

ABSTRAK

Masyarakat sudah lebih sadar tentang kandungan nutrisi, kesehatan, dan kualitas makanan yang dikonsumsi, dimulai dengan menerapkan pola hidup dan pola makan lebih sehat. Konsumsi sayuran hidroponik masih terbatas pada golongan masyarakat tertentu, harga sayuran hidroponik relatif lebih mahal dan dijual diritel-ritel modern (Alfamart, Griya Hidroponik), kondisi ini yang menciptakan adanya perilaku konsumen. Adapun beberapa faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen. Griya Hidroponik (GH) merupakan salah satu tempat budidaya sayuran hidroponik di Cirebon. GH menjual produk secara *offline* dan *online*, promosinya dilakukan melalui media sosial. Tujuan penelitian adalah 1) Mengetahui karakteristik perilaku konsumen yang melakukan pembelian sayuran hidroponik, 2) Menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen yang melakukan pembelian sayuran hidroponik, dan 3) Menganalisis faktor dominan yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian sayuran hidroponik.

Peneliti menggunakan formula *Lameshow* dalam menentukan jumlah sampel. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 konsumen sayuran hidroponik di Griya Hidroponik. Teknik pengambilan sampel menggunakan *Purposive Sampling* melalui observasi, wawancara, kuisioner dan studi pustaka menggunakan data primer dan sekunder. Analisis deskriptif digunakan untuk mengetahui karakteristik konsumen sayuran hidroponik di Griya Hidroponik. Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen terhadap pembelian sayuran hidroponik menggunakan analisis faktor. Penentuan faktor yang paling dominan menggunakan analisis faktor dilihat dari nilai *factor loading* yang paling besar.

Hasil penelitian ini menunjukkan; 1) Karakteristik konsumen pembeli sayuran hidroponik di Griya Hidroponik Cirebon yaitu sebagian besar berusia >32 tahun, jenis kelamin perempuan, pekerjaan pegawai swasta, status menikah, berdomisili di Cirebon, dan intensitas pembelian 2 kali., 2) Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam melakukan pembelian sayuran hidroponik di Griya Hidroponik adalah faktor kepribadian, faktor peran, faktor psikologis, faktor gaya hidup, faktor tingkat pendapatan, faktor sosial, faktor produk, faktor harga, faktor pelayanan, dan faktor promosi., 3) Faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi perilaku konsumen dalam keputusan pembelian sayuran hidroponik adalah faktor pelayanan konsumen di Griya Hidroponik.

ABSTRACT

The public is more aware of the nutritional content, health and quality of the food consumed, starting with adopting a healthier lifestyle and eating pattern. Consumption of hydroponic vegetables is still limited to certain groups of people, the price of hydroponic vegetables is relatively more expensive and they are sold in modern retailers (Alfamart, Griya Hidroponik), this condition creates consumer behavior. . There are several factors that can influence consumer behavior. Griya Hidroponik (GH) is one of the hydroponic vegetable cultivation places in Cirebon. GH sells products offline and online, promotions are carried out through social media. The research objectives were 1) Knowing the behavioral characteristics of consumers who buy hydroponic vegetables, 2) Analyzing the factors that influence consumer behavior who buy hydroponic vegetables, and 3) Analyzing the dominant factors that influence consumer behavior in making purchasing decisions hydroponic vegetables.

Researchers used the Lameshow formula in determining the number of samples. The sample in this study was 100 hydroponic vegetable consumers at Griya Hidroponik. The sampling technique used purposive sampling through observation, interviews, questionnaires and literature study using primary and secondary data. Characteristics of hydroponic vegetable consumers at Griya Hidroponik using descriptive analysis. Questionnaire test using validity test and reliability test. Analysis of the factors that influence consumer behavior towards purchasing hydroponic vegetables using factor analysis. Determination of the most dominant factor using factor analysis seen from the value of the greatest factor loading.

The results of this study indicate that; 1) The characteristics of consumers who buy hydroponic vegetables at Griya Hidroponik Cirebon are mostly > 32 years old, female gender, work as private employees, married status, domiciled in Cirebon, and purchase intensity is 2 times. 2) Factors that influence consumer behavior in purchasing hydroponic vegetables at Griya Hidroponik are personality factors, role factors, psychological factors, lifestyle factors, income level factors, social factors, product factors, price factors, service factors, and promotion factors., 3) The most dominant factor influencing consumer behavior in purchasing decisions for hydroponic vegetables is the customer service factor at Griya Hidroponik.