

**KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MEMBELI BUAH DAN SAYUR MELALUI  
E- COMMERCE**

**TESIS**

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan  
Guna Mencapai Gelar Magister**



**Diajukan Oleh :**

**FEBRI ARIFATUL FADHILA**  
**NPM. 19064040003**

**PROGRAM STUDI MAGISTER AGRIBISNIS  
FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR  
S U R A B A Y A  
2023**

TESIS

KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MEMBELI BUAH DAN SAYUR MELALUI E-COMMERCE

Diajukan Oleh:

**FEBRI ARIFATUL FADHILA**

NPM. 19064040003

Telah dipertahankan di depan Penguji  
pada tanggal 10 Februari 2023 dan dinyatakan telah  
memenuhi syarat untuk diterima

Telah disetujui oleh:

Pembimbing Utama

**Dr. Ir. Mubarakah MT.**  
NIP. 19621114 198803 2 001

Pembimbing Pendamping

**Dr. Ir. Nuriyah Yuliati, MP**  
NIP. 19620712 199103 2 001

Mengetahui:

Dekan Fakultas Pertanian

**Dr. Ir. Wanti Mindari, MP**  
NIP. 19631208 199003 2 001

Koordinator Program Studi  
Magister Agribisnis

**Dr. Ir. Mubarakah MT.**  
NIP. 19621114 198803 2 001

## PERNYATAAN ORISINALITAS TESIS

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, di dalam Naskah tesis ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain dan disebutkan dalam sumber kutipan dan pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah tesis ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur plagiasi, saya bersedia tesis ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh (Magister) dibatalkan, serta diproses sesuai dengan perundang-undangan yang berlaku (UU No 20 Tahun 2003, Pasal 25 ayat 2 dan Pasal 70).

Surabaya, Mei 2023  
Mahasiswa



  
FEBRI ARIFATUL FADHILA  
NPM : 19064040003

## KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MEMBELI BUAH DAN SAYUR MELALUI E-COMMERCE

**Febri Arifatul Fadhila, Mubarokah, Nuriah Yuliati**

Program Studi Magister Agribisnis Fakultas Pertanian

UPN Veteran Jawa Timur

Email: febri19064020003.mma@student.upnjatim.ac.id

### ABSTRAK

Teknologi berkembang secara pesat dan terus mengalami perubahan dari tahun ke tahun. Oleh karenanya akan terus muncul tren digital *marketing* terbaru yang disesuaikan dengan kondisi dan situasi di tahun tersebut. Pertumbuhan pasar *e-commerce* di Indonesia terus meningkat tiap tahunnya, terlebih lagi dua tahun kebelakang ini adanya pandemi. Banyak konsumen yang sebelumnya tidak pernah berbelanja *online* kini harus mengandalkan *platform* belanja digital untuk memenuhi kebutuhan mereka khususnya berbelanja bahan pertanian yaitu buah dan sayur di Kota Malang. Pertumbuhan ini juga tidak terlepas dari perkembangan infrastruktur dan penetrasi digital di Indonesia. *E-commerce* pun menjadi alternatif bagi banyak masyarakat Indonesia untuk mencari dan membeli produk. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian adalah metode survey. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner dan data dianalisis secara deskriptif kuantitatif dengan teknik analisis menggunakan regresi berganda. Berdasarkan hasil penelitian diketahui harga, waktu pengiriman, kualitas produk, dan promosi berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam membeli produk buah dan sayur melalui *e-commerce* KitaBeli di Kota Malang

***Kata kunci*** : *E-Commerce, Buah dan Sayur, Perilaku Konsumen*

# CONSUMER DECISIONS IN BUYING FRUITS AND VEGETABLES THROUGH E-COMMERCE

**Febri Arifatul Fadhila, Mubarokah, Nuriah Yuliati**

Master of Agribusiness Study Program, Faculty of Agriculture

UPN Veteran Jawa Timur

Email: febri19064020003.mma@student.upnjatim.ac.id

## ABSTRACT

Technology is developing rapidly and continues to change from year to year. Therefore, the latest digital marketing trends will continue to emerge, adapted to the conditions and situations of that year. The growth of the e-commerce market in Indonesia continues to increase every year, especially in the past two years due to the pandemic. Many consumers who have never shopped online before now have to rely on digital shopping platforms to meet their needs, especially shopping for agricultural materials, namely fruits and vegetables in Malang City. This growth is also inseparable from the development of infrastructure and digital penetration in Indonesia. E-commerce has also become an alternative for many Indonesian people to find and buy products. The research method used in this research is a survey method. Data collection was carried out using a questionnaire and the data were analyzed descriptively quantitatively using multiple regression analysis techniques. Based on the research results, it is known that price, delivery time, product quality, and promotions have an effect on consumer decisions in buying fruit and vegetable products through KitaBeli e-commerce in Malang.

**Keywords:** *E-Commerce, Fruits and Vegetables, Consumer Behavior*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahNya, serta kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan moril maupun materil, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tesis dengan judul “ Keputusan Konsumen Dalam Membeli Buah dan Sayur Melalui *E-Commerce*”. Tesis ini disusun sebagai salah satu syarat pada program Magister Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa timur.

Penulis menyadari bahwa segala keberhasilan dan kesuksesan tidak terlepas dari ridha Allah SWT dan bantuan berbagai pihak. Penulis mengucapkan terima kasih kepada: Dr. Ir. Mubarakah. M.T selaku Dosen Pembimbing Utama dan Dr. Ir. Nuriah Yulianti, MP selaku Dosen Pembimbing Pendamping yang telah banyak memberikan pengarahan, motivasi, masukan dan meluangkan waktu serta tenaga dengan penuh kesabaran dan keikhlasan untuk membimbing penulis.

Penulis juga menyampaikan terimakasih sebesar-besarnya kepada :

Penulis juga menyampaikan terima kasih sebesar – besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, M.MT, IPU selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
2. Dr. Ir. Wanti Mindari, MP selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
3. Dr. Ir. Mubarakah. MT selaku Koordinator Program Studi Magister Agribisnis, Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
4. Kedua orang tua saya dan keluarga yang telah banyak memberikan dukungan do’a, semangat dan kasih sayang yang tidak terhingga.

5. Sahabat – sahabat saya yang selalu memberikan support, semangat dan doa.
6. Semua sahabat dan teman-teman serta semua pihak terkait yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa penyusunan Tesis ini masih jauh dari kesempurnaan, untuk itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang sifatnya membangun dari semua pihak. Akhir kata penulis berharap semoga Tesis ini dapat memberikan sesuatu yang berguna bagi penulis pada khususnya serta bagi para pembaca pada umumnya.

Surabaya, Mei 2023

Penulis

## DAFTAR ISI

|  |      |
|--|------|
| LEMBAR PENGESAHAN .....                    | ii   |
| PERNYATAAN ORISINALITAS TESIS.....         | iv   |
| ABSTRAK .....                              | v    |
| ABSTRACT .....                             | vi   |
| KATA PENGANTAR .....                       | vii  |
| DAFTAR ISI .....                           | ix   |
| DAFTAR TABEL .....                         | xi   |
| DAFTAR GAMBAR.....                         | xii  |
| DAFTAR LAMPIRAN .....                      | xiii |
| BAB I PENDAHULUAN.....                     | 1    |
| 1.1 Latar Belakang.....                    | 1    |
| 1.2 Rumusan Masalah .....                  | 8    |
| 1.3 Tujuan Penelitian .....                | 9    |
| 1.4 Manfaat Penelitian .....               | 9    |
| 1.5 Keaslian Penelitian.....               | 10   |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....               | 11   |
| 2.1 Penelitian Terdahulu .....             | 11   |
| 2.2 Landasan Teori .....                   | 21   |
| 2.2.1 Keputusan Pembelian.....             | 21   |
| 2.2.2 Perilaku Konsumen.....               | 25   |
| 2.2.3 Harga.....                           | 35   |
| 2.2.4 Distribusi.....                      | 38   |
| 2.2.5 Produk .....                         | 45   |
| 2.2.6 <i>E-Commerce</i> .....              | 48   |
| 2.2.7 Definisi Sayur dan Buah .....        | 54   |
| 2.3 Kerangka Pemikiran dan Hipotesis ..... | 63   |
| 2.3.1 Kerangka Pemikiran .....             | 63   |
| 2.3.2 Hipotesis.....                       | 66   |
| BAB III METODE PENELITIAN.....             | 67   |
| 3.1 Pendekatan Penelitian .....            | 67   |
| 3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian .....      | 68   |
| 3.3 Populasi dan Sampel Penelitian.....    | 68   |
| 3.4 Metode Pengumpulan Data.....           | 69   |
| 3.5 Teknik Analisis Data.....              | 70   |



|                |  |     |
|----------------|--|-----|
| 3.5.1          | Pengujian Regresi Parsial (Uji t) .....  | 73  |
| 3.5.2          | Pengujian Koefisien Regresi Simultan (Uji F).....  | 73  |
| 3.6            | Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....   | 74  |
| BAB IV         | HASIL DAN PEMBAHASAN .....   | 76  |
| 4.1            | Keadaan Umum Daerah Penelitian .....   | 76  |
| 4.1.1          | Keadaan Geografis.....   | 76  |
| 4.1.2          | Penduduk dan Ketenagakerjaan Kota Malang .....   | 78  |
| 4.1.3          | Sosial dan Kesejahteraan Rakyat Kota Malang .....  | 78  |
| 4.1.4          | Pertanian Kota Malang .....  | 78  |
| 4.2            | Gambaran Umum <i>E-Commerce</i> KitaBeli .....   | 79  |
| 4.3            | Deskripsi Saluran Distribusi Buah dan Sayur Pada<br><i>e-Commerce</i> KitaBeli .....   | 82  |
| 4.4            | Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen<br>Dalam Membeli Buah dan Sayur Melalui <i>E-Commerce</i><br>KitaBeli ..... | 85  |
| 4.4.1          | Hasil Pengujian Asumsi Klasik.....   | 85  |
| 4.4.2          | Analisis Regresi.....  | 88  |
| BAB V          | KESIMPULAN DAN SARAN.....  | 102 |
| 5.1            | Kesimpulan .....   | 102 |
| 5.2            | Saran .....  | 103 |
| DAFTAR PUSTAKA | .....  | 106 |
| LAMPIRAN       | .....  | 108 |

## DAFTAR TABEL

| Nomor      | <u>Judul</u>   | Halaman |
|------------|--|---------|
| Tabel 2. 1 | Tipe – Tipe Perilaku Konsumen .....                      | 28      |
| Tabel 2. 2 | Model Perilaku Konsumen .....                            | 30      |
| Tabel 4. 1 | Hasil Uji Normalitas Jarque-Bera .....                   | 85      |
| Tabel 4. 2 | Uji Multikolinieritas (2022) .....                       | 86      |
| Tabel 4. 3 | Hasil Uji Heterokedastisitas.....                        | 87      |
| Tabel 4. 4 | Hasil Uji Autokorelasi .....                             | 87      |
| Tabel 4. 5 | Hasil Analisis Regresi.....                              | 88      |
| Tabel 4. 6 | Hasil Pengujian Koefisien Regresi Simultan (Uji F) ..... | 91      |
| Tabel 4. 7 | Koefisien Determinasi R <sup>2</sup> .....               | 91      |

## DAFTAR GAMBAR

| Nomor       | <u>Judul</u>   | Halaman |
|-------------|--|---------|
| Gambar 1. 1 | Data Statistik <i>E-Commerce</i> Menurut Provinsi di Pulau Jawa..... | 3       |
| Gambar 1. 2 | Pengeluaran Makanan Sebulan Berdasarkan Komoditi.....                | 4       |
| Gambar 1. 3 | Kendala Utama Usaha <i>E-Commerce</i> .....                          | 5       |
| Gambar 1. 4 | Keluhan Konsumen Berbelanja Menggunakan <i>E-Commerce</i> .....      | 6       |
| Gambar 2. 1 | Proses Keputusan Pembelian .....                                     | 24      |
| Gambar 2. 2 | Kerangka Pemikiran .....   | 66      |
| Gambar 4. 1 | Peta Kota Malang.....  | 77      |
| Gambar 4. 2 | Logo <i>e-Commerce</i> KitaBeli .....                                | 80      |
| Gambar 4. 3 | Distribusi Rantai Pasok <i>e-Commerce</i> KitaBeli.....              | 88      |
| Gambar 4. 4 | <i>Flowchart</i> Distribusi Produk <i>e-Commerce</i> KitaBeli.....   | 89      |
| Gambar 4. 5 | <i>Event offline e-Commerce</i> KitaBeli.....                        | 90      |
| Gambar 4. 6 | <i>Event offline e-Commerce</i> KitaBeli.....                        | 91      |

## DAFTAR LAMPIRAN

| Nomor      | <u>Judul</u>               | Halaman |
|------------|----------------------------|---------|
| Lampiran 1 | Kuesioner.....             | 108     |
| Lampiran 2 | Data Kuesioner .....       | 111     |
| Lampiran 3 | Hasil Pengolahan Data..... | 131     |