

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT BELI  
TERHADAP PRODUK SAYURAN HIDROPONIK MELALUI  
E-COMMERCE “SAYURBOX”**

**Skripsi**



**Disusun oleh:  
M. Ahlul Zikri  
20160220014**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS  
FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA  
2021**

## PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan:

1. Karya tulis ini, Skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar Akademik Sarjana, baik yang ada di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Karya tulis yang dibuat ini adalah serangkain gagasan, rumusan dan penelitian yang telah saya buat sendiri, tanpa bantuan pihak lain terkecuali arahan Tim Pembimbing dan Penguji.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya tanpa ada paksaan dari pihak manapun.
4. Apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Yogyakarta 22 Januari 2021

Yang membuat pernyataan



M. Ahlul Zikri

## KATA PENGANTAR

Allhamdulillah, sholawat dan salam semoga senantiasa tercurah bagi Nabi Muhammad SAW beserta keluarga, sahabat dan pengikutnya. Penelitian tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli produk sayuran hidroponik yang telah dilakukan secara online dengan mengambil kasus e-commerce Sayurbox. Pengumpulan data dilaksanakan selama bulan November-Desember 2020.

Penelitian dalam rangka menyusun skripsi ini dapat diselesaikan karena Allah SWT kemudian dengan sebab bantuan dari berbagai pihak. Terima kasih penulis ucapkan kepada Bapak Heri Akhmadi, S.P., M.A. selaku dosen pembimbing utama, Bapak Dr. Ir. Widodo, M.P. selaku dosen pembimbing pendamping, dan Ibu Dr. Susanawati, S.P., M.P. selaku dosen penguji; dan kepada responden penelitian yang telah memberikan waktunya berpartisipasi pada penelitian ini. Ungkapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada kedua orang tua, segenap keluarga dan teman-teman atas doa dan dukungannya yang selama ini diberikan.

Semoga skripsi ini bermanfaat.

Yogyakarta, 23 Januari 2021

M. Ahlul Zikri

## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR .....	iii
DAFTAR ISI .....	iv
DAFTAR TABEL .....	vi
DAFTAR GAMBAR .....	vii
DAFTAR LAMPIRAN .....	viii
<i>ABSTRACT</i> .....	ix
INTISARI .....	x
I. PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Tujuan Penelitian .....	5
C. Kegunaan Penelitian .....	5
II. KERANGKA PENDEKATAN TEORI .....	6
A. Tinjauan Pustaka .....	6
B. Penelitian Terdahulu .....	20
C. Kerangka Pemikiran .....	22
III. METODE PENELITIAN .....	24
A. Teknik Pengambilan Sampel .....	24
B. Teknik Pengumpulan Data .....	25
C. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	26
D. Teknik Analisis Data .....	30
IV. KEADAAN UMUM LOKASI PENELITIAN .....	32
A. Sejarah Sayurbox .....	32
B. Keadaan Terkini Sayurbox .....	32
V. HASIL DAN PEMBAHASAN .....	35
A. Karakteristik Responden dan Perilaku Pembelian .....	35
B. Minat Beli Sayuran Hidroponik Melalui E-Commerce Sayurbox .....	41
C. Pengaruh Marketing Stimuli dan Non Marketing Stimuli Terhadap Minat Beli .....	43
VI. KESIMPULAN DAN SARAN .....	50
A. Kesimpulan .....	50
B. Saran .....	50

DAFTAR PUSTAKA.....	51
LAMPIRAN .....	55

**DAFTAR TABEL**

Tabel 1. Definisi operasional dan pengukuran variabel.....	27
Tabel 2. Karakteristik responden.....	35
Tabel 3. Sayuran hidroponik yang pernah dibeli dan cara pembeliannya oleh responden yang pernah membeli melalui Sayurbox (n = 71).....	38
Tabel 4. Pernyataan responden tentang keinginan membeli dan sayuran hidroponik ingin dibeli melalui Sayurbox (n = 29).....	40
Tabel 5. Minat beli sayuran hidroponik melalui Sayurbox.....	41
Tabel 6. Distribusi responden berdasarkan tingkat minat beli.....	42
Tabel 7. Pernyataan responden terkait marketing stimuli.....	43
Tabel 8. Pernyataan responden terkait non marketing stimuli.....	45
Tabel 9. Hasil regresi linier berganda.....	47

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1. Proses terjadinya keputusan pembelian .....	10
Gambar 2. Model perilaku konsumen.....	14
Gambar 3. Model perilaku pengambilan keputusan konsumen dan faktor-faktor yang mempengaruhinya .....	17
Gambar 4. Kerangka pemikiran.....	23
Gambar 5. Pengalaman pembelian sayur hidroponik melalui Sayurbox.....	38

**DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1. Kuesioner.....	55
Lampiran 2. Hasil olah data menggunakan SPSS 15.....	62