



Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Produk Holtikultura di Kebun Praktek Universitas Nusa Nipa

Asterliana Subu¹, Yoseph Yakob Da Rato², Sarlina Noni³

Program Studi Agribisnis, Fakultas Teknologi Pangan, Pertanian dan Perikanan
Universitas Nusa Nipa Indonesia

Abstract

Received: 5 Januari 2023

Revised: 9 Januari 2023

Accepted: 18 Januari 2023

Purchasing decisions are consumers' understanding of the wants and needs of a product by assessing from existing sources by setting purchase goals and identifying alternatives so that decision makers to buy are accompanied by behavior after making a purchase. Purchasing decisions are heavily influenced by cultural, social, personal, and psychological characteristics. The research was conducted in an agricultural paraktek garden from August 15 – December 17, 2022. Le but de l'étude: découvrir les facteurs qui influencent le comportement des consommateurs dans les décisions d'achat de produits horticoles dans le jardin de la Faculté de technologie alimentaire, d'agriculture et de pêche de l'Université Nusa Nipa Maumere. Based on the results of the study, there are 3 factors that influence consumer behavior in purchasing decisions, namely psychological factors, personality factors and social factors. The largest respondent response value for psychological factors on each statement was 89.82% . with indicators: feeling satisfied after buying organic vegetables (98.3%).

Keywords: Consumer Behavior, Buying Decisions

(* Corresponding Author: asterlianasub10@gmail.com; yoyohdart@gmail.com

How to Cite: Subu, A., Da Rato, Y., & Noni, S. (2023). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Produk Holtikultura di Kebun Praktek Universitas Nusa Nipa. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(3), 651-660. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7692384>

PENDAHULUAN

Produk hortikultura merupakan salah satu komoditas pertanian yang prospektif untuk dikembangkan. Peluang pasar baik ekspor maupun domestik masih sangat luas. Tumbuhnya berbagai jenis pasar moderen menjadikan kebutuhan terhadap produk ini terus meningkat. Produk hortikultura memiliki peranan penting dalam penyerapan tenaga kerja, sumbangan terhadap pendapatan nasional, pendapatan petani, pemenuhan kebutuhan nasional dan peningkatan ekspor.

Pada tahap pembelian, konsumen akan melakukan pembelian produk, dan pada tahap setelah pembelian, konsumen melakukan konsumsi (penggunaan produk), evaluasi kinerja produk, dan kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan, menggunakan barang dan jasa termasuk di dalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatan-kegiatan tersebut. Konsumen dapat merupakan seorang individu ataupun organisasi, mereka memiliki peran yang berbeda dalam perilaku konsumsi, mereka mungkin berperan sebagai *initiator*, *influencer*, *buyer*, *payer*, atau *user*. Keputusan konsumen dalam membeli produk sangatlah beragam, konsumen berasal dari berbagai segmen sehingga apa yang dibutuhkan dan yang diinginkan juga berbeda.



Kebun Praktek Fakultas Teknologi Pangan, Pertanian dan Perikanan (FTP3) Universitas Nusa Nipa (UNIPA) membudidayakan produk hortikultura. Merupakan fasilitas lahan yang digunakan mahasiswa untuk berproduksi dan praktek penelitian. Semua produk tanaman hortikultura dapat dibeli ataupun dipasarkan kepada masyarakat melalui pasar-pasar tradisional yang ada di kota Maumere Kabupaten Sikka. Beberapa produk organik yang berhasil dibudidayakan yaitu: sayuran, buah dan umbi, seperti: semangka, mentimun, tomat, bawang merah dan sawi. Hasil produksi hortikultura ini berdampak terhadap pola konsumsi masyarakat di kabupaten Sikka.

Dalam kaitannya dengan keputusan pembelian produk hortikultura di atas, maka kebun FTP3 juga memiliki hasil produksi, selain dapat dibeli langsung oleh masyarakat sekitar, juga di pasarkan ke beberapa pasar Tradisional di Kota Maumere serta dipasarkan langsung pada karyawan /i di Universitas Nusa Nipa Maumere. Konsumen yang menjadi segmentasi pasar dari Kebun FTP3 adalah konsumen dari kelas menengah ke bawah sampai kelas menengah ke atas dengan tidak memperhatikan tingkat pendidikan. Daya beli dan minat konsumen yang tinggi dalam pembelian hasil produksi ini, maka perlu dilihat faktor apa saja yang dapat mempengaruhi keputusan membeli para konsumen tersebut.

METODOLOGI PENELITIAN

Waktu dan Tempat Penelitian

Pengumpulan data informasi yang akan peneliti peroleh pada kebun praktek UNIPA. Yang beralamat di kelurahan kota uneng kecamatan alok, mulai tanggal 15 Agustus – 17 Desember tahun akademik 2022.

Metode Pengambilan Sampel

Pengambilan sampel dilakukan pada konsumen produk hortikultura dengan menggunakan metode Accidental Sampling. Menurut Sugiyono(2009), Accidental Sampling adalah teknik penentuan sampel berdasarkan insidental, yaitu konsumen yang secara insidental bertemu dengan peneliti dan dapat digunakan sampel bila di pandang orang yang di temui itu cocok sebagai sumber data. Populasi dan sampel dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang mengkonsumsi produk hortikultura. Jumlah sampel yang di ambil dalam penelitian ini sebanyak 35 orang.

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif eksploratif dengan metode berupa studi kasus mengenai analisis faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam keputusan pembelian (produk hortikultura) di kebun praktek unipa.

Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis mengenai faktor faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam keputusan pembelian (produk hortikultura) di kebun praktek unipa. Adapun yang menjadi objek penelitian sebagai variabelnya adalah faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam keputusan pembelian. Berdasarkan objek penelitian diatas maka akan dianalisis mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam keputusan pembelian (produk hortikultura) di kebun praktek unipa

Unit Analisis

Unit analisis dalam penelitian ini adalah *individual*, yaitu penelitian dengan yang diteliti mengenai individu atau orang dalam suatu kelompok atau organisasi sehingga data adalah mengenai atau berasal dari (respon) setiap orang atau individu dalam suatu kelompok atau organisasi. Dimana *individual* tersebut adalah orang atau konsumen yang sudah membeli produk hortikultura di kebun praktek UNIPA

Lokasi Penelitian

Pengumpulan data informasi yang akan peneliti peroleh pada kebun praktek UNIPA. Yang beralamat di kelurahan kota uneng kecamatan alok, mulai tanggal 15 agustus – 23 desember tahun akademik 2022.

Jenis Data Penelitian

Jenis data yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif yang di kuantitatifkan dengan skala likert. Dimana jenis data kualitatif adalah data yang diperoleh dari observasi, wawancara, dan kuesioner.

Sumber Data Penelitian

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah: Data Primer yaitu data yang bersumber dari hasil wawancara langsung dari pengisian kuesioner. Data Sekunder yaitu data yang diperoleh dari kebun FTP3 UNIPA dalam tahun 2022.

Operasional Variabel

Tabel 1. Operasional Variabel Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian (produk hortikultura) di kebun praktek UNIPA

Variabel	Sub Variabel	Indicator	Ukuran	Skala
Keputusan Pembelian	Faktor Sosial	Kelompok Acuan	Membeli produk hortikultura organik, karena diberitahu teman	Likert
			Mengetahui manfaat produk hortikultura organik dari teman dan media	
			Keluarga	
Faktor Psikologis	Motivasi	Peran dan Status	Hidup sehat dengan konsumsi hortikultura organic	Likert
			Partisipasi dalam konsumsi sayuran sehat organic	
			Memiliki motivasi dalam pembelian sayuran organik Merupakan suatu kebutuhan membeli sayuran organik Melakukan evaluasi dalam pembelian sayuran organik	
Faktor Psikologis	Motivasi	Persepsi	Memilih untuk membeli sayuran organik	Likert
			Mengatur diri untuk membeli sayuran organik	

		Mengetahui dengan baik informasi mengenai kualitas produk organik
	Keyakinan dan Sikap	Membeli produk organik karena sudah percaya dengan manfaat dan kualitasnya Sikap yang menentukan dalam pembelian sayuran organik Merasa puas setelah membeli sayuran organik
Faktor Pribad	Usia dan Tahap Siklus Hidup	Usia mempengaruhi pola Makan Selera mempengaruhi jenis konsumsi
	Pekerjaan	Pekerjaan mempebgaruhi pola konsumsi Pendapatan mempengaruhi menu makan Skill menentukan agar membeli atau memilih jenis konsumsi
	Kondisi Ekonomi	Situasi ekonomi menentukan dalam memilih atau membeli produk makanan Harga mempengaruhi dalam pembelian produk makanan
	Gaya Hidup	Membeli sayuran organik sebagai gaya hidup Memiliki minat untuk membeli kembali sayuran organik Membeli sayuran organik dapat membantu kesehatan

Pengumpulan data

Metode pengumpulan data yang di gunakan dalam penelitian ini yaitu: (1) Pengamatan langsung dengan cara mempelajari berbagai dokumen penjualan dalam proses pembelian oleh konsumen; (2) Membuat daftar pertanyaan dalam bentuk kuesioner dan wawancara. kuesioner disebarkan kepada 35 orang responden yang merupakan konsumen yang mengkonsumsi produk hortikultura di kebun FTP3 UNIPA. Penelitian ini melakukan screening terlebih dahulu kepada responden dengan memastikan bahwa responden adalah konsumen yang sebelumnya pernah membeli atau mengkonsumsi produk hortikultura.

Metode pengumpulen data yang digunakan yaitu :

1. Kuesioner
2. Studi pustaka

Metode Pengolahan/ Analisis Data

Uji Validitas

Uji validitas ini bertujuan untuk menguji sejauh mana alat ukur dalam ini kuesioner mengukur apa yang hendak diukur. Dengan menggunakan rumus teknik *pearson produk moment*, guna menghitung korelasi antara masing-masing

pertanyaan dengan skor total.

Pengujian statistika mengacu pada

r hitung < r kritis, maka tidak valid

r hitung > r kritis, maka valid

Rumus korelasi pearson product moment (Sanusi 2011)

$$r = \frac{N \sum XY - (\sum X \sum Y)}{\sqrt{[N \sum X^2 - \sum X^2][N \sum Y^2 - \sum Y^2]}}$$

Keterangan:

- r = Koefisien validitas item yang dicari
- X = Nilai yang diperoleh dari subyek dalam setiap item
- Y = Nilai total yang diperoleh dari subyek seluruh item
- $\sum X$ = Jumlah nilai dalam distribusi X
- $\sum Y$ = Jumlah nilai dalam distribusi Y
- N = Jumlah responden

Uji Reliabilitas

Untuk menguji reliabilitas pada penelitian ini digunakan teknik analisis formula Alpha Cronbach's. Rumus Alpha digunakan untuk alternatif jawaban yang lebih dari dua rumus sebagai berikut:

$$r_{11} = \frac{\sigma_b^2}{\sigma_k^2 - 1}$$

Dimana: r_{11} = Nilai Reliabilitas SS i = Jumlah varians skor tiap-tiap item St = Varians total K = banyaknya butir pertanyaan Suatu angket peneliti dikatakan reliable atau handal jika jawaban seseorang terhadap suatu pernyataan atau konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Suatu variable dikatakan reliable jika memiliki Cronbach alpha > 0,6. Untuk mempermudah analisis digunakan aplikasi pengolah data SPSS

Analisis Statistik Deskriptif

Bertujuan untuk mendeskripsikan dan memperoleh gambaran secara mendalam dan objektif mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian produk hortikultura di kebun FTP3 UNIPA. Adapun rumus yang digunakan yaitu:

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{\text{Skor Total Jawaban Responden}}{\text{Skor Tertinggi Responden} \times \text{Jumlah Responden}} \times X$$

Tabulasi

Pengertian tabulasi adalah penyusunan data ke dalam bentuk tabel. Tujuan tabulasi adalah agar data bisa mudah disusun, dijumlah, dan mempermudah penataan data untuk disajikan serta dianalisa. Proses pembuatan tabulasi bisa dilakukan dengan metode tally, menggunakan kartu, maupun menggunakan computer.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

1. Hasil Uji Validitas

Uji validitas instrumen penelitian dapat dinyatakan valid apabila setiap item pertanyaan yang ada pada kuesioner dapat digunakan untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Indikator dalam kuesioner dapat dikatakan valid apabila nilai r hitung hasilnya lebih besar dari r tabel. Jika nilai validitas setiap jawaban yang didapatkan ketika memberikan daftar pertanyaan nilainya lebih besar dari 0,3 maka item pertanyaan tersebut dapat dikatakan valid (Sugiyono, 2016). Uji coba validitas instrumen pada penelitian ini dilakukan dengan analisis Product Moment Pearson, dengan nilai r table sebesar 0,334.

Berdasarkan hasil uji coba validitas variabel Perilaku konsumen dalam keputusan Pembelian Produk Hortikultura di Kebun Praktek UNIPA, dengan variabel Faktor Psikologis, Faktor Kepribadian dan Faktor Sosial dengan sampel 45 menggunakan 23 pertanyaan., hasil pengujian validitas menunjukkan 23 pernyataan telah mencapai kriteria validitas karena koefisien validitas lebih tinggi dari nilai kritis korelasi pearson 0,344.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas X

Variabel	Item Pernyataan	Person Correlation	rtabel (Taraf Siginifikansi 5%)	Ket
Faktor Psikologis	X11	0,586**	0,334	Valid
	X12	0,510**		
	X13	0.667**		
	X14	0,797**		
	X15	0,743**		
	X16	0,661**		
	X17	0,625**		
Faktor Kepribadian	X21	0.520**	0,334	Valid
	X22	0.638**		
	X23	0.730**		
	X24	0.711**		
	X25	0.573**		
	X26	0.577**		
	X27	0.720**		
	X28	0.397*		
	X29	0.617**		
	X21	0.551**		
Faktor Sosial	X31	0.687**	0,334	Valid
	X32	0.636**		
	X33	0.668**		
	X34	0.726**		
	X35	0.843**		
	X36	0.736**		

2. Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas pada suatu instrument penelitian adalah sebuah uji yang digunakan untuk mengetahui apakah suatu kuesioner yang digunakan dalam pengumpulan data penelitian sudah dapat dikatakan reliabel atau tidak. Pada

uji reliabilitas penelitian ini dilakukan dengan menggunakan analisis Alpha Cronbach. Dimana apabila suatu variabel menunjukkan nilai Alpha Cronbach >0,60 maka dapat disimpulkan bahwa variabel tersebut dapat dikatakan reliabel atau konsisten dalam mengukur (Putri, 2015)

Untuk menguji reliabilitas pada penelitian ini digunakan teknik analisis formula Alpha Cronbach's. Suatu angket penelitian ini dikatakan reliable atau handal jika jawaban seseorang terhadap suatu pertanyaan atau konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Suatu variabel dikatakan reliable jika memiliki Cronbach's alpha > 0,6. Berdasarkan hasil uji reliabilitas keputusan Pembelian Produk Hortikultura di Kebun Praktek UNIPA, menunjukan bahwa sebanyak 23 pernyataan dengan Cronbach's alpha sebesar 0,902 yang berarti seluruh item pertanyaan dinyatakan reliabel karena nilai reliabilitas keputusan pembelian adalah $0,902 > 0,6$.

**Reliability
Statistics**

Cronba ch's Alpha	N of Items
.859	23

3. Tabulasi Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam Keputusan Pembelian Produk Hortikultura di Kebun Praktek UNIPA

Setiap keputusan pembelian yang dilakukan oleh para konsumen dipengaruhi oleh beberapa faktor yang terdiri dari Faktor Psikologis, Faktor Kepribadian dan Faktor Sosial.

Tabel 3. Tabulasi Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam Keputusan Pembelian Produk Hortikultura

Variabel	Pernyataan	Tanggapan Responden (%)	Rata-rata Per Indikator (%)
Faktor Psikologis	Memiliki motivasi dalam pembelian sayuran organik	98,3%	89,82
	Merupakan suatu kebutuhan membeli sayuran organik	84,5%	
	Melakukan evaluasi dalam pembelian sayuran organik	79,4%	
	Memilih untuk membeli sayuran organik	90,2%	
	Mengetahui dengan baik informasi mengenai kualitas produk organik	90,2%	
	Membeli produk organik karena sudah percaya dengan manfaat dan kualitasnya	91,4%	
	Merasa puas setelah membeli sayuran organik	94,8%	

Berdasarkan hasil penelitian diatas dapat diketahui bahwa nilai tanggapan responden terbesar untuk faktor Psikologis pada setiap pernyataan adalah sebesar 89,82% . Berdasarkan jawaban responden yang maka mereka akan Merasa puas

setelah membeli sayuran organik sebesar 98,3 %. Membutuhkan makanan yang sehat secara organik bagi kebutuhan konsumsi keluarganya.

Sayuran terlebih sayuran organik sangat bermanfaat bagi kesehatan tubuh, hal ini sejalan dengan pendapat (Mudiarti and Amaliah, 2013). Buah dan sayur merupakan bahan makanan nabati yang berasal dari tumbuh- tumbuhan. Secara botani, buah adalah bagian dari tumbuhan yang mengandung biji. Buah memiliki kandungan zat gizi yang cukup lengkap seperti protein lemak dan karbohidrat, yang jumlahnya relatif kecil. Sedangkan, Sayuran didefinisikan sebagai bagian dari tanaman yang dapat dikonsumsi untuk memenuhi kebutuhan gizi pada tubuh. Secara ilmiah, buah dan sayur merupakan sumber vitamin dan mineral serta serat. Kandungan vitamin, mineral dan serat yang terdapat dalam buah dan sayur berfungsi sebagai zat pengatur untuk mencegah terjadinya defisiensi vitamin dan mencegah terjadinya berbagai gejala penyakit seperti sembelit, anemia, penurunan fungsi mata, penurunan sistem imun, dan mencegah munculnya senyawa radikal melalui anti oksidan.

Variabel	Pernyataan	Tanggapan Responden (%)	Rata-rata Per Indikator (%)
Faktor Kepribadian	Usia mempengaruhi pola Makan	78,8%	79,79
	Selera mempengaruhi jenis konsumsi	82,8%	
	Pekerjaan mempengaruhi pola konsumsi	80%	
	Pendapatan mempengaruhi menu makan	82,2%	
	Skill menentukan agar membeli atau memilih jenis konsumsi	80%	
	Situasi ekonomi menentukan dalam memilih atau membeli produk makanan	84%	
	Harga mempengaruhi dalam pembelian produk makanan	79,4%	
	Membeli sayuran organik sebagai gaya hidup	58,8%	
	Memiliki minat untuk membeli Kembali sayuran organik	81,7%	
	Membeli sayuran organik dapat membantu Kesehatan	90,2%	

Berdasarkan hasil penelitian diatas dapat diketahui bahwa nilai tanggapan responden terbesar untuk faktor Kepribadian pada setiap pernyataan adalah sebesar 79,79% Berdasarkan jawaban responden maka mereka akan memilih untuk membeli dan mmengkonsumsi sayuran untuk memenuhi kebutuhan konsumsinya, selain harga yang murah juga mudah dijangkau

Nilai tanggapan responden terbesar berada pada pernyataan Membeli sayuran organik dapat membantu Kesehatan sebesar 90,2%. Dilihat dari responden yang sudah Membeli sayuran organik dapat membantu Kesehatansesuai dengan banyak kajian yang menyatakan bahwa konsumsi sayur dan buah berperan dalam menjaga dan mengendalikan tekanan darah, kadar gula dan kolesterol darah. Konsumsi sayur dan buah yang cukup juga mampu menurunkan risiko sulit buang air besar (sembelit) dan kegemukan. Hal ini

menunjukkan bahwa konsumsi sayur dan buah yang cukup turut berperan dalam pencegahan penyakit tidak menular kronis (Kemenkes RI, 2014). Selain itu, kandungan vitamin dan mineral yang terdapat dalam buah dan sayur berfungsi sebagai zat pengatur untuk mencegah terjadinya defisiensi vitamin dan mencegah terjadinya berbagai gejala penyakit seperti sembelit, anemia, penurunan fungsi mata, penurunan sistem imun, dan mencegah munculnya senyawa radikal melalui antioksidan. Vitamin merupakan zat gizi mikro yang tidak dapat diproduksi oleh tubuh sehingga harus diperoleh dari makanan. Sumber makanan yang tinggi akan vitamin adalah buah dan sayuran yang berwarna hijau, kuning, merah, oranye, coklat, ungu, dan lain-lain (Pakar Gizi Indonesia, 2017).

Variabel	Pernyataan	Tanggapan Responden (%)	Rata-rata Per Indikator (%)
Faktor Sosial	Membeli produk hortikultura organik, karena diberitahu teman	62,8%	74,31
	Mengetahui manfaat produk hortikultura organik dari teman dan media	68,5%	
	Keluarga selalu membeli produk hortikultura organik	74,8%	
	Himbauan dari anggota keluarga untuk konsumsi produk hortikultura organik	76,5%	
	Hidup sehat dengan konsumsi hortikultura organik	82,8%	
	Partisipasi dalam konsumsi sayuran sehat organik	80,5%	
	Membeli produk hortikultura organik, karena diberitahu teman	62,8%	
	Mengetahui manfaat produk hortikultura organik dari teman dan media	68,5%	
	Keluarga selalu membeli produk hortikultura organik	74,8%	
	Himbauan dari anggota keluarga untuk konsumsi produk hortikultura organik	76,5%	

Berdasarkan hasil penelitian diatas dapat diketahui bahwa nilai tanggapan responden terbesar untuk faktor Sosial pada setiap pernyataan adalah sebesar 74,31% Berdasarkan jawaban responden yang maka mereka akan memilih untuk Hidup sehat dengan konsumsi hortikultura organik

Nilai tanggapan responden terbesar berada pada pernyataan Hidup sehat dengan konsumsi hortikultura organik sebesar 82,8%. Dilihat dari responden yang sudah Membeli sayuran organik dapat membantu Hidup sehat sesuai dengan banyak kajian yang menyatakan bahwa kesadaran masyarakat akan pentingnya mengkonsumsi bahan pangan organik (sayuran organik) semakin meningkat, sehingga sayuran organik merupakan salah satu dari jenis tanaman organik yang perlu mendapat perhatian dalam pengembangannya. Potensi produksi, pasar dan permintaan komoditas ini sangat besar, karena itu perlu dimanfaatkan dan dikelola secara baik dan ramah lingkungan (Kementrian Pertanian Direktorat Jenderal Hortikultura, 2011).

Sayuran organik bersifat ramah lingkungan dan bermanfaat bagi kesehatan tubuh juga lebih kepada konsep alam (back to nature). Budidaya pertanian yang dilakukan tanpa menggunakan pupuk dan pestisida kimia. Hal tersebut membuat sayuran organik bebas dari residu kimia sehingga layak dikonsumsi dan menyehatkan. Menurut Prestilia (2012) dalam tesisnya menyebutkan bahwa sayuran organik dibudidayakan secara alami maka sayuran tersebut mengandung berbagai keunggulan dibandingkan dengan sayuran non organik. Salah satu keunggulan dari sayuran organik adalah aman dari residu bahan kimia, sehingga dapat menunjang kesehatan.

KESIMPULAN

Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam keputusan pembelian produk hortikultura di kebun fakultas teknologi pangan, pertanian dan perikanan universitas nusa nipa maumere ada 3 faktor yaitu faktor psikologis, faktor kepribadian dan faktor social. Berdasarkan hasil penelitian diatas dapat diketahui bahwa nilai tanggapan responden terbesar untuk faktor Psikologis pada setiap pernyataan adalah sebesar 89,82%. Berdasarkan jawaban responden, yaitu: mereka akan merasa puas setelah membeli sayuran organik (sebesar 98,3%). Hal ini disebabkan oleh konsumen membutuhkan makanan yang sehat secara organik bagi kebutuhan konsumsi keluarganya

DAFTAR PUSTAKA

- Basu Swastha. 2008. *Manajemen Pemasaran Modern*. Edisi 2. Yogyakarta: Liberty-Yogyakarta.
- Budihartono. 2010. *Perilaku Konsumen dalam Pembelian Bakso di Malang*. *Bulwitin Peternakan*. Vol. 35(2); 137-142. Fakultas Peternakan Unveritas Brawijaya.
- Dirjen Hortikultura. 2013. *Kinerja Pembangunan Sistem dan Usaha Agribisnis Hortikultura 2012*. Departemen Pertanian. Direktorat Jenderal Bima Produksi Hortikultura. Jakarta
- Edy, Sutrisno. 2006. *Manajemen Sumberdaya Manusia*. Jakarta: Kencana
- Engel etal. 2010. *Perilaku Konsumen*. Edisi Keeneam. Jilid 1. Jakarta : Bina rupa Aksara
- Khasanah Mualimatul. 2016. *Faktor yang Mempengaruhi Konsumen dalam Pengambilan keputusan Pembelian Baju Muslim Sofie Fashion Semarang*. Semarang: Universitas Islam Negeri Walisongo.
- Kotler & Keller. 2006. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12 jilid 1, Terjemahan (Molan Benyamin). Indonesia: PT. Indeks.
- Kotler.2009. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian*. Jakarta: Erlangga
- Machfoedz. 2005. *Kewirausahaan: Metode, Manajemen dan Implementasi*. Yogyakarta. BPEE-Yogakarta.
- Raharja Prathama dan Mandala Manurung. 2001. *Teori Ekonomi Makro*. Fakultas Ekonomi. Universitas Indonesia. 2001.
- Schiffman dan Kanuk. 2000. *Perilaku Konsumen*. Edisi Kedua. Jakarta: PT. Indeks Gramedia
- Sopiah.2013.*Perilaku Konsumen*. Yogyakarta. And