

RINGKASAN

Meningkatnya keinginan untuk hidup lebih sehat dengan cara mengonsumsi sayuran yang bebas dari bahan kimia menyebabkan meningkatnya permintaan sayuran organik, sehingga dapat dijadikan peluang oleh para petani sayuran organik sebagai produsen. Penelitian ini bertujuan untuk: (1) Mengetahui karakteristik responden pembeli sayuran organik di Kota Purwokerto Kabupaten Banyumas; (2) Mengetahui bauran pemasaran yang telah dilakukan produsen serta pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian sayuran organik di Kota Purwokerto; (3) Mengetahui segmentasi pasar pada komoditi sayuran organik saat ini di Kota Purwokerto Kabupaten Banyumas.

Lokasi penelitian ini berada di Kota Purwokerto, khususnya di outlet penjualan sayuran organik di Kota Purwokerto, Kabupaten Banyumas. Penelitian ini dilaksanakan pada Februari sampai April 2023. Penelitian ini dilakukan secara langsung atau menggunakan metode survey deskriptif dengan menggunakan metode *sampling insidental* sejumlah 100 responden. Analisis data yang digunakan adalah analisis regresi berganda dan analisis K-Mean Klaster.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Karakteristik (1) konsumen sayuran organik di Kota Purwokerto mayoritas terdiri oleh perempuan yaitu sebanyak 72 persen, ibu dalam keluarga, berdomisili disekitar Kota Purwokerto, rata-rata pembelian sayuran adalah kurang dari 2 kali pembelian dalam satu minggu. Mayoritas para konsumen membeli sayuran organik tersebut untuk dikonsumsi bagi keluarganya; (2) Bauran pemasaran yang terdiri dari *product, price, place, promotion, people, process, physical evidence* memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian sayuran organik di Kota Purwokerto, Kabupaten Banyumas atau dapat disimpulkan bahwa H0 ditolak dan H1 diterima. Harga dan promosi merupakan variabel yang memiliki pengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen sayuran organik di Kota Purwokerto. Sedangkan variabel produk, lokasi, proses, manusia dan sarana fisik tidak berpengaruh secara signifikan; (3) Pembeli potensial terbanyak adalah konsumen berjenis kelamin perempuan dengan rentang usia antara 17 sampai 25 tahun, rata – rata pendapatan perbulan konsumen tersebut antara 7 sampai 10 juta, sudah menikah dan memiliki tanggungan keluarga sebanyak 2 orang.

SUMMARY

The increasing desire to live a healthier life by consuming vegetables that are free from chemicals has led to increased demand for organic vegetables, so that it can be used as an opportunity by organic vegetable farmers as producers. This study aims to: (1) Know the characteristics of respondents who buy organic vegetables in Purwokerto City, Banyumas Regency; (2) Know the marketing mix that has been carried out by producers and the effect of the marketing mix on purchasing decisions for organic vegetables in Purwokerto City; (3) Know the market segmentation of the current organic vegetable commodity in Purwokerto City, Banyumas Regency.

The location of this research is in Purwokerto City, especially at organic vegetable sales outlets in Purwokerto City, Banyumas Regency. This research was conducted from February to April 2023. This research was conducted directly or using descriptive survey method using incidental sampling method of 100 respondents. The data analysis used was multiple regression analysis and K-Mean Cluster analysis.

The results showed that the characteristics of (1) organic vegetable consumers in Purwokerto City consisted mostly of women, namely 72 percent, mothers in the family, domiciled around Purwokerto City, the average purchase of vegetables was less than 2 purchases in one week. The majority of consumers buy these organic vegetables for consumption for their families; (2) The marketing mix consisting of product, price, place, promotion, people, process, physical evidence has an influence on purchasing decisions for organic vegetables in Purwokerto City, Banyumas Regency or it can be concluded that H_0 is rejected and H_1 is accepted. Price and promotion are variables that have a significant influence on consumer purchasing decisions for organic vegetables in Purwokerto City. While the variables of product, location, process, people and physical facilities do not have a significant effect; (3) The most potential buyers are female consumers with an age range between 17 and 25 years, the average monthly income of these consumers is between 7 and 10 million, married and has a family of 2 dependents.