & Hasanah, N. (2018). Produk roti dalam pola konsumsi pangan dan keberadaan label halal dalam keputusan konsumsi masyarakat (Kasus: Kota Bogor). *Al-Muzara'ah*, 6(1), 15–27. <https://doi.org/10.29244/jam.6.1.15-27>
- Rohmah, A. N., & Subari, S. (2021). Preferensi konsumen terhadap produk minuman kopi di Kopi Janji Jiwa Jilid 324 Surabaya. *Agriscience*, 1(3), 548–562. <https://doi.org/10.21107/agriscience.v1i3.9129>
- Sahati, A., Ali, M. M., Fanji, F. W., & Salsabila, F. (2024). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Ilmu Sosial, Manajemen, Akuntansi dan Bisnis*, 5(3), 688–707. <https://doi.org/10.47747/jismab.v5i3.1976>
- Saputra, A. W., & Dinalestari. (2017). Pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian mobil merek Isuzu Panther. *Diponegoro University Journal of Social and Politic, Business Administration*, 1–12.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2010). *Consumer Behavior* (10th ed.). Prentice Hall.
- Sitompul, R. E. (2023). Pengaruh kualitas produk, harga dan saluran distribusi terhadap keputusan pembelian beras kilang padi UD. Duma Harahap di Desa Pargumbangan Kecamatan Angkola Muaratais. [Skripsi tidak dipublikasikan].
- Sukirno, S. (2016). *Pengantar Teori Mikroekonomi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Sulistiyowati, W. (2017). *Buku ajar statistika dasar. Buku Ajar Statistika Dasar*, 14(1), 15–31. <https://doi.org/10.21070/2017/978-979-3401-73-7>

- Susanti, H., Budiraharjo, K., & Handayani, M. (2018). Analisis pengaruh faktor-faktor produksi terhadap produksi usahatani bawang merah di Kecamatan Wanasari Kabupaten Brebes. *Agrisocionomics: Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 2(1), 23. <https://doi.org/10.14710/agrisocionomics.v2i1.2673>
- Sutrisno, B. (2017). Pengaruh pemupukan terhadap hasil dan kualitas umbi bawang merah. *Buletin Teknologi Pertanian*, 13(3), 48–55.
- Taenasah, E., Dasipah, E., & Gantini, T. (2024). Faktor-faktor yang mempengaruhi pola konsumsi pangan di Kabupaten Garut (Suatu kasus pada rumah tangga peserta program Pekarangan Pangan Lestari). *OrchidAgri*, 4(1), 34–47. <https://doi.org/10.35138/orchidagri.v4i1.729>
- Tambunan, T. (2014). *Perekonomian Indonesia: Masalah dan Kebijakan*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Todaro, M. P., & Smith, S. C. (2015). *Economic Development* (12th ed.). Pearson Education.
- Todaro, M. P., & Smith, S. C. (2015). *Economic Development* (12th ed.). Pearson Education.
- Wahyudi, W. (2022). Analisis motivasi belajar siswa dengan menggunakan model pembelajaran blended learning saat pandemi Covid-19 (Deskriptif kuantitatif di SMAN 1 Babadan Ponorogo). *Kadikma*, 13(1), 68. <https://doi.org/10.19184/kdma.v13i1.31327>
- Widyaningrum, E. A., Wika Admaja, W., Winduhani Astuti, L., & Masyriqoh, B. (2021). Pengaruh usia dan jenis kelamin terhadap pengetahuan serta perilaku penggunaan suplemen di masa pandemi pada mahasiswa IIK Bhakti Wiyata. *Majalah Farmasetika*, 6(Suppl 1), 49. <https://doi.org/10.24198/mfarmasetika.v6i0.36675>
- Yugo Susanto, & Sri Bangun Lestari, E. P. (2020). На Главную | База 1 | База 2 | База 3. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 1(2), 1–10.
- Yuliana, D., & Sari, M. N. (2019). Pengaruh perlakuan budidaya dan pascapanen terhadap kualitas bawang merah. *Jurnal Teknologi Pertanian*, 14(1), 33–40.
- Yuliati, F., & Muflikhati, I. (2012). "Pengaruh Pendidikan Ibu terhadap Pengelolaan Keuangan Rumah Tangga". *Jurnal Ilmu Keluarga dan Konsumen*, 5(1), 15–21.