

**SIKAP DAN PENGAMBILAN KEPUTUSAN KONSUMEN
DKI JAKARTA DALAM PEMBELIAN BUAH LOKAL
PADA *PLATFORM E-COMMERCE* TOKOPEDIA**

SKRIPSI

Oleh:

SAFIRA RIZKIFA RAMADHANI



**PROGRAM STUDI S1 AGRIBISNIS
FAKULTAS PETERNAKAN DAN PERTANIAN
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2023**

SIKAP DAN PENGAMBILAN KEPUTUSAN KONSUMEN
DKI JAKARTA DALAM PEMBELIAN BUAH LOKAL
PADA *PLATFORM E-COMMERCE* TOKOPEDIA

Oleh:

SAFIRA RIZKIFA RAMADHANI
NIM: 23020319120027

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
SEMARANG
2023

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Safira Rizkifa Ramadhani
N I M : 23020319120027
Program Studi : S1 Agribisnis

dengan ini menyatakan sebagai berikut:

1. Skripsi yang berjudul **Sikap dan Pengambilan Keputusan Konsumen DKI Jakarta dalam Pembelian Buah Lokal pada Platform E-commerce Tokopedia** dan penelitian yang terkait dengan skripsi ini adalah hasil kerja saya sendiri.
2. Setiap ide atau kutipan dari 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: **Wahyu Dyah Prastiwi, S.Pt., M.M., M.Sc.** dan **Dr. Ir. Mukson, M.S.**

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 Agribisnis, Fakultas Peternakan dan Pertanian, Universitas Diponegoro.

Semarang, 14 Juni 2023
Penulis,



Safira Rizkifa Ramadhani

Mengetahui

Pembimbing Utama

Wahyu D. Prastiwi, S.Pt., M.M., M.Sc.

Pembimbing Anggota

Dr. Ir. Mukson, M.S.

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Judul Skripsi : SIKAP DAN PENGAMBILAN
KEPUTUSAN KONSUMEN DKI JAKARTA
DALAM PEMBELIAN BUAH LOKAL
PADA PLATFORM E-COMMERCE
TOKOPEDIA

Nama Mahasiswa : SAFIRA RIZKIFA RAMADHANI

Nomor Induk Mahasiswa : 23020319120027

Program Studi/Departemen : S1 AGRIBISNIS/PERTANIAN

Fakultas : PETERNAKAN DAN PERTANIAN

Telah disidangkan di hadapan Tim Penguji
dan dinyatakan lulus pada tanggal 14 Juni 2023

Pembimbing Utama



Wahyu D. Prastiwi, S.Pt., M.M., M.Sc.

Pembimbing Anggota



Dr. Ir. Mukson, M.S.

Ketua Program Studi S1 Agribisnis



Ir. Kustopo Budiraharjo, M.P.

Ketua Panitia Ujian Akhir Program



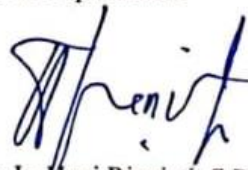
Ir. Joko Mariyono, M.P., Ph.D.

Dekan



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

Ketua Departemen



Dr. Ir. Heni Rizqiaty, S.Pt., M.Si.

**SIKAP DAN PENGAMBILAN KEPUTUSAN KONSUMEN
DKI JAKARTA DALAM PEMBELIAN BUAH LOKAL
PADA PLATFORM E-COMMERCE TOKOPEDIA**

**Oleh:
Safira Rizkifa Ramadhani**

ABSTRAK

Perilaku konsumen akan mempengaruhi individu dalam memutuskan pembelian suatu produk. Tujuan penelitian adalah menganalisis karakteristik, sikap, dan proses pengambilan keputusan konsumen buah lokal pada *platform e-commerce* Tokopedia. Manfaat penelitian yaitu sebagai referensi untuk mempertimbangkan dan merumuskan strategi pemasaran yang lebih baik bagi pelaku bisnis *online*. Penelitian dilaksanakan pada Bulan Oktober - Desember 2022. Penelitian menggunakan metode survei. Seratus sampel diambil menggunakan teknik *purposive sampling*. Jenis data yang digunakan yaitu data primer dan sekunder. Data primer diambil melalui penyebaran kuesioner secara *online* dengan pertimbangan responden berdomisili di DKI Jakarta, orang dewasa yang bertanggung jawab atas belanja pangan rumah tangga atau pribadi, dan pernah membeli buah lokal di Tokopedia. Data sekunder diambil melalui studi pustaka melalui buku dan jurnal ilmiah. Kuesioner diuji menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Analisis data menggunakan analisis deskriptif dan multiatribut Fishbein. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumen berusia 20-25 tahun, perempuan, pelajar/mahasiswa/i, tingkat pendidikan terakhir sarjana, memiliki pendapatan Rp 2.000.000 - 4.999.999/bulan. Frekuensi pembelian 1-3 kali/bulan. Sikap konsumen terhadap atribut buah lokal positif yang mengindikasikan bahwa konsumen menyukai atribut buah lokal. Tahapan pengambilan keputusan diawali dengan motivasi mengonsumsi buah dan disarankan membeli buah lokal di Tokopedia. Keluarga dan *review* konsumen menjadi sumber informasi. Konsumen mengetahui harga dan jenis buah di Tokopedia beragam serta pertimbangan daerah asal buah. Konsumen memutuskan pembelian karena kualitas produk terjamin, sesuai kebutuhan, serta terdapat *brand*. Konsumen merasa puas sehingga bersedia membeli ulang serta menyarankan orang lain membeli buah lokal di Tokopedia.

Kata Kunci: Analisis Fishbein, buah lokal, pengambilan keputusan, sikap konsumen, Tokopedia

**ATTITUDES AND DECISION MAKING OF DKI JAKARTA CONSUMER
TO PURCHASE LOCAL FRUIT AT THE TOKOPEDIA
E-COMMERCE PLATFORM**

ABSTRACT

Consumer behavior impacts the consumer to purchase products. This study aimed to analyze characteristics, attitudes, and processes of decision-making consumer local fruit in the platform e-commerce Tokopedia. The advantage of this study is as references for considering and formulating marketing strategies for sellers. This study was held in October - December 2022, using survey method. 100 samples were taken using purposive sampling techniques. Primary data were taken through online questionnaires with consideration of respondents domiciled in DKI Jakarta, adults who were responsible for buying the food for household or personal, and ever bought local fruit in Tokopedia. Questionnaires were tested using a validity test and reliability test. Data analyses in this study are descriptive analysis and Fishbein multiattributes analysis. The results of this study show that the majority of consumers are aged 20 – 25 years, women, work as a student, have a bachelor's degree, and have a monthly income of IDR 2.000.000 - 4.999.999. The monthly purchase frequency of local fruit is 1 – 3 times. Consumer attitudes towards local fruit attributes are positive. It means that consumers had an interest in the attributes of local fruit. The decision-making step begins with the recognition of the need to consume fruit, and getting advice to buy on Tokopedia, family and consumer reviews are sources of information, consumers understand that variations of price and kind of fruit, purchases are decided according to the consumer, and consumers are satisfied with the local fruit was bought on Tokopedia so that consumers are willing to repurchases.

Keywords: *Consumer attitudes, decision making, Fishbein analysis, local fruit, Tokopedia*

KATA PENGANTAR

Pembelian suatu produk merupakan kegiatan yang dilakukan konsumen yang dipengaruhi oleh faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis. Konsumen akan menentukan sikapnya ketika menilai evaluasi kepentingan dan kepercayaan terhadap suatu produk. Sikap konsumen akan menjadi dasar bagi individu untuk melakukan pengambilan keputusan pembelian produk tersebut. Penelitian ini ditujukan untuk menganalisis bagaimana individu mengambil keputusan pembelian di setiap tahapan serta sikap konsumen terhadap produk buah lokal yang dibeli melalui *platform e-commerce* Tokopedia.

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT. karena atas nikmat, rahmat, dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan usulan penelitian yang berjudul ***“Sikap dan Pengambilan Keputusan Konsumen DKI Jakarta dalam Pembelian Buah Lokal pada Platform E-commerce Tokopedia”***. Shalawat serta salam penulis panjatkan kepada Nabi Besar Muhammad SAW. beserta keluarga, saudara, dan kerabatnya, serta kita semua semoga mendapat syafa'atnya di hari kiamat nanti.

Tersusunnya penelitian ini, tentu penulis menghadapi banyak kesulitan, namun penulis banyak mendapat bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu, penulis ucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Wahyu Dyah Prastiwi, S.Pt., M.M., M.Sc., selaku dosen pembimbing utama yang senantiasa membimbing, mengarahkan, memberikan saran, serta memberikan doa dan dukungan selama penulisan makalah seminar, usulan penelitian, serta penulisan skripsi.
2. Dr. Ir. Mukson, M.S., selaku dosen pembimbing anggota yang senantiasa membimbing, mengarahkan, memberikan saran, serta memberikan doa, dan dukungan selama penulisan usulan penelitian dan penulisan skripsi.
3. Prof. Dr. Ir. Bambang Waluyo Hadi Eko Prasetyono, M.S., M.Agr., IPU., selaku Dekan Fakultas Peternakan dan Pertanian, Universitas Diponegoro.
4. Dr. Ir. Heni Rizqiati, S.Pt., M.Si., selaku Ketua Departemen Pertanian.
5. Ir. Kustopo Budiraharjo, M.P., selaku Ketua Program Studi S1 Agribisnis serta dosen wali penulis.

6. Suryani Nurfadillah, S.E., M.Si., selaku Koordinator Laboratorium Manajemen Agribisnis.
7. Bapak dan Ibu Dosen beserta Staf Administrasi Program Studi Agribisnis, Fakultas Peternakan dan Pertanian, Universitas Diponegoro yang telah memberikan banyak ilmu dan pengetahuan yang bermanfaat bagi penulis serta pengurusan administrasi.
8. Bapak Ronny Agus S. dan Ibu Marwati selaku orangtua yang selalu memberi dukungan dan doa tanpa henti untuk penulis.
9. Keluarga dan kerabat tercinta yang selalu memberi dukungan dan doa.

Semoga Allah SWT. membalas semua kebaikan dan bantuan yang telah diberikan kepada penulis. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis berharap pembaca dapat memberikan kritik dan saran yang dapat membangun skripsi ini agar lebih baik. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi penulis dan pembaca dari kalangan akademisi maupun pelaku usaha.

Semarang, 14 Juni 2023

Penulis

Safira Rizkifa Ramadhani

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR ILUSTRASI	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Tujuan dan Manfaat	4
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA.....	5
2.1. Buah Lokal.....	5
2.2. Sikap Konsumen	9
2.3. Atribut Produk	11
2.4. Perilaku Konsumen.....	17
2.5. Keputusan Pembelian	21
2.6. <i>Platform E-commerce</i>	22
2.7. Telaah Penelitian Rujukan	24
BAB III. METODOLOGI PENELITIAN.....	31
3.1. Kerangka Pemikiran	31
3.2. Waktu dan Lokasi	33
3.3. Metode Penelitian	33
3.4. Penentuan dan Pengambilan Sampel	34
3.5. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	35
3.6. Mengolah dan Analisis Data.....	37
3.7. Konsep dan Pengukuran Variabel	44

BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	44
4.1. Deskripsi Lokasi Penelitian	44
4.2. Karakteristik Konsumen	46
4.3. Validitas dan Reliabilitas Kuesioner	53
4.4. Sikap Konsumen	57
4.5. Tahapan Pengambilan Keputusan Konsumen	65
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	89
5.1. Simpulan	89
5.2. Saran	90
DAFTAR PUSTAKA	91
LAMPIRAN	103
RIWAYAT HIDUP	166

DAFTAR TABEL

Nomor	Halaman
1. Rata-Rata Konsumsi Perkapita Seminggu Buah Lokal Masyarakat Indonesia Tahun 2021	5
2. Data Produksi Tanaman Buah di Indonesia Tahun 2021	6
3. Penelitian Rujukan.....	24
4. Rentang Skala Klasifikasi Atribut Produk (3 Pertanyaan)	41
5. Rentang Skala Klasifikasi Atribut Produk (4 Pertanyaan)	41
6. Rentang Skala Klasifikasi Atribut Produk (5 Pertanyaan)	42
7. Rentang Skala Klasifikasi Sikap Konsumen untuk Setiap Atribut (3 Pertanyaan)	42
8. Rentang Skala Klasifikasi Sikap Konsumen untuk Setiap Atribut (4 Pertanyaan)	43
9. Rentang Skala Klasifikasi Sikap Konsumen untuk Setiap Atribut (5 Pertanyaan)	43
10. Rentang Skala Klasifikasi Sikap Konsumen	44
11. Karakteristik Demografi Konsumen (n = 100).....	46
12. Hasil Uji Validitas Kuesioner <i>Belief</i> (bi).....	53
13. Hasil Uji Validitas Kuesioner <i>Evaluation</i> (ei).....	55
14. Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner <i>Belief</i> (bi)	56
15. Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner <i>Evaluation</i> (ei).....	57
16. Hasil Analisis Multiatribut Fishbein Atribut Produk Buah Lokal.....	58
17. Sikap Konsumen terhadap Setiap Atribut Produk Buah Lokal	61
18. Tahapan Pengenalan Masalah.....	66
19. Tahapan Pencarian Informasi	73

20. Tahapan Evaluasi Alternatif	76
21. Tahapan Keputusan Membeli	84
22. Tahapan Perilaku Pasca Membeli.....	87

DAFTAR ILUSTRASI

Nomor	Halaman
1. Kerangka Pemikiran	32
2. Alasan Membeli Buah Lokal di <i>Platform E-commerce</i> Tokopedia	49
3. Frekuensi Pembelian Buah Lokal selama Sebulan.....	51
4. Buah Lokal yang Dibeli pada <i>Platform E-commerce</i> Tokopedia.....	52
5. Pertimbangan untuk Memutuskan Membeli Buah Lokal di Tokopedia..	81
6. Alasan Memutuskan Membeli Buah Lokal di Tokopedia.....	83
7. Tingkat Kepuasan Membeli Buah Lokal di Tokopedia.....	86

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Halaman
1. Peta Lokasi Penelitian	103
2. Kuesioner Penelitian.....	104
3. Salah Satu Jawaban Responden melalui <i>Google Form</i>	114
4. Data Jawaban Responden mengenai Atribut Buah Lokal	140
5. Data Tabulasi Sikap Konsumen (Ao).....	142
6. Hasil Uji Validitas	143
7. Hasil Uji Reliabilitas	159
8. Hasil Uji <i>Chi square</i>	163
9. Hasil Uji Koefisien Kontingensi.....	164
10. Tampilan <i>Platform E-commerce</i> Tokopedia	165