

**PENGARUH KEPERCAYAAN, KEMUDAHAN, KUALITAS PRODUK, DAN
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SAYURAN SECARA
ONLINE DI KOTA JAKARTA SELATAN**

SKRIPSI

Oleh:

BEKTI NOVIANA ULFA



**PROGRAM STUDI S1 AGRIBISNIS
FAKULTAS PETERNAKAN DAN PERTANIAN
UNIVERSITAS DIPONEGORO
S E M A R A N G
2 0 2 3**

PENGARUH KEPERCAYAAN, KEMUDAHAN, KUALITAS PRODUK, DAN
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SAYURAN SECARA *ONLINE*
DI KOTA JAKARTA SELATAN

Oleh:

BEKTI NOVIANA ULFA

NIM: 23020318140069

Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Pertanian pada Program Studi S1 Agribisnis
Fakultas Peternakan dan Pertanian Universitas Diponegoro

PROGRAM STUDI S1 AGRIBISNIS
FAKULTAS PETERNAKAN DAN PERTANIAN
UNIVERSITAS DIPONEGORO
S E M A R A N G
2 0 2 3

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Bkti Noviana Ulfa

N I M : 23020318140069

Program Studi : S1 Agribisnis

dengan ini menyatakan sebagai berikut:

1. Skripsi yang berjudul: **Pengaruh kepercayaan, kemudahan, kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian secara *online* di kota Jakarta Selatan** dan penelitian yang terkait merupakan karya penulis sendiri.
2. Setiap ide atau kutipan dari karya orang lain berupa publikasi atau bentuk lainnya dalam skripsi ini. telah diakui sesuai dengan standar prosedur disiplin ilmu.
3. Penulis juga mengakui bahwa skripsi ini dapat dihasilkan berkat bimbingan dan dukungan penuh dari Pembimbing yaitu : **Prof. Dr. Ir. Siswanto Imam Santoso, M.P dan Wahyu Dyah Prastiwi, S.Pt., MM. M.Sc.**

Apabila di kemudian hari dalam skripsi ini ditemukan hal-hal yang menunjukkan telah dilakukannya kecurangan akademik maka penulis bersedia gelar sarjana yang telah penulis dapatkan ditarik sesuai dengan ketentuan dari Program Studi S1 Peternakan, Fakultas Peternakan dan Pertanian, Universitas Diponegoro.

Semarang, Maret 2023

Penulis,



Bkti Noviana Ulfa

Mengetahui:

Pembimbing utama

Prof. Dr. Ir. Siswanto Imam Santoso, M.P

Pembimbing anggota

Wahyu Dyah Prastiwi, S.Pt., MM. M.Sc.

Judul Skripsi : PENGARUH KEPERCAYAAN, KEMUDAHAN, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI KOTA JAKARTA SELATAN

Nama : BEKTI NOVIANA ULFA

NIM : 23020318140069

Program Studi/Departement : S1 AGRIBISNIS/PERTANIAN

Fakultas : PETERNAKAN DAN PERTANIAN

Telah disidangkan di hadapan Tim Penguji dan dinyatakan lulus pada tanggal. 08 MAR 2023

Pembimbing utama



Prof. Dr. Ir. Siswanto Imam Santoso, M.P

Pembimbing anggota



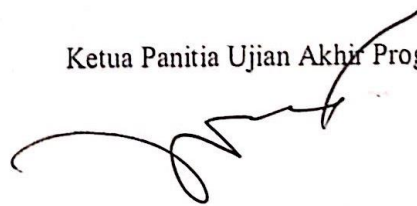
Wahyu Dyah Prastiwi, S.Pt., MM, M.Sc

Ketua Program Studi



Ir. Kustopo Budiraharjo, M.P.

Ketua Panitia Ujian Akhir Program



Ir. Joko Mariyono, M.P., Ph.D

Dekan



Prof. Dr. Ir. Bambang W. H.E.P, M.S., M.Agr, IPU

Ketua Departemen



Dr. Heni Rizqiati, S. Pt., M. Si

**PENGARUH KEPERCAYAAN, KEMUDAHAN, KUALITAS PRODUK, DAN
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SAYURAN SECARA
ONLINE DI KOTA JAKARTA SELATAN**

**Oleh:
Bekti Noviana Ulfa**

ABSTRAK

Penelitian bertujuan untuk mendeskripsikan karakteristik konsumen dan perilaku konsumsi pembelian sayuran secara *online* dan menganalisis pengaruh kepercayaan, kemudahan, kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian sayuran *online* di kota Jakarta Selatan. Penelitian dilakukan di kota Jakarta Selatan pada bulan Juni – Juli 2022. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Jakarta Selatan yang mengetahui situs *e-commerce* Sayurbox, Tanihub, atau Happyfresh Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah metode *non probability sampling* dengan menggunakan teknik *purposive sampling* dengan kriteria responden yaitu wanita atau laki-laki yang berusia minimal 18 tahun yang aktif bekerja dan berdomisili di Jakarta Selatan, dan mengetahui situs *e-commerce* Sayurbox, Happyfresh atau Tanihub. Jumlah sampel yang dibutuhkan sebesar 100 responden. Penelitian ini termasuk ke dalam jenis *explanatory research*. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survey dengan alat bantu kuesioner. Penelitian menggunakan metode analisis regresi logistik biner dengan *software* SPSS 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa responden pada penelitian ini didominasi oleh perempuan, mayoritas berusia 21 – 23 tahun, bekerja sebagai karyawan swasta, dan memiliki tingkat pendapatan antara > Rp. 3.000.000 – Rp. 5.000.000. per bulan. *Platform e-commerce* yang paling sering dipakai oleh responden adalah Happyfresh, Frekuensi pembelian sayuran secara *online* dalam seminggu mayoritas sebanyak 2 – 4 kali, dan pengeluaran untuk belanja sayuran secara *online* sebesar Rp. 250.001 – Rp. 350.000. per bulan. Hasil analisis regresi logistik menunjukkan bahwa variabel kepercayaan, dan kemudahan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian, sedangkan variabel kualitas produk dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: Sayurbox, Happyfresh, Tanihub, *e-commerce*

**THE EFFECT OF TRUST, CONVENIENCE, PRODUCT QUALITY, AND PRICE
ONLINE VEGETABLE PURCHASE DECISIONS IN THE CITY OF JAKARTA
SELATAN**

ABSTRACT

The purpose of this study was to describe consumer characteristics and consumption behavior of buying vegetables online and analyzing the effect of trust, convenience, product quality, and price on online vegetable purchasing decisions in South Jakarta. The study was conducted in South Jakarta in June – July 2022. The population were the people of South Jakarta who knew about Savurbox, Tanihub, or Happyfresh. The

sampling method was a non-probability sampling with purposive sampling technique, criteria respondents in this study were women or men who are at least 18 years old who are actively working and domiciled in South Jakarta, and knew about Sayurbox, Happyfresh or Tanihub. The number of samples required were 100 respondents. This research was an explanatory research with questionnaire as a tool to collect the data. Data were analysed using binary logistic regression. The results showed that respondents in this study were dominated by women, the majority aged 21 – 23 years, worked as private employees, and had income levels between > Rp. 3,000,000 – Rp. 5,000,000. per month. The most e-commerce platform mostly used by respondents is Happyfresh, the majority of online vegetable purchases are 2-4 times a week, and the expenditure for online vegetable shopping is Rp. 250.001 – Rp. 350,000. per month.the and the variables of trust and convenience had no effect on purchasing decisions, while product quality and price variables had a significant effect on purchasing decisions.

Keywords: *Sayurbox, Happyfresh, Tanihub, e-commerce.*

KATA PENGANTAR

Perkembangan era digital yang semakin pesat mengakibatkan setiap perusahaan diharuskan untuk menyesuaikan strategi pemasarannya dengan memasuki sistem *online* untuk menjual produknya. Penjualan sayuran secara *online* memiliki beberapa kelemahan yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian. Keputusan pembelian merupakan sebuah tindakan dimana seseorang diwajibkan untuk membuat keputusan dari beberapa pilihan. Terdapat banyak faktor yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian sayuran secara *online* diantaranya adalah kepercayaan (*trust*), kemudahan (*easy of use*), kualitas produk, dan harga. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah kepercayaan dan kemudahan dapat mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli sayuran sehingga para pelaku usaha dapat membuat strategi pemasaran yang tepat.

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah S.W.T karena atas berkat dan limpahan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan makalah usulan penelitian yang berjudul “Pengaruh kepercayaan dan kemudahan terhadap keputusan pembelian sayuran *online* di Jakarta Selatan” dengan baik. Usulan penelitian ini disusun sebagai salah satu syarat dalam penulisan skripsi pada program studi S1 Agribisnis Fakultas Peternakan dan Pertanian Universitas Diponegoro.

Selama penyusunan usulan penelitian penulis dibantu oleh berbagai pihak, oleh karena itu penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya secara khusus kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Siswanto Imam Santoso, M.P. selaku dosen pembimbing utama sekaligus dosen wali dan Wahyu Dyah Prastiwi, S.Pt., MM, M.Sc. selaku dosen pembimbing anggota atas bimbingan dan saran yang telah diberikan dalam proses penyusunan Usulan Penelitian.
2. Prof. Dr. Ir. Bambang Waluyo H.E.P., M.S., M.Agr., IPU. selaku Dekan Fakultas Peternakan dan Pertanian Universitas Diponegoro.
3. Dr. Heni Rizqiati, S. Pt., M. Si selaku ketua Departemen Pertanian.
4. Ir. Kustopo Budiraharjo, M.P. selaku Ketua Program Studi Agribisnis.

5. Suryani Nurfadillah S.E., M.Si. selaku Koordinator Laboratorium Manajemen Agribisnis.
6. Kedua orang tua yang selalu memberikan dukungan secara moral maupun materi.

Penulis menyadari adanya keterbatasan dalam penyusunan usulan penelitian ini. Besar harapan penulis akan saran serta kritik yang bersifat membangun untuk penyempurnaan usulan penelitian ini. Semoga usulan penelitian ini bermanfaat bagi seluruh pembaca. Terima kasih.

Semarang, Maret 2023
Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR ILUSTRASI	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Tujuan Penelitian	7
1.3 Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Sayuran.....	9
2.2 <i>E-commerce</i>	11
2.3 Sayurbox	13
2.4 HappyFresh	15
2.5 Tanihub	16
2.6 Kepercayaan	17
2.7 Kemudahan	17
2.8 Kualitas produk	18
2.9 Harga	19
2.10 Keputusan Pembelian.....	19
2.11 Penelitian yang relevan	22

BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	27
3.1 Kerangka pemikiran	27
3.2 Hipotesis	29
3.3 Waktu dan lokasi penelitian	30
3.4 Metode Penelitian dan Penentuan Sampel.....	30
3.5 Penentuan Parameter / Variabel	33
3.6 Metode pengumpulan data.....	35
3.7 Metode analisis data	36
3.8 Batasan Istilah dan Konsep Pengukuran	39
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	41
4.1 Karakteristik Responden.....	41
4.2 Perilaku pembelian konsumen sayuran secara <i>online</i>	43
4.3 Jenis sayuran yang sering dibeli responden.....	47
4.4 Faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian sayuran secara <i>online</i>	49
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	61
5.1 Simpulan.....	61
5.2 Saran	61
DAFTAR PUSTAKA	63

DAFTAR TABEL

Nomor	Halaman
1. Nilai produksi sayuran di Indonesia tahun 2020	8
2. Penelitian yang relevan.....	17
3. Jumlah pengikut Sayurbox, Happyfresh, dan Tanihub di Instagram..	27
4. Ketersediaan responden membeli sayuran secara <i>online</i>	36
5. Sebaran karakteristik responden	36
6. Perilaku konsumen.....	38
7. Jenis sayuran yang sering dibeli responden.....	40
8. Hasil uji validitas kuesioner.....	41
9. Hasil uji reliabilitas.....	42
10. Hasil uji Omnibus test, Hosmer and Lemeshow test <i>dan Nagelkerke R Square</i>	43
11. Hasil uji regresi logistik	44
12. Estimasi skala parameter regresi logistik terendah	47
13. Estimasi skala parameter regresi logistik tertinggi	48
14. Ketepatan klasifikasi model	49

DAFTAR ILUSTRASI

Nomor	Halaman
1. Kerangka Pemikiran.....	18

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Halaman
1. <i>User interface e-commerce</i> Sayurbox, Happyfresh, Tanihub	66
2. Kuesioner	68
3. Identitas responden.....	73
4. Preferensi konsumen	77
5. Jenis sayuran yang paling sering dibeli responden	80
6. Hasil uji regresi logistik	82
7. Hasil uji validitas	85
8. Hasil uji reliabilitas	90
9. Hasil uji analisis regresi logistik	92
10 . Perhitungan peluang analisis regresi logistik.....	86