

RINGKASAN

Pertambahan jumlah penetrasi internet di Indonesia semakin tinggi. Ditambah lagi dengan kondisi pandemi yang mengharuskan pembatasan kegiatan di luar rumah mengakibatkan bergesernya pula perilaku konsumen dan para pelaku usaha termasuk bisnis penjualan produk pertanian seperti sayur dan buah. Sayyur.crb salah satu pelaku usaha penjualan sayur dan buah secara *online* pertama di Kota Cirebon. Bermunculannya pesaing dan melihat karakteristik produk pertanian yang salah satunya mudah rusak, mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan pembelian. Oleh karena itu penting dilakukan penelitian tentang faktor yang diperhatikan konsumen dalam memutuskan pembelian secara *online*. Penelitian ini bertujuan untuk 1) mengetahui dan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian sayur dan buah secara *online*, 2) mengetahui faktor paling dominan yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian sayur dan buah secara *online*. 3) mengetahui seberapa besar sumbangan/peranan teknologi digital terhadap pendapatan Sayyur.crb.

Penelitian ini dilaksanakan secara studi kasus di Kota Cirebon dan sekitarnya, serta pemilihan *online shop* di Sayyur.crb, dengan obyek penelitian yaitu konsumen Sayyur.crb sebanyak 60 responden. Penelitian dilaksanakan dari bulan Maret 2021 sampai Mei 2021. Metode pengambilan sampel secara *Purposive Random Sampling*. Variabel yang diamati ialah pribadi, sosial, produk, harga, pelayanan, dan promosi. Serta analisis data menggunakan metode *likert's summated ratings*, analisis faktor dan analisis keuntungan usaha.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat 3 faktor baru yang terbentuk yang mempengaruhi keputusan pembelian sayur dan buah secara *online* oleh konsumen yaitu 1) Faktor fisik dan pelayanan, yang terdiri atas empat indikator yaitu jenis sayur dan buah cukup lengkap, harga sebanding dengan *online shop* sejenis lainnya, serta keamanan, (2) Faktor daya tarik dan pribadi yang terdiri atas tiga indikator yaitu adanya diskon, *flash sale*, dan kepuasan, (3) Faktor Sosial yang terdiri dari satu indikator yaitu pengaruh keluarga. Kemudian faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi keputusan pembelian sayur dan buah secara *online* di Sayyur.crb ialah faktor sosial yaitu pengaruh keluarga karena memiliki nilai *loading factor* yang paling tinggi yaitu sebesar 0,764. Keuntungan usaha dengan menggunakan *digital marketing* jauh lebih besar dibandingkan dengan sistem konvensional, yaitu Rp 632.800 rata-rata per hari. Selain itu, modal yang dikeluarkan pun berkurang sebesar Rp Rp. 248.000; per hari, serta meminimalisir kerugian akibat stok yang tidak habis.

Kata kunci : keputusan pembelian, penjualan *online*, analisis faktor.

SUMMARY

The number of Internet penetration in Indonesia is increasing. Add to this the pandemic that necessitated restrictions on outdoor activities has resulted in multiple changes in consumer behavior and that of business people as well as in the sale of agricultural products such as vegetables and fruit. Sayyur.crb was the first one to sell vegetables and fruits online in Cirebon city. There is a succession of competitors, and a consideration of the characteristics of agricultural products that are easily damaged, is affecting consumers in making purchase decisions. Therefore it's important to do Research on the factors that consumers pay attention to in deciding online purchases. The study aims to 1) to find out and analyze the factors that influence a consumer's decision to make an online purchase of vegetables and fruits, 2) to know the most dominant factors affecting the consumer's decision to make a purchase Vegetables and fruit are online. 3) knowing how much digital technology contributes to sayyur income.

The study was conducted by case studies in and around Cirebon city, and the online shop selection in sayyur.crb, with a research object that is the sayyur consumer is 60 people. The study was carried out from March 2021 to May 2021. Samples are purposive random samples. The observable variables are personal, social, price products, service, and social. And data analysis uses likert's summated ratings, factor and business profit analysis.

Studies have shown that there are 3 new factors formed that affect the decision of consumption of vegetables and fruits online by consumers, which is 1) physical and service factors, which are four indicators, vegetable and fruit types are quite complete, comparable prices to online shop of other types, and security. (2) the appeal and personal factors comprise three indicators of discount, flash sale, and satisfaction, (3) a social factor of one indicator, that is, family influence. Then the most dominant factor in affecting the decision to purchase vegetables and fruits online in sayyur.crb is a social factor, family influence because it has the highest rate of loading factor of 0.764. Its profit by using the Internet marketing is much greater than the conventional system, Rp 632.800 average per day. In addition, capital reductions also decreased Rp 248.000, as well as minimized the damage from inexhaustive stocks.

Keywords : purchasing decisions, online shop, factor analysis.