

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Masalah ini menjadi lebih kompleks jika mempertimbangkan populasi perkotaan di negara-negara berkembang, yang tingkat pertambahan populasinya lebih tinggi daripada di negara-negara industri. 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, dianggap sebagai bagian dari populasi Indonesia. Badan Pusat Statistik Indonesia melaporkan bahwa populasi Indonesia terus meningkat dari 264.161,6 ribu pada tahun 2018 menjadi 275.773,8 ribu pada tahun 2022 (BPS Indonesia, 2023). Meningkatnya jumlah penduduk akan sejalan dengan pertumbuhan penduduk di Indonesia. Laju pertumbuhan penduduk sebagai indikator bertambahnya luas permukiman penduduk Indonesia dan bertambahnya upaya pemenuhan sandang dan papan hingga membuat dimasa mendatang jumlah penduduk perkotaan akan terus meningkat (Prabowo dkk., 2020). Berikut data laju pertumbuhan penduduk perkotaan di Provinsi Lampung.

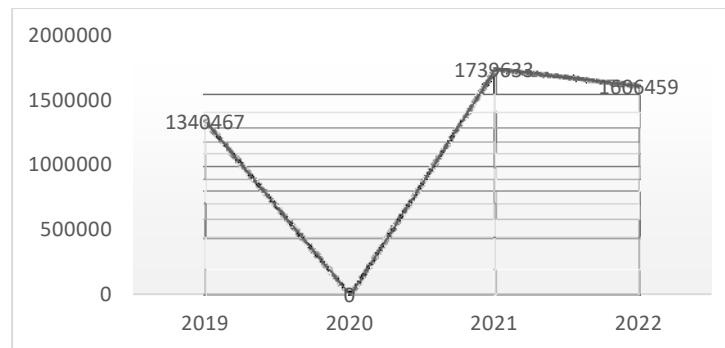
Tabel 1. Laju Pertumbuhan Penduduk tertinggi di 5 Kabupaten/Kota Provinsi Lampung (Persen)

Wilayah	2017	2018	2019	2020	2021
Tanggamus	1,08	1,02	0,96	0,90	1,15
Lampung Selatan	1,01	0,96	0,90	0,84	0,93
Tulang Bawang	1,24	1,20	1,15	1,11	0,19
Bandar Lampung	1,82	1,76	1,71	1,66	2,16
Metro	1,40	1,36	1,34	1,25	0,87

Sumber : BPS Provinsi Lampung (2022)

Menurut BPS Provinsi Lampung tahun 2022, variabel seperti migrasi, kelahiran, dan kematian dapat menjadi faktor yang menyebabkan laju pertambahan penduduk tidak dapat diprediksi. Kota Bandar Lampung, salah satu kabupaten/kota di Provinsi Lampung, merupakan salah satu daerah dengan pertumbuhan penduduk tercepat, dengan kenaikan sebesar 2,16% pada tahun 2021. Kebutuhan pangan terus meningkat seiring dengan pertambahan penduduk, yang pada gilirannya mendorong peningkatan produksi tanaman sayuran (dalam ton), yang sempat

melonjak pada tahun 2021 sebelum mengalami sedikit penurunan pada tahun 2022. Hasilnya ditunjukkan pada Gambar 1.



Gambar 1. Produksi Tanaman Sayuran Menurut Jenis Tanaman di Provinsi Lampung Tahun 2019 sampai 2022 (Ton)

Produk hortikultura, seperti makanan lainnya, penting karena menyediakan nutrisi penting termasuk protein, serat, dan vitamin (Tando, 2019). Berdasarkan Angka Kecukupan Gizi (AKG) per orang per hari menurut kelompok umur, komoditas hortikultura dalam hal ini adalah sayuran, kelompok serat yang dianjurkan untuk bayi/anak sebesar 11 gram, laki-laki 28 – 37 gram, perempuan 27 – 32 gram, hamil (+an) +3 sampai +4 gram dan menyusui (+an) +5 sampai +6 gram. Dua kategori utama AKG adalah kebutuhan makronutrien yang mencakup 10-15% dari total kalori, kebutuhan mikronutrien yang mencakup 75–80% kalori yang tersisa, dan kebutuhan protein (yang mencakup 10-15% sisanya. Fosfor, magnesium, kalsium, garam, kalium, yodium, dan vitamin semuanya dianggap sebagai mikronutrien (hellosehat.com).

Perusahaan yang bergerak di sektor pertanian pangan, hortikultura, dan perkebunan seringkali mengandalkan penggunaan pestisida, pupuk sintetis, dan benih berkualitas rendah, sehingga membahayakan kelestarian lingkungan dan pada akhirnya merugikan kebahagiaan 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). Saat ini, salah satu indikator kualitas adalah tren kesehatan masyarakat. Masyarakat mulai menyadari betapa pentingnya menjaga kesehatan, yang mengarah pada perubahan ke arah hidup yang lebih sehat. Sayuran

hidroponik menyediakan alternatif yang lebih sehat daripada sayuran yang ditanam secara konvensional dengan mengurangi jumlah bahan kimia yang dikandungnya. Namun, tidak semua orang melakukannya. Tentu saja, sayuran hidroponik memiliki kualitas yang lebih tinggi daripada sayuran yang ditanam secara konvensional. Akibatnya, masih ada ruang untuk perluasan konsumsi sayuran hidroponik, tetapi tren ini didukung oleh masyarakat yang menyadari keuntungan dari pertanian hidroponik. Untuk menghasilkan cukup banyak sayuran untuk memenuhi permintaan masyarakat, beberapa teknik dan teknologi pertanian telah diciptakan. Sistem hidroponik merupakan salah satu jenis teknologi pertanian yang sedang naik daun, terutama di kota-kota modern (Sutarni dkk., 2019).

Buah-buahan dan makanan nabati lainnya yang dimakan mentah atau dengan sedikit pengolahan dan memiliki kandungan air yang tinggi secara kolektif dikenal sebagai sayuran. Prosedur khusus digunakan untuk membuat atau mengembangkan sayuran hidroponik, yang didefinisikan sebagai sayuran yang ditanam di air atau media non-tanah lainnya. Salah satu dari banyak manfaat berkebun hidroponik adalah peningkatan kesegaran dan kebersihan sayuran yang dipanen dibandingkan dengan yang ditanam secara konvensional. Hal ini karena sayuran yang ditanam secara hidroponik ditanam di media steril yang tidak bersentuhan dengan tanah, dan kemungkinan serangan penyakit dan hama sangat berkurang (Putri dkk., 2021). Anggota masyarakat, pelaku usaha kecil, pertanian menengah, dan pertanian besar semuanya dapat memperoleh keuntungan ekonomi dari komoditas sayuran yang ditanam secara hidroponik karena faktor-faktor seperti nilai jual yang tinggi, keragaman varietas, kemudahan akses terhadap lahan dan teknologi, serta kemungkinan untuk menguasai porsi pasar domestik dan internasional yang lebih besar (Purba dkk., 2014).

Swalayan adalah pusat perbelanjaan yang menyediakan semua kebutuhan pokok. Para produsen memanfaatkannya untuk menanam sayuran yang akan dijual di toko kelontong, toserba, dan pasar khusus. Pasar-pasar swalayan mempunyai banyak kelebihan dibandingkan dengan pasar tradisional Malia (2017) dalam Fatmayati (2022). Laju pertumbuhan penduduk yang relatif tinggi dibandingkan kabupaten dan kota lain, Kota Bandar Lampung menjadi rumah bagi banyak sekali swalayan. Ketersediaan sayuran hidroponik bervariasi di antara swalayan di Kota

Bandar Lampung. Di antara beberapa swalayan di Kota Bandar Lampung, Chandra Super Store menawarkan berbagai sayuran yang ditanam secara hidroponik selain sayuran yang ditanam secara konvensional. Anda bisa mendapatkan sayuran hidroponik di toko kelontong ini.

Tabel 2. Produk Sayuran Daun di Swalayan Chandra *Super Store* Tahun 2023

No	Jenis Sayuran Hidroponik	Jumlah (Bungkus)	Jenis Sayuran Non Hidroponik	Jumlah (Bungkus)
1	Pakcoy	21	Kol merah	14
2	Bayam brazil	12	Lettuce	27
3	Selada keriting	32	Sawi Putih	57
4	Sawi	10	Kol	51
5	Kale	8	Kembang Kol	38
6	Sawi keriting	7	Brokoli	47
7	Bayam batik	2	Kangkung	3
8	Kale	2	Bayam merah	5
9	Seledri	1	Bayam hijau	5
10	Caisim	2	Caisim	5
11	Daun bawang	14	Daun Katu	6
Total		111	258	
Persentase		30%	70%	

Sumber : Data Primer diolah, (2023)

Berdasarkan Tabel 2 menjelaskan kuantitas sayuran yang ada di swalayan Chandra Superstore cabang Mall Bumi Kedaton di Kota Bandar Lampung. Data yang didapatkan menunjukkan kedudukan sayuran hidroponik masih rendah dibandingkan sayuran non hidroponik dengan perbandingan 30% dan 70%, dimana sayuran non hidroponik dominan banyak dipasarkan di swalayan Chandra Superstore, hal ini yang menyebabkan bagaimana konsumen yang membeli sayuran di swalayan Kota Bandar Lampung.

Studi tentang bagaimana orang mencari, menemukan, mengevaluasi, dan pada akhirnya menggunakan barang, jasa, ide, dan pengalaman untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan mereka dikenal sebagai perilaku konsumen. Ketika orang secara sadar memutuskan untuk membeli sesuatu untuk memuaskan keinginan dan kebutuhannya, hal itu disebut keputusan pembelian. Kepuasan atau ketidakpuasan terhadap barang merupakan langkah berikutnya dalam proses keputusan pembelian dan memengaruhi bagaimana pembeli berperilaku dalam pembelian selanjutnya. Orang yang membeli dari Anda kemungkinan akan menceritakannya kepada teman-teman mereka (Vista dkk., 2021). Ciri-ciri konsumen dan sejumlah variabel lainnya secara substansial memengaruhi pilihan

pembelian. Karakteristik konsumen dapat berupa jenis kelamin, usia dan jumlah anggota keluarga (Rasmikayati dkk., 2020). Karakteristik konsumen juga dapat diperimbangkan dengan pekerjaan karena, pekerjaan seseorang akan mempengaruhi kebiasaan belanjanya dan keputusan pembelian yang akan dilakukan (Arimurti dkk., 2021)

Baik harga maupun tingkat pengetahuan konsumen berperan dalam memutuskan apakah akan membeli produk tersebut dalam hal ini, sayuran (Kurniasih dan Prihtanti, 2019). Konsumen akan mempertimbangkan jarak karena kelayakan faktor tersebut terhadap minat untuk melakukan pembelian (Kurniawati dkk., 2021). Kemampuan pelanggan untuk memenuhi kewajiban keuangan mereka saat ini dan di masa mendatang merupakan komponen utama pendapatan yang dapat mereka gunakan, yang pada gilirannya memengaruhi pilihan mereka untuk membeli tanaman hidroponik (Devi dan Hartono, 2015). Menurut penelitian Astuti dkk., (2019) Setiap pelanggan memiliki tuntutan yang unik, itulah sebabnya frekuensi pembelian sayuran sangat bervariasi. Salah satu aspek yang memengaruhi pilihan pembelian dalam penelitian ini adalah frekuensi pembelian, karena tidak mungkin untuk menentukan waktu pembelian dengan yakin karena fakta bahwa setiap konsumen memiliki aktivitas yang berbeda. Lebih jauh, diyakini bahwa variabel seperti jumlah yang dibeli, tingkat pendidikan, promosi penjualan, dan kesegaran sayuran memengaruhi pilihan pembelian. Untuk mencapai tujuan mereka, produsen perlu memahami lebih dalam tentang sifat pelanggan. Konsumen akan mempertimbangkan keuntungan terhadap kepraktisan elemen-elemen ini. Berbagai variabel dapat memengaruhi pilihan pembelian pelanggan, termasuk apakah akan membeli sayuran atau tidak.

1.2 Rumusan masalah

Masalah-masalah berikut dibahas dalam penelitian ini, dengan mempertimbangkan latar belakang yang ada:

1. Bagaimana karakteristik konsumen sayuran hidroponik di Swalayan Kota Bandar Lampung ?
2. Faktor-faktor apa saja yang memengaruhi keputusan pembelian sayuran hidroponik di Swalayan Kota Bandar Lampung ?

1.3 Tujuan

Berikut ini adalah tujuan dari penelitian ini :

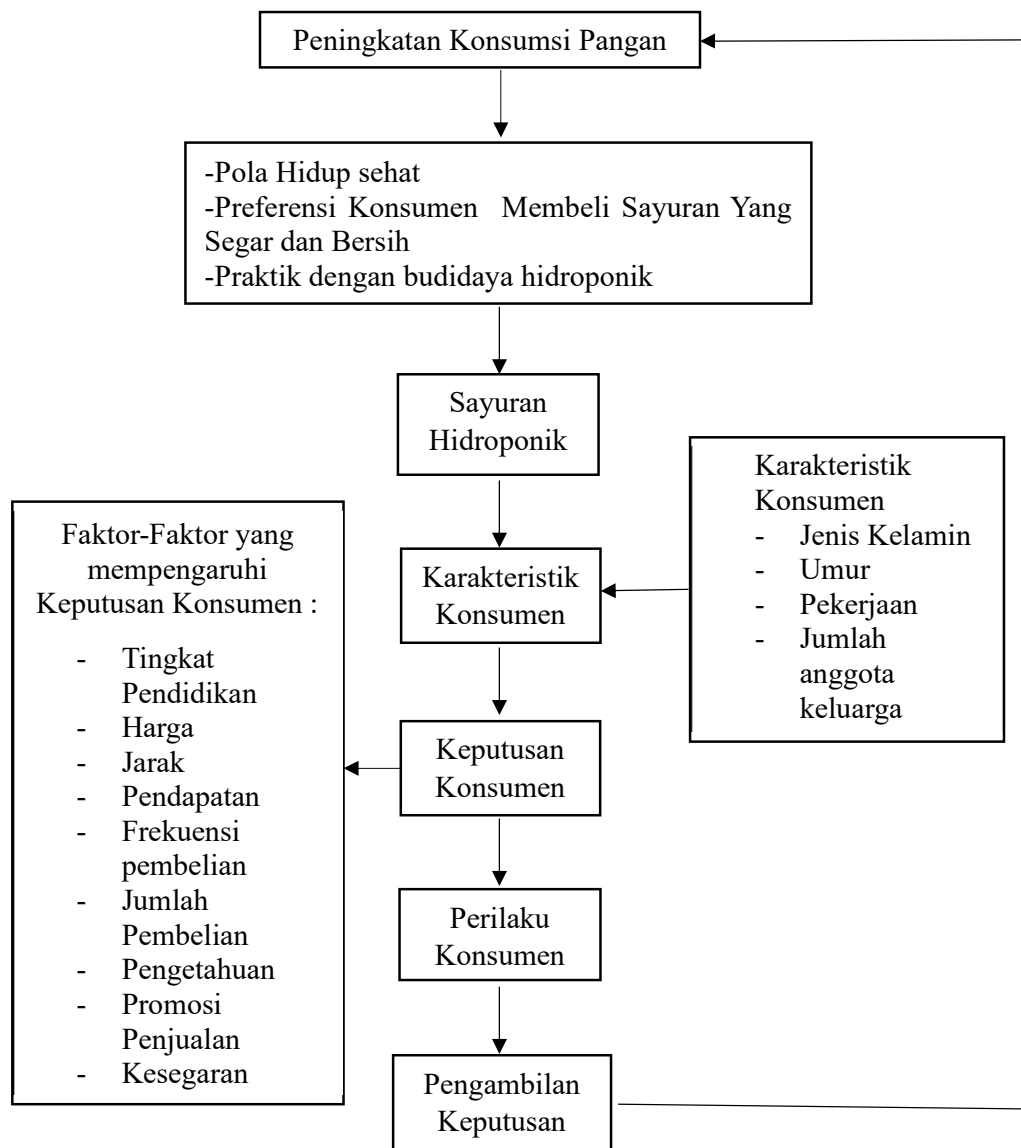
1. Mengidentifikasi karakteristik konsumen sayuran hidroponik di Swalayan Kota Bandar Lampung
2. Menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian sayuran hidroponik di Swalayan Kota Bandar Lampung

1.4 Kerangka pemikiran

Baik permintaan maupun pasokan makanan untuk kebutuhan hidup di Indonesia meningkat seiring dengan pertumbuhan populasi negara tersebut. Kebutuhan yang digunakan untuk keberlangsungan yakni konsumsi pangan salah satunya kebutuhan konsumsi pangan tersebut ialah produk hortikultura jenis sayuran. Produk hortikultura yang minim pestisida membuat masyarakat memilih produk tersebut untuk menjaga kesehatan

Metode hidroponik menggunakan teknis khusus untuk penanaman dan memiliki banyak keuntungan. Karena kualitasnya yang baik dan nilai jualnya yang tinggi, sayuran hidroponik banyak dijual di toko-toko kelontong Kota Bandar Lampung. Perilaku konsumen yang membeli sayuran hidroponik di swalayan memiliki karakteristik tersendiri untuk membeli, pemenuhan kebutuhan, dan keinginannya. Berdasarkan penelitian Rasmikayati dkk., (2020) Profil konsumen berdasarkan variabel demografi seperti usia, jenis kelamin, pekerjaan, pendapatan, dan jumlah keluarga.

Investigasi ini merupakan prosedur dua bagian. Pada langkah pertama, kami meneliti ciri-ciri orang yang mengonsumsi sayuran yang ditanam secara hidroponik menggunakan teknik deskriptif. Langkah kedua adalah menggunakan analisis regresi logistik biner. Model ini dapat digunakan untuk mengklasifikasikan variabel terikat (Y) dan satu atau lebih variabel bebas kontinu atau kategorikal (X). Tentukan elemen apa yang dipertimbangkan konsumen saat melakukan pembelian sayuran menggunakan alat untuk menganalisis kekuatan hubungan dan pengaruh variabel independen dengan lebih dari dua komponen (Kurniasih dan Prihtanti (2019). Temuan dari kedua penelitian ini akan berdampak besar pada keputusan pembeli saat memilih sayuran untuk makanan sehari-hari.



Gambar 2. Kerangka Pemikiran Karakteristik Konsumen dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen dalam Membeli Sayuran Hidroponik di Swalayan Kota Bandar Lampung

1.5 Hipotesis

Hipotesis adalah solusi jangka pendek terhadap suatu masalah penelitian yang dirumuskan sebagai pertanyaan dalam rumusan penelitian. Mengenai respons, hipotesis disiapkan berdasarkan teori yang relevan, bukan fakta yang dikumpulkan secara langsung saat ini. Hipotesis dapat digunakan sebagai solusi teoritis, bukan solusi berbasis data, untuk merumuskan pertanyaan penelitian. Uji Wald memberikan penjelasan tentang jenis hipotesis yang digunakan dalam penelitian. Untuk memastikan dampak setiap uji *Wald* digunakan untuk menentukan variabel independen secara terpisah dari variabel dependen. Dengan batasan berikut, uji Wald dilakukan pada tingkat signifikansi 20% atau 0,20:

H_0 : Tidak ada pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen.

H_1 : Ada pengaruh signifikan dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen.

Tingkat kepercayaan yang digunakan adalah 80% dengan kriteria sebagai berikut :

1. Jika probabilitas < taraf signifikan 0,20 maka H_1 diterima dan tolak H_0 .
2. Jika probabilitas > taraf signifikan 0,20 maka H_0 diterima dan tolak H_1

1.6 Kontribusi

Data yang dikumpulkan dari proyek akhir ini dapat memberikan gambaran mengenai aspek-aspek berikut mengenai berbelanja di swalayan Kota Bandar Lampung yang menjadi pertimbangan pembeli ketika melakukan pembelian:

1. Untuk memberi pembaca pengetahuan tentang ciri-ciri dan variabel yang memengaruhi pilihan mereka saat membeli sayuran yang ditanam secara hidroponik dari swalayan.
2. Untuk mencapai hasil yang menguntungkan bagi petani dan pembeli sayuran yang ditanam secara hidroponik, pemilik perusahaan sayuran hidroponik harus mampu bersaing di arena pemasaran.
3. Perguruan tinggi dapat menggunakan informasi dan pemahaman ini untuk membuat penilaian tentang sayuran apa yang akan dibeli, bahkan yang hidroponik.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Sayuran Hidroponik

Nilai ekonomi sayuran, salah satu jenis tanaman hortikultura, sangat signifikan, dan potensi penyerapan pasarnya meningkat baik di dalam negeri maupun internasional (Malia 2017 dalam Fatmayati, 2022). Sayuran tidak mengandung lemak atau kolesterol, dan merupakan sumber nutrisi yang baik, termasuk vitamin A, C, asam folat, magnesium, kalium, dan serat. Mengonsumsi sayuran membantu proses menelan karena sayuran memberikan rasa dan mudah dikunyah dan ditelan. Tanaman sayuran biasanya dapat dikategorikan menurut lokasi asal, iklim, siklus hidup, morfologi bagian tanaman yang dapat dimakan, botani, ekologi tempat tumbuhnya, dan manfaat sayuran sebagai rempah-rempah (Susilawati, 2017).

Salah satu jenis produk pertanian yang mudah rusak dan mudah rusak adalah sayuran oleh karena itu, sayuran harus segera dimakan atau diolah menjadi barang. Tinjauan proses produksi dan penanganan produk dengan perlakuan pasca panen untuk nilai tambah mengungkap keterbatasan fitur produk pertanian. Kehilangan hasil panen umumnya cukup besar karena kerentanan produk terhadap kerusakan dan kebutuhan ruangnya (Aimanah & Vandalisna, 2019). Salah satu metode budidaya tanaman adalah hidroponik, yang dilakukan dengan menempatkan tanaman dalam larutan nutrisi dan air, sering kali dengan bahan-bahan inert seperti pasir, kerikil, sabut kelapa, atau bahan-bahan serupa lainnya yang digunakan sebagai penopang mekanis (Deswati dan Sutopo J., 2022).

Singkatnya, hidroponik adalah praktik menanam tanaman di air, bukan di tanah. Baru pada tahun 1970-an hidroponik modern mulai dikenal di Indonesia, meskipun penggunaannya telah dimulai pada tahun 1990-an oleh WFGericke dari Universitas California. Air atau media non-tanah lainnya digunakan sebagai habitat untuk budidaya sayuran hidroponik, yang ditanam dengan memanfaatkan metode pertanian yang telah mapan. Hidroponik adalah cara yang bagus untuk membudidayakan berbagai macam tanaman dan sayuran. Kualitas, rasa dan gizi produk akhir umumnya lebih baik dibandingkan produk yang ditanam secara konvensional atau alami di tanah. Menanam sayuran hijau (selada, bayam, peterseli,

seledri, daun bawang dan lainnya) lebih mudah dan berhasil dalam sistem hidroponik (Deswati dan Sutopo J., 2022). Sistem hidroponik yang umum meliputi sistem sumbu, sistem rakit apung, sistem NFT, sistem irigasi tetes, serta sistem pasang surut. Persyaratan pengelolaan hidroponik menurut (Deswati dan Sutopo J., 2022) adalah sebagai berikut :

- a. Tetap mempertahankan pH larutan nutrisi dalam kisaran 5,8 hingga 6,5 dan konduktivitas listrik dalam kisaran 1,5 hingga 2,5 dS m⁻¹.
- b. Pertahankan suhu larutan yang memadai.
- c. Selalu pastikan bahwa ada banyak oksigen terlarut dalam larutan nutrisi karena akar tanaman menyerap oksigen.
- d. Dalam teknik pencelupan akar, pertahankan ruang udara yang cukup diatas larutan nutrisi dalam wadah.
- e. Hindari perubahan mendadak dalam konsentrasi larutan nutrisi.
- f. Dalam teknik pencelupan akar, selama pertumbuhan tanaman ketika tingkat larutan dalam wadah turun, konsentrasi ion dapat meningkat.
- g. Dipastikan cahaya yang cukup untuk hidroponik/tanaman budidaya tanpa tanah.
- h. Selalu digunakan bibit dan bahan tanam yang bebas hama dan penyakit untuk menanam tanaman hidroponik.
- i. Jika ditemukan masalah nematoda pada kultur media padat, buang tanaman dan sterilkan media tanam.
- j. Alga dapat menumpuk didalam sistem dan menyumbat tabung kecil yang digunakan untuk menyalurkan larutan nutrisi.
- k. Jarak tanam yang memadai diperlukan untuk pertumbuhan tanaman dan ketika tanaman anggur ditanam, penyangga harus disediakan.
- l. Dalam teknik agregat terbuka, ada kemungkinan unsur hara larut ketika air diterapkan.

Ada banyak manfaat menanam tanaman dalam sistem hidroponik dibandingkan dengan sistem konvensional. Manfaat tersebut meliputi: tidak memerlukan air atau tanah, mudah mengendalikan nutrisi, tidak melepaskan banyak nutrisi ke lingkungan, menghasilkan lebih banyak tanaman, lebih mudah dipanen, steril dan bersih, tidak ditumbuhi rumput liar, tumbuh lebih cepat, cocok untuk daerah kering, memiliki lebih sedikit polusi kimia di tanah, dan memiliki kandungan nutrisi yang

lebih tinggi. Karena sayuran hidroponik masih menggunakan pupuk kimia, kita dapat menggolongkannya sebagai semi-organik daripada organik, meskipun tidak menggunakan pestisida (Rizkiansah dkk., 2018). Saat ini, bisa mendapatkan sayuran hidroponik di sebagian besar toko kelontong dan swalayan modern. Pemasar sayuran hidroponik saat ini harus mengutamakan kualitas produk sambil menjaga harga tetap stabil dan sesuai dengan margin pemasaran yang efektif.

Meskipun memiliki efek positif pada peningkatan produktivitas, bahan-bahan yang mengandung bahan kimia, jika digunakan secara berlebihan, dapat membahayakan lingkungan dan kesehatan manusia. Oleh karena itu, orang-orang yang peduli kesehatan masih sangat sedikit mengonsumsi makanan organik, bahkan sayuran hortikultura. Masyarakat perkotaan saat ini sadar akan merubah pola hidup sehat. Tingkat konsumsi sayuran hidroponik yang semakin tinggi di masyarakat menunjukkan pentingnya mengonsumsi produk sehat yang disadari oleh masyarakat (Putri dkk., 2021). Kesejahteraan individu dan lingkungan, yang mendorong penggunaan barang ramah lingkungan.

2.2 Perilaku Konsumen

Menurut Nugraha dkk., (2021) Apa yang kita sebut "perilaku konsumen" sebenarnya hanyalah cara orang membuat keputusan tentang apa yang akan dibeli dan bagaimana mereka menggunakan barang dan jasa untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan mereka. Menurut Sangadji dan Sopiah (2013), konsumen terlibat dalam perilaku konsumen saat mereka menggunakan, mengonsumsi, dan membuang produk dan jasa, serta selama proses pengambilan keputusan yang terjadi sebelum dan sesudahnya. Karena fakta bahwa konsumen cenderung mengikuti tren masyarakat, penting untuk mempertimbangkan perilaku konsumen saat memasarkan barang-barang manufaktur. Orang cenderung membeli barang dan jasa jika harganya terjangkau. Namun, pembeli harus mempertimbangkan dengan serius barang dan jasa yang ingin mereka beli sebelum melakukan transaksi (Mothersbaugh, 2019 dalam Wardhana dkk., 2022).

Kognisi (*cognition*) kontribusi psikologis sosial seseorang, yang mencakup tugas-tugas seperti mengingat, menafsirkan, dan menerapkan informasi dalam pertemuan, dibentuk oleh mentalitas seseorang terhadap dirinya sendiri, orang lain, dan lingkungan. Kasih sayang adalah respons emosional yang dimiliki seseorang

terhadap objek pilihannya. Apa yang dilakukan orang ketika mereka membeli sesuatu merupakan cerminan perasaan mereka terhadapnya (Kotler dan Keller, 2012 dalam Meitiana, 2017). Pemasar dapat memperoleh manfaat dari penelitian perilaku konsumen dengan mempelajari bagaimana orang membuat keputusan saat dihadapkan pada beberapa pilihan (misalnya, barang, merek, dll.) dan faktor-faktor (misalnya, tekanan teman sebaya, pengaruh keluarga, kelompok sebaya, dan tenaga penjualan) yang memengaruhi keputusan tersebut (Meitiana, 2017).

2.3 Karakteristik Konsumen

Kepribadian atau hal-hal yang berpotensi membuat hidup lebih baik disebut karakteristik dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Kualitas yang bermakna bagi diri sendiri dan orang lain dalam kaitannya dengan ikatan sosial, konsumerisme, hiburan, dan pakaian seseorang dalam kaitannya dengan masa dan lokasinya (Andrian dkk., 2022). Kepribadian seseorang adalah kumpulan sifat psikologis unik mereka yang membentuk dan mengungkapkan reaksi mereka terhadap dunia di sekitar mereka (Schiffman dan Kanik, 2000 dalam Andrian dkk., 2022). Menurut penelitian Sutarni dkk., (2019), Jenis kelamin, usia, pendidikan, pekerjaan, pendapatan, pengetahuan, dan jumlah anggota keluarga merupakan beberapa atribut pelanggan yang paling penting untuk diketahui. Penelitian ini, penulis menemukan bahwa karakter internal ciri, karakteristik, dan perilaku adalah hal yang benar-benar penting, tetapi kami juga menggunakan sejumlah faktor konsumen yang terkait dengan pembelian:

1. Jenis Kelamin

Ketika melihat demografi orang yang melakukan pembelian, jenis kelamin adalah salah satu variabel yang perlu dipertimbangkan (Sangadji dan Sopiah, 2013). Gender mengacu pada perbedaan fisik dan biologis antara jenis kelamin yang mengatur peran reproduksi.

2. Usia

Menurut Nugraha, dkk., (2021) Seiring bertambahnya usia, daya ingat kita secara alami akan melemah, yang dapat menghambat kemampuan kita untuk menerima dan menerapkan ide-ide baru. Keluarga, masa dewasa, serta perjalanan dan perubahan yang tak terelakkan yang terjadi selama hidup seseorang semuanya berdampak pada kebiasaan pembelian mereka. Generasi muda juga memiliki

keuntungan dalam hal pemecahan masalah dan ide. Biasanya, perilaku konsumen seseorang terpengaruh sepanjang pergantian siklus.

3. Pekerjaan

Menurut Nugarah, dkk., (2021) Kebiasaan pembelian konsumen juga akan dipengaruhi oleh pekerjaan. Produsen akan mencari ceruk pasar di kalangan tenaga kerja yang menunjukkan minat luar biasa tinggi terhadap produk mereka, dan mereka bahkan mungkin menargetkan pekerja tersebut secara langsung. Situasi keuangan konsumen merupakan faktor utama dalam pemilihan produk mereka.

4. Jumlah tanggungan keluarga

Jumlah anggota keluarga yang bergantung pada responden untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari mereka dinyatakan sebagai jumlah anak dan anggota keluarga lainnya dibagi dengan jumlah penduduk. Pengeluaran akan lebih tinggi untuk keluarga dengan beberapa anggota. Memenuhi tuntutan keluarga memotivasi orang untuk bekerja dan menafkahi keluarga mereka, dan kebutuhan ini tumbuh sebanding dengan ukuran keluarga. Kebiasaan belanja konsumen sangat dipengaruhi oleh keluarga mereka. Ada berbagai macam keinginan, persyaratan, dan preferensi anggota keluarga.

Penjualan, barang, harga, lokasi, dan diskon merupakan aspek-aspek yang memengaruhi perilaku konsumen dan, sebagai tambahan, pilihan pembelian. Jenis kelamin, usia, pendidikan, pekerjaan, status keuangan, gaya hidup, kepribadian, dan konsep diri pembeli merupakan faktor-faktor pribadi yang, menurut penelitian, Handaya dkk., (2023), Pembelian sayuran hidroponik sangat dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti status pekerjaan, tingkat pendidikan, uang, dan jumlah anggota rumah tangga.

2.4 Keputusan Pembelian

Proses pengambilan keputusan pelanggan yang berpuncak pada pembelian dimulai dengan pengenalan masalah, diikuti oleh evaluasi dan pemilihan produk (Andrian dkk., 2022). Jauh sebelum transaksi terjadi, ada proses pengambilan keputusan yang dilakukan untuk melakukan pembelian. Proses pengambilan keputusan ini tidak langsung berakhir setelah pembelian, tetapi berlanjut untuk beberapa waktu (Mindari, 2020). Nilai emosional, sosial, kualitas, dan fungsional

adalah beberapa pertimbangan tambahan saat melakukan pembelian (Safitri dan Ardhiyansyah, 2022). Pilihan konsumen untuk membeli tanaman hidroponik tidak selalu dipengaruhi oleh rekomendasi dari teman dan keluarga. Penelitian ini, kami melihat faktor–faktor berikut yang memengaruhi pilihan konsumen untuk membeli:

a. Tingkat Pendidikan

Menurut Nugraha, dkk., (2021) Karakter dan sikap seseorang dibentuk melalui proses pengambilan dan penyesuaian keputusan, yang merupakan prinsip dasar pelatihan. Meskipun konsumen dapat belajar banyak dari sumber nonformal, seperti media cetak dan elektronik, pendidikan resmi mereka tidak mengajarkan mereka cara membedakan antara makanan hidroponik dan nonhidroponik (Tinambo dan Sunaryanto, 2021).

b. Harga

Biaya suatu produk atau layanan adalah harganya. Harga suatu produk atau layanan sering kali merupakan total semua nilai yang diberikan pembeli terhadap keuntungan memiliki atau memanfaatkannya. Menurut Tjiptono (2010) dalam Perwitasari dkk., (2020) Dari empat P pemasaran, hanya harga yang benar-benar menghasilkan keuntungan moneter bagi perusahaan. Menurut Kotler dan Armstrong (2012) dalam Perwitasari dkk., (2020) Keseragaman harga, daftar harga, diskon khusus, dan harga yang dipersepsikan adalah empat kategori indikator harga.

c. Jarak Pembelian

Jarak adalah waktu yang dibutuhkan untuk sampai ke toko kelontong. Lokasi mengacu pada tempat fisik tempat bisnis berada atau tempat bisnis tersebut terlibat dalam kegiatan ekonomi yang signifikan, seperti memproduksi produk dan layanan. Menurut Lopiyoadi (2015) dalam Perwitasari dkk., (2020) Keputusan lokasi suatu perusahaan mencakup tempat mendirikan toko dan merekrut karyawan.

d. Pendapatan

Menurut Nugraha, dkk., (2021) pendapatan merupakan indikator penting dari kelas sosial, pendapatan dipengaruhi oleh konsumsi konsumen. Pendapatan yang lebih tinggi memungkinkan orang untuk mencapai lebih banyak hal dan memenuhi kebutuhan yang lebih baik. Pembelian sayuran lebih umum dilakukan oleh konsumen dengan pendapatan yang lebih besar (A. Vista dkk., 2021). Oleh karena

itu, status ekonomi seseorang merupakan faktor utama lain yang memengaruhi pilihan produk.

e. Frekuensi pembelian

Frekuensi merupakan seberapa sering pelanggan melakukan pembelian, yang bisa mengidentifikasi pelanggan tetap. Frekuensi pembelian disebut juga sebagai loyalitas pengulangan pembelian terhadap produk yang sama.

f. Jumlah pembelian

Kecenderungan pelanggan untuk membeli dalam jumlah besar ditentukan oleh kebiasaan pembelian mereka. Ketika pelanggan memesan beberapa barang, hal itu memaksa perusahaan untuk membuat barang dalam jumlah yang bervariasi untuk memenuhi kebutuhan setiap orang.

g. Pengetahuan

Menurut Nugraha dkk., (2021) Istilah "pengetahuan konsumen" mengacu pada sekumpulan fakta tentang konsumen yang berkaitan dengan peran mereka di pasar (Tinambo dan Sunaryanto, 2021). Pengetahuan produk, pengetahuan pembelian, dan pengetahuan penggunaan merupakan tiga aspek pengetahuan konsumen. Kategori produk, merek, bahasa, fitur, harga, dan kepercayaan terhadap produk merupakan komponen pengetahuan produk. Faktor-faktor yang membentuk pengetahuan pembelian meliputi keakraban dengan toko, keakraban dengan penempatan produk di toko, dan penempatan produk yang sebenarnya di toko. Sebagai bagian dari pengetahuan penggunaan, pelanggan harus menyadari fitur dan keunggulan produk.

h. Promosi Penjualan

Menurut penelitian Nurjannah dan Nugroho, (2023) Salah satu faktor yang memengaruhi konsumen untuk membeli sayuran organik adalah iklan. Promosi adalah jenis iklan yang bertujuan untuk mendidik, memengaruhi, dan mengingatkan target pasar tentang bisnis dan barang-barangnya sehingga mereka cenderung menerima, membeli, dan tetap setia pada barang-barang tersebut. Tujuan dari kampanye penjualan adalah untuk mendorong konsumen agar membeli sesuatu. Di antara sekian banyak jenis promosi penjualan, beberapa yang paling umum adalah kompetisi lotre, penawaran multi-kotak, dan potongan harga sementara melalui kupon (Peter dan Jerry, 2000). Salah satu taktik promosi penjualan yang paling

umum digunakan oleh perusahaan untuk menghubungi konsumen adalah diskon. Promosi berupa potongan harga yang memberikan beberapa keuntungan yaitu membuat seorang konsumen melakukan pembelian produk dengan kapasitas yang banyak, mempertimbangkan promosi yang dilakukan oleh pesaing.

i. Kesegaran

Kesegaran merupakan salah satu kualitas yang harus diperhatikan dalam membeli sayuran. Kualitas merupakan suatu tolak ukur dalam menentukan produk atau jasa bagi para penggunanya. Kualitas suatu produk atau layanan ditentukan oleh seberapa baik produk atau layanan tersebut memenuhi tuntutan target pasarnya tanpa secara eksplisit menyatakan kebutuhan tersebut. Intinya, sayuran menunjukkan semua ciri produk yang rentan terhadap kerusakan.

2.5 Penelitian terdahulu

Penelitian terdahulu pada keputusan kosumen terdapat pada tabel berikut :

Table 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Peneliti dan Tahun	Judul Penelitian	Tujuan dan Manfaat	Metode Analisis Data	Hasil Penelitian
1.	Tinambo dan Sunaryanto, (2021)	Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Dalam Bale Sayuran Hidroponik Salatiga	- Melihat peluang variabel bebas yaitu umur konsumen, tingkat pendidikan konsumen, pendapatan konsumen - Pengetahuan konsumen apakah memiliki pengaruh atau tidak terdapat variabel terikat.	Analisis Regresi model logistik biner.	Hasil penelitian menunjukkan faktor umur yang signifikan dengan keputusan pembelian, sedangkan faktor tingkat pendidikan, pendapatan dan pengetahuan tidak memiliki hubungan signifikan terhadap keputusan pembelian.
2.	Vista dkk., (2021)	Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Sayuran Organik Di Pasar Modern Kota Semarang	- Untuk mengetahui karakteristik konsumen sayuran organik - menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian sayuran organik di Pasar Modern Kota Semarang.	Analisis Regresi Logistik Biner	Hasil penelitian menunjukkan variabel pendapatan, harga, kualitas dan motivasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sayuran organik, sedangkan variabel pendapatan, harga, kualitas dan motivasi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sayuran organik.
3.	Devi dan Hartono, (2015)	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Membeli Sayuran Organik	- Untuk mengetahui pengaruh umur, jumlah pendapatan keluarga per bulan, jumlah anggota keluarga, tingkat pendidikan formal, intensitas berhubungan dengan kelompok referensi dan motivasi untuk membeli sayuran organik.	Analisis Regresi berganda Logistik Biner	Secara partial variabel jumlah pendapatan keluarga perbulan, tingkat pendidikan formal, intensitas berhubungan dengan kelompok acuan dan motivasi pembelian berpengaruh nyata terhadap keputusan konsumen dalam membeli sayuran organik, sedangkan variabel usia dan jumlah tanggungan keluarga tidak berpengaruh nyata terhadap keputusan konsumen dalam membelu sayuran organik.

4.	Maulidina dkk., (2021)	Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Membeli Sayuran Hidroponik	-Untuk mengetahui pengaruh faktor budaya, sosial, faktor pribadi, faktor psikologis dan faktor 4P dalam bauran pemasaran dalam membeli sayuran hidroponik.	Analisis Regresi Logit	Hasil penelitian menunjukkan faktor budaya, sosial dan pribadi berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen dalam membeli sayuran hidroponik.
5.	Kurniawati dkk., (2021)	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Sayuran Di Pasar Simpang Tujuh Ulee Kareng	- Untuk mengetahui apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian sayuran - Untuk mengetahui faktor manakah yang paling dominan mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian sayuran di Pasar Simpang Tujuh Ulee Kareng.	Analisis Regresi Linear Berganda	Hasil penelitian menunjukkan faktor gaya hidup, sikap, kualitas, harga dan lokasi mempengaruhi keputusan pembelian sayuran, sedangkan faktor harga merupakan faktor yang paling dominan mempengaruhi keputusan pembelian sayuran di pasar tujuh ulee kareng.
6.	Handaya dkk., (2023)	Pengaruh Kualitas Produk dan Karakteristik Konsumen Terhadap Pembelian Sayuran Hidroponik	- Menganalisis pengaruh kualitas produk dan karakteristik konsumen terhadap pembelian sayuran hidroponik, menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap pembelian sayuran hidroponik - Menganalisis pengaruh karakteristik konsumen terhadap pembelian sayuran hidroponik.	Analisis Jalur Regresi Berganda	Hasil penelitian menunjukkan kualitas produk dan karakteristik konsumen secara bersama-sama memberikan pengaruh positif terhadap pembelian sayuran hidroponik, sedangkan secara parsial faktor kualitas produk dan karakteristik memberikan pengaruh positif.
7.	Kurniasih dan Prihtanti, (2019)	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Sayuran Di Pasar Simpang Tujuh Ulee Kareng	- Mengetahui apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli sayuran - Mengetahui faktor manakah yang paling dominan mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian sayuran di Pasar Simpang Tujuh Ulee Kareng.	Analisis Linier Berganda	Hasil penelitian menunjukkan faktor gaya hidup, sikap, kualitas, harga dan lokasi mempengaruhi keputusan pembelian sayuran di Pasar Simpang Tujuh Ulee Kareng dan faktor yang paling dominan mempengaruhi keputusan pembelian sayuran di Pasar Simpang Tujuh Ulee Kareng.
8.	Darmawati dkk., (2022)	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen	- Mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen	Analisis SEM-PLS	Hasil penelitian menunjukkan faktor-faktor keputusan konsumen dalam pembelian sayuran organik di Pasar Kota Denpasar terdapat tiga variabel yang berpengaruh

		Dalam Pembelian Sayuran Organik Di Pasar Modern Kota Denpasar	dalam pembelian sayuran organik di Pasar Modern Kota Denpasar - Faktor yang dominan mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian sayuran organik di Pasar Modern Kota Denpasar		signifikan diantaranya variabel harga, kualitas produk dan pelayanan. Sedangkan variabel lokasi dan sikap tidak berpengaruh secara signifikan. Variabel yang dominan untuk mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian sayuran organik di Pasar Modern kota Denpasar yaitu variabel harga.
9.	Sutarni dkk., (2019)	Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Sayuran Hidroponik Di Kota Bandar Lampung	Mendesripsikan proses pengambilan keputusan pembelian sayuran hidroponik.	Metode Kuantitatif	Tahapan proses pengambilan keputusan pembelian konsumen dalam memilih komoditas meliputi pengenalan, kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan evaluasi pasca pembelian.
10.	Putri dkk., (2021)	Analisis Pengambilan Keputusan Konsumen Pada Pembelian Sayuran Hidroponik Di Lampung	-Menganalisis proses pengambilan keputusan pembelian sayuran hidroponik dan non hidroponik -Menganalisis atribut yang mempengaruhi konsumen dalam pembelian sayuran hidroponik di Lampung.	Analisis multiatribut <i>fishbein</i>	Hasil analisis diketahui bahwa tahap proses keputusan pembelian sayuran hidroponik melalui tahap pengenalan kebutuhan, tahap pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan evaluasi pasca pembelian. Hasil analisis multiatribut <i>fishbein</i> di dapat atribut kesegaran, kemasan dan rasa sayuran hidroponik dengan nilai tertinggi pada tingkat kepentingan maupun kepercayaan. Hasil dari perhitungan skala interval sikap atribut sayuran hidroponik menunjukkan baik.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu lokasi penelitian, obyek serta variabel yang digunakan, dalam penelitian ini terdapat penambahan variabel sehingga cakupan faktor-faktor yang diduga mempengaruhi keputusan konsumen bertambah, perbedaan tersebut adalah sebagai berikut :

a. Penelitian yang dilakukan oleh Tinambo dan Sunaryanto, (2021) yaitu lokasi penelitian di Salatiga dengan menggunakan variabel penelitian meliputi umur, tingkat pendidikan, pendapatan dan pengetahuan sedangkan, pada penelitian ini menggunakan variabel tingkat

- pendidikan, harga, jarak, pendapatan, frekuensi pembelian, jumlah pembelian, pengetahuan sayuran hidroponik, promosi penjualan dan kesegaran produk.
- b. Penelitian yang dilakukan oleh Vista dkk., (2021) dan Devi dan Hartono, (2015) yaitu penelitian yang dilakukan meneliti tentang sayuran organik, sedangkan pada penelitian ini meneliti tentang sayuran hidroponik.
 - c. Penelitian yang dilakukan oleh Maulidina dkk., (2021) yaitu menggunakan metode analisis data regresi logit, sedangkan penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi logistik biner.
 - d. Penelitian yang dilakukan oleh Kurniawati dkk., (2021) menggunakan metode analisis data regresi linier berganda, sedangkan pada penelitian ini menggunakan analisis regresi logistik biner.
 - e. Penelitian yang dilakukan oleh Handaya dkk., (2023) meneiti tentang kualitas produk dan karakteristik konsumen dalam membeli sayuran hidroponik menggunaka metode analisis data jalur regresi berganda, sedangkan dalam penelitian ini meneliti mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dan menggunakan analisi regresi logistik biner.
 - f. Penelitian yang dilakukan oleh Kurniasih dan Prihtanti, (2019) menggunakan analisis data linier regresi, sedangkan pada penelitian ini menggunakan analisis regresi logistik biner.
 - g. Penelitian yang dilakukan oleh Darmawati dkk., (2022) menggunaka analisis data SEM-PLS, sedangkan pada penelitian ini menggunakan analisis regresi logistik biner.
 - h. Penelitian yang dilakukan oleh Sutarni dkk., (2019) menggunakan analisis data kuantitatif dan penelitian yang dilakukan oleh Putri dkk., (2021) menggunakan analisis data multiatribut fishbein, sedangkan dalam penelitian ini dilakukan paada Kota Bandar Lampung menggunakan metode analisis data regresi logistik biner dan penambahan variabel.