

ANALISIS KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM PEMBELIAN PRODUK SAYUR *MIX* PADA CV SOGA FARM INDONESIA

SARAH QUROTA AYUNI



MANAJEMEN AGRIBISNIS
SEKOLAH VOKASI
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2024

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



PERNYATAAN MENGENAI PROYEK AKHIR DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa laporan proyek akhir dengan judul “Analisis Keputusan Konsumen dalam Pembelian Produk Sayur *Mix* pada CV SOGA Farm Indonesia” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir laporan akhir ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Juni 2024

Sarah Qurota Ayuni
J1310201055

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

ABSTRAK

SARAH QUROTA AYUNI. Analisis Keputusan Konsumen dalam Pembelian Produk Sayur *Mix* pada CV SOGA Farm Indonesia. Dibimbing oleh DAHRI TANJUNG.

Penjualan sayur di *supermarket* yang berfluktuatif dan kelebihan produksi yang belum terserap *supermarket* mendasari dilakukannya pengembangan produk dengan pembuatan sayur *mix* yang ditawarkan di pasar saat ini. Penelitian bertujuan mengidentifikasi karakteristik konsumen yang membeli sayur *mix*, menganalisis produk, harga, promosi, lokasi dan citra merek yang mempengaruhi keputusan pembelian, merumuskan strategi pemasaran berdasarkan hasil analisis keputusan konsumen dalam membeli sayur *mix* dan menganalisis finansial dari adanya penjualan produk sayur *mix*. Penelitian menggunakan metode analisis deskriptif, SEM-PLS, dan finansial. Produk, harga, lokasi, citra merek mempengaruhi keputusan pembelian sayur *mix*, sedangkan promosi tidak mempengaruhi keputusan pembelian sayur *mix*. Perusahaan menerapkan strategi pemasaran STP dan bauran pemasaran berdasarkan hasil keputusan pembelian. Finansial perusahaan setelah terdapat produk sayur *mix* rata-rata mengalami peningkatan. Perusahaan dapat mempertahankan ukuran dan isi produk, keterjangkauan harga, lokasi penjualan di *supermarket*, kualitas produk, dan mempertimbangkan promosi lain serta peningkatan promosi media sosial.

Kata kunci: bauran pemasaran, citra merek, keputusan pembelian, sayur *mix*.

ABSTRACT

SARAH QUROTA AYUNI. Analysis of Consumer Decisions in Purchasing Mixed Vegetable Products at CV SOGA Farm Indonesia. Supervised by DAHRI TANJUNG.

Fluctuating sales in supermarkets and excess production that has not been absorbed by supermarkets underlie product development by making mixed vegetable products that are currently offered on the market. The aim is identify the characteristics of consumers who purchase, analyze products, prices, promotions, location and brand image that influence consumer decisions in purchasing, formulate a marketing strategy based on the results of consumer decision analysis in purchasing mixed vegetables and analyze finances from sales of vegetable mix. The research methods used are descriptive analysis, SEM-PLS, and financial. Product, price, location and brand image influence consumer decisions in purchasing, while promotions do not influence decisions to purchase mixed vegetables. The company implements an STP marketing strategy and marketing mix based on the results of purchasing decisions. The average increase in company finances after the mix vegetable product was introduced. Companies can maintain product size and content, affordable prices, sales locations in supermarkets, and product quality, and consider other promotions as well as increasing social media

Keywords: marketing mix, brand image, purchasing decisions, mixed vegetable



- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

© Hak Cipta milik IPB, tahun 2024
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.

ANALISIS KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM PEMBELIAN PRODUK SAYUR *MIX* PADA CV SOGA FARM INDONESIA

SARAH QUROTA AYUNI

Laporan Proyek Akhir
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Terapan pada
Program Studi Manajemen Agribisnis

**MANAJEMEN AGRIBISNIS
SEKOLAH VOKASI
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2024**

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



Judul Proyek Akhir : Analisis Keputusan Konsumen dalam Pembelian Produk Sayur Mix pada CV SOGA Farm Indonesia

Nama : Sarah Qurota Ayuni
NIM : J1310201055

@Hak cipta milik IPB University



Disetujui oleh

**Pembimbing :
Dr. Ir. Dahri Tanjung, M.Si.**



Diketahui oleh

**Ketua Program Studi:
Intani Dewi, S.Pt., M.Sc., M.Si.
NPI.201811198309142016**

**Dekan Sekolah Vokasi:
Dr. Ir. Aceng Hidayat, M.T.
NIP. 1966607171992031003**

**Tanggal Ujian:
19 Juni 2024**

Tanggal Lulus:

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah subhanaahu wa ta'ala atas segala karunia-Nya sehingga karya ilmiah ini berhasil diselesaikan. Tema yang dipilih dalam penelitian yang dilaksanakan sejak bulan Juli 2023 sampai bulan Maret 2024 ini ialah Keputusan Pembelian, dengan judul “Keputusan Konsumen dalam Pembelian Produk Sayur *Mix* pada CV SOGA Farm Indonesia”.

Terima kasih penulis ucapkan kepada bapak Dr. Ir. Dahri Tanjung, M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah membimbing dan banyak memberi saran. Penulis mengucapkan terimakasih kepada ibu Dr. Verlianta Br. Sebayang, S.P., M.Si selaku dosen penguji yang telah menguji dan memberikan saran. Di samping itu, penghargaan penulis sampaikan kepada bapak Ikhsanuddin S.Pd dan seluruh keluarga CV SOGA Farm Indonesia yang telah membantu selama pengumpulan data. Ungkapan terima kasih juga disampaikan kepada ayah, ibu, serta seluruh keluarga yang telah memberikan dukungan, doa, dan kasih sayangnya.

Semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan bagi kemajuan ilmu pengetahuan..

Bogor, Juni 2024

Sarah Qurota Ayuni



DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan	4
1.4 Manfaat	5
II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Pemasaran	6
2.2 Citra Merek	8
2.3 Keputusan Pembelian	8
2.4 Sayur <i>Mix</i>	9
2.5 Kerangka Pemikiran	9
2.6 Penelitian Terdahulu	10
2.7 Hipotesis	11
III METODE PENELITIAN	12
3.1 Lokasi dan Waktu	12
3.2 Teknik Pengumpulan Data	12
3.3 Metode Analisis	13
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	17
4.1 Keragaan Perusahaan	17
4.2 Karakteristik Responden	18
4.3 Analisis Keputusan Konsumen dalam Pembelian Sayur <i>Mix</i>	19
4.4 Implikasi Manajerial	28
4.5 Finansial Perusahaan	30
V SIMPULAN DAN SARAN	32
5.1 Simpulan	32
5.2 Saran	32
DAFTAR PUSTAKA	33



DAFTAR TABEL

1.1 Penjualan di <i>supermarket</i> dan produksi sayuran Soga Farm pada bulan Agustus 2023 – Januari 2024	2
1.1 Definisi operasional variabel	14
4.1 Karakteristik responden	18
4.2 Uji validitas konvergen	20
4.3 Uji validitas diskriminan <i>cross loadings</i>	21
4.4 Uji validitas diskriminan <i>fornell – larcker criterion</i>	22
4.5 Uji reliabilitas <i>composite reliability</i> dan <i>cronbach's alpha</i>	22
4.6 Nilai <i>R Square</i>	23
4.7 Nilai <i>loading factor</i> indikator variabel produk	23
4.8 Nilai <i>loading factor</i> indikator variabel harga	24
4.9 Nilai <i>loading factor</i> indikator variabel lokasi	24
4.10 Nilai <i>loading factor</i> indikator variabel promosi	24
4.11 Nilai <i>loading factor</i> indikator variabel citra merek	25
4.12 Nilai <i>loading factor</i> indikator variabel keputusan pembelian	25
4.13 Uji hipotesis	26
4.14 Analisis finansial perusahaan	30

DAFTAR GAMBAR

1.1 Produksi sayuran bahan sayur <i>mix</i> dan penjualannya di <i>supermarket</i> pada bulan Agustus 2023 – Januari 2024	3
2.1 Kerangka pemikiran penelitian	10
4.1 <i>Outer model</i>	21
4.2 Hasil <i>bootstrapping</i>	26

DAFTAR LAMPIRAN

1 Kuesioner penelitian	38
2 Tabulasi data	42
3 Biaya investasi sebelum terdapat produk sayur <i>mix</i>	44
4 Biaya investasi setelah terdapat produk sayur <i>mix</i>	45
5 Biaya tetap sebelum terdapat produk sayur <i>mix</i>	46
6 Biaya tetap setelah terdapat produk sayur <i>mix</i>	46
7 Biaya variabel sebelum terdapat produk sayur <i>mix</i>	47
8 Biaya variabel setelah terdapat produk sayur <i>mix</i>	47