

TESIS

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KEPUTUSAN PEMBELIAN SAYURAN HIDROPONIK
DI KOTA PANGKALPINANG**

***ANALYSIS OF FACTORS INFLUENCING THE PURCHASE
DECISION OF HYDROPONIC VEGETABLE IN
PANGKALPINANG CITY***



DEWA AYU GIANINA REKA

NIM 05022682226003

PROGRAM STUDI MAGISTER AGRIBISNIS

FAKULTAS PERTANIAN

UNIVERSITAS SRIWIJAYA

2025

SUMMARY

DEWA AYU GIANINA REKA, Analysis of Factors Influencing the Purchase Decision of Hydroponic Vegetables in Pangkalpinang City (Supervised by **MUHAMMAD YAMIN** and **SELLY OKTARINA**)

The rapid growth of the world's population has driven urban expansion, including in Pangkalpinang, influencing an increasingly practical and health-conscious lifestyle. Hydroponic innovation has emerged as a solution to meet the demand for fresh vegetables amid limited land availability, aligning with the growing interest of urban consumers for healthy and high-quality products. This study focuses on consumer behavior by analyzing demographic characteristics, as well as socioeconomic, psychological, and marketing factors influencing purchasing decisions, along with marketing strategies to enhance sales. Using a quantitative research method, data were collected through questionnaires distributed to 170 respondents. The data were analyzed using the Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) method to identify the factors that influence purchasing decisions. The results indicate that most consumers are women working in the private sector, with a bachelor's degree, earning between Rp 4,000,000 and Rp 6,000,000, aged in their late teens (17-25 years), married, and residing in Gabek District. The factors directly and significantly influence the decision to purchase hydroponic vegetables are perception, attitude, product, and income. Meanwhile, motivation and price do not have an effect. However, price has a significant impact on indirect effect through intervening perception. The marketing formulation is based on the results of factor analysis and tailored to consumer characteristics, adopting an approach centered on price, product, income, perception, and attitude.

Key words: consumer behavior, hydroponic, influential factors, marketing strategy, PLS-SEM, purchase decision

RINGKASAN

DEWA AYU GIANINA REKA, Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Sayuran Hidroponik di Kota Pangkalpinang (Dibimbing oleh **MUHAMMAD YAMIN** dan **SELLY OKTARINA**)

Pesatnya pertumbuhan penduduk dunia mendorong perluasan wilayah perkotaan, termasuk di Kota Pangkalpinang yang memengaruhi gaya hidup masyarakat menjadi semakin praktis serta sadar kesehatan. Inovasi hidroponik hadir sebagai solusi untuk memenuhi kebutuhan sayuran segar di tengah keterbatasan lahan, sejalan dengan meningkatnya minat konsumen perkotaan terhadap produk sehat dan berkualitas tinggi. Penelitian ini berfokus pada perilaku konsumen melalui analisis karakteristik demografi, faktor psikologi, sosial ekonomi, dan stimulus pemasaran terhadap keputusan pembelian, serta strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan. Menggunakan metode penelitian kuantitatif, data dikumpulkan melalui kuesioner yang didistribusikan kepada 170 responden. Data dianalisis menggunakan metode *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) untuk mengetahui faktor berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa karakteristik konsumen mayoritas adalah perempuan yang bekerja di sektor swasta, berpendidikan sarjana, berpenghasilan Rp 4.000.000 – Rp 6.000.000, berusia remaja akhir (17-25 tahun), berstatus menikah, dan berdomisili di Kecamatan Gabek. Faktor yang secara langsung berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sayuran hidroponik adalah persepsi, sikap, produk dan pendapatan. Sementara itu, faktor motivasi dan harga tidak berpengaruh. Akan tetapi, harga menjadi berpengaruh pada hubungan tidak langsung melalui intervening persepsi. Strategi pemasaran dirancang untuk menciptakan citra produk menarik dan meraih perhatian konsumen potensial. Perumusan pemasaran didasarkan pada hasil analisis faktor dan disesuaikan dengan karakteristik konsumen, sehingga pendekatan berbasis harga, produk, pendapatan, persepsi, dan sikap.

Kata kunci: faktor berpengaruh, hidroponik, keputusan pembelian, perilaku konsumen, PLS SEM, strategi pemasaran

TESIS

**ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
PEMBELIAN SAYURAN HIDROPONIK
DI KOTA PANGKALPINANG**

**Diajukan Sebagai Syarat Untuk Mendapatkan Gelar Magister Sains
Pada Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya**



Dewa Ayu Gianina Reka

NIM 05022682226003

**PROGRAM STUDI MAGISTER AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
2025**

HALAMAN PENGESAHAN

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
PEMBELIAN SAYURAN HIDROPONIK DI KOTA PANGKALPINANG

TESIS

Sebagai Syarat Untuk Mendapatkan Gelar Magister Sains
Pada Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya

Oleh:

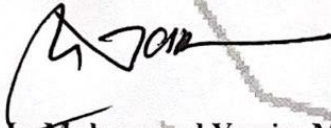
Dewa Ayu Gianina Reka

05022682226003

Palembang, Januari 2025

Dosen Pembimbing I


Dosen Pembimbing II


Dr. Ir. Muhammad Yamin, M.P
NIP 196609031993031001


Dr. Selly Oktarina, S.P., M.Si
NIP 197810152001122001

Mengetahui,

Dekan Fakultas Pertanian,




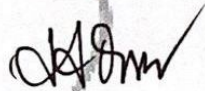

Prof. Dr. Ir. A. Muslim, M.Agr
NIP 196412291990011001



HALAMAN PERSETUJUAN

Tesis dengan Judul “Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Sayuran Hidroponik di Kota Pangkalpinang” Oleh Dewa Ayu Gianina Reka telah dipertahankan di hadapan Komisi Penguji pada Tanggal 13 Desember 2024 dan telah diperbaiki sesuai saran dan masukan dari Komisi Penguji.

Komisi Penguji

1. Dr. Ir. Muhammad Yamin, M.P
NIP 196609031993031001 Ketua ()
2. Dr. Selly Oktarina, S.P., M.Si
NIP 197810152001122001 Sekretaris ()
3. Ir. Mirza Antoni, M.Si., Ph.D
NIP 196607071993121001 Anggota ()
4. Dr. Dessy Adriani, S.P., M.Si
NIP 197412262001122001 Anggota ()

Palembang, Januari 2025

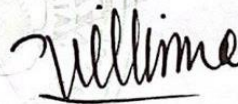
Mengetahui,

Dekan Fakultas Pertanian
Universitas Sriwijaya



Prof. Dr. Ir. A. Muslim, M.Agr
NIP 196412291990011001

Koordinator
Wakil Dekan Bidang Akademik



Prof. Ir. Filli Pratama, M.Sc. (Hons.), Ph.D.
NIP 196609031993031001

PERNYATAAN INTEGRITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Dewa Ayu Gianina Reka
NIM : 05022682226003
Judul Tesis : Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Sayuran Hidroponik di Kota Pangkalpinang

Menyatakan bahwa semua data dan informasi yang dimuat dalam Tesis ini merupakan hasil penelitian saya di bawah pengawasan pembimbing, kecuali yang dengan jelas sumbernya. Apabila di kemudian hari ditemukan adanya unsur plagiat dalam laporan Tesis ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik dari Universitas Sriwijaya sesuai dengan aturan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak mendapatkan paksaan dari pihak manapun.



Palembang, Januari 2025



Dewa Ayu Gianina Reka
NIM 05022682226003

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Dewa Ayu Gianina Reka
NIM : 05022682226003
Judul Tesis : Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Sayuran Hidroponik di Kota Pangkalpinang

Memberikan izin kepada pembimbing dan Universitas Sriwijaya untuk mempublikasikan hasil penelitian saya untuk kepentingan akademik. Apabila dalam waktu 1 (satu) tahun tidak dipublikasikan karya penelitian saya, maka dalam kasus ini saya setuju untuk menempatkan pembimbing selaku penulis korespondensi.

Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak mendapatkan paksaan dari pihak manapun.

Palembang, Januari 2025

Yang membuat pernyataan



Dewa Ayu Gianina Reka

RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan di Bangka pada tanggal 15 Januari 1999, merupakan anak pertama dari tiga bersaudara dari pasangan Aris Wardoyo dan Eka Samil. Penulis telah menyelesaikan pendidikan Sekolah Dasar di SD Negeri 2 Baturusa pada tahun 2011, Sekolah Menengah Pertama di SMP Negeri 2 Sungailiat pada tahun 2014, dan Sekolah Menengah Atas di SMA Negeri 1 Pangkalpinang pada tahun 2017.

Penulis menempuh pendidikan tinggi sebagai mahasiswa baru di Politeknik Pembangunan Pertanian Bogor pada Tahun 2017 yang merupakan Sekolah Tinggi Kedinasan di bawah Kementerian Pertanian dan Badan Penyuluhan Pengembangan Sumber Daya Manusia Pertanian. Penulis menyelesaikan pendidikan Diploma IV (D-IV) pada tahun 2021. Selanjutnya penulis melanjutkan pendidikan di Pasca Sarjana di Universitas Sriwijaya pada Program Studi Agribisnis BKU Manajemen Agribisnis Pangan dan Hortikultura pada tahun 2022. Saat ini menjalani tugas akhir penelitian tesis untuk menyelesaikan pendidikan magister dengan judul Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Sayuran Hidroponik di Kota Pangkalpinang.

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah Subhanahu Wa Ta 'ala yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya kepada penulis untuk menyusun dan menyelesaikan Tesis berjudul "Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Sayuran Hidroponik di Kota Pangkalpinang". Tesis ini dilakukan sebagai bukti akademis dalam menyelesaikan semester akhir pada Program Studi Magister Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih sedalam-dalamnya kepada semua pihak yang telah membantu proses penyusunan tesis. Ucapan ini penulis sampaikan kepada yang terhormat:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. A. Muslim, M.Agr. sebagai Dekan Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya.
2. Bapak Dr. Ir. Muhammad Yamin, M.P. sebagai Koordinator Program Studi Magister Agribisnis dan selaku pembimbing pertama yang telah memberikan arahan, masukan, maupun dukungan selama penyusunan Tesis.
3. Ibu Dr. Selly Oktarina, S.P., M.Si. sebagai pembimbing kedua yang telah memberikan arahan, pandangan, bimbingan, waktu, serta dukungan kepada penulis untuk menghasilkan Tesis lebih baik.
4. Bapak Ir. Mirza Antoni, M.Si., Ph.D. dan Ibu Dr. Dessy Adriani, S.P., M.Si selaku penguji yang telah memberikan ulasan serta masukan sehingga tesis tersaji sangat baik.
5. Kedua orang tua penulis, Ayah Aris Wardoyo dan Ibu Eka Samil, yang selalu mendukung moril dan materiil serta mendoakan penulis sampai saat ini sehingga mampu menyelesaikan pendidikan Magister Agribisnis.
6. Kedua saudara kandung, Dewa Rizqi dan Malikdewa Btara yang telah memberikan dukungan serta doa terbaiknya.
7. Nyai Ida Farida, Om Ari, Tante Satri, Om Iwan, Cicik Maretha, Cicik Lia, Om Taufik, adik-adik sepupu Akhtar, Adit, Aksa, dan Wak Zulaila, serta keluarga Palembang lainnya yang telah menjadi rumah ternyaman bagi penulis dalam menyelesaikan Tesis ini.
8. Dinas Bidang Ketahanan Pangan dan Pertanian Kota Pangkalpinang, terutama Ibu Yiyi Zilaida Dwitri, S.P. dan Ibu Dwi Astuti, S.TP yang telah memberikan

izin meneliti di wilayah binaan serta data-data potensi hidroponik di Kota Pangkalpinang.

9. Penyuluh lapangan Kota Pangkalpinang, Ibu Elike Marlina, S.P., Bapak Totok Haryono, S.Tr.Pt, Bapak Machmud S.Tr.Pt, Ibu Pebriyanti S.P., Ibu Maulati S.P., Bapak Rosmin Mulyadi, S.Pt, dan Bapak Sadiman Komar, S.ST., yang telah banyak membantu penulis selama mengumpulkan data usaha hidroponik hingga terhubung dengan banyak pelaku usaha suportif.
10. Ketua dan seluruh anggota KWT di Kota Pangkalpinang, KWT Kemuning, Pasgar Indah, Salemba Asri, Cempaka Putih, Wijaya Kusuma, Daun Salam, Anyelir, Belinjo, dan Karang Taruna Bhakti Seru yang telah menerima penulis dengan sangat baik sehingga mampu bertukar ilmu dan informasi terkait perkembangan hidroponik di Kota Pangkalpinang.
11. Sahabat-sahabat penulis, Delfia Fansyah dan Rizki Ramadhania yang terus berbagi canda tawa dan semangat hingga penyelesaian pendidikan magister ini dapat diselesaikan dengan baik. Selain itu Ilvia Ririyani yang telah memberikan dukungan cinta dan kasih dari Tasikmalaya.
12. Para responden yang telah meluangkan waktu untuk memberikan pendapatnya terhadap keputusan membeli sayuran hidroponik di Kota Pangkalpinang.
13. Rekan-rekan Program Magister Agribisnis, Universitas Sriwijaya yang telah menemani masa perkuliahan selama ini.

Penulis menyadari bahwa tesis ini masih memiliki kekurangan akibat keterbatasan ilmu dan kemampuan. Oleh karena itu, kritik serta saran yang membangun sangat diharapkan untuk menyempurnakannya. Semoga Allah Subhanahu Wa Ta'ala senantiasa melimpahkan keberkahan dan pahala kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan. Akhir kata, dengan mengharap rahmat-Nya, semoga tesis ini dapat memberikan manfaat bagi banyak pihak.

Palembang, Januari 2025

Penulis,

Dewa Ayu Gianina Reka

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL.....	v
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	9
1.3. Tujuan Penelitian.....	10
1.4. Manfaat Penelitian	10
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1. Sistem Pertanian Hidroponik	11
2.2. Perilaku Konsumen	14
2.3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen	18
2.3.1. Model Stimulus Pemasaran pada Respons	19
2.3.2. Lingkungan Ekonomi Konsumen	22
2.3.3. Psikologi Konsumen.....	23
2.3.4. Keputusan Pembelian	25
2.4. <i>Partial Least Square Structural Equation Modelling (PLS-SEM)</i>	26
2.5. Strategi Pemasaran	32
2.6. Penelitian Terdahulu.....	34
2.7. Model Pendekatan	44
2.8. Hipotesis.....	45
2.9. Batasan Operasional.....	46
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN.....	49
3.1. Lokasi dan Waktu Penelitian	49
3.2. Metode Penelitian.....	49
3.3. Metode Penarikan Contoh.....	50
3.4. Metode Pengumpulan Data	52
3.5. Metode Pengolahan Data	52
3.5.1. Metode Analisis Rumusan Masalah Pertama.....	53
3.5.2. Metode Analisis Rumusan Masalah Kedua	54
3.5.3. Metode Analisis Rumusan Masalah Ketiga	56
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN	57

4.1. Keadaan Umum Wilayah Penelitian	57
4.1.1. Letak Geografis dan Wilayah Administrasi	57
4.1.2. Topografi dan Iklim	59
4.1.3. Kependudukan	61
4.1.4. Kondisi dan Potensi Bidang Pertanian.....	63
4.2. Potensi Pertanian Hidroponik Kota Pangkalpinang	65
4.3. Karakteristik Konsumen Sayuran Hidroponik	71
4.3.1. Karakteristik Konsumen Kategori Jenis Kelamin	71
4.3.2. Karakteristik Konsumen Kategori Usia.....	72
4.3.3. Karakteristik Konsumen Kategori Domisili	74
4.3.4. Karakteristik Konsumen Kategori Pendidikan	75
4.3.5. Karakteristik Konsumen Kategori Status Pernikahan	76
4.3.6. Karakteristik Konsumen Kategori Pekerjaan	77
4.3.7. Karakteristik Konsumen Kategori Pendapatan.....	78
4.3.8. Karakteristik Konsumen Kategori Frekuensi Pembelian.....	80
4.4. Evaluasi Pengukuran Model Konstruk (<i>Outer Model</i>).....	81
4.4.1. Validitas Konvergen (<i>Convergent Validity</i>)	81
4.4.2. Validitas Diskriminan (<i>Discriminant Validity</i>)	87
4.5. Faktor-faktor yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Sayuran Hidroponik	90
4.5.1. Evaluasi Pengukuran Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	91
4.5.2. Motivasi Terhadap Keputusan Pembelian Sayuran Hidroponik.....	93
4.5.3. Persepsi Terhadap Keputusan Pembelian Sayuran Hidroponik.....	94
4.5.4. Sikap Terhadap Keputusan Pembelian Sayuran Hidroponik	95
4.5.5. Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sayuran Hidroponik.....	96
4.5.6. Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sayuran Hidroponik.....	96
4.5.7. Pendapatan Terhadap Keputusan Pembelian Sayuran Hidroponik.....	97
4.5.8. Kekuatan Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	98
4.5.9. Analisis Jalur Sederhana Faktor Mempengaruhi Keputusan Pembelian	100
4.6. Strategi Pemasaran Sayuran Hidroponik Kota Pangkalpinang	101
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN.....	106
5.1. Kesimpulan	106
5.2. Saran.....	106
DAFTAR PUSTAKA.....	107
LAMPIRAN.....	113

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. Proyeksi Pertumbuhan Penduduk di Indonesia Tahun 2010-2035.....	1
Tabel 1.2. Proyeksi Laju Pertumbuhan Penduduk di Indonesia Tahun 2010-2035.....	2
Tabel 1.3. Data Persebaran Modul Hidroponik KWT di Kota Pangkalpinang 2023	6
Tabel 1.4. Rata-rata Konsumsi Sayuran (Per Hari) Wilayah Kota Pangkalpinang	7
Tabel 2.1. Perkembangan Materi Perilaku Konsumen oleh Kotler dan Keller Tahun ...	16
Tabel 2.2. Keunggulan Analisis Berdasarkan buku A Primer on PLS SEM.....	28
Tabel 2.3. Batas Minimal dari Kategori Pengukuran.....	30
Tabel 2.4. Ringkasan Pemetaan Penelitian Terdahulu	40
Tabel 3.1. Populasi dan Sampel Penelitian	50
Tabel 3.2. Konstruk Penelitian untuk PLS SEM.....	51
Tabel 3.3. Definisi Operasional Karakteristik Responden	53
Tabel 3.4. Definisi Operasional Faktor-faktor Mempengaruhi Keputusan Pembelian ...	54
Tabel 4.1. Rincian Kelurahan Menurut Kecamatan di Kota Pangkalpinang.....	58
Tabel 4.2. Batas Wilayah Administrasi Kota Pangkalpinang.....	59
Tabel 4.3. Kelas Lereng Kota Pangkalpinang.....	59
Tabel 4.4. Persebaran Kependudukan Kota Pangkalpinang.....	62
Tabel 4.5. Produksi Tanaman Sayuran dan Biofarmaka Kota Pangkalpinang (Kuintal)	64
Tabel 4.6. Jumlah Modul Hidroponik di Kota Pangkalpinang.....	66
Tabel 4.7. KWT Pilihan Sebagai Sumber Data.....	68
Tabel 4.8. Perkiraan Produksi Sayuran KWT di Kota Pangkalpinang 2023 (Kg)	69
Tabel 4.9. Karakteristik Responden Kategori Jenis Kelamin.....	71
Tabel 4.10. Karakteristik Responden Kategori Usia	72
Tabel 4.11. Karakteristik Responden Kategori Domisili	74
Tabel 4.12. Karakteristik Responden Kategori Pendidikan	75
Tabel 4.13. Karakteristik Responden Kategori Status Pernikahan.....	76
Tabel 4.14. Karakteristik Responden Kategori Pekerjaan	77
Tabel 4.15. Karakteristik Responden Kategori Pendapatan	79
Tabel 4.16. Frekuensi Pembelian Sayuran Hidroponik di Kota Pangkalpinang	80
Tabel 4.17. Variabel Laten dan Indikator sebagai Konstruk Data.....	82
Tabel 4.18. Nilai <i>Loading Factor</i>	84
Tabel 4.19. Nilai Reliabilitas (<i>Construct Reliability</i>).....	86

Tabel 4.20. Nilai <i>Average Variance Extracted</i> (AVE) sebagai Validitas Konvergen	86
Tabel 4.21. Kriteria <i>Fornell Lacker</i>	87
Tabel 4.22. Nilai <i>Cross Loadings</i>	88
Tabel 4.23. Nilai <i>Heterotrait-Monotrait</i> (HTMT).....	90
Tabel 4.24. Hubungan Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	92
Tabel 4.25. Uji Kekuatan Model.....	98

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Grafik Proyeksi Pertumbuhan Penduduk Indonesia Tahun 2010-2035.....	3
Gambar 1.2. Perbandingan Penduduk Perdesaan dan Perkotaan Tahun 1955-2023.....	4
Gambar 1.3 Data Konsumsi Pangan Nasional Indonesia Tahun 2019-2023	5
Gambar 2.1 Sistem <i>Nutrient Film Technique</i> (NFT) Pada Hidroponik	12
Gambar 2.2 Model Perilaku Konsumen Berdasarkan Teori Kotler dan Keller.....	18
Gambar 2.3 Bauran Pemasaran Berdasarkan Buku Pemasaran Kotler dan Keller	20
Gambar 2.4 Strategi dan Taktik dalam Pemasaran Berdasarkan Kotler dan Keller.....	21
Gambar 2.5 Contoh Model Struktural (Sumber: Hair et al., (2022))	29
Gambar 2.6. Model Pendekatan Penelitian	45
Gambar 4.1 Peta Wilayah Kota Pangkalpinang	57
Gambar 4.2 Sebaran Penduduk di Kecamatan, Kota Pangkalpinang	61
Gambar 4.3 Perbandingan Jenis Kelamin Penduduk Menurut Kelompok Umur	63
Gambar 4.4 Peta Persebaran KWT Kota Pangkalpinang 2023	66
Gambar 4.5 Model Konstruksi Orisinal Sebelum Proses Evaluasi	83
Gambar 4.6 Model Konstruksi Setelah <i>Outer Loading</i>	85
Gambar 4.7. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Sayuran Hidroponik Kota Pangkalpinang	91
Gambar 4.8. Model Sederhana Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Sayuran Hidroponik Kota Pangkalpinang.....	100

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Karakteristik Konsumen di Kota Pangkalpinang	113
Lampiran 2. Data Responden; Konsumen Sayuran Hidroponik di Kota Pangkalpinang ..	115
Lampiran 3. Data Responden Terhadap Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Sayuran Hidroponik di Kota Pangkalpinang	122
Lampiran 4. Hubungan Langsung <i>Path Coefficients</i>	130
Lampiran 5. Hubungan Tidak Langsung <i>Specific Indirect Effects</i>	131
Lampiran 6. Uji Model <i>R Square</i>	131
Lampiran 7. Uji Model <i>f Square</i>	132
Lampiran 8. Uji Model <i>Q Square (Construct Cross validated Redundancy)</i>	132
Lampiran 9. Uji Model <i>Fit Summary</i>	132
Lampiran 10. Nilai <i>Outer Loading</i>	133
Lampiran 11. <i>Construct Reliability and Validity</i>	134
Lampiran 12. Validitas Diskriminan <i>Fornell-Larcker Criterion</i>	134
Lampiran 13. Validitas Diskriminan <i>Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT)</i>	134
Lampiran 14. Nilai <i>Cross Loading</i>	135
Lampiran 15. Dokumentasi Kegiatan	137
Lampiran 16. Kuesioner Penelitian.....	140

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pertumbuhan penduduk menjadi isu global yang tidak dapat dipungkiri saat ini. Divisi Populasi Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) memperkirakan populasi dunia telah melampaui 8 miliar orang di akhir tahun 2022. Data penduduk dari tahun ke tahun terus diperbaharui sebagai cakupan pencatatan guna perencanaan pembangunan dan pengambilan kebijakan. Di Indonesia sendiri, pertumbuhan penduduk berada dalam grafik naik menggambarkan negara yang berkontribusi terhadap penambahan populasi dunia. Berikut proyeksi jumlah penduduk Indonesia perhitungan tahun 2010-2035.

Tabel 1.1. Proyeksi Pertumbuhan Penduduk di Indonesia Tahun 2010-2035 (Dalam Ribuan)

Provinsi	Tahun					
	2010	2015	2020	2025	2030	2035
Pulau Sumatera	50860,3	55272,9	59337,1	62898,6	65938,3	68500,0
Pulau Jawa	137033,3	145143,6	152449,9	158738,0	163754,8	167325,6
Bali dan Kep. Nusa Tenggara	13129,7	14108,5	15047,8	15932,4	16751,4	17495,7
Pulau Kalimantan	13850,9	15343,0	16769,7	18082,6	19264,0	20318,1
Pulau Sulawesi	17437,1	18724,0	19934,0	21019,8	21953,5	22732,0
Kep. Maluku	2585,2	2848,8	3110,7	3363,7	3603,6	3831,4
Pulau Papua	3622,3	4020,9	4417,2	4793,9	5139,5	5449,6
Indonesia	238518,8	255461,7	271066,4	284829,0	296405,1	305652,4

Sumber: BPS dan Bappenas (2022)

Hasil proyeksi dikeluarkan oleh Badan Perencanaan Pembangunan Nasional (Bappenas) menunjukkan bahwa jumlah penduduk Indonesia selama dua puluh lima

tahun (2010-2035) mendatang terus meningkat yaitu dari angka 238,5 juta menjadi 305,6 juta (Tabel 1.1). Walaupun demikian, pertumbuhan rata-rata per tahun penduduk Indonesia selama periode 2010-2035 menunjukkan kecenderungan terus menurun. Pada periode 2010-2015 hingga 2030-2035 laju pertumbuhan penduduk turun dari 1,38 persen menjadi 0,62 persen per tahun (Tabel 1.2). Tingkat laju pertumbuhan penduduk ini diakibatkan oleh kelahiran lebih cepat daripada tingkat penurunan karena kematian (Bappenas, 2020).

Tabel 1.2. Proyeksi Laju Pertumbuhan Penduduk di Indonesia Tahun 2010-2035 (Dalam Ribuan)

Provinsi	Tahun				
	2010-2015	2015-2020	2020-2025	2025-2030	2030-2035
Pulau Sumatera	1,68	1,43	1,17	0,95	0,77
Pulau Jawa	1,16	0,99	0,81	0,62	0,43
Bali dan Kep. Nusa Tenggara	1,45	1,30	1,15	1,01	0,87
Pulau Kalimantan	2,07	1,79	1,52	1,27	1,07
Pulau Sulawesi	1,43	1,26	1,07	0,87	0,70
Kep. Maluku	1,96	1,77	1,58	1,39	1,23
Pulau Papua	2,11	1,90	1,65	1,40	1,18
Indonesia	1,38	1,19	1,00	0,80	0,62

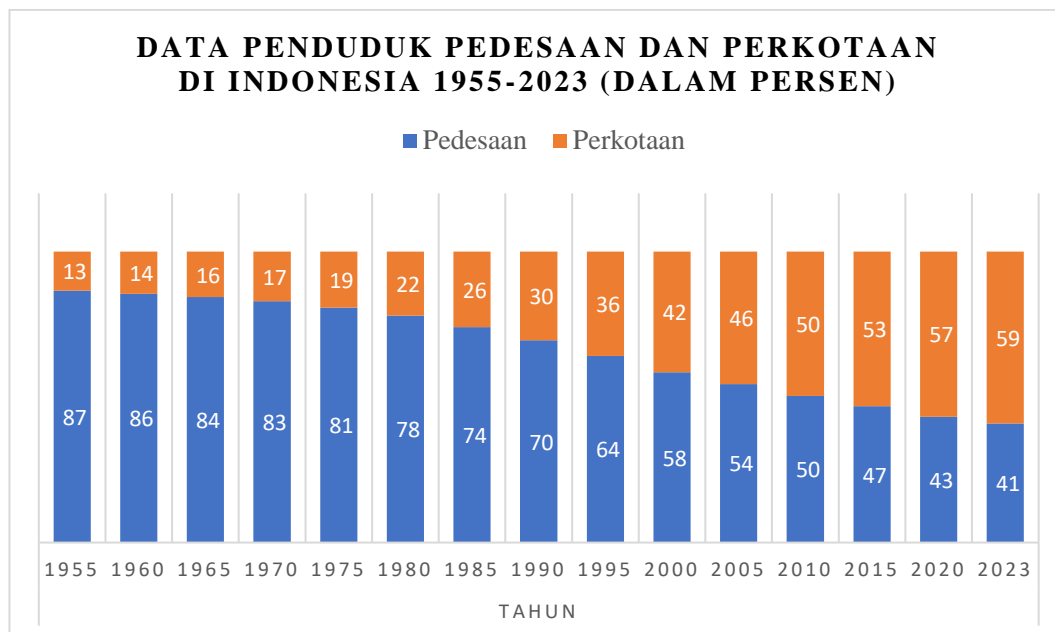
Sumber: BPS dan Bappenas (2022)

Proyeksi yang menggambarkan keadaan penduduk di Pulau-pulau Besar Indonesia ini dikenal dengan persebaran masyarakat dari Sabang sampai Merauke. Jika digambarkan pada bentuk grafik (Gambar 1.1.), maka akan terlihat perbandingan proyeksi pertumbuhan penduduk dan laju pertumbuhan yang melambat tersebut selama periode 2010-2035. Berdasarkan pernyataan Kepala BPS, Dr. Suhariyanto, salah satu penyebab laju pertumbuhan penduduk Indonesia menurun yaitu kebijakan pemerintah dalam program Keluarga Berencana yang dikeluarkan sejak tahun 1980. Adapun grafik proyeksi pertumbuhan penduduk adalah sebagai berikut.



Gambar 1.1. Grafik Proyeksi Pertumbuhan Penduduk Indonesia Tahun 2010-2035

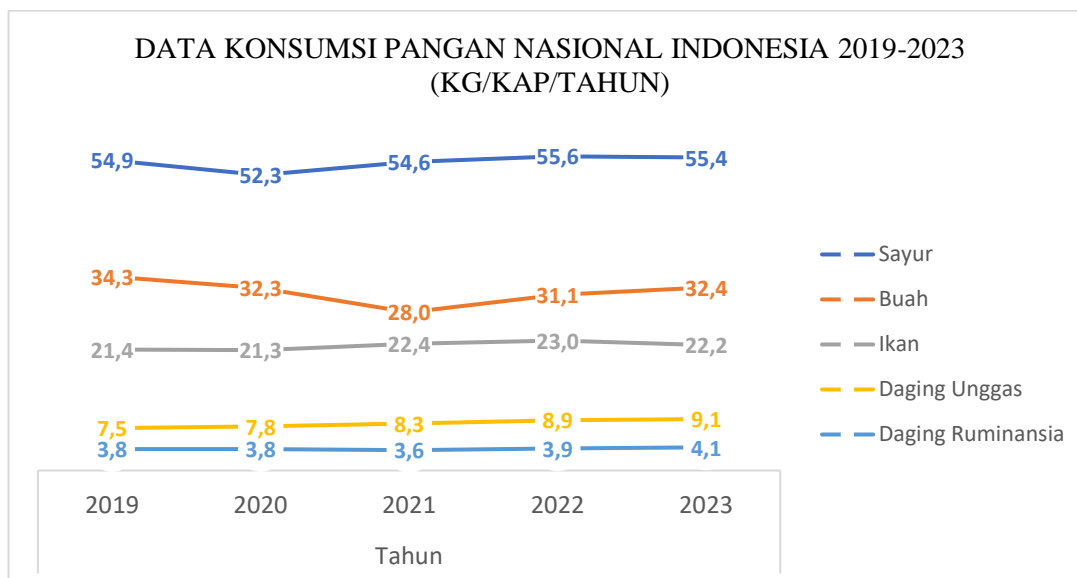
Hal menarik mengenai pertumbuhan penduduk dunia ini yaitu fenomena pergeseran proporsi sebagian besar masyarakat pedesaan ke wilayah perkotaan hasil dari perubahan kriteria yang berhubungan erat dengan modernisasi, industrialisasi dan proses rasionalisasi sosiologis. Wilayah perkotaan dinilai memberikan peluang terhadap kesempatan kerja, pendidikan tinggi, pembangunan, serta pemukiman yang layak bagi masyarakat. Sebagian besar pola pemikiran masyarakat baik di dunia bahkan negara Indonesia terhadap laju kehidupan cepat dan rumit yaitu dianggap memberikan mobilitas sosial lebih tinggi. Data umum yang dikeluarkan oleh Badan Pusat Statistik (BPS) melalui statistik *Worldometer*, menunjukkan bahwa pada tahun 2020 sebanyak 56,7% (Gambar 1.2.) penduduk Indonesia tinggal di perkotaan dan diprediksi terus meningkat setiap tahunnya.



Gambar 1.2. Perbandingan Penduduk Perdesaan dan Perkotaan Tahun 1955-2023

Gaya hidup perkotaan menumbuhkan tingkat konsumsi pada ruang lingkup baru baik dari segi sandang, pangan, dan papan. Berada dalam era perkembangan teknologi dan kesadaran lingkungan, masyarakat perkotaan terus menunjukkan gaya hidup yang efisien, dinamis, serta berkelanjutan (Liu dan Peng, 2023). Salah satu pilihan yang menggambarkan karakter tersebut adalah pemilihan makanan khususnya sayuran sehat, hijau, dan bersih untuk dikonsumsi. Kecenderungan masyarakat perkotaan telah diteliti dan menunjukkan bahwa mengonsumsi buah maupun sayuran lebih tinggi dibanding produk daging akibat dari pengetahuan nutrisi makanan melalui layanan kesehatan pribadi serta perlindungan lingkungan (Shi *et al.*, 2022).

Temuan di atas didukung oleh data Badan Pangan Nasional yang menuangkan hasil konsumsi masyarakat Indonesia pada tahun 2019-2023 (Gambar 1.3). Selama lima tahun terakhir konsumsi sayur dan buah nasional berfluktuasi, namun mengalami peningkatan pada 2021-2023. Total konsumsi sayur dan buah meningkat 3 gram/kap/hari tahun 2022-2023. Sementara itu konsumsi sumber protein tetap meningkat setiap tahun meskipun angkanya dibawah nilai sayuran dan buah. Hal ini menjadi bukti konkret terjadinya kecenderungan konsumsi sayuran oleh masyarakat.



Gambar 1.3. Data Konsumsi Pangan Nasional Indonesia Tahun 2019-2023

Produk sayuran yang berfokus pada keberlanjutan lingkungan dan kesehatan salah satunya adalah hidroponik. Hidroponik menjadi inovasi pertanian yang menyediakan produk sayuran tanpa tanah karena tergantikan oleh penyerapan nutrisinya melalui air. Kestinambungan konsep kesehatan dibuktikan dengan sistem hidroponik tanpa menggunakan pestisida mampu menarik perhatian konsumen seperti masyarakat perkotaan yang berorientasi pada produk sehat. Hidroponik juga mampu menjadi sebuah jawaban dari misi ketahanan pangan perkotaan melalui implementasi kegiatan pertanian perkotaan (*Urban Farming*) akibat minimnya lahan bercocok tanam (Khairiyakh *et al.*, 2022).

Inovasi hidroponik menawarkan aspek praktis pada keterbatasan lahan perkotaan serta kemudahan untuk dikerjakan oleh masyarakat umum dengan atau tanpa dasar pendidikan pertanian sebelumnya. Hal ini terbukti bahwa hidroponik telah dikembangkan dan diusahakan oleh berbagai pihak pemerintahan Indonesia untuk memberdayakan maupun bentuk pelatihan masyarakat agar ikut serta terhadap ketahanan pangan. Tidak hanya Lembaga Pertanian, hidroponik menjadi usaha yang diprogramkan oleh Badan Pangan Nasional, Konservasi Sumber Daya Alam, Ketenagakerjaan, Keuangan, Pendidikan, hingga Pertahanan Negara. Data pertanian

di Indonesia yang diperbarui oleh Badan Statistik terhadap interpretasi indikator Rumah Tangga Usaha Pertanian Perkotaan (RTUP) yang memelihara tanaman pangan melalui hidroponik pada 38 Provinsi di Indonesia memiliki total 12.919 usaha.

Meninjau program pertanian perkotaan berada di seluruh provinsi Indonesia, inovasi hidroponik juga merebak pada Kota Pangkalpinang. Kota Pangkalpinang adalah ibukota Provinsi Kepulauan Bangka Belitung memiliki luas wilayah 104,541 km² dan jumlah penduduk hingga 236,267 jiwa (BPS 2023). Bekerja sama dengan Dinas Ketahanan Pangan Kota Pangkalpinang, pada tahun 2023 terdapat 58 usaha hidroponik binaan tersebar pada seluruh kecamatan (Tabel 1.3). Usaha binaan dalam bidang pertanian dan ketahanan pangan memberdayakan Kelompok Wanita Tani (KWT) sebagai objek untuk ikut aktif mendukung program Presiden tentang percepatan penurunan stunting.

Tabel 1.3. Data Persebaran Modul Hidroponik KWT di Kota Pangkalpinang 2023

Kecamatan	Dana Permodalan				Jumlah
	Dana Insentif Daerah (DID)	Anggaran Pendapatan Belanja Daerah (APBD)	Program Sosial Bank Indonesia (PBSI)	Dana Alokasi Khusus (DAK)	
Bukit Intan	7	1	5	1	14
Gabek	4	5	0	0	9
Gerunggang	1	5	1	0	7
Girimaya	6	1	5	1	13
Pangkal Balam	0	2	0	0	2
Rangkui	6	6	0	0	12
Taman Sari	0	1	0	0	1
TOTAL					58

Sumber: Dinas Pangan Kota Pangkalpinang (2023)

Fenomena berkembangnya usaha hidroponik di Kota Pangkalpinang baik karena program pemerintah, bantuan, maupun usaha pribadi, terus ditargetkan mampu memenuhi kebutuhan pasar secara lokal atau minimal sebagai pasokan kebutuhan keluarga. Pada tahun 2023, Kepala Bidang Ketahanan Pangan, Dinas Pangan Provinsi Bangka Belitung menyebutkan bahwa sayuran hidroponik menjadi salah satu solusi pengendalian inflasi memanfaatkan KWT yang bersinergi dengan Kantor Perwakilan Wilayah Bank Indonesia untuk meningkatkan pasokan sayuran keluarga. Sesuai

dengan pola konsumsi sayuran di Kota Pangkalpinang, tentu inovasi hidroponik sangat diperlukan untuk memenuhi kebutuhan pasar yang terkadang ketersediaannya dipengaruhi oleh musim.

Tabel 1.4. Rata-rata Konsumsi Sayuran (Per Hari) Wilayah Kota Pangkalpinang Tahun 2023

Jenis Sayuran	Berat Gram	Energi (Kkal)	Protein (Gram)
Bayam	12,8	1,5	0,1
Kangkung	11,8	2,0	0,2
Kol/kubis	2,5	0,4	0,0
Sawi putih (petsai)	3,8	0,3	0,0
Sawi hijau	8,1	1,6	0,2
Buncis	2,3	0,7	0,0
Kacang panjang	5,8	1,6	0,2
Tomat sayur, tomat ceri	3,1	0,6	0,0
Wortel	7,6	2,2	0,1
Mentimun	11,0	0,8	0,0
Sayur-sayuran lainnya	1,8	0,2	0,0

Sumber: Dinas Pangan Kota Pangkalpinang (2023)

Pada Tabel 1.4., dapat dilihat bahwa rata-rata konsumsi sayuran per hari Kota Pangkalpinang Tahun 2023 didominasi oleh sayuran hortikultura yang mampu ditanam pada pertanian hidroponik. Berdasarkan data Dinas Pangan Kota Pangkalpinang dan peninjauan langsung ke lapangan, usaha hidroponik yang tersebar di seluruh kecamatan, varietas tanaman yang diproduksi paling banyak adalah bayam, kangkung, sawi hijau (termasuk di dalamnya jenis pakcoy), dan selada (sayur lainnya). Dikatakan sebagai primadona hidroponik, sayuran selada dan sawi hijau merupakan jenis sayuran yang paling banyak dicari masyarakat hingga terjual habis di setiap musim panen oleh KWT Kota Pangkalpinang.

Pada usaha hidroponik tentunya memiliki tujuan akhir yaitu permintaan pasar atau konsumen sebagai pengguna barang dan jasa. Menganalisis perilaku konsumen menjadi suatu hal menarik untuk menilai keputusan individu dalam membeli produk khususnya sayuran hidroponik. Semakin menarik untuk diteliti karena karakteristik konsumen seperti niat, minat, pengetahuan, hingga persepsi terhadap produk hidroponik sangat beragam dan berbeda antar individu. Pada penelitian internasional

mengenai pemahaman perilaku konsumen oleh Stefan Talu (Talu *et al.*, 2024), mengumpulkan riset terhadap 96 responden di Rumania, menghasilkan preferensi konsumen meningkat dan mendorong keputusan pembelian sayuran hidroponik karena wawasan kelestarian lingkungan, manfaat kesehatan hingga lama umur simpan produk yang lebih menguntungkan.

Berbagai peneliti mendefinisikan perilaku konsumen sebagai cara oleh seorang individu dalam mengonsumsi barang atau jasa tertentu. Misalnya pada tulisan Vidal Ayuso *et al.*, (2023) yang menemukan bahwa sebagian besar penelitian teori perilaku konsumen merujuk disiplin akademis tentang proses psikologis dan sosial terhadap pemilihan suatu produk. Pada edisi terbaru buku edisi 16 Tahun 2022, Kotler dan Keller memberikan penjelasan teori perilaku konsumen yang disesuaikan dengan keadaan dan perubahan sosial, teknologi, serta ekonomi saat ini. Perilaku konsumen dipengaruhi oleh faktor sosial, budaya, psikologi dan pribadi (Kotler dan Keller, 2022).

Konsep perilaku konsumen dalam buku *Marketing Management Kotler and Keller (16th Edition) Year 2022 (Copyright to Pearson Education, Inc., Publishing)*, menjelaskan terdapat elemen kunci bagi seseorang dalam pembelian suatu barang, antara lain pemasaran, psikologi, dan keputusan konsumen. Elemen kunci tersebut menjadi model yang menyatakan perilaku konsumen dipengaruhi oleh taktik dan konteks pasar, kemudian karakteristik dan psikologi konsumen, selanjutnya proses keputusan dan pembelian barang atau jasa. Dimana dalam elemen kunci tersebut, bauran pemasaran seperti harga dan produk yang dimediasi oleh faktor psikologi mampu mempengaruhi keputusan pembelian. Sehingga model perilaku konsumen ini dinilai sesuai untuk menjadi dasar teori penelitian.

Penelitian terkait analisis perilaku konsumen dapat dilihat pada pembelian sayuran hidroponik di Kota Padang (Paloma *et al.*, 2023) terhadap 100 konsumen, menunjukkan kepuasan sehingga menimbulkan pembelian rutin sebesar 82%. Hal ini salah satu bukti bahwa usaha hidroponik memiliki pesona yang mampu menarik perhatian konsumen untuk memilih sayuran. Namun pada Kota Pangkalpinang, tidak banyak riset tertulis mengenai faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli sayuran hidroponik. Pada penelitian ini, penulis berusaha menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Faktor-faktor yang diduga memengaruhi daya tarik pembelian sayuran hidroponik meliputi motivasi, persepsi, sikap, harga, kualitas produk, dan pendapatan. Pengaruh faktor-faktor tersebut dianalisis menggunakan metode statistika PLS-SEM, yang memungkinkan untuk mengidentifikasi karakteristik konsumen, menentukan faktor-faktor signifikan, serta mengukur tingkat keterkaitan dan kesesuaian model antar-variabel. PLS-SEM dipilih karena kemampuannya untuk menganalisis hubungan kompleks secara simultan dan menghasilkan bukti kuantitatif yang valid mengenai pengaruh masing-masing faktor terhadap keputusan pembelian. Selain itu, analisis ini memberikan gambaran mendalam tentang keterkaitan antara konsumen dan usaha hidroponik di Kota Pangkalpinang, yang dapat menjadi dasar pengembangan strategi pemasaran yang lebih efektif.

Sebagai penutup, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi karakteristik konsumen, menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian, serta merumuskan strategi pemasaran bagi usaha hidroponik Kota Pangkalpinang. Penelitian ini tidak hanya diharapkan mampu mengukur sejauh mana konsumen memutuskan untuk membeli produk hidroponik, tetapi juga memberikan jawaban mendalam tentang faktor-faktor utama yang memengaruhi perilaku konsumen. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan panduan strategis bagi pelaku usaha hidroponik untuk mengoptimalkan kepuasan pelanggan sebagai kunci keberhasilan dalam meningkatkan daya saing dan kesejahteraan bisnis mereka.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian fenomena yang telah dibahas sebelumnya, adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana karakteristik konsumen sebagai pembeli sayuran hidroponik di Kota Pangkalpinang?
2. Apa saja faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli sayuran hidroponik di Kota Pangkalpinang?
3. Bagaimana strategi pemasaran untuk meningkatkan keputusan pembelian sayuran hidroponik di Kota Pangkalpinang?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang telah dirumuskan, adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mengidentifikasi karakteristik konsumen sebagai pembeli sayuran hidroponik di Kota Pangkalpinang.
2. Menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli sayuran hidroponik di Kota Pangkalpinang.
3. Merumuskan strategi yang dapat diterapkan untuk meningkatkan keputusan pembelian sayuran hidroponik di Kota Pangkalpinang

1.4. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah:

1. Bagi peneliti, diharapkan seluruh tulisan ini menjadi sarana pembelajaran dan melatih kemampuan berpikir analisis. Selain ini mampu menjadi media dalam menerapkan ilmu pengetahuan selama perkuliahan.
2. Bagi pengusaha *urban farming* hidroponik, diharapkan penelitian ini menjadi referensi untuk memahami faktor yang mempengaruhi pelanggan dalam membeli suatu produk sayuran sehat di Kota Pangkalpinang. Selain itu, adanya harapan untuk peningkatan daya jual sayuran hidroponik dengan beberapa rekomendasi strategi pemasaran melalui penelitian ini.
3. Bagi masyarakat perkotaan, penelitian ini menjabarkan berbagai faktor dari sisi karakteristik individu hingga atribut produk yang diusahakan pelaku usaha hidroponik agar mampu menarik perhatian dalam pembelian. Diharapkan kepada masyarakat untuk saling berkontribusi aktif pada perkembangan ekonomi di Kota Pangkalpinang.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, D. M. dan D. H. Amir. 2024. Understanding consumer herding behavior in online purchases and its implications for online retailers and marketers. *Electronic Commerce Research and Applications*. Vol. 64, h. 101356.
- ALI, M., H. AMIR dan A. SHAMSI. 2021. Consumer Herding Behavior in Online Buying: A Literature Review. *International Review of Management and Business Research*. Vol. 10, No. 1, h. 345–360.
- Awhinarto, S. 2020. Otak Karekter dalam Pendidikan Islam: Analisis Kritis Pendidikan Karakter Islam Berbasis Neurosains. *Jurnal Pendidikan Karakter*. Vol. 1, No. 1, h. 143–156.
- Bao, W., Y. Wang, T. Yu, J. Zhou dan J. Luo. 2022. Women rely on “gut feeling”? The neural pattern of gender difference in non-mathematic intuition. *Personality and Individual Differences*. Vol. 196, No. April, h. 111720.
- Barker, A. V. dan M. L. Stratton. 2020. *Nutrient density of fruit crops as a function of soil fertility*. Elsevier Inc.
- Bhukya, R. dan J. Paul. 2023. Social influence research in consumer behavior: What we learned and what we need to learn? – A hybrid systematic literature review. *Journal of Business Research*. Vol. 162, h. 113870.
- Califano, G., A. Crichton-Fock dan C. Spence. 2024. Consumer perceptions and preferences for urban farming, hydroponics, and robotic cultivation: A case study on parsley. *Future Foods*. Vol. 9, No. April, h. 100353.
- Castellini, G., G. Sesini, P. Iannello, L. Lombi, E. Lozza, L. Lucini dan G. Graffigna. 2022. “Omics” technologies for the certification of organic vegetables: Consumers’ orientation in Italy and the main determinants of their acceptance. *Food Control*. Vol. 141, h. 109209.
- Castillo, V. A. S. dan J. A. J. Del Río. 2023. Consumer Behavior and Factors that Influence Consumption and Customer Satisfaction. *TEM Journal*. Vol. 12, No. 2, h. 820–831.
- Chen, H., X. Tong, L. Tan dan L. Kong. 2020. Consumers’ acceptability and perceptions toward the consumption of hydroponically and soil grown broccoli microgreens. *Journal of Agriculture and Food Research*. Vol. 2, No. June, h. 100051.
- Chen, X., Y. Li, R. M. Davison dan Y. Liu. 2021. The impact of imitation on Chinese social commerce buyers’ purchase behavior: The moderating role of uncertainty. *International Journal of Information Management*. Vol. 56, No. October, h. 102262.
- Chernov, S. dan D. Gura. 2024. The luxury goods market: Understanding the psychology of Chinese consumers. *European Research on Management and Business Economics*. Vol. 30, No. 3, h. 100254.
- Cholis, N. 2022. Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Sayur Hidroponik Pada Produk Romain (Study Kasus: Di Harvest Queen Kota Batu). *Seagri*.

- Diskominfo Kota Pangkalpinang. 2023. RPJMD Kota Pangkalpinang Tahun 2018-2023.
- Djunaidi, M. dan R. D. Gunari. 2022. Analysis of Factors Affecting Consumer Satisfaction Using SEM (Structural Equation Modeling) Method. *Opsi*. Vol. 15, No. 1, h. 85.
- Dzin, N. H. M. dan Y. F. Lay. 2021. Assessing the Validity and Reliability of Science Multiple Choice Test Using Rasch Dichotomous Measurement Model. *Journal of Baltic Science Education*. Vol. 20, No. 6, h. 927–941.
- Eklund, A., A. Edenbrandt, J. Rahm dan M. Johansson. 2024. The physical environment matters: room effects on online purchase decisions. *Frontiers in Psychology*. Vol. 15, No. June, h. 1–12.
- Hair, J. F. 2022. A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling. *Long Range Planning*. Vol. 46, No. 1–2, h. 184–185.
- Hair, J. F., G. T. M. Hult, C. M. Ringle, M. Sarstedt, N. P. Danks dan S. Ray. 2021. *Evaluation of Formative Measurement Models*.
- Hati, A. J. dan R. R. Singh. 2021. Smart Indoor Farms: Leveraging Technological Advancements to Power a Sustainable Agricultural Revolution. *AgriEngineering*. Vol. 3, No. 4, h. 728–767.
- Huang, L., Y. A. Solangi, C. Magazzino dan S. A. Solangi. 2024. Evaluating the efficiency of green innovation and marketing strategies for long-term sustainability in the context of Environmental labeling. *Journal of Cleaner Production*. Vol. 450, No. January, h. 141870.
- Indriani, D. J. 2021. Analysis of Consumer Behavior on Buying Decision At the Online Shop, Easy Shopping Indonesia. *Majalah Ilmiah Unikom*. Vol. 19, No. 2, h. 97–104.
- Iqbal, M., S. Sunarti, F. Valentino dan R. Wahyudi. 2021. How Emotional Psychology Helps To Mediate Service Quality and the Online Buying Behaviour of Garments and Clothing Products in Indonesia? *Bina Teknika*. Vol. 17, No. 1, h. 36.
- Iqbal, M., A. Tanveer, H. B. Ul Haq, M. D. Baig dan A. Kosar. 2023. Enhancing customer satisfaction in e-commerce: The role of service quality and brand trust. *Forum for Economic and Financial Studies*. Vol. 1, No. 1, h. 287.
- Karsiningsih, E., A. M. S. Suwardih, D. Aulia, S. Santia, S. A. Alfarissi, G. Ardianta, A. Wulandari, A. M. Lubis, D. Irwandi dan M. F. Jovanka. 2024. Pemberdayaan Kelompok Wanita Tani Cendawan 31 Melalui Peningkatan Produksi Sayuran Dan Pendapatan Di Kota Pangkalpinang. *MESTAKA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*. Vol. 3, No. 2, h. 221–227.
- Khairiyakh, R., J. Sutrisno, R. Uchyani, Agustuno, E. Irawan, A. Nadifta, Ulfa dan I. Nurhidayati. 2022. Peningkatan Pengetahuan Masyarakat Perkotaan terhadap Urban Farming Melalui Pelatihan Budidaya Sistem Hidroponik di Kota Surakarta. In *Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat & CSR-Fakultas Pertanian UNS*. Vol. 2 (1), No. 2018, h. 85–91.
- Kline, R. B. 2023. (Methodology in the Social Sciences) Rex B. Kline - Principles

- and Practice of Structural Equation Modeling-The Guilford Press (2023). Vol. 379694768, No. April.
- Kotler, Philip, Keller, Kevin Lane, Chernev, A. 2022. *Marketing Management 16Ed (16)*. Harlow: Pearson.
- Kurniastuti, T. dan Y. N. Sari. 2023. the Influence of Consumer Behavior on the Purchase Decision of Hydroponic Vegetables in Puccan Hydroponic, Blitar City. *JOSAR (Journal of Students Academic Research)*. Vol. 8, No. 1, h. 126–135.
- Leninkumar, V. 2022. The Relationship between Customer Satisfaction and Customer Trust on Customer Loyalty. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*. Vol. 7, No. 4.
- Liu, T. dan R. Peng. 2023. Globalization, Urbanization and Rural Transformation. *Rural and Regional Development*. Vol. 1, No. 2, h. 1–3.
- Liu, Y., X. Ma, L. Shu, G. P. Hancke dan A. M. Abu-Mahfouz. 2021. From Industry 4.0 to Agriculture 4.0: Current Status, Enabling Technologies, and Research Challenges. *IEEE Transactions on Industrial Informatics*. Vol. 17, No. 6, h. 4322–4334.
- Mai, C., A. Mojiri, S. Palanisami, A. Altaee, Y. Huang dan J. L. Zhou. 2023. Wastewater Hydroponics for Pollutant Removal and Food Production: Principles, Progress and Future Outlook. *Water (Switzerland)*. Vol. 15, No. 14, h. 1–18.
- McCaffrey, D. F. 2022. *Volume 14: Quantitative Research and Educational Measurement*. Fourth Edi. Elsevier.
- Mihafu, F. D., J. Y. Issa dan M. W. Kamiyango. 2020. Implication of sensory evaluation and quality assessment in food product development: A review. *Current Research in Nutrition and Food Science*. Vol. 8, No. 3, h. 690–702.
- Nguyen, M. T. P., M. Knowling, N. N. Tran, A. Burgess, I. Fisk, M. Watt, M. Escribà-Gelonch, H. This, J. Culton dan V. Hessel. 2023. Space farming: Horticulture systems on spacecraft and outlook to planetary space exploration. *Plant Physiology and Biochemistry*. Vol. 194, h. 708–721.
- Nuraeni, Y. dan A. Marendra. 2024. Insight into the buying behaviour of consumers for chilli in Indonesia : Households and food businesses in selected cities. *Applied Food Research*. Vol. 4, No. 1, h. 100413.
- Paloma, C., S. Raesi dan Y. Yusmarni. 2023. Analisis Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Sayuran Hidroponik di Kota Padang. *Journal of Agribusiness and Community Empowerment (JACE)*. Vol. 6, No. 2, h. 93–102.
- Papilaya, Jan e. 2022. Factors Affecting Hydroponic Vegetable Purchase Decisions. *Internasioanal Jurnal on Orange Technology*. Vol. 04, No. 2, h. 9–21.
- Pratama, Y. R., D. Adriani dan L. Husin. 2021. Pergeseran Faktor Psikologi Penentu Keputusan Pembelian (Studi Kasus Sayuran Organik Di Pasar Modern Kota Palembang) Shifting Psychological Factors Determining Purchasing Decisions : A Case Study of Organic Vegetables in The Modern Market of Palembang C. *Jurnal Penelitian Pertanian Terapan*. Vol. 21, No. 2, h. 129–146.

- Prof, A., P. D. Eng dan Ştefan Ţălu. 2024. Insights on Hydroponic Systems : Understanding Consumer Attitudes in the Cultivation of Hydroponically Grown Fruits and Vegetables. No. 1.
- Rajendran, S., T. Domalachenpa, H. Arora, P. Li, A. Sharma dan G. Rajauria. 2024. Hydroponics: Exploring innovative sustainable technologies and applications across crop production, with Emphasis on potato mini-tuber cultivation. *Heliyon*. Vol. 10, No. 5, h. e26823.
- Rapita, M., K. Panuluh, D. Made, Y. Mahendra, I. Faris Arifin, F. Ekonomi dan D. Bisnis. 2022. THE ROLE OF MARKETING AND CONSUMER PSYCHOLOGICAL FACTORS ON PURCHASING DECISIONS TO INCREASE SALES (Study Case On Small And Medium Business Entrepreneur On Graha Permata Indah Residence) under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International. *Jurnal Ekonomi*. Vol. 11, No. 02, h. 2022.
- Rodrigues, R. I. P. L. M. V. 2021. Factors Affecting Impulse Buying Behavior of Consumers. *Frontiers in Psychology*. Vol. 12, No. 1, h. 27–39.
- Sariah Vica Ermia Saragih1*, Dina Novia Priminingtyas2, F. F. 2023. Pengaruh budaya, sosial, pribadi, dan psikologi terhadap keputusan pembelian sayur organik di pasar modern kota malang selama masa pandemi covid-19. Vol. 7, h. 993–1005.
- Shi, C., C. Wu, J. Zhang, C. Zhang dan Q. Xiao. 2022. Impact of urban and rural food consumption on water demand in China—From the perspective of water footprint. *Sustainable Production and Consumption*. Vol. 34, h. 148–162.
- Soler-Anguiano, F. L., M. Zeelenberg dan R. Díaz-Loving. 2023. The Interaction of Product Attractiveness and Decision-Making Style on Consumer Purchase Intention: A Cultural Moderation Perspective. *Journal of International Consumer Marketing*. Vol. 35, No. 1, h. 19–29.
- Suharjo dan Suaib. 2022. Growth Analysis of Lettuce (*Lactuca Sativa L.*) Using Nutrient Film Technique (NFT) in Hydroponic Systems. *Pertanika Journal of Tropical Agricultural Science*. Vol. 45, No. 3, h. 805–813.
- Sumarwati, M., W. A. Mulyono, D. Nani, K. G. Swasti dan H. A. Abdilah. 2022. Pendidikan Kesehatan tentang Gaya Hidup Sehat Pada Remaja Tahap Akhir. *Jurnal Abdimas BSI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*. Vol. 5, No. 1, h. 36–48.
- Sun, H., Y. Y. Dai, S. S. Jeon, R. Lee, H. Wang, X. Shi, L. Sun dan Y. Wang. 2024. The impact of brand authenticity on brand attachment, brand loyalty, willingness to pay more, and forgiveness - For Chinese consumers of Korean cosmetic brands -. *Heliyon*. Vol. 10, No. 16, h. e36030.
- Tania, A. 2022. JU-ke (Jurnal Ketahanan Pangan). *Jurnal Ketahan Pangan*. Vol. 6, No. 2, h. 38–45.
- Tanrikulu, C. 2021. Theory of consumption values in consumer behaviour research: A review and future research agenda. *International Journal of Consumer Studies*. Vol. 45, No. 6, h. 1176–1197.
- Taufikurrohman, M. 2023. Analisis Strategi Bauran Pemasaran 4p (Product, Price,

- Place, dan Promotion) dan Swot pada Usaha Hidroponik. *Syntax Literate ; Jurnal Ilmiah Indonesia*. Vol. 8, No. 8, h. 5706–5717.
- Velazquez-Gonzalez, R. S., A. L. Garcia-Garcia, E. Ventura-Zapata, J. D. O. Barceinas-Sanchez dan J. C. Sosa-Savedra. 2022. A Review on Hydroponics and the Technologies Associated for Medium-and Small-Scale Operations. *Agriculture (Switzerland)*. Vol. 12, No. 5, h. 1–21.
- Vidal-Ayuso, F., A. Akhmedova dan C. Jaca. 2023. The circular economy and consumer behaviour: Literature review and research directions. *Journal of Cleaner Production*. Vol. 418, No. April.
- Wibowo, M. W., A. L. S. Putri, A. Hanafiah, D. Permana dan F. Sh Ahmad. 2022. How education level polarizes halal food purchase decision of Indonesian millennials. *Journal of Islamic Marketing*. Vol. 13, No. 12, h. 2582–2610.
- Widodo, A., A. Daroini, S. Supriyono dan R. D. Mulyaningtiyas. 2022. Effect of Marketing Mix and Consumer Behavior on the Decision To Purchase Hydroponic Vegetables. *International journal of social sciences and humanities*. Vol. 6, No. 1, h. 30–41.
- Yew, W. C., S. M. Kong, A. H. Awang dan G. R. Yi. 2022. Developing a Conceptual Model for the Causal Effects of Outdoor Play in Preschools Using PLS-SEM. *Sustainability (Switzerland)*. Vol. 14, No. 6, h. 1–20.
- Yusoff, A. S. M., F. S. Peng, F. Z. A. Razak dan W. A. Mustafa. 2020. Discriminant Validity Assessment of Religious Teacher Acceptance: The Use of HTMT Criterion. *Journal of Physics: Conference Series*. Vol. 1529, No. 4.
- Zygiaris, S., Z. Hameed, M. Ayidh Alsubaie dan S. Ur Rehman. 2022. Service Quality and Customer Satisfaction in the Post Pandemic World: A Study of Saudi Auto Care Industry. *Frontiers in Psychology*. Vol. 13, No. March, h. 1–9.