

SKRIPSI

ANALISIS PERILAKU KONSUMEN TERHADAP PEMBELIAN PAKCOY (*Brassica rapa* L. DI HIDROPONIK CENTER PALEMBANG

**Diajukan Sebagai Syarat Untuk Mendapatkan Gelar
Sarjana Pertanian Pada Fakultas Pertanian
Universitas Sumatera Selatan**



ANDIKA REZA PERDANA

21542010015

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS SUMATERA SELATAN
2025**

LEMBAR PENGESAHAN

**ANALISIS PERILAKU KONSUMEN TERHADAP
PEMBELIAN PAKCOY (*Brassica L.*) DI
HIDROPONIK CENTER PALEMBANG**

SKRIPSI

**Sebagai Syarat Untuk Mendapatkan Gelar Sarjana Pertanian
Pada Fakultas Pertanian Universitas Sumatera Selatan**

Oleh:

Andika Reza Perdana

21542010015

Palembang, 12 Juli 2025

Pembimbing I



Dr. Ir. Elmeizy Arafah, M.S.

NIDN. 0223056901

Pembimbing II



Nirmala Javanti, S.P., M.Si.

NIDN. 0226098401

**Mengetahui,
Dekan Fakultas Pertanian
Universitas Sumatera Selatan**



Dr. Ir. Elmeizy Arafah, M.S.

NIDN. 0223056901

Skripsi dengan judul “Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Pembelian Pakcoy (*Bracilla L.*) di Hidroponik Center Palembang “oleh Andika Reza Perdana telah dipertahankan di hadapan komisi penguji skripsi Fakultas Pertanian Universitas Sumatera Selatan pada tanggal 11 juli 2025 dan telah diperbaiki sesuai saran dan masukan dari tim penguji.

Komisi Penguji

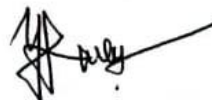
1. Dr. Ir. Elmeizy Arafah, M.S. NIDN. 0223056901	Ketua	()
2. Nirmala Jayanti, S.P., M.Si. NIDN. 0211057901	Sekretaris	()
3. Budi Fachrudin, S.P., M.Si. NIDN. 0211057901	Anggota	()
4. Yuwinti Nearti, S.P., M.Si. NIDN. 021417801	Anggota	()

Mengetahui,
Dekan Fakultas Pertanian
Universitas Sumatera Selatan



Dr. Ir. Elmeizy Arafah, M.S.
NIDN. 0223056901

Pembimbing, 12 juli 2025
Ketua program Studi
Agribisnis



Yuwinti Nearti, S.P., M.Si.
NIDN. 021417801

SUMMARY

This study aims to analyze consumer purchasing behavior toward hydroponic pakcoy products at Hidroponik Center Palembang (HCP). A quantitative method with a descriptive and exploratory factor analysis (EFA) approach was used. A total of 30 respondents who had previously purchased pakcoy from HCP were selected as the sample. Data were collected through questionnaires and analyzed using SPSS.

The results revealed three main factors influencing consumer purchase decisions: product quality, consumer preferences, and price and location. Among these, product quality emerged as the most dominant factor, with key indicators such as texture, freshness, color, and shelf life playing critical roles in consumer evaluation.

The factor analysis generated a KMO value of 0.402 and a significant Bartlett's Test ($p = 0.000$), indicating that the dataset is suitable for further analysis. Three components were successfully extracted, accounting for a total variance of 80.337%. These components reflect the psychological structure underlying consumer decision-making processes.

Overall, consumer decisions were more influenced by product quality perceptions than by price or promotional strategies. These findings suggest that marketing strategies should focus more on maintaining high product standards and educating consumers about the benefits of hydroponic vegetables. This research offers valuable insights for improving business and marketing strategies at HCP in the future.

Keywords: *Consumer Acceptance, Pakcoy, Hydroponic, Palembang, Product Factors, Price, Place, Promotion.*

RINGKASAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perilaku pembelian konsumen terhadap produk pakcoy hidroponik di Hidroponik Center Palembang. Penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan analisis faktor eksploratori (*Exploratory Factor Analysis/EFA*). Sebanyak 30 responden yang pernah membeli pakcoy hidroponik di HCP dijadikan sebagai sampel. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan diolah menggunakan bantuan program SPSS.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat tiga faktor utama yang memengaruhi perilaku pembelian konsumen, yaitu faktor produk, preferensi, serta harga dan lokasi. Faktor produk merupakan faktor dominan yang paling dipertimbangkan konsumen dengan indikator seperti tekstur, warna, kesegaran, dan ketahanan. Faktor harga dan lokasi juga turut memengaruhi keputusan pembelian, meskipun bukan sebagai faktor utama.

Analisis faktor menghasilkan nilai KMO sebesar 0,402 dan Bartlett's Test yang signifikan ($p = 0,000$), yang menunjukkan bahwa data layak untuk dianalisis lebih lanjut dengan metode EFA. Tiga komponen utama berhasil diekstraksi dan menjelaskan total varian sebesar 80,337%. Komponen-komponen ini mencerminkan struktur psikologis konsumen dalam mengambil keputusan pembelian.

Secara keseluruhan, keputusan konsumen lebih didorong oleh persepsi terhadap kualitas produk dibandingkan harga atau promosi. Hal ini mengindikasikan bahwa strategi pemasaran sebaiknya lebih berfokus pada peningkatan mutu dan edukasi konsumen mengenai keunggulan produk hidroponik. Temuan ini memberikan implikasi penting bagi pengembangan pemasaran dan strategi bisnis HCP di masa depan.

Kata kunci: Perilaku Konsumen, Pakcoy, Hidroponik, Palembang, Faktor Produk, Harga, Tempat, Promosi.