

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN  
KONSUMEN DALAM MEMBELI SAYUR ORGANIK DI PASAR  
MODERN KOTA SURABAYA**

SKRIPSI



Oleh :

NADIA HABIBAH  
NPM. 1624010059

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS  
FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR  
SURABAYA  
2023**

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN  
KONSUMEN DALAM MEMBELI SAYUR ORGANIK DI PASAR  
MODERN KOTA SURABAYA**

Oleh:

NADIA HABIBAH  
NPM : 1624010059

Telah diterima pada tanggal  
25 bulan Januari tahun 2023

Telah disetujui oleh:

Dosen Pembimbing Pendamping

Dosen Pembimbing Utama

Ir. Sigit Dwi Nugroho, M.Si.  
NIP. 19590628 198803 1003

Prof. Dr. Ir. Teguh Soedarto, MP  
NIP. 19560620 198703 1004

Mengetahui,

Koordinator Program Studi  
Agribisnis

Dr. Ir. Nuriah Yuliaty, MP  
NIP 19620712 199103 2001

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN  
KONSUMEN DALAM MEMBELI SAYUR ORGANIK DI PASAR  
MODERN KOTA SURABAYA**

Oleh:

NADIA HABIBAH


NPM : 1624010059

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi  
Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian  
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur  
Pada hari Rabu tanggal 30 bulan Januari tahun 2023  
Telah disetujui oleh :

Dosen Pembimbing Pendamping

  
Ir. Sigit Dwi Nugroho, M.Si.  
NIP. 19590628 198803 1003

Dosen Pembimbing Utama

  
Prof. Dr. Ir. Teguh Soedarto, MP  
NIP. 19560620 198703 1004

Mengetahui,

Dekan Fakultas Pertanian

  
Dr. Ir. Wanti Mindari, MP  
NIP 19631208 199003 2001

Koordinator Program Studi  
Agribisnis

  
Dr. Ir. Nuriah Yuliati, MP  
NIP 19620712 199103 2001

## SURAT PERNYATAAN

Berdasarkan Undang-Undang No.19 Tahun 2002 tentang Hak Cipta dan Permendiknas No 17 tahun 2010, Pasal 1 Ayat 1 tentang plagiarisme Maka, saya sebagai Penulis Skripsi dengan judul “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen dalam Membeli Sayur Organik di Pasar Modern Kota Surabaya” menyatakan bahwa Skripsi tersebut diatas bebas dari plagiarism.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Surabaya, 25 Januari 2023

Yang Membuat Pernyataan,



Nadia Habibah  
NPM. 1624010059

# **FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MEMBELI SAYUR ORGANIK DI PASAR MODERN KOTA SURABAYA**

## **FACTORS THAT INFLUENCE CONSUMERS' DECISIONS TO BUY ORGANIC VEGETABLES IN THE MODERN MARKET IN SURABAYA**

**Nadia Habibah, Teguh Soedarto, Sigit Dwi Nugroho**

### **ABSTRACT**

*This study aims to determine the characteristics of consumers of organic vegetables, the types of vegetables purchased, and the factors that influence consumers' decisions to buy organic vegetables in the modern market in Surabaya. Respondents in this study were 50 consumers of organic vegetables in modern markets in Surabaya. The research method uses descriptive analysis, and SEM-PLS. The search results show: 1) The characteristics of organic vegetable consumers are dominated by women, aged 39-49 years, who are married, work as housewives, last education bachelor's degree, and have average income of Rp.4,000,000 – Rp.6,000,000/month. 2) The type of vegetable most purchased by consumers is mustard greens, the number of vegetables purchased in one transaction is >500 gram. 3) Cultural factors have a significant positive effect on organic vegetable consumer decisions, social factors have a significant positive effect on organic vegetable consumer decisions, personal factors have a significant positive effect on organic vegetable consumer decisions, and psychological factors have a significant positive effect on vegetable consumer decisions. organic.*

*Keywords: Organic vegetables, characteristics, types of vegetables, consumer decisions*

### **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan mengetahui karakteristik konsumen sayur organik, jenis sayur yang dibeli, dan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli sayur organik di pasar modern Kota Surabaya. Responden dalam penelitian ini adalah 50 konsumen sayur organik di pasar modern Kota Surabaya. Metode penelitian menggunakan analisis deskriptif, dan SEM-PLS. Hasil riset menunjukkan: 1) Karakteristik konsumen sayur organik didominasi oleh perempuan, dengan usia 39-49 tahun, memiliki status sudah menikah, pekerjaan sebagai ibu rumah tangga, pendidikan terakhir S1, dan dengan rata-rata pendapatan 4.000.000 – 6.000.000/bulan. 2) Jenis sayur yang paling banyak dibeli oleh konsumen adalah sawi, banyaknya sayur yang dibeli dalam satu kali transaksi >500g. 3) Faktor budaya berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan konsumen sayur organik, faktor sosial berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan konsumen sayur organik, faktor pribadi berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan konsumen sayur organik, dan faktor psikologis berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan konsumen sayur organik.

**Kata Kunci:** Sayur organik, karakteristik, jenis sayur, keputusan konsumen

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala nikmatnya, sehingga penulis dapat menyusun penelitian yang berjudul “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen dalam Membeli Sayur Organik di Pasar Modern Kota Surabaya” ini dengan baik dan semaksimal mungkin. Adapun tujuan dari penulisan proposal skripsi ini adalah persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana strata 1 (S-1) di Jurusan/Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis dengan segala kerendahan hati ingin mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada dosen pembimbing utama, yaitu Prof. Dr. Ir. Teguh Soedarto, MP dan dosen pembimbing pendamping, yaitu Ir. Sigit Dwi Nugroho, M.Si. yang telah memberikan banyak ilmu, bimbingan, pengarahan, masukan, motivasi, dan meluangkan waktu serta tenaga dengan penuh kesabaran, semangat, dan keikhlasan untuk membimbing penulis.

Terselesaikannya skripsi ini juga tidak terlepas dari bantuan banyak pihak yang selalu memberikan bimbingan, dorongan, serta semangat. Penulis juga ingin mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada beberapa pihak, diantaranya adalah :

1. Dr. Ir. Wanti Mindari, MP selaku Dekan Fakultas Pertanian, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Prof. Dr. Ir. Syarif Imam Hidayat, MM selaku Ketua Jurusan Agribisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

3. Dr. Ir. Nuriah Yuliati, M.P selaku Koordinator Program Studi Agribisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Dr. Ir. Hamidah Hedrarini, Msi dan Risqi Firdaus Setiawan, S.P., MP selaku Dosen Penguji yang telah memberikan bimbingan dan arahnya dalam penulisan skripsi.
5. Kedua orang tuaku Indra Agus Djaja dan Anik Pancawati, serta saudaraku kakak Firdaus, kakak Silvi dan adik Dea yang selalu menemani dan memberikan doa yang tulus dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Seluruh teman-teman di Fakultas Pertanian serta sahabatku atiqah, anin, ervina, ike, dan vanya yang selalu membantu, memberi dukungan dan motivasi yang tulus.

Penulis berharap adanya kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak. Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih banyak kepada semua pihak yang membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Dan penulis berharap agar penelitian ini bermanfaat bagi kita semua.

Surabaya, 27 Januari 2023

Penulis

## DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERNYATAAN.....	iii
ABSTRAK .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
I. PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	4
1.3 Batasan Penelitian .....	5
1.4 Tujuan Penelitian.....	5
1.5 Manfaat Penelitian.....	5
II. TINJAUAN PUSTAKA .....	7
2.1 Hasil Penelitian Terdahulu .....	7
2.2 Landasan Teori.....	12
2.2.1 Perilaku konsumen .....	12
2.2.2 Hubungan Perilaku Konsumen dan Keputusan Pembelian .	20



2.2.3	Proses Keputusan Pembelian.....	21
2.2.4	Karakteristik Konsumen.....	25
2.2.5	Sayur Organik.....	27
2.3	Kerangka Pemikiran.....	33
2.4	Hipotesis.....	35
III.	METODE PENELITIAN.....	36
3.1	Lokasi dan Waktu Penelitian.....	36
3.2	Metode Penentuan Sampel dan Jumlah Sample.....	36
3.3	Metode Penumbulan Data.....	38
3.3.1	Jenis dan Sumber Data.....	38
3.3.2	Teknik Pengumpulan Data.....	39
3.4	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	42
3.4.1	Variabel Penelitian.....	42
3.4.2	Definisi Operasional.....	43
3.5	Analisis Data.....	47
3.5.1	Analisis Deskriptif.....	47
3.5.2	Analisis <i>Structural Equation Model</i> (SEM) dengan WarpPLS.....	48
3.5.3	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	48
3.6.4	Langkah-langkah Menggunakan <i>Partial Least Square</i> .....	50
IV.	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	55

4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian .....	55
4.2 Karakteristik Responden .....	58
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	58
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	59
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pernikahan..	60
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	60
4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	61
4.2.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan .....	63
4.3 Jenis Sayur yang Dibeli .....	63
4.4 Faktor Budaya, Faktor Sosial, Faktor Pribadi, Faktor Psikologis, dan Keputusan Konsumen .....	65
4.4.1 Variable Faktor Budaya.....	65
4.4.2 Variable Faktor Sosial .....	66
4.4.3 Variable Faktor Pribadi .....	67
4.4.4 Variable Faktor Psikologis .....	68
4.5 Analisis <i>Partial Least Square</i> (PLS).....	70
4.5.1 Evaluasi <i>Outer Model</i> .....	70
4.5.2 Uji <i>Inner Model</i> .....	76
4.5.3 Pengujian Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ) .....	77
4.5.4 Pengujian Hipotesis .....	78
4.6 Pengaruh Faktor Budaya Terhadap Keputusan Konsumen.....	79
4.7 Pengaruh Faktor Sosial Terhadap Keputusan Konsumen .....	81

4.8 Pengaruh Faktor Pribadi Terhadap Keputusan Konsumen .....	82
4.9 Pengaruh Faktor Psikologis Terhadap Keputusan Konsumen ...	84
V. KESIMPULAN DAN SARAN .....	86
5.1 Kesimpulan.....	86
5.2 Saran.....	87
DAFTAR PUSTAKA .....	88
LAMPIRAN.....	92

## DAFTAR TABEL

Nomor	Judul	Halaman
1.1	Rata-rata pengeluaran per kapitan setahun dalam komoditas makanan..	3
3.1	Model kuisisioner skala likert.....	41
3.2	Definisi operasional dan pengukuran variabel.....	43
3.3	Keterangan Indikator.....	52
4.1	Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.....	59
4.2	Karakteristik responden berdasarkan jenis usia.....	59
4.3	Karakteristik responden berdasarkan status pernikahan.....	60
4.4	Karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir.....	61
4.5	Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan.....	62
4.6	Karakteristik responden berdasarkan pendapatan.....	63
4.7	Jenis sayur organik.....	64
4.8	Pembelian sayur organik dalam satu transaksi.....	65
4.9	Presepsi responden variable faktor budaya.....	66
4.10	Presepsi responden variable faktor sosial.....	67
4.11	Presepsi responden variable faktor pribadi.....	68
4.12	Presepsi responden variable faktor psikologis.....	69
4.13	Uji Validitas.....	71
4.14	<i>Cross loading</i> .....	73
4.15	Nilai AVE.....	74
4.16	<i>Composite Reliability</i> .....	75
4.17	<i>Cronbach Alpha</i> .....	75
4.18	Nilai <i>R-square</i> .....	77

## DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul	Halaman
2.1	Faktor – faktor perilaku konsumen .....	14
2.2	Model perilaku konsumen.....	20
2.3	Proses keputusan pembelian konsumen.....	23
2.3	Kerangka pemikiran .....	34
3.1	Langkah-langkah Analisis PLS.....	50
3.1	Kerangka konseptual.....	51
4.1	Model penelitian PLS.....	76

## DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Judul	Halaman
1	Kuesioner Penelitian .....	92
2	Hasil Output PLS .....	99
3	Hasil Data Kuesioner .....	102