

**SKRIPSI**

**PREFERENSI KONSUMEN PADA BISNIS ONLINE  
SAYURAN DAN FAKTOR-FAKTOR YANG  
MEMPENGARUHINYA SAAT PANDEMI COVID-19  
DI KOTA PALEMBANG**

**PREFERENCES OF VEGETABLE CONSUMERS ON  
BUSINESS ONLINE AND FACTOR THAT INFLUENCE  
THEM DURING THE COVID-19 PANDEMIC  
IN THE CITY OF PALEMBANG**



**Melingga Adam Saputri  
05011281722182**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS  
JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN  
FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS SRIWIJAYA  
2021**

## **SUMMARY**

**MELINGGA ADAM SAPUTRI.** Consumer Preferences for Online Business Vegetables and Their Influence During the Covid-19 Pandemic In Palembang City. (Supervised by **YULIAN JUNAJDI** and **YUNITA**).

The objectives of this study are: (1) Describe the consumer decision-making process in buying vegetables through online businesses during the Covid-19 pandemic, (2) Analyze consumer preferences before and during the Covid-19 pandemic, (3) Analyze the factors that influence preferences vegetable consumers in online businesses during the Covid-19 pandemic. The method used in this research is a survey method by taking 50 samples of online business consumers. The study was conducted in February 2021. The sampling method used was purposive sampling. This study uses primary and secondary data. Primary data obtained from observations and direct interviews with consumers using questionnaires. While secondary data were obtained from , literature, agencies and other sources. Data processing method using paired t test and multiple linear regression analysis through the IBM SPSS 25.0 program. The results obtained are paired t test with indicators of price, product quality, service, location and ease of transaction to get a sig value. (2-tailed) of 0.000 all of these values  $<0.05$ , meaning that there are significant differences in consumer preferences before and during the Covid-1 pandemic. And the factors that influence consumer preferences are income and motivation have a positive effect, spending and education have a negative effect. From the results of the f test, it is known that income, spending, education and motivation together affect the consumer preferences of the online vegetable business during the Covid-19 pandemic with a given effect of 74.9%.

Keywords: consumer preferences, online business, covid-19 pandemic.

## RINGKASAN

**MELINGGA ADAM SAPUTRI.** Preferensi Konsumen Pada Bisnis Online Sayuran Dan Faktor - Faktor Yang Mempengaruhinya Saat Pandemi Covid-19 Di Kota Palembang. (Dibimbing oleh **YULIAN JUNAIDI** dan **YUNITA**).

Tujuan dari penelitian ini ialah: (1) Mendeskripsikan proses pengambilan keputusan konsumen dalam membeli sayuran melalui bisnis online saat pandemi Covid-19, (2) Menganalisis preferensi konsumen sebelum dan saat pandemi Covid-19, (3) Menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi konsumen sayuran di bisnis online saat pandemi Covid-19. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei dengan mengambil 50 sampel konsumen bisnis online. Penelitian dilakukan pada bulan Februari 2021. Metode penarikan contoh yang digunakan adalah *Purposive Sampling*. Penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder. Data primer didapatkan dari hasil pengamatan serta wawancara langsung kepada konsumen dengan menggunakan kuisioner. Sedangkan data sekunder diperoleh dari , literatur, instansi serta sumber lainnya. Metode pengolahan data menggunakan uji *paired t test* dan analisis regresi linear berganda melalui program IBM SPSS 25.0. Hasil yang diperoleh ialah *paired t test* dengan indikator harga, kualitas produk, layanan, lokasi dan kemudahan transaksi mendapatkan nilai sig. (2-tailed) sebesar 0.000 semua nilai tersebut  $<0,05$ , Artinya terdapat perbedaan yang signifikan terhadap preferensi konsumen sebelum dan saat pandemi Covid-1. Serta faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi konsumen adalah pendapatan dan motivasi berpengaruh positif, pengeluaran belanja dan pendidikan berpengaruh negatif. Dari hasil pengujian f diketahui bahwa pendapatan, pengeluaran belanja, pendidikan dan motivasi secara bersama-sama berpengaruh terhadap preferensi konsumen bisnis online sayuran saat pandemi Covid-19 dengan pengaruh yang diberikan sebesar 74,9%.

Kata kunci: preferensi konsumen, bisnis online, pandemi covid-19.

**SKRIPSI**

**PREFERENSI KONSUMEN PADA BISNIS ONLINE  
SAYURAN DAN FAKTOR-FAKTOR YANG  
MEMPENGARUHINYA SAAT PANDEMI COVID-19  
DI KOTA PALEMBANG**

Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pertanian  
Pada Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya



**Melingga Adam Saputri**  
**05011381722182**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS  
JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN  
FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS SRIWIJAYA  
2021**

## LEMBAR PENGESAHAN

### PREFERENSI KONSUMEN PADA BISNIS ONLINE SAYURAN DAN FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHINYA SAAT PANDEMI COVID-19 DI KOTA PALEMBANG

#### SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pertanian  
Pada Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya

Oleh :

Melingga Adam Saputri  
05011381722182

Indralaya, November 2021

Pembimbing I

Pembimbing II



Ir. Yulian Junaidi, M.Si.  
NIP. 196507011989031005



Dr. Yunita, S.P., M.Si.  
NIP. 197106242000032001

Mengetahui,

Dean Fakultas Pertanian  
Universitas Sriwijaya



Dr. Ir. A. Muslim, M.Agr.  
NIP.19641229190011001

Skripsi dengan judul “Preferensi Konsumen Pada Bisnis Online Sayuran Dan Faktor - Faktor Yang Mempengaruhinya Saat Pandemi Covid-19 Di Kota Palembang” oleh Melingga Adam Saputri telah dipertahankan di hadapan Komisi Penguji Skripsi Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya pada tanggal 17 November 2021 dan telah diperbaiki sesuai saran dan masukan tim penguji.

### Komisi Penguji

1. Ir. Yulian Junaidi, M.Si.  
NIP. 196507011989031005

Ketua



2. Dr. Yunita, S.P., M.Si.  
NIP. 197106242000032001

Sekretaris



3. Dr. Riswani, S.P., M.Si.  
NIP. 197006171995122001

Anggota



Indralaya, November 2021

Ketua Jurusan  
Sosial Ekonomi Pertanian



Dr. Ir. Maryadi, M.Si.  
NIP. 196501021992031001

## PERNYATAAN INTEGRITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Melingga Adam Saputri

Nim : 05011381722182

Judul : Preferensi Konsumen Pada Bisnis Online Sayuran Dan Faktor - Faktor  
Yang Mempengaruhinya Saat Pandemi Covid-19 Di Kota Palembang

Menyatakan bahwa semua data dan informasi yang disajikan dalam skripsi ini merupakan hasil penelitian saya sendiri di bawah supervisi pembimbing, kecuali yang disebutkan dengan jelas sumbernya. Apabila dikemudian hari ditemukan adanya unsur plagiasi dalam skripsi ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik dari Universitas Sriwijaya.

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



Indralaya, November 2021



[Melingga Adam Saputri]

## **RIWAYAT HIDUP**

Penulis bernama Melingga Adam Saputri. Yang biasa dipanggil Melingga, atau Ingga. Penulis lahir di kota Palembang Provinsi Sumatera Selatan, Pada tanggal 21 Mei 1999. Penulis merupakan anak pertama dari 3 bersaudara. Orang tua penulis bernama Paryanto dan Supriyati.

Penulis mempunyai 2 orang adik bernama Fatima Dwi Octariani yang sedang duduk di bangku kelas XII SMA, dan si bungsu bernama M.Fauzi Akbar yang sedang menempuh pendidikan kelas VIII SMP. Penulis bertempat tinggal di Prumnas Selawi Jl. Damar III Blok B Bawah No.34 Lahat, Sumatera Selatan. Hanya saja sekarang penulis sedang menempuh pendidikan di Bumi Sriwijaya, bumi sejuta debu. Indralaya. Dan bertempat tinggal di jalan nusantara.

Riwayat pendidikan penulis yaitu: TK Yayasan Wanita Kereta Api (YWKA) Lahat, SDN 12 Lahat, SMPN 2 Lahat, SMA Unggul Negeri 4 Lahat dan sekarang terdaftar sebagai mahasiswi di Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Sriwijaya, Indralaya.



## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan nikmat kesehatan, rahmat, ridho serta karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi dengan judul “Preferensi Konsumen Sayuran Di Bisnis Online Serta Pengaruhnya Saat Pandemi Covid-19 Di Kota Palembang”. Serta tidak lupa shalawat serta salam kepada baginda Rasulullah SAW yang telah menjadi suri tauladan bagi kita semua.

Pada kesempatan ini, penulis menyampaikan ucapan terimakasih atas bimbingan, petunjuk, ataupun nasehat kepada:

1. Keluarga tercinta yang senantiasa memberikan dorongan dan dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Maryadi selaku Ketua Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian serta Bapak Ir. Yulius, M.M. selaku Sekretaris Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian yang telah memberikan izin penelitian sehingga penulis dapat melaksanakan dan menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak Yulian Junaidi, M.Si. selaku Dosen Pembimbing Pertama yang telah banyak membantu memberikan arahan, nasihat dan doa dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Ibu Dr. Yunita, S.P., M.Si. Dosen Pembimbing Kedua yang telah banyak membantu memberikan arahan, nasihat dan doa dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Dosen Program Studi Agribisnis yang telah memberikan banyak ilmu dan pengalaman yang bermanfaat sehingga penulis dapat menyelesaikan dan melaksanakan skripsi ini.
6. Teman-teman seperjuangan Keluarga besar Agribisnis 2017. Terutama teman yang selalu kebersamaian saya dian, julia, shania, della, dea, ika, ayu, chika, dan isna. Dan teman kosan saya kimit dan fani yang telah berjuang bersama.
7. Teman dekat saya dimasa-masa akhir perkuliahan ini, Muhammad Al-hadid yang sudah banyak membantu bertukar pikiran dalam proses penyelesaian skripsi ini.
8. Staf Kemahasiswaan Fakultas Pertanian.

9. Staf tata usaha Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian, Mbak Dian, Mbak Serli, Kak Bayu, dan Kak Ari yang telah banyak membant dalam kelengkapan administrasi selama masa perkuliahan.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini belumlah sempurna, baik penulisan maupun isi karena keterbatasan kemampuan penulis. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun dari pembaca untuk penyempurnaan isi skripsi penelitian ini. Akhirnya penulis berharap semoga laporan ini membawa manfaat bagi kita semua dan bagi penulis khususnya. Amin.

Indralaya, November 2021

Penulis

## DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB 1. PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	5
1.3. Tujuan dan Kegunaan .....	5
BAB 2. KERANGKA PEMIKIRAN .....	7
2.1. Tinjauan Pustaka.....	7
2.1.1. Konsepsi Konsumen .....	7
2.1.2. Konsepsi Sayuran.....	8
2.1.3. Konsepsi Preferensi Konsumen .....	9
2.1.4. Konsepsi Masa Pandemi Covid-19 .....	11
2.1.5. Konsepsi Keputusan Pembelian Konsumen .....	12
2.1.6. Konsepsi Bisnis Online .....	14
2.2. Model Pendekatan.....	16
2.3. Hipotesis.....	17
2.4. Batasan Operasional.....	17
BAB 3. PELAKSANAAN PENELITIAN .....	20
3.1. Tempat dan Waktu Penelitian .....	20
3.2. Metode Penelitian .....	20
3.3. Metode Penarikan Contoh.....	20
3.4. Metode Pengumpulan Data .....	21
3.5. Metode Pengolahan Data .....	21
3.5.1. Uji Asumsi Klasik.....	23
3.5.1.1. Uji Normalitas.....	23
3.5.1.2. Uji Multikoleniaritas .....	23
3.5.1.3. Uji Heterokedastisitas .....	23

	Halaman
3.5.1.4. Uji Autokorelasi.....	24
3.5.2. Uji Hipotesis.....	24
3.5.2.1. Uji – T (Uji Parsial).....	24
3.5.2.2. Uji – F (Uji Simultan) .....	24
3.5.2.3. Analisis Determinansi ( $R^2$ ).....	25
3.6. Pengujian Instrumen .....	25
3.6.1. Uji Validitas.....	25
3.6.2. Uji Reliabilitas .....	26
<b>BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>28</b>
4.1. Keadaan Umum Daerah Penelitian.....	28
4.1.1. Letak Geografis dan Administratif Wilayah .....	28
4.1.2. Keadaan Geografi dan Topografi .....	28
4.1.3. Demografi .....	30
4.1.4. Bisnis Online Kota Palembang .....	31
4.1.4.1. Bisnis Online Brayamart di Kota Palembang.....	31
4.1.4.2. Bisnis Online Rumah Belanja di Kota Palembang.....	32
4.2. Karakteristik Konsumen .....	33
4.2.1. Kecamatan/ Tempat Tinggal.....	33
4.2.2. Jenis Kelamin .....	34
4.2.3. Usia.....	34
4.2.4. Pendidikan.....	35
4.2.5. Pekerjaan.....	36
4.2.6. Pendapatan .....	36
4.3. Preferensi Kosumen sebelum dan saat pandemi covid-19 di Bisnis Online Sayuran di Kota Palembang .....	37
4.4. Proses Pengambilan Keputusan .....	48
4.3.1. Pengenalan Masalah/Kebutuhan.....	48
4.3.2. Pencarian Informasi.....	50
4.3.3. Evaluasi Alternatif.....	51
4.3.4. Keputusan Pembelian .....	53
4.3.5. Hasil/Perilaku Pasca Pembelian .....	54

	Halaman
4.4. Hasil Asumsi Klasik .....	56
4.4.1. Uji Normalitas .....	56
4.4.2. Uji Multikoleniaritas.....	56
4.4.3. Uji Heterokedastisitas .....	57
4.4.4. Uji Autokorelasi .....	58
4.4. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Konsumen Bisnis Online Online Saat Pandemi Covid-19 di Kota Palembang.....	59
4.6.1. Uji Hipotesis.....	61
4.6.1.1. Uji T ( Parsial) .....	61
4.6.1.2. Uji F (Simultan).....	64
4.6.1.3. Koefisien Determinasi (R) .....	64
BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN.....	65
5.1. Kesimpulan .....	65
5.2. Saran.....	66
DAFTAR PUSTAKA .....	67
LAMPIRAN	

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1. Hasil Uji Validitas .....	26
Tabel 3.2. Hasil Uji Reliabilitas .....	27
Tabel 4.1. Luas dan Pembagian Wilayah Administrasi Menurut Kecamatan di Kota Palembang.....	29
Tabel 4.2. Luas Daerah, Jumlah Penduduk dan Kepadatan Penduduk Menurut Kecamatan di Kota Palembang .....	30
Tabel 4.3. Responden Bisnis Online Berdasarkan Kecamatan .....	33
Tabel 4.4. Responden Bisnis <i>Online</i> Berdasarkan Jenis Kelamin .....	34
Tabel 4.5. Responden Berdasarkan Usia .....	35
Tabel 4.6. Responden Bisnis <i>Online</i> berdasarkan Pendidikan.....	35
Tabel 4.7. Responden Bisnis <i>Online</i> Berdasarkan Pekerjaan .....	36
Tabel 4.8. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	37
Tabel 4.9. Distribusi Jawaban Pengisian Kuisisioner Preferensi Konsumen Di Bisnis Online Sayuran Sebelum Covid-19 .....	38
Tabel 4.10. Distribusi Jawaban Pengisian Kuisisioner Preferensi Konsumen Di Bisnis Online Sayuran Sebelum Covid-19.....	38
Tabel 4.11. Hasil Uji <i>Paired Samples Statistics</i> Indikator Harga.....	41
Tabel 4.12. Hasil Uji <i>Paired Sampel Test</i> Indikator Harga.....	42
Tabel 4.13. Hasil Uji <i>Paired Samples Statistics</i> Indikator Kualitas Produk.....	42
Tabel 4.14. Hasil Uji <i>Paired Sampel Test</i> Indikator Kualitas Produk.....	43
Tabel 4.15. Hasil Uji <i>Paired Samples Statistics</i> Indikator Layanan .....	44
Tabel 4.16. Hasil Uji <i>Paired Sampel Test</i> Indikator Layanan .....	44
Tabel 4.17. Hasil Uji <i>Paired Samples Statistics</i> Indikator Lokasi.....	45
Tabel 4.18. Hasil Uji <i>Paired Sampel Test</i> Indikator Lokasi.....	46
Tabel 4.19. Hasil Uji <i>Paired Samples Statistics</i> Indikator Kemudahan Transaksi.....	47
Tabel 4.20. Hasil Uji <i>Paired Sampel Test</i> Indikator Kemudahan Transaksi ...	47
Tabel 4.21. Motivasi Melakukan Pembelian Sayuran di Bisnis Online .....	49
Tabel 4.22. Kepentingan Memenuhi Kebutuhan Sayuran.....	49
Tabel 4.23. Subjek Yang Mengambil Keputusan Pembelian .....	50
Tabel 4.24. Sumber Informasi Konsumen .....	50

	Halaman
Tabel 4.25. Informasi Penting Bagi Konsumen .....	51
Tabel 4.26. Pertimbangan Membeli .....	52
Tabel 4.27. Pertimbangan Memilih Tempat .....	52
Tabel 4.28. Cara Konsumen Memutuskan Pembelian.....	53
Tabel 4.29. Subjek Yang Melakukan Pembelian .....	54
Tabel 4.30. Tingkat Kepuasan Konsumen .....	54
Tabel 4.31. Sikap Konsumen Apabila Harga Naik .....	55
Tabel 4.32. Sikap Konsumen Apabila Produk Yang Dicari Tidak Tersedia .....	55
Tabel 4.33. Hasil Uji Multikolinieritas .....	57
Tabel 4.34. Hasil Uji Autokorelasi .....	58
Tabel 4.35. Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....	59

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Skema Model Pendekatan.....	16
Gambar 4.1. Bisnis Online Brayamart.....	31
Gambar 4.2. Bisnis Online Rumah Belanja .....	32
Gambar 4.3. Hasil Uji Normalitas .....	56
Gambar 4.4. Hasil Uji Heterokedastisitas .....	58
Gambar 4.5. Kurva Uji Hipotesis .....	62



## DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Peta Wilayah Kota Palembang .....	74
Lampiran 2. Kuisisioner Penelitian .....	75
Lampiran 3. Surat Izin Penelitian Brayamart .....	81
Lampiran 4. Surat Izin Penelitian Rumah Belanja .....	82
Lampiran 5. Karakteristik Konsumen Bisnis Online.....	83
Lampiran 6. Proses Pengambilan Keputusan.....	84
Lampiran 7. Preferensi Konsumen Sebelum Covid-19 .....	86
Lampiran 8. Preferensi Konsumen Saat Covid-19 .....	87
Lampiran 9. Konversi Data MSI preferensi Sebelum Covid-19.....	88
Lampiran 10. Konversi Data MSI Preferensi Saat Covid-19.....	89
Lampiran 11. Pengolahan SPSS Uji <i>Paired T-test</i> Preferensi Konsumen Sebelum dan Saat Pandemi Covid-19 di Kota Palembang.....	90
Lampiran 12. Pengolahan SPSS Uji Asumsi Klasik dan Analisis Regresi Linear Berganda Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Konsumen Sebelum dan Saat Pandemi Covid-19 di Kota Palembang.....	92
Lampiran 13. Keadaan Bisnis Online Brayamart.....	94
Lampiran 14. Sayuran yang dijual di Bisnis Online Rumah Belanja .....	95
Lampiran 15. Foto Bersama Owner Bisnis Online .....	96
Lampiran 16. Proses Wawancara dan Pengisian Kuisisioner dengan pelanggan Brayamart dan Rumah Belanja .....	97

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Covid- 19 ialah wabah penyakit yang dikala ini tengah menggemparkan dunia. Wabah penyakit Covid- 19 itu, awal kali dilaporkan di Wuhan, Tiongkok (Wang *et al.*, 2020). Pada Desember 2019 dinyatakan oleh *Public Health Emergency of International Concern* (PHEIC) jika virus Covid- 19 tersebut telah menyebar ke nyaris seluruh negeri (*John's Hopkins Coronavirus Resource Center* (JHU), 2020).

Menurut data yang tersedia, telah terjadi lebih dari 23 juta kasus COVID-19 dan lebih dari 803.253 kematian telah dilaporkan dari seluruh dunia, angka kematian juga terus meningkat tiap saatnya (Reza, 2020). Banyak negara sekarang melaporkan peningkatan jumlah kasus dan memberlakukan peraturan *lockdown* yang ketat, yang berdampak pada semua aspek. Karena diberlakukannya *lockdown*, banyak orang di seluruh dunia kehilangan pekerjaan, dan menciptakan kekhawatiran tentang stabilitas, ketersediaan makanan.

Adapun upaya yang dilakukan oleh pemerintah Indonesia dalam menangani dan mencegah penularan Covid-19 antara lain adalah dengan melakukan pembatasan aktivitas disekolah sehingga para murid dan guru belajar secara online, bekerja dari rumah, tidak bepergian, serta pembatalan dari berbagai acara pemerintah dan swasta yang membuat perekonomian di Indonesia menjadi terganggu. Hal tersebut menjadi pemicu timbulnya kemerosotan ekonomi (Leiva-Leon, et al, 2020).

Meningkatnya jumlah penderita dengan jenjang kematian yang besar akibat Covid- 19 disaat ini sangat meresahkan. Oleh sebab itu, pada masa pandemi Covid- 19 ini kita wajib menambah sistem kekebalan tubuh yang menggambarkan kekuatan pertahanan tubuh melawan kuman, virus serta organisme pemicu penyakit yang bisa jadi kita sentuh, konsumsi dan pula hisap tiap hari.

Salah satu cara memperkuat pertahanan tubuh adalah dengan mengkonsumsi Sayuran. Badan Kesehatan Dunia (World Health Organization) sendiri secara universal menyarankan untuk mengkonsumsi sayuran. Ada pula porsi yang disarankan merupakan beberapa 400 gr per orang per hari, yang terdiri dari 250 gr sayur (kurang lebih 2 porsi ataupun 2 gelas sayur yang sudah dimasak serta ditiriskan). Di Indonesia untuk bayi dan

juga anak umur sekolah disarankan mengkonsumsi sayur- mayur sebanyak 267 gr per orang per hari serta buat para anak muda dan orang berusia sebanyak 400 gr per orang per hari (Kemenkes, 2020).

Sayuran mempunyai bermacam berbagai khasiat untuk tubuh yakni sebagai sumber nutrisi serta serat, dan pula yang sangat penting merupakan berkhasiat guna meningkatkan serta melindungi sistem imun supaya badan senantiasa sehat. Kandungan nutrisi, gizi dan serat yang tercantum di dalam sayur- mayur dikenal bisa menaikkan imunitas ataupun energi tahan badan. Tidak hanya itu, teratur konsumsi sayur- mayur pula membuat kinerja sistem imunitas badan senantiasa kokoh sehingga sanggup menghalau peradangan. Pakar gizi UNICEF Sri Sukotjo, berkata kalau, pada masa pandemi covid 19 ini kita wajib perbanyak konsumsi sayur- mayur paling utama yang memiliki vit C serta E yang bisa menambah imunitas badan kita (Sasongko, 2020). Ada pula sebagian sayur- mayur yang dikenal bisa menambah imunitas badan, semacam brokoli, bayam, kembang kol, wortel, pokcoy, paprika merah, jamur, tomat serta kubis.

Di Indonesia sendiri disaat terjadinya pandemi Covid-19 perekonomian mengalami kemerosotan mencapai angka 5%, perihal ini mengakibatkan Menti keuangan belum dapat memberikan kepastian mengenai anggapan tentu perkembangan ekonomi pada tahun ini (Hanoatubun, 2020). Kemerosotan ekonomi ini pula akan mempengaruhi bermacam sektor- sektor penting penunjang negara.

Namun, walaupun terjadi kemerosotan ekonomi di berbagai sektor, sektor pertanian menjadi sektor terakhir yang diprediksi sanggup bertahan (*sector of the last resort*) dan menjadi andalan dalam pemenuhan pangan saat kemerosotan ekonomi (Kahirad, 2020). Sektor pertanian merupakan sektor yang memasok kebutuhan pangan sehari-hari untuk memenuhi kebutuhan masyarakat, baik hasil pertanian pangan dan perkebunan, peternakan, sayuran dan buah-buahan. Akan tetapi, menurut data Indeks Penjualan Riil yang dirilis oleh Bank Indonesia, dengan berlangsungnya pandemi Covid-19 ini penjualan sektor pertanian di pasar tradisional ataupun pasar modern mengalami degradasi. Padahal, sebelum covid-19 teridentifikasi di Indonesia, menunjukkan kontraksi 0,3% pada Januari 2020 (Muzakki, 2020).

Hal itu terjadi karena adanya transisi pola aktifitas masyarakat dalam kehidupan sehari-hari. Salah satunya adalah aktifitas berbelanja kebutuhan di kala masa pandemi Covid-19. Dimana keharusan menjaga diri dari virus Covid-19 namun masih tetap harus memenuhi kebutuhan sehari-hari demi kelangsungan hidup. Hal tersebut merupakan awal bermunculan berbagai macam bisnis online yang menawarkan solusi berbelanja kebutuhan sehari-hari dari rumah yang mempermudah masyarakat dalam mencukupi kebutuhannya (Diah, 2020). Dengan

kemudahan yang ditawarkan ini masyarakat akan lebih sedikit berinteraksi dan akan meminimalisir terpapar oleh virus Covid-19.

Seorang peneliti dari Center for Digital Society (CfDS) Tony Seno menyatakan bahwa selama masa pandemi Covid-19 ini telah terjadi eskalasi terhadap transaksi belanja online di kalangan masyarakat Indonesia sebesar 30% (Arimbi, 2020). Selain itu, Badan Pusat Statistik (BPS) juga mencatat adanya kenaikan sebanyak 31% dari pola belanja online atau daring selama pandemi Covid-19 berlangsung (Junita, 2020). Hal ini tentunya menguatkan pernyataan diatas bahwa pada masa pandemi Covid-19 ini masyarakat cenderung merubah pola belanjanya. Dimana sebelumnya berbelanja dapat dengan cara langsung datang ke toko, supermarket maupun pasar kini masyarakat harus berbelanja kebutuhan sehari-hari dari rumah.

Kota Palembang merupakan salah satu kota yang mempunyai jumlah penduduk yang besar di Pulau Sumatera Selatan jika dibandingkan dengan kota-kota yang lain. Pada tahun 2019 kota Palembang mempunyai populasi penduduk sebanyak 1.662.893 jiwa (BPS, 2020). Kapasitas penduduk besar inilah yang memunculkan berbagai bisnis online. Terutama bisnis online sayuran. Di kota Palembang sendiri memiliki  $\pm$  20 bisnis online yang menjual berbagai macam sayur-sayuran yang dibutuhkan setiap harinya. Bisnis online tersebut dijalankan menggunakan platform media sosial seperti Instagram dan Facebook. Selain itu bisnis online tersebut ada yang telah mempunyai web aplikasi yang mereka kelola sendiri sehingga akan mempermudah para konsumennya dalam melakukan proses pembelian.

Salah satu contoh bisnis online sayuran yang ada di Kota Palembang adalah Brayamart dan Rumah Belanja. Kedua bisnis online tersebut menjadi salah satu solusi bagi masyarakat di kota Palembang dalam mencukupi kebutuhan sayuran sehari-hari. Sehingga menjadi solusi bagi masyarakat untuk mengurangi aktivitas maupun interaksi diluar rumah.

Namun di dalam prosesnya, untuk mengembangkan bisnis online di masa pandemi Covid-19 ini tentunya tidaklah mudah. Pelaku bisnis harus memiliki strategi tersendiri untuk menarik minat konsumen terhadap produk yang mereka tawarkan. Salah satunya menerapkan strategi pemasaran dimana pelaku bisnis harus memikirkan strategi guna menarik minat konsumen. Strategi menarik minat konsumen terhadap produk yang ditawarkan ini sangatlah penting karena, apabila suatu bisnis online ingin stabil dan berkembang, mereka harus bisa mencapai tujuan untuk dapat mendatangkan dan mempertahankan konsumen.

Selain itu, untuk menarik minat konsumen terhadap bisnis online tersebut, pelaku bisnis juga harus memiliki pemahaman terlebih dahulu mengenai preferensi konsumen. Dengan memahami preferensi suatu bisnis online dapat merancang strategi yang tepat dan

membuat strategi *differensiasi* dari bisnis online yang menjadi pesaing. Adapun pengertian dari preferensi konsumen adalah kesukaan atau tidak-nya seseorang terhadap suatu produk (yang berupa barang atau jasa) yang mereka konsumsi. Preferensi menunjukkan kesukaan kosumen dari banyaknya macam pilihan-pilihan yang telah ada atau ditawarkan dari suatu produk (Wijayanti, 2011). Tahap preferensi yang dipunyai konsumen terhadap suatu produk merupakan awal dari loyalitas konsumen itu sendiri, sehingga suatu bisnis online juga haruslah mempelajari apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen untuk dapat menimbulkan preferensi itu sendiri.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Pearson dan Henryks (2008) faktor kualitas produk organik merupakan faktor yang paling dievaluasi dalam membentuk suatu preferensi lalu diikuti dengan faktor harga, promosi, dan lokasi distribusi. Sedangkan menurut penelitian Ariyanti (2017) faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi konsumen terhadap pasar tradisional adalah harga, produk, promosi, dan lokasi pasar.

Selain faktor yang akan mempengaruhi preferensi konsumen, pelaku bisnis juga harus mengetahui apa-apa saja yang menjadi pertimbangan konsumen dalam melakukan pembelian dengan melihat proses pengambilan keputusan.

Dengan memiliki strategi yang baik mengenai preferensi dan faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi serta proses pengambilan keputusan oleh konsumen, maka para pelaku bisnis online dapat menjalankan dan mengembangkan bisnis online mereka dengan baik di masa pandemi Covid-19 ini.

Dari uraian diatas, penelitian tertarik untuk melakukan penelitian “Preferensi Konsumen Bisnis Online Sayuran dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhinya Saat Pandemi Covid-19 Di Kota Palembang”

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian dari latar belakang diatas, maka permasalahan penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana preferensi konsumen di bisnis *online* sayuran sebelum dan saat pandemi Covid-19 di kota Palembang?
2. Bagaimana proses pengambilan keputusan konsumen dalam membeli melalui bisnis *online* sayuran pada masa pandemi Covid-19?
3. Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi preferensi konsumen di bisnis *online* sayuran

saat pandemi Covid-19?

### **1.3. Tujuan dan Kegunaan**

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka yang menjadi tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis preferensi konsumen di bisnis *online* sayuran sebelum dan saat pandemi Covid-19.
2. Mendeskripsikan proses pengambilan keputusan konsumen dalam membeli melalui bisnis online sayuran pada masa pandemi Covid-19.
3. Menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi konsumen di bisnis *online* sayuran saat pandemi Covid-19.

Adapun kegunaan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Penulis, penelitian ini dapat memberikan pengalaman serta untuk menambah wawasan dan merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana di Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya.
2. Bagi Pemerintah, pihak swasta, dan pihak terkait lainnya, penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi terkait preferensi konsumen dalam berbelanja di bisnis online saat pandemi Covid-19 di Kota Palembang.
3. Bagi pembaca, hasil dari penelitian ini diharapkan agar dapat memberikan informasi tambahan, pengetahuan dan bisa menjadi sumber kepustakaan untuk penelitian

## DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, M. Z., (2021). Pemulihan ekonomi nasional pada masa pandemi covid-19: analisis produktivitas tenaga kerja sektor pertanian. *Indonesian Treasury Review: Jurnal Perbendaharaan, Keuangan Negara dan Kebijakan Publik*, 6(2), 117-138.
- Aisyah, Erinda, dkk. 2017. Analisis Faktor-Faktor Preferensi Pelanggan Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Terhadap Pelanggan McDonald's di Indonesia dan Malaysia. Universitas Brawijaya: Malang.
- Aji, J.M.M. dan Widodo, A. 2010. Perilaku konsumen pada pembelian beras bermerk di Kabupaten Jember dan faktor yang mempengaruhinya. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*. 4 (3): 12-24.
- Akerman, Yandra, Hermadi I. 2020. Sistem logistik pangan saat pandemi *Covid-19* dan setelahnya. Bahan presentasi pada Webinar Sistem Logistik Pangan, DPIS, IPB; 2020 Mei 6.
- Alma, Bachari. 2009. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran jasa. Alfabeta: Bandung.
- Andi, Ajeng TL, dkk. 2021. Perilaku Konsumsi Sebelum dan Sesudah Pandemi Covid-19 di Indonesia : Studi Perbandingan. *Journal of Islamic Economics and Finance Studies*. Volume 2, No. 1 (June, 2021), pp. 94-109.
- Arianty D dan Rohmana Y. 2012. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Konsumen Provider Indosat di Perguruan Tinggi Negeri Kota Bandung. *Jurnal Sains dan Terapan*, 7 (2): 1-12.
- Arief, Darmawan. 2016. Pengantar Bisnis Online. <http://PengertianBisnisOnline/MuhammadAriefDarmawan>. ( Diakses Pada 21 November 2020).
- Arimbi, Maria Haryas. 2020. Penuhi Kebutuhan Masa Pandemi, Belanja “Online” jadi Solusi [.https://money.kompas.com/read/2020/07/11/173736026/penuhi-kebutuhan-di-masa-pandemi-belanja-online-jadisolusi?page=all](https://money.kompas.com/read/2020/07/11/173736026/penuhi-kebutuhan-di-masa-pandemi-belanja-online-jadisolusi?page=all). (Diakses Pada 21 November 2020)
- Ariyanti Susman, Lia. 2017. Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Konsumen Terhadap Pasar Tradisional Studi Pasar Bandar Sari Kecamatan Padang Ratu. (Skripsi Sarjana Ekonomi Syariah, Universitas Agama Islam Negeri (IAIN) Metro, Lampung). <https://repository.metrouniv.ac.id/eprint/2444/1/SKRIPSI%5B1%5D.pdf>. (Diakses Pada 17 September 2020).
- Astawan, M. dan A. L. Kasih. 2008. Aneka Khasiat Warna Pangan. Jakarta: PT. Gramedia.
- Badan Pusat Statistik Kota Palembang. 2019. Jumlah Penduduk 2019. Palembang.
- Balqiah, Tengku Ezni dan Setyowardhani Hapsari. 2017. Perilaku Konsumen. Tangerang Selatan: Universitas Terbuka
- Barkatullah, Abdul Halim. 2008. Hukum Perlindungan Konsumen Kajian teoritas dan Perkembangan Pemikiran. Bandung.
- Saptutyingsih, Endah dan Setyaningrum Esty.2019. Penelitian Kuantitatif Metode dan Alat Analisis. Gosyen Publishing. Yogyakarta.
- Chakraborty, Indranil, & Prasenjit M. 2020. *COVID-19 outbreak: Migration, effects on society, global environment and prevention*. *Science of The Total Environment*, 728.

- Dasipah, Euis. Haris Budiyo dan Meilan Julaeni. 2010. Analisis Prilaku Konsumen Dalam pembelian Produk Sayuran di Pasar Modern Kota Bekasi. CEFARS: Jurnal Agribisnis dan Pengembangan Wilayah 1 Nomor 2.
- Departemen Kesehatan RI. 2014. Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 5. Jakarta: Depkes RI, p441-448.
- Desmita. 2009. Psikologi Pembangunan. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Dewi, Amelia Chynthia. 2013. Studi Deskriptif Mengenai Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Tingkat Kualitas Pelayanan Travel “X” Bandung. Skripsi. Bandung : Fakultas Psikologi Universitas Kristen Maranatha.
- Diah, P. 2020. Preferensi dan Keputusan Pembelian Konsumen pada Aplikasi Belanja Online Saat Pandemi Covid-19 (Studi Kasus: Go Mart dan Aplikasi Sayur Online). Universitas Bina Sarana: Depok.
- Djalante R, Lassa J, Setiamarga D, Sudjatma A, Indrawan M, Haryanto B, Mahfud G., et al. (2020). *Review and Analysis of Current Responses to Covid-19 in Indonesia: Period of January to March 2020. Progress in Disaster Science*, 100091, 1-9.
- Dyah, T.A. 2018. Preferensi Konsumen Terhadap Media Sosial Dalam Mencari dan Membeli Produk Secara Online. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegojapranata: Semarang.
- Erinda, Aisyah, dkk. 2016. Analisis Faktor-Faktor Preferensi Pelanggan Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Terhadap Pelanggan McDonald’s Di Indonesia Dan Malaysia. Fakultas Ilmu Administrasi. Universitas Brawijaya : Malang.
- Fajrin, Errin Arbaeni, *et.al.* 2015. “ Faktor Pembentuk Preferensi Masyarakat Kota Bandung Dalam Memilih Belanja di Pasar Tradisional dan di Pasar Modern (Aplikasi Metode A H P). Jurnal Ilmu Ekonomi. Universitas Islam Bandung.
- Fransisca, Deborah S. 2018. Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Masyarakat Dalam Berbelanja Di Pasar Tradisional dan Modern. Universitas Sumatera Utara : Medan.
- Fry-Bowers, E. K. (2020). Children are at Risk from COVID-19. *Journal of pediatric nursing*, 53( A10–A12).
- Ghozali, Imam. 2016. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8). Cetakan ke VIII. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Hafido. 2015. Pengaruh Pemanfaatan Dana Zakat Produktif Terhadap Tingkat Penghasilan Mustahik di Pos Keadilan Peduli Ummat (PKPU) Yogyakarta. Skripsi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Hamidah, S. 2015. Sayuran dan Buah Serta Manfaatnya Bagi Kesehatan Disampaikan dalam Pengajian Jamaah Langar Mafaza Kotagede Yogyakarta. 1–10.
- Handayani, Sri. 2012. Aspek Hukum Perlindungan Konsumen dalam Pelayanan Air Bersih pada PDAM Tirtasari Binjai. Jurnal Non Eksakta (Volume 4 Nomor 1). Hlm. 2
- Hanoatubun, S. (2020). Dampak Covid – 19 terhadap Prekonomian Indonesia. *EduPsyCouns: Journal of Education, Psychology and Counseling*, 2(1), 146-153. Retrieved from <https://ummaspul.e-journal.id/EdupsyCouns/article/view/423>. (Diakses pada 17 Januari 2021).



- Indarto, Rossi Prasetya. (2011). Analisis Preferensi Konsumen terhadap Bundling Kartu GSM dengan Smartphone (Studi Terhadap Bundling Smartphone oleh Telkomsel dan XL. Jurnal – Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Iriyani, Dwi & Nugrahani, Pangesti. 2014. Kandungan Klorofil, Karotenoid, Dan Vitamin C Beberapa Jenis Sayuran Daun Pada Pertanian Periurban Di Kota Surabaya. Jurnal Matematika, Sains, dan Teknologi, Volume 15, Nomor 2.
- Johns Hopkins Coronavirus Resource Center (JHU). 2020. COVID-19 Map. <https://coronavirus.jhu.edu/map.html> (Diakses pada 21 November 2020).
- Junita, Nancy. 2020. "Pandemi Covid-19, Survei BPS: Tren Belanja Online Naik, Mayoritas Milenial Perempuan". <https://ekonomi.bisnis.com/read/20200603/12/1247992/pandemi-covid-19-survei-bps-tren-belanja-online-naikmayorit-as-milenial-perempuan>. (Diakses tanggal 21 November 2020).
- Kementrian Kesehatan RI. 2020. Panduan Gizi Seimbang pada masa Pandemi Covid19LindungiKeluarga<https://Covid19.go.id/storage/app/media/Materi%20Edukasi/final-panduan-gizi-seimbang-pada-masa-covid-19-1.pdf> (Diakses pada 17 September 2020).
- Kementrian Pertanian. 2020. Mentan Dorong Percepatan Peremajaan Sawit di Jambi. <https://www.pertanian.go.id/home/?show=news&act=view&id=4994>. (Diakses Tanggal 21 November 2020)
- Khairad, Fastabiquil. 2020. Sektor Pertanian di Tenga Pandemi Covid ditinjau Dari Aspek Agribisnis. Jurnal Agriuma : Universitas Medan Area.
- Khomsan, P. D. I. A. 2013. Pangan dan Gizi Untuk Kesehatan. Edisi Kedua. Jakarta: Raja Grafindo Persada (Rajawali Perss), hlm. 15.
- Kotler dan Amstrong. 2008. Manajemen Pemasaran. Jilid I. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler Philip, dan Gary Amstrong 2012. *Principles Of Marketing*, Global Edition, 14 Edition, Pearson Education.
- Kotler, Philip & Keller, L. Kevin. 2007. Manajemen Pemasaran. Edisi 12, Jilid 1 dan 2. Jakarta: Pearson Education, Inc.
- Laguna, L., Fiszman, S., & Tarrega, A. 2020. *The impact of COVID-19 lockdown on food priorities. Results from a preliminary study using social media and an online survey with Spanish consumers. Food Quality and Preference* 86 (2020) 104028.
- Lal, Preet, Amit, K., Shubham, K., Sheetal, K., Purabi, S., Arun, D., Dibyendu, A., & Khan, M.L. (2020). *The dark cloud with a silver lining: Assessing the impact of the SARS COVID-19 pandemic on the global environment. Science of The Total Environment*. 732.
- Leiva-Leon, D, G Perez-Quiros and E Rots. .2020. "Real-time weakness of the global economy: a first assessment of the coronavirus crisis". ECB Working Paper 2381.
- Lunenberg, F. C. 2010. *The Decision Making Process. National Forum Of Educational Administration and Supervision Journal*, 1-12.
- Madja, Laila. 2015. Tumbuh Pesatnya Bisnis Transportasi Online Di Indonesia. <http://laila04majda.blogspot.com/2015/11/tumbuh-pesatnya-bisnis-transportasi.html>. (Diakses tanggal 21 November 2020).

- Marion A. 2015. Hubungan Antara Citra Merek (Brand Image) Kopi Kapal Api dengan Perilaku Konsumen. *Prosiding Hubungan Masyarakat Seminar Penelitian Sivitas Akademika Unisba*, 1 (1): 416-426.
- Moehji, Sjahmien. 2017. *Dasar-Dasar Ilmu Gizi 2*. Pustaka Kemang Studio Aksara. Jakarta.
- Mukiibi, E. (2020). *COVID-19 and the state of food security in Africa*. *Agric Hum*, 37, 627–628.
- Munir, Muafady. 2008. *Hukum Kontrak (Dari Sudut Pandang Bisnis)*. Jakarta: Penerbit Nusa Media.
- Muzakki, F. 2020. *The Global Political Economy Impact of Covid-19 and The Implication onto Indonesia*. *Journal of Social Political Sciences*, 1(2), 76-92.
- Nasution, Az. 2011. *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*. Jakarta: Diadit Media.
- Ningsih, Dian Eka A. 2021. Dampak Pandemi Terhadap Laju Ekonomi Indonesia 2020 dan Alternatif Solusinya. *Jurnal Ekonomi Syariah: Institut Agama Islam Sunan Kalijogo Malang*.
- Nirmala, Grani. 2018. Pengaruh Pendidikan Gizi Tentang Sayur Terhadap Pengetahuan, Sikap dan Porsi Konsumsi Sayur Anak SD Negeri 105349 Paluh Kemiri. Program Studi Diploma IV: Politeknik Kesehatan Medan.
- Nurmadina, 2016. Analisis Faktr-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Secara *Online* (Studi Kausu Konsumen *Fashion Online* Di Kota Makasar. Fakultas Bisnis dan Ekonomi: Universitas UIN Alaudin Makasar.
- Nurmaida. 2016. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Secara *Online* (Studi Kasus pada Konsumen *Fashion Online* di Kota Makassar). UIN Alaudin : Makassar.
- Pane, Aldivah Adawiyah. 2016. Pengaruh Pemasaran *Online* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Merk Converse Pada Siswa/i Smk Yayasan Pendidikan Harapan 1 Medan. Fakultas Ekonomi dan Bisnis: Universitas Sumatera Utara Medan.
- Pearson, D., & Henryks, J. 2008. *Marketing Organic Products : Exploring Some of the Pervasive Issues*. *Journal of Food Products Marketing*, (November 2012), 95–108. Retrieved from <http://dx.doi.org/10.1080/10454440801986421>.
- Putri N dan Iskandar D. 2014. Analisis Preferensi Konsumen Dalam Menggunakan Social Messenger Di Kota Bandung (Studi Kasus : Line, Kakaotalk, Wechat, Whatsapp). *Jurnal Manajemen Indonesia*, 14 (2): 110-127.
- Putri, Carla Mediana I. 2018. Pengaruh Promosi Online Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. Fakultas Ekonomi: Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.
- Qarnain, S. S., Muthuvel, S., & Muthuvel, S. (2020). *Review on government action plans to reduce energy consumption in buildings amid COVID-19 pandemic outbreak, Materials Today: Proceedings*, Retrieved from DOI Foundation website: <https://doi.org/10.1016/j.matpr.2020.04.723>
- Ramiayu, Deasy D. 2021. Pandemi Covid-19 Dan Sektor Pertanian: Peningkatan NTP Tidak Sebanding Dengan PDP Sektor Pertanian. *Jurnal Budget Issues Brief Industri Dan Pembangunan: Badan Keahlian DPR RI*.

- Ratna, Widyawati. 2020. Sembilan Kebiasaan dan Cara Makan yang Berubah Setelah Pandemi Virus Corona. Tersedia (Online). 2020). <https://superapps.kompas.com/read/246432/9-kebiasaan-dan-cara-makan-yang-berubah-setelah-pandemi-virus-corona>. (Diakses tanggal 21 November 2020).
- Republika Online. 2020. “Permintaan Ekspor Buah Selama Pandemi Meningkatkan Tajam”. <https://republika.co.id/berita/qeuc1b380/permintaan-ekspor-buah-selama-pandemi-meningkat-tajam> (Diakses tanggal 4 Oktober 2020).
- Reza, Mohammad, dkk. 2020. Efek jangka pendek wabah COVID-19 pada keragaman makanan dan status ketahanan pangan rumah tangga Iran (Studi kasus di provinsi Teheran). *Jurnal Produksi Benih : Science Direct*.
- Rienaldo, Yosda. 2012. Preferensi Terhadap Merek Pada Konsumen Pembelian Smartphone (Penelitian terhadap Konsumen Pengguna *Apple Iphone*, *RIM Blackberry*, dan *Smartphone* Berbasis *Goggle Android*). *Jurnal Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Indonesia: Depok*.
- Rizal, Jawahir G. 2020. “Petani Merugi Saat Sektor Pertanian Tumbuh Di Tengah Pandemi Covid-19, Apa Masalahnya?”. <https://www.kompas.com/tren/read/2020/09/12/160500965/petanimerugi-saat-sektor-pertanian-tumbuh-di-tengah-pandemi-corona-apa?page=all>. (Diakses Tanggal 4 Oktober 2020).
- Robert S. Pindyck dan Daniel L. Rubinfeld. 2009. *Ekonomi Mikro Edisi Keenam Jilid 1*. Penerbit Indeks. Jakarta.
- Sadono, Sukirno. 2006. *Ekonomi Pembangunan: Proses, Masalah, dan Dasar Kebijakan*. Jakarta: Prenada Media Group
- Saktyanu K. Dermoredjo, Yonas H. Saputra, Delima H. Azahari. 2020. Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Perdagangan Dalam Negeri Komoditas Pertanian. Dalam *Prosiding Dampak Pandemi Covid-19: Perspektif Adaptasi dan Resiliensi Sosial Ekonomi Pertanian Hal 127- 148*. ISBN: 978-602-344-297-3. Jakarta : IAARD Press.
- Sandjaja. 2010. *Kamus Gizi Pelengkap Kesehatan Keluarga*. Jakarta: Kompas.
- Sanusi dan Abdurrahman. 2015. *Manajemen Strategi. Pemasaran*. CV Pustaka Setia. Bandung.
- Saptutyningsih, Endah dan Setyaningrum Esty. 2019. *Penelitian Kuantitatif Metode dan Alat Analisis*. Gosyen Publishing. Yogyakarta.
- Sari, Bella Novia. 2020. Analisis Pemasaran Sayuran Di Dusun Kerinjing Kelurahan Agung Lawangan Kecamatan Dempo Utara Kota Pagar Alam. Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian: Universitas Sriwijaya.
- Sasongko, Agung. 2020. “UNICEF Imbau Perbanyak Konsumsi Buah dan Sayur Saat Pandemi”. <https://republika.co.id/berita/qbcate313/unicef-imbau-perbanyak-konsumsi-buah-dan-sayur-saat-pandemi>. (Diakses tanggal 21 November 2020).
- Simamora, Hendry. 2013. *Panduan Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia.
- Simona, L.F., Kakisina, L.O. dan Luhukay, J.M., 2016. Sistem Pemasaran Sayur Daun di Pasar Modern ( Hypermart ) dan Pasar Tradisional. *Jurnal Agribisnis Kepulauan [online]*, 4(1), 46–56.
- Sumarwan, Ujang. 2011. *Perilaku Konsumen :Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran, Edisi Kedua, Cetakan Pertama*. Bogor: Ghalia Indonesia

- Supini, Novi. 2019. Perilaku Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Produk *Mudharabah* Di KSPPS BTM Bimu Waydadi Kota Bandar Lampung. Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi: UIN Raden Intan Lampung.
- Suryani, Tatik. 2008. Cetakan Pertama. Perilaku Konsumen; Implikasi pada Strategi Pemasaran. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Tjiptono, Fandy. 2008. Strategi Pemasaran (Edisi 3). Yogyakarta: ANDI
- Wang, C., Horby, P.W., Hayden, F.G., Gao, G.F. 2020. *A novel coronavirus outbreak of global health concern.* Lancet 395 (10223), 470–473. [https://doi.org/10.1016/S01406736\(20\)30185-9](https://doi.org/10.1016/S01406736(20)30185-9). (Diakses tanggal 21 November 2020).
- Wijayanti, M. 2011. Analisis Preferensi Konsumen dalam Membeli Daging Sapi di Pasar Tradisional Kabupaten Karanganyar. Skripsi. Surakarta: Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret.
- Wong, Jonny. 2010. *Internet Marketing For Beginners*. Elex Media Komputerindo: Jakarta.
- Worldometer Corona Virus. 2020. <https://www.worldometers.info/coronavirus/>?. (Diakses tanggal 21 November 2020).
- Zamhir.2014. Analisis Preferensi Konsumen terhadap Produk Air Minum dalam Kemasan (Studi Di Perumahan Graha Pandaan). *Jurnal Ilmiah*, 3 (1): 1-12.
- Zulfi, Jivana. 2018. Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Pembelian Kopi Instan *White Coffee* Di Kecamatan Kebumen Kabupaten Kebumen. Fakultas Pertanian, Agribisnis: Universitas Sebelas Maret Surakarta