

KARAKTERISTIK KONSUMEN DAN FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MEMBELI SAYURAN HIDROPONIK DI SWALAYAN KOTA BANDAR LAMPUNG

CONSUMER CHARACTERISTICS AND FACTORS THAT INFLUENCE CONSUMER DECISIONS IN PURCHASING HYDROPONIC VEGETABLES IN SUPERMARKETS IN BANDAR LAMPUNG CITY

Eva Astuti¹, Sri Handayani², Nuni Anggraini³, Kusmaria⁴, Dayang Berliana⁵

¹Pengelolaan Agribisnis, Politeknik Negeri Lampung

²Agribisnis Pangan, Politeknik Negeri Lampung

*E-mail corresponding: eva.astuti09@gmail.com

Dikirim : 2 Agustus 2024

Diperiksa : 19 November 2024

Diterima: 25 November 2024

ABSTRAK

Peningkatan jumlah penduduk di Indonesia mencapai 275.773,8 ribu jiwa tahun 2022. Jumlah penduduk yang meningkat diikuti oleh laju pertumbuhan penduduk yang dapat menyebabkan kebutuhan pangan meningkat. Provinsi Lampung memiliki 5 kota atau kabupaten yang mengalami laju pertumbuhan penduduk yang meningkat salah satunya Kota Bandar Lampung. Kota Bandar Lampung memiliki laju pertumbuhan penduduk yang meningkat di Tahun 2021 sebesar 2,16 persen. Pola hidup sehat yang disadari oleh masyarakat dengan mengkonsumsi makanan yang sehat seperti sayuran hidroponik yang minim pestisida maupun bahan kimia. Sayuran hidroponik adalah jenis sayuran yang banyak dipasarkan di Swalayan. Kota Bandar Lampung merupakan ibu kota dari Provinsi Lampung yang memiliki banyak swalayan. Perbandingan penjualan sayuran di swalayan Kota Bandar Lampung sebanyak 30% sayuran hidroponik dan 70% sayuran non hidroponik, sehingga pemilihan swalayan dijadikan tempat pengambilan sampel. Penelitian ini bertujuan mengidentifikasi karakteristik konsumen sayuran di swalayan Kota Bandar Lampung dan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian sayuran hidroponik di Swalayan Kota Bandar Lampung. Metode penelitian menggunakan metode *Accidental Sampling* dan menggunakan analisis data metode kualitatif dan metode kuantitatif metode analisis data regresi logistik biner. Hasil dari penelitian yaitu karakteristik konsumen sayuran hidroponik mayoritas berjenis kelamin perempuan dengan rentan usia 26-45 tahun, pekerjaan sebagai Pegawai Negeri Sipil dan jumlah anggota keluarga 1 hingga 5 orang. Hasil analisis data regresi logistik biner ketepatan model menggunakan signifikansi Nagelkerke R square sebesar 64,7% dan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli sayuran hidroponik di swalayan Kota Bandar Lampung meliputi faktor tingkat pendidikan, harga, pendapatan, frekuensi pembelian, pengetahuan sayuran hidroponik dan kesegaran sayuran.

Kata Kunci: Keputusan pembelian, sayuran, hidroponik, logistik biner

ABSTRACT

The increase in population in Indonesia will reach 275,773.8 thousand people in 2022. The increasing population is followed by the rate of population growth which can cause food needs to increase. Lampung Province has 5 cities or regencies that are experiencing increasing population growth rates, one of which is Bandar Lampung City. The city of Bandar Lampung has a population growth rate that will increase in 2021 by 2.16 percent. People are aware of a healthy lifestyle by consuming healthy food such as hydroponic vegetables that have minimal pesticides or

KAREKTERISTIK KONSUMEN DAN FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MEMBELI SAYURAN HIDROPONIK DI SWALAYAN KOTA BANDAR LAMPUNG

Eva Astuti¹, Sri Handayani², Nuni Angraini³, Kusmaria⁴, Dayang Berliana⁵

chemicals. Hydroponic vegetables are a type of vegetable that is widely marketed in supermarkets. Bandar Lampung City is the capital of Lampung Province which has many supermarkets. The comparison of vegetable sales in supermarkets in Bandar Lampung City is 30% hydroponic vegetables and 70% non-hydroponic vegetables, so the supermarket was chosen as the sampling location. This research aims to identify the characteristics of vegetable consumers in supermarkets in Bandar Lampung City and analyze the factors that influence purchasing decisions for hydroponic vegetables in supermarkets in Bandar Lampung City. The research method uses the Accidental Sampling method and uses qualitative data analysis methods and quantitative methods, binary logistic regression data analysis methods. The results of the research are that the characteristics of hydroponic vegetable consumers are predominantly female, aged 26-45 years, working as civil servants and having a family size of 1 to 5 people. The results of the binary logistic regression data analysis, the accuracy of the model using the Nagelkerke R square significance was 64.7% and the factors that influence consumer decisions in buying hydroponic vegetables in supermarkets in Bandar Lampung City include factors of education level, price, income, frequency of purchase, knowledge of hydroponic vegetables and freshness of vegetables.

Keywords: Purchasing decisions, vegetables, hydroponics, binary logistics

PENDAHULUAN

Penduduk Indoensia merupakan Setiap orang yang tinggal di Indonesia, baik penduduk asli Indonesia maupun warga negara asing yang telah menjadikan Indonesia sebagai rumah permanen selama satu tahun atau lebih. Indonesia mengalami peningkatan jumlah penduduk mencapai 11.012,2 ribu jiwa dari tahun 2018 hingga tahun 2022 (BPS Indonesia, 2023). Meningkatnya jumlah penduduk akan sejalan dengan pertumbuhan penduduk di Indonesia. Laju pertumbuhan penduduk di Indonesia sebagai idikator bertambahnya luas permukiman penduduk Indonesia dan bertambahnya upaya pemenuhan sandan dan papan hingga membuat dimasa mendatang jumlah penduduk perkotaan akan terus meningkat (Prabowo dkk., 2020).

Laju pertumbuhan penduduk tertinggi di provinsi lampung yaitu Kota Bandar Lampung berdasarkan data Badan Pusat Statistik Provinsi Lampung tahun 2022 tercatat Kota Bandar Lampung mengalami laju perumbuhan penduduk yang fluktuatif ditahun 2017 sebesar 1,82%, kemudian mengalami penurunan hingga tahun 2020 sebesar 1,66% dan meningkat kembali ditahun 20201 sebesar 2,16% (BPS Provinsi Lampung, 2022). Hal tersebut dapat disebabkan oleh faktor migrasi, kelahiran, dan kematian. Meningkatnya populasi tersebut menyebabkan terjadinya peningkatan kebutuhan konsumsi pangan dan diikuti peningkatan produksi tanaman sayuran menurut jenis tanaman di Provinsi Lampung pada tahun 2021. Produk hortikulturan merupakan salah satu makanan yang dibutuhkan

masyarakat, karena memiliki sumber gizi berupa serat, vitamin, protein dan lainnya yang dibutuhkan oleh tubuh manusia (Tando, 2019).

Usaha yang bergerak dibidang pertanian pangan, hortikultura dan perkebunan sering kali bergantung pada penggunaan pestisida, pupuk sintetis, dan benih bermutu rendah, yang membahayakan kelestarian lingkungan dan pada akhirnya berdampak pada kesejahteraan penggunanya. Masyarakat mulai mengadopsi gaya hidup yang lebih sehat dengan mengubah kebiasaan makan mereka, dan langkah pertama dalam proses ini adalah mengonsumsi makanan bergizi (Handayani dkk., 2019). Sayuran hidroponik menyediakan alternatif yang lebih sehat dibandingkan sayuran yang ditanam secara konvensional dengan mengurangi jumlah bahan kimia yang dikandungnya namun, tidak semua orang melakukannya.

Perbandingan sayuran hidroponik memiliki kualitas yang lebih tinggi daripada sayuran yang ditanam secara konvensional (Deswati dan Joko, 2022). Sehingga hal tersebut membuat pertumbuhan konsumsi sayuran hidroponik masih terbatas karena masyarakat kurang mengetahui manfaat dari sayuran hidroponik. Komoditas sayuran hidroponik memiliki nilai ekonomis yang tinggi sehingga tempat

pemasaran produk ini kebanyakan dilakukan pada swalayan. Pasar swalayan sebuah tempat yang menjual semua kebutuhan sehari-hari dan memiliki kelebihan dibandingkan pasar konvensional. Kota Bandar Lampung memiliki banyak swalayan yang menjual produk sayuran hidroponik. Jumlah produk sayuran hidroponik yang dipasarkan lebih sedikit dibandingkan sayuran non hidroponik.

Keputusan pembelian merupakan pengambilan keputusan oleh konsumen untuk melakukan pembelian suatu produk secara sadar atas pemenuhan kebutuhan dan keinginannya (Vista dkk., 2021). Keputusan pembelian dapat dipengaruhi oleh karakteristik konsumen berupa jenis kelamin, usia, pekerjaan dan jumlah anggota keluarga. Keputusan pembelian dapat di pengaruhi oleh beberapa faktor yaitu pendidikan terakhir, harga, jarak, pendapatan, frekuensi pembelian, jumlah pembelian, pengetahuan, promosi penjualan dan kesegaran. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui karakteristik konsumen dan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian sayuran hidroponik di Swalayan Kota Bandar Lampung.

METODE PENELITIAN

Penelitian dilaksanakan pada bulan agustus 2023 sampai april 2024, di Kota

KAREKTERISTIK KONSUMEN DAN FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MEMBELI SAYURAN HIDROPONIK DI SWALAYAN KOTA BANDAR LAMPUNG

Eva Astuti¹, Sri Handayani², Nuni Angraini³, Kusmaria⁴, Dayang Berliana⁵

Bandar Lampung dengan dasar pertimbangan daerah tersebut memiliki banyak swalayan yang menjual produk sayuran hidroponik. Jenis dan sumber data menggunakan data primer dan sekunder dengan teknik pengumpulan data wawancara dan observasi. Penarikan sampel ditentukan secara survei di 10 Swalayan yang ada di Kota Bandar Lampung dengan jumlah sampel sebanyak 60 responden dibagi menjadi 30 responden yang membeli sayuran hidroponik dan 30 responden yang membeli sayuran non hidroponik. Penentuan jumlah sampel tersebut memperimbangkan bahwa dengan metode kuantitatif minimal sebanyak 30 responden maka nilai akan lebih mendekati kurve normal. Metode pengambilan sampel menggunakan metode *Accidental Sampling*.

Metode analisis dalam penelitian meliputi.

1. Karakteristik konsumen

Metode yang digunakan untuk mengidentifikasi karakteristik konsumen menggunakan analisis kualitatif untuk menggambarkan karakteristik konsumen sayuran hidroponik di Swalayan Kota Bandar Lampung secara deskriptif. Karakteristik yang akan diteliti meliputi jenis kelamin, usia, pekerjaan dan jumlah anggota keluarga.

2. Faktor-Faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen

Metode yang digunakan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian sayuran hidroponik di Swalayan Kota Bandar Lampung menggunakan analisis kuantitatif dengan metode regresi logistik biner. Persamaan rumus regresi logistik biner dapat dirumuskan sebagai berikut (Tinambo dan Sunaryanto, 2021) :

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \beta_6 X_6 + \beta_7 X_7 + \beta_8 X_8 + \beta_9 X_9 + e$$

Keterangan :

Y = Keputusan Konsumen (Membeli Y = 1, Tidak membeli Y = 0)

X₁ = Tingkat Pendidikan (Tahun)

X₂ = Harga (Rp)

X₃ = Jarak Swalayan (Km)

X₄ = Pendapatan (Rp)

X₅ = Frekuensi Pembelian (Jumlah/Bulan)

X₆ = Jumlah Pembelian (Kg)

X₇ = Pengetahuan (Dummy

D1=Mengetahui,

D0=Tidak mengetahui)

X₈ = Promosi Penjualan (Dummy

D1=Ada Promosi Penjualan,

D0=Tidak ada Promosi Penjualan)

X₉ = Kesegaran Produk (Dummy

D1= Segar,

D0=Tidak Segar)

e = error

$\beta_0, \beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4, \beta_5, \beta_6, \beta_7, \beta_8, \beta_9$ adalah parameter.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik responden pada penelitian ini yakni konsumen Seperindo Mall Kartini, Chandra Antasari, Chandra Teluk Betung, Chandra Tanjung Karang, Swalayan Surya, Transmart Carrefour, Gelael, Chandra Mall Bumi Kedaton, Superindo Kedaton, Superindo Kemiling yang membeli sayuran hidroponik dan non hidroponik.

Karakteristik Konsumen

Karakteristik konsumen dibedakan menjadi jenis kelamin, usia, pekerjaan dan jumlah anggota keluarga dan dapat dilihat sebagai berikut.

a. Jenis Kelamin

Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumen sayuran hidroponik rata-rata berjenis kelamin perempuan didukung oleh penelitian (Rasmikayati dkk., 2020). Hal ini dikarenakan perempuan memiliki pengetahuan dan kendali penuh atas gizi keluarga dan membeli kebutuhan keluarga untuk membeli sayuran dan lainnya, sedangkan laki-laki di fokuskan untuk mencari nafkah keluarga.

b. Usia

Usia konsumen yang membeli sayuran hidroponik berkisar usia 27-32 tahun yang termasuk dalam usia produktif. Usia produktif menurut WHO adalah usia yang efektif dan efisien dalam melakukan pekerjaan dan aktivitas sehari-hari. Hal ini didukung oleh penelitian Vista dkk.,

(2021) dimana kesehatan usia produktif tentu penting untuk diperhatikan karena sangat mendukung produktivitas dan kualitas hidup. Penelitian ini sama juga dengan penelitian yang dilakukan oleh Rasmikayati dkk., (2020) mayoritas usia konsumen yang melakukan pembelian di usia produktif. Persamaan kedua hal ini dapat diakibatkan oleh manfaat mengkonsumsi sayuran untuk membantu meningkatkan daya tahan tubuh, baik untuk kesehatan, mengurangi resiko penyakit jantung dan lainnya agar tidak rentan terhadap penyakit. Perbedaan usia pada minat beli sayuran mempengaruhi daya minat pembelian ke suatu produk, sehingga membuat selera dan kesukaan terhadap suatu produk berbeda pula. Keputusan pembelian sayuran hidroponik juga dapat dipengaruhi oleh pengetahuan yang luas dari manfaatnya dan pentingnya pola gaya hidup.

c. Pekerjaan

Pekerjaan merupakan salah satu hal yang menjadi pertimbangan untuk melakukan suatu pembelian atau keputusan sehingga dapat menentukan pola konsumsi berikutnya dan mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli suatu produk. Hasil penelitian menunjukkan karakteristik konsumen yang membeli sayuran hidroponik didominasi oleh konsumen

KAREKTERISTIK KONSUMEN DAN FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MEMBELI SAYURAN HIDROPONIK DI SWALAYAN KOTA BANDAR LAMPUNG

Eva Astuti¹, Sri Handayani², Nuni Angraini³, Kusmaria⁴, Dayang Berliana⁵

yang bekerja sebagai Pegawai Negeri Sipil, hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Arimurti dkk., (2021) konsumen yang bekerja sebagai PNS memiliki penghasilan yang stabil sehingga mampu untuk memenuhi kebutuhan pangan yang berkualitas. Pekerjaan konsumen sayuran hidroponik pada penelitian ini didominasi sebagai PNS karena didukung oleh saluran informasi yang didapat melalui rekan kerja, penghasilan yang cukup memadai sehingga dapat mengakibatkan kecenderungan untuk mengkonsumsi sayuran hidroponik.

d. Jumlah Anggota Keluarga

Keluarga sangat penting dalam keputusan pembelian karena, keluarga merupakan tempat pemakaian dan pembelian jumlah produk yang akan dibeli. Jumlah anggota keluarga merupakan jumlah orang yang tinggal di suatu rumah sebagai acuan untuk melihat berapa banyak jumlah anggota keluarga yang akan di tanggung oleh responden dengan jumlah belanja yang dilakukan dan jumlah pendapatan didapatkan. Hasil penelitian menunjukkan karakteristik konsumen berdasarkan jumlah anggota keluarga sejumlah 1-5 orang. Hal ini didukung oleh penelitian Rasmikayati dkk., (2020) yang menyatakan konsumen yang memiliki jumlah keluarga tidak lebih dari 4 orang cenderung lebih mampu untuk membeli sayuran organik yang

dikarenakan jumlah tanggungan anggota keluarga sedikit. Anggota keluarga yang ditanggung oleh responden tersebut meliputi suami, istri, anak, saudara, orangtua dan lainnya. Jumlah anggota keluarga konsumen dapat memberikan pengaruh yang kuat terhadap perilaku pembelian konsumen diantaranya sebagai inisiator, pemberi pengaruh, penyaring informasi, pengambil keputusan, pembeli dan pengguna (Astuti dkk., 2019).

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen dalam Membeli Sayuran Hidroponik

Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli sayuran hidroponik menggunakan Analisis regresi logistik biner. Analisis ini digunakan untuk melihat peluang variabel independe yaitu tingkat pendidikan, harga, jarak, pendapatan, frekuensi pembelian, jumlah pembelian, pengetahuan, promosi penjualan dan kesegaran, apakah variabel tersebut memiliki pengaruh atau tidak terhadap variabel dependen yaitu keputusan konsumen dalam membeli sayuran hidroponik (1) dan keputusan konsumen tidak membeli sayuran hidroponik (0). Alat yang digunakan untuk menganalisis yaitu menggunakan software SPSS 26. maka didapatkan hasil sebagai berikut :

1. Uji Ketepatan Model (*Nagelkerke R Square*)

Uji ini dapat dilihat pada nilai *Nagelkerke R square*. Nilai *R square* dapat dilihat pada nilai *Nagelkerke R Square* (Kusmaria dkk., 2017). Nilai

Nagelkerke R Square yang lebih besar dari 50% yang artinya variabel bebas bisa menjelaskan pengaruh terhadap keputusan pembelian (Kurniasih dan Prihtanti, 2019).

Tabel 1. Uji Ketepatan Model (*Nagelkerke R Square*) regresi logistik biner

-2 Log likelihood	Cox & Snell R Square	<i>Nagelkerke R Square</i>
43,353 ^a	0,485	0,647

Sumber : Data primer diolah, 2024

Variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen dilihat pada nilai *Nagelkerke R square* pada penelitian ini sebesar 64,7% model ini sudah menunjukkan kontribusi variabel independen terhadap variabel independen, variabel independen tersebut meliputi pendidikan terakhir, harga, jarak, pendapatan, frekuensi pembelian, jumlah, pengetahuan, diskon dan kesegaran mampu menjelaskan keputusan pembelian dan sisanya sebesar 34,8% tidak dijelaskan oleh variabel independen yang mungkin diluar model.

2. Uji Individual (Uji *Wald*)

Uji Individual menggunakan uji *wald* yang digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel independen berpengaruh signifikan secara nyata dalam model atau tidak. Tingkat kepercayaan pada penelitian ini menggunakan taraf signifikansi alfa

sebesar 0,20. Semakin kecil alfa yang didapat maka akan semakin bisa di percaya dan sebaliknya. Hasil perhitungan nilai uji *wald* dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen yaitu pada Tabel 2.

Berdasarkan hasil uji *wald* pada tabel diatas diperoleh persamaan regresi logistik biner sebagai berikut :

$$Y = -11,044 + 0,546X_1 + 0,000X_2 - 0,175X_3 + 0,000X_4 + 0,976X_5 + 0,176X_6 - 1,340X_7 - 1,370X_8 - 2,067X_9 + e$$

Uji *wald* digunakan untuk menentukan pengaruh masing-masing variabel apakah berpengaruh nyata dalam model atau tidak dan dapat dijelaskan secara terperinci sebagai berikut.

a. Tingkat Pendidikan

Variabel tingkat pendidikan memiliki nilai *wald* sebesar 4,306 > 1,298 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,030 yang berarti lebih kecil dari tingkat signifikan yang ditetapkan.

KAREKTERISTIK KONSUMEN DAN FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MEMBELI SAYURAN HIDROPONIK DI SWALAYAN KOTA BANDAR LAMPUNG

Eva Astuti¹, Sri Handayani², Nuni Angraini³, Kusmaria⁴, Dayang Berliana⁵

Tabel 2. Uji Individual (*Wald*) regresi logistik biner

Variabel	B	Wald	Sig.	Exp (B)
Tingkat Pendidikan	0,546	4,306	0,038*	1,726
Harga	0,000	7,112	0,008*	1,000
Jarak	-0,175	0,558	0,455	0,839
Pendapatan	0,000	5,663	0,017*	1,000
Frekuensi Pembelian	0,976	3,813	0,051*	2,653
Jumlah Pembelian	0,176	0,038	0,845	1,193
Pengetahuan Sayuran Hidroponik	-1,340	1,811	0,178*	0,262
Promosi Penjualan	-1,370	0,793	0,373	0,254
Kesegaran Produk	-2,067	1,845	0,174*	0,127
Constant	-11,044	5,711	0,017	0,000

Sumber : Data diolah, 2024

Keterangan = *berpengaruh nyata pada $\alpha < 0,20$

Tingkat signifikansi yang diperoleh yaitu 0,030 yang berarti variabel pendidikan terakhir berpengaruh nyata pada alfa dibawah 20% terhadap keputusan konsumen. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Kurniasih dan Prihtanti, (2019) yang menyatakan tingkat pendidikan berpengaruh nyata terhadap keputusan konsumen yang merupakan salah satu faktor yang diduga mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian sayuran hidroponik di swalayan Kota Bandar Lampung. Hal ini disebabkan karena tingkat pendidikan dapat berpengaruh dengan adanya informasi yang didapat pada lingkungan sekitar dan cara mempelajari gaya hidup yang baik.

b. Harga

Variabel harga memiliki nilai *wald* sebesar 7,112 > 1,298 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,008. Tingkat signifikansi yang diperoleh yaitu 0,008

yang berarti variabel harga berpengaruh nyata pada alfa dibawah 20% terhadap keputusan konsumen. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Kurniasih dan Prihtanti, 2019) tentang keputusan konsumen dalam pembelian sayuran organik. Semakin tinggi harga sayuran hidroponik maka peluang keputusan konsumen dalam membeli sayuran hidroponik semakin meningkat yang dapat disebabkan konsumsi kebutuhan sayuran yang berbeda-beda dan diikuti oleh gaya hidup. Pengaruh nyata terhadap variabel harga berkaitan dengan pendapatan konsumen semakin tinggi harga sayuran hidroponik maka dapat dibeli oleh konsumen yang memiliki rata-rata pendapatan yang cukup memadai. Pertimbangan harga tidak menjadi masalah bagi konsumen yang membeli sayuran dengan kualitas dan kesegaran sayuran yang terjamin (Fajarani dkk., 2021).

c. Jarak

Variabel jarak memiliki nilai *wald* sebesar $0,558 > 1,298$ dengan tingkat signifikansi sebesar $0,461$. Tingkat signifikansi yang diperoleh yaitu $0,461$ yang berarti variabel jarak tidak berpengaruh nyata terhadap keputusan konsumen, variabel ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Kurniawati dkk., 2021). Hal tersebut disebabkan karena jarak tidak menjadi pertimbangan konsumen untuk melakukan pembelian kebutuhan sehari-hari termasuk pembelian sayuran yang dikarena adanya pemanfaatan era globalisasi dalam bidang transportasi seperti gojek, maxim, grab dan kendaraan sendiri sehingga bisa mengakses swalayan tanpa mempertimbangkan jarak.

d. Pendapatan

Variabel pendapatan memiliki nilai *wald* sebesar $5,663 > 1,298$ dengan tingkat signifikansi $0,016$ Tingkat signifikansi yang diperoleh yaitu $0,016$ yang berarti variabel pendapatan berpengaruh berpengaruh nyata pada alfa dibawah 20% terhadap keputusan konsumen hal, ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Devi dan Hartono., 2015). Hal tersebut yang berarti konsumen yang memiliki pendapatan tinggi, memiliki keputusan pembelian sayuran hidroponik yang tinggi pula yang

disebabkan karena pendapatan yang lebih besar akan mampu memenuhi kebutuhan yang lebih baik salah satunya dalam membeli sayuran hidroponik sebagai bahan pangan yang baik.

e. Frekuensi Pembelian

Variabel frekuensi pembelian memiliki nilai *wald* sebesar $3,813 > 1,298$ dengan tingkat signifikansi sebesar $0,055$. Tingkat signifikansi yang diperoleh yaitu $0,055$ yang berarti variabel frekuensi pembelian berpengaruh berpengaruh nyata pada alfa dibawah 20% terhadap keputusan konsumen. Menurut penelitian Astuti dkk., (2019) frekuensi pembelian dapat disebabkan karena responden memiliki kesibukan yang berbeda. Jadwal pembelian sayuran hidroponik yang tidak menentu setiap harinya yang dikarenakan disesuaikan dengan kebutuhan sehari-hari.

f. Jumlah Pembelian

Variabel jumlah pembelian memiliki nilai *wald* sebesar $0,038 < 1,298$. Tingkat signifikansi yang diperoleh yaitu $0,828$ yang berarti variabel jumlah tidak berpengaruh terhadap keputusan konsumen, hal tersebut dapat disebabkan karena setiap kebutuhan yang dikeluarkan untuk konsumsi makanan yang berbeda-beda disetiap respondennya dan disebabkan karena jumlah pembelian yang dilakukan oleh konsumen berbeda setiap bulannya yang dilihat pada tingkat kebutuhan yang

KAREKTERISTIK KONSUMEN DAN FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MEMBELI SAYURAN HIDROPONIK DI SWALAYAN KOTA BANDAR LAMPUNG

Eva Astuti¹, Sri Handayani², Nuni Angraini³, Kusmaria⁴, Dayang Berliana⁵

berbeda, produk sayuran yang mudah rusak membuat konsumen membeli sayuran hidroponik sedikit dan secukupnya, harga produk sayuran hidroponik yang cukup tinggi.

g. Pengetahuan sayuran hidroponik

Variabel pengetahuan memiliki nilai *wald* sebesar $1,811 < 1,298$ dengan tingkat signifikansi sebesar $0,170$. Tingkat signifikansi yang diperoleh yaitu $0,170$ yang berarti variabel pengetahuan berpengaruh nyata pada alfa dibawah 20% terhadap keputusan konsumen, hal ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Tinambo & Sunaryanto, (2021) yang disebabkan untuk mengetahui atau tidaknya konsumen terhadap suatu produk yang akan dibeli.

h. Promosi Penjualan

Variabel promosi penjualan memiliki nilai *wald* sebesar $0,793 < 1,298$ dengan tingkat signifikansi sebesar $0,361$. Tingkat signifikansi yang diperoleh yaitu $0,361$ yang berarti variabel diskon tidak berpengaruh terhadap keputusan konsumen, hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Cypert dkk., 2019). Dapat disebabkan karena swalayan yang ada di Kota Bandar Lampung tidak melakukan promosi penjualan terhadap sayuran hidroponik di media sosial maupun dalam bentuk apapun. Jumlah promosi di swalayan cukup rendah karena sayuran merupakan salah satu produk yang mudah rusak

dengan masa tunggu yang tepat, sementara promosi dilakukan untuk produk yang tahan lama.

i. Kesegaran Produk

Variabel kesegaran memiliki nilai *wald* sebesar $1,845 < 1,298$ dengan tingkat signifikansi sebesar $0,163$. Tingkat signifikansi yang diperoleh yaitu $0,163$ dengan alfa kurang dari 20% yang berarti variabel kesegaran berpengaruh terhadap keputusan konsumen, hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (A. B. Vista dkk., 2021). Semakin bagus kesegaran produk sayuran hidroponik yang diberikan maka akan semakin meningkat pula keputusan konsumen dalam membeli.

KESIMPULAN

Karakteristik konsumen yang membeli sayuran hidroponik mayoritas berjenis kelamin perempuan, usia rata-rata $27-32$ tahun, pekerjaan sebagai Pegawai Negeri Sipil dan jumlah anggota keluarga rata-rata $1-5$ orang. Hasil analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian sayuran hidroponik, hasil analisis uji ketepatan model menunjukkan signifikansi *Nagelkerke R Square* $64,7\%$ yang berarti ketepatan model tersebut dapat dijelaskan oleh variabel independen ke variabel dependen dan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli

sayuran hidroponik meliputi faktor tingkat pendidikan, harga, pendapatan, frekuensi pembelian, pengetahuan sayuran hidroponik dan kesegaran produk.

Keputusan Konsumen Dalam Membeli Sayuran Organik. *Ilmu Pertanian*, 27(1), 60. <https://doi.org/10.24246/agric.2015.v27.i1.p60-67>

DAFTAR PUSTAKA

Arimurti, N. H., Sularso, K. S., & Hartati, A. (2021). Kesiediaan Membayar (Willingness To Pay) Beras Organik di Kabupaten Banyumas dan Faktor Yang Mempengaruhinya. *Forum Agribisnis*, 11(1), 75–89. <https://doi.org/10.29244/fagb.11.1.75-89>

Fajarani, E., Wildayana, E., & Elysa Putri, N. (2021). Preferensi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sayuran Organik di Supermarket Diamond Kota Palembang. *Jurnal Prodi Agribisnis*, 2(1), 38–50. <https://doi.org/10.56869/kaliagri.v2i1.193>

Astuti, E. P., Masyhuri, M., & Mulyo, J. H. (2019). Analisis Sikap Konsumen Pasar Swalayan terhadap Sayuran Organik. *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 3(1), 183–194. <https://doi.org/10.21776/ub.jepa.2019.003.01.18>

Handayani, S., Affandi, M. I., & Susanti, S. (2019). Analisis Karakteristik Mutu Beras Organik Varietas Mentik Susu Dan Sintanur. *Journal of Food System & Agribusiness*, 2(2), 75–82. <https://doi.org/10.25181/jofsa.v2i2.1113>

BPS. (2022). Analisis Profil Penduduk Provinsi Lampung. *Dinas Kesehatan Provinsi Lampung*, 2015–2016. <https://lampung.bps.go.id/indicator/12/45/1/jumlah-penduduk.html>

Kurniasih, P., & Prihanti, M. T. (2019). Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Sayuran Organik Di Kota Salatiga. *ZIRAA'AH*, 44(3), 347–356.

BPS Indonesia. (2023). Statistik Indonesia 2023. In *Statistik Indonesia 2020* (Vol. 1101001). <https://www.bps.go.id/publication/20/04/29/e9011b3155d45d70823c141f/statistik-indonesia-2020.html>

Kurniawati, L., Wardhana, M. Y., & Jakfar, F. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Sayuran Di Pasar Simpang Tujuh Ulee Kareng. *Ilmiah Mahasiswa Pertanian*, 6(1), 9–17. <https://doi.org/10.17969/jimfp.v6i1.16527>

Cypert, K., Prasetyo, E., & Setiadi, A. (2019). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Brokoli Organik Di Pasar Modern Gelael Semarang. *JSEP (Journal of Social and Agricultural Economics)*, 12(2), 67. <https://doi.org/10.19184/jsep.v12i2.10032>

Kusmaria, K., Asmarantaka, R. W., & Harianto, H. (2017). Analisis Penentuan Rafaksi Dan Pengaruhnya Terhadap Pilihan Saluran Pemasaran Petani Ubi Kayu Di Kabupaten Lampung Tengah. *Forum Agribisnis*, 6(2), 129–144. <https://doi.org/10.29244/fagb.6.2.129-144>

Devi, S. R. M., & Hartono, G. (2015). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi

Prabowo, R., Bambang, A. N., & Sudarno. (2020). Pertumbuhan Penduduk dan

**KAREKTERISTIK KONSUMEN DAN FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
KONSUMEN DALAM MEMBELI SAYURAN HIDROPONIK DI SWALAYAN KOTA BANDAR
LAMPUNG**

Eva Astuti¹, Sri Handayani², Nuni Angraini³, Kusmaria⁴, Dayang Berliana⁵

- Alih Fungsi Lahan Pertanian. *Mediagro*, 16(2), 26–36.
- Rasmikayati, E., Shafira, N. A., Fauziah, Y. D., Ishmah, H. A. N., Saefudin, B. R., & Utami, K. (2020). Keterkaitan Antara Karakteristik Konsumen Dengan Tingkat Kepuasan Mereka Dalam Melakukan Pembelian Sayuran Organik Di Pasar Modern Kota Medan. *Jurnal Agribisnis Dan Sosial Ekonomi Pertanian Unpad*, 5(1). <https://doi.org/10.24198/agricore.v5i1.28853>
- Tando, E. (2019). Pemanfaatan Teknologi Greenhouse Dan Hidroponik Sebagai Solusi Menghadapi Perubahan Iklim Dalam Budidaya Tanaman Hortikultura. *Buana Sains*, 19(1), 91. <https://doi.org/10.33366/bs.v19i1.1530>
- Tinambo, T. A., & Sunaryanto, L. T. (2021). Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Sayuran Bale Hidroponik Salatiga. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh*, 8(3), 762. <https://doi.org/10.25157/jimag.v8i3.5668>
- Vista, A., Roessali, W., & Mukson, M. (2021). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Sayuran Organik di Pasar Modern Kota Semarang. *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 5(1), 108–115. <https://doi.org/10.21776/ub.jepa.2021.005.01.10>