

**MINAT BELI PRODUK PANGAN MELALUI
MARKETPLACE BEDUKMUTU SELAMA PANDEMI COVID-19**

Skripsi

**Diajukan kepada Fakultas Pertanian
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Sebagai Bagian dari Persyaratan Guna Memperoleh
Derajat Sarjana Pertanian**



**Disusun oleh :
Zahra Fuadia Qurrotu Aini
20170220169**

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

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan :

1. Karya tulis saya, skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan, dan penilaian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dari Tim Pembimbing.
3. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan, dan penilaian saya setelah mendapatkan arahan dan saran dari Tim Pembimbing. Oleh karena itu, saya menyetujui pemanfaatan karya tulis ini dalam berbagai forum ilmiah maupun pengembangan dalam bentuk karya ilmiah lain oleh Tim Pembimbing.
4. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
5. Pernyataan ini saya buat sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah saya peroleh karena karya tulis ini. Serta sanksi lainnya sesuai dengan nama yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Yogyakarta, 27 April 2021

Yang membuat pernyataan,



Zahra Fuadia Qurrotu Aini

20170220169

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum warahmatullah wabarakatuh,

Alhamdulillah, segala puji dan syukur atas rahmat dan karunia yang diberikan oleh Allah SWT, serta *shalawat* dan salam yang terlimpah kepada Rasul dan junjungan terbaik Nabi Muhammad SAW, sehingga penelitian skripsi dengan judul **“Minat Beli Produk Pangan Melalui Marketplace Bedukmutu Selama Pandemi Covid-19”** ini dapat terselesaikan dengan baik.

Dalam proses penyelesaiannya, karya tulis ini tidak lepas dari segala bantuan, dukungan, serta bimbingan yang diberikan oleh berbagai pihak yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung. Sehingga dengan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Heri Akhmadi, S. P., M. A. selaku pembimbing utama dan Zuhud Rozaki, S. P., M. App. Sc., PhD selaku pembimbing kedua atas segala waktu, pemikiran, dan kesabaran yang telah diberikan selama proses pembuatan karya tulis ini.
2. Oki Wijaya, S. P., M. P. atas segala masukan, saran, dan bimbingannya dalam perbaikan karya tulis ini.
3. Dr. Suryo Pratolo, M.Si., Ak.,CA.,AAP-A. dan Biro SDM UMY.
4. Bapak, Mama, Mba, dan Adek, atas segala doa, kasih, dan dukungan baik moril dan materiil yang telah diberikan selama lika-liku penyelesaian karya tulis ini.
5. Sahabat tersayang Tasya, Luthfia, Santalia, Rifka, Aul, Siska, Aura, Hanan, Tia, Nisya, Yoga, Ikhsan, dan Dhafin atas segala bantuan yang diberikan selama proses pembuatan karya tulis ini.
6. Teman-teman tercinta Agribisnis C 2017 atas segala dukungan dan semangat yang diberikan selama kurang lebih tiga tahun setengah, dan
7. Kepada seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu atas bantuan dan dukungan dalam penyelesaian karya tulis ini.

Penulis menyadari bahwa karya tulis ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karenanya, penulis sangat menerima saran dan masukan demi kebaikan karya tulis ini. Akhir kata, penulis berharap agar karya tulis ini dapat menjadi sumber wawasan dan manfaat bagi semua.

Billahi fii sabililhaq, Fastabiqul khairat,

Wassalamualaikum warahmatullah wabarakatuh

Yogyakarta, 27 April 2021

Zahra Fuadia Q. A.

DAFTAR ISI

DAFTAR GAMBAR	iv
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR LAMPIRAN	vi
INTISARI	vii
ABSTRACT	viii
I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Tujuan	7
C. Kegunaan	7
II. KERANGKA PENDEKATAN TEORI	9
A. Tinjauan Pustaka	9
1. Pemasaran Digital	9
2. Produk Pangan	10
3. <i>Online Marketplace</i>	11
4. Minat Beli Konsumen	12
5. Bedukmutu	14
B. Kerangka Pemikiran	17
III. METODE PENELITIAN	21
A. Pengambilan Sampel	21
B. Teknik Pengumpulan Data	23
C. Asumsi dan Pembatasan Masalah	24
D. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	25
1. Ikatan Komunitas	25
2. <i>Website Interface</i>	26
3. Kompatibilitas	26
4. Kegunaan	27
5. Minat Beli	28
E. Teknik Analisis	30
1. Metode Analisis Uji Instrumen	30

2. Metode Deskriptif Analisis	34
3. Metode Analisis Skala Likert 5 Poin	34
IV. KEADAAN UMUM WILAYAH PENELITIAN	39
A. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta (UMY)	39
1. Sejarah Universitas Muhammadiyah Yogyakarta (UMY)	39
2. Dosen dan Tenaga Kependidikan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta (UMY).....	42
3. Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta (UMY)	43
B. Bedukmutu.....	44
1. Sejarah Bedukmutu.....	44
2. Manajemen Bedukmutu.....	46
3. Pemasaran Bedukmutu	47
V. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	51
A. Karakteristik Responden.....	51
1. Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin.....	51
2. Karakteristik Berdasarkan Usia	53
3. Karakteristik Berdasarkan Pendidikan Terakhir	55
4. Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan.....	57
5. Karakteristik Berdasarkan Unit Kerja.....	58
6. Karakteristik Berdasarkan Penghasilan (<i>take home pay</i>)	60
7. Karakteristik Berdasarkan Tanggungan Ekonomi dalam Keluarga	62
8. Karakteristik Berdasarkan Domisili.....	64
B. Aktivitas Pembelian Produk Pangan Responden.....	66
1. Aktivitas Pembelian Produk Pangan Sebelum Pandemi Covid-19 .	66
2. Aktivitas Pembelian Produk Pangan Selama Pandemi Covid-19....	67
3. Jenis Produk Pangan yang Dibeli	69
4. Rata-rata Jumlah Pembelian.....	70
5. Perangkat Elektronik yang Sering Digunakan.....	71
C. Hubungan Variabel Ikatan Komunitas, <i>Website Interface</i> , Kompatibilitas, Kegunaan, dan Minat Beli dengan Minat Beli Produk Pangan Melalui <i>Marketplace</i> Bedukmutu Selama Pandemi Covid-19	72
D. Pengaruh Variabel Ikatan Komunitas, <i>Website Interface</i> , Kompatibilitas, dan Kegunaan Terhadap Minat Beli Produk Pangan Melalui <i>Marketplace</i> Bedukmutu Selama Pandemi Covid-19.....	75

E. Minat Beli Produk Pangan melalui Marketplace Bedukmutu Selama Pandemi Covid-19	79
1. Ikatan Komunitas	79
2. <i>Website Interface</i>	81
3. Kompatibilitas.....	82
4. Kegunaan	84
5. Minat Beli	85
6. Minat Beli Konsumen terhadap Produk Pangan melalui <i>Marketplace</i> Bedukmutu Selama Pandemi Covid-19.....	86
VI. KESIMPULAN DAN SARAN	89
A. Kesimpulan.....	89
B. Saran	90
LAMPIRAN.....	91
DAFTAR PUSTAKA	99

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka pemikiran.....	20
Gambar 2. Karakteristik berdasarkan jenis kelamin.....	52

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Tabel proporsi harapan sampel penelitian	22
Tabel 2. Tabel proporsi akhir sampel penelitian.....	23
Tabel 3. Tabel variabel dan indikator penelitian.....	29
Tabel 4. Hasil Uji Validitas Instrumen Kuesioner (2021)	31
Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Kuesioner (2021).....	34
Tabel 6. Nilai skor pada setiap indikator terkait tingkat minat beli produk pangan melalui marketplace Bedukmutu.....	37
Tabel 7. Tabel skoring minat beli produk pangan melalui marketplace Bedukmutu .	38
Tabel 8. Karakteristik berdasarkan usia	53
Tabel 9. Karakteristik berdasarkan pendidikan terakhir	55
Tabel 10. Karakteristik berdasarkan pekerjaan	57
Tabel 11. Karakteristik berdasarkan unit kerja	59
Tabel 12. Karakteristik berdasarkan penghasilan (take home pay)	61
Tabel 13. Karakteristik berdasarkan tanggungan ekonomi dalam keluarga	63
Tabel 14. Karakteristik berdasarkan domisili	64
Tabel 15. Aktivitas pembelian produk pangan sebelum pandemi Covid-19	67
Tabel 16. Aktivitas pembelian produk pangan selama pandemi Covid-19	68
Tabel 17. Jenis produk pangan yang dibeli selama pandemi Covid-19.....	69
Tabel 18. Rata-rata pembelanjaan selama pandemi Covid-19.....	70
Tabel 19. Perangkat elektronik yang sering digunakan	71
Tabel 20. Hasil analisis korelasi Rank Spearman untuk mengetahui hubungan variabel dengan minat beli	73
Tabel 21. Hasil analisis regresi berganda untuk mengetahui pengaruh variabel dengan minat beli.....	76
Tabel 22. Skor minat beli responden terhadap variabel ikatan komunitas	80
Tabel 23. Skor minat beli responden terhadap variabel website interface.....	81
Tabel 24. Skor minat beli responden terhadap variabel kompatibilitas	83
Tabel 25. Skor minat beli responden terhadap variabel kegunaan.....	84
Tabel 26. Skor minat beli responden terhadap variabel minat beli.....	85
Tabel 27. Minat beli produk pangan melalui marketplace Bedukmutu selama pandemi Covid-19.....	87

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Hasil Uji Validitas Variabel Ikatan Komunitas	91
Lampiran 2. Hasil Uji Validitas Variabel Website Interface	92
Lampiran 3. Hasil Uji Validitas Variabel Kompatibilitas.....	93
Lampiran 4. Hasil Uji Validitas Variabel Kegunaan	94
Lampiran 5. Hasil Uji Validitas Variabel Minat Beli	95
Lampiran 6. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Ikatan Komunitas	95
Lampiran 7. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Website Interface	95
Lampiran 8. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kompatibilitas.....	96
Lampiran 9. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kegunaan	96
Lampiran 10. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Minat Beli	96
Lampiran 11. Hasil analisis korelasi Rank Spearman menggunakan aplikasi SPSS ..	97
Lampiran 12. Model Summary Uji Ketepatan Analisis Regresi Berganda	98
Lampiran 13. Uji F tabel Anova Analisis Regresi Berganda.....	98
Lampiran 14. Uji T Koefisien Analisis Regresi Berganda	98