

**ANALISIS PERILAKU KONSUMEN DALAM MEMBELI PRODUK  
SAYURAN SEGAR DI PASAR MODERN SUPERINDO GODEAN KOTA  
YOGYAKARTA**

**SKRIPSI**



Diajukan kepada Fakultas Pertanian  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta Untuk Memenuhi  
Sebagian dari Persyaratan Guna Memperoleh  
Derajat Sarjana Pertanian

Oleh:

Rina Nurhidayah

20120220021

**JURUSAN AGRIBISNIS  
FAKULTAS PERTANIAN**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYA YOGYAKARTA**

**2016**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kehadirat Allah SWT atas berkat, rahmat, hidayah yang telah dilimpahkan oleh-Nya. Penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir Skripsi dengan judul **Analisis Perilaku Konsumen Dalam Membeli Produk Sayuran Segar Di Pasar Modern Superindo Godean Kota Yogyakarta** yang disusun dan diajukan kepada Fakultas Pertanian, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta (UMY), untuk memenuhi sebagai persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Pertanian.

Dalam penulisan Tugas Akhir Skripsi ini tentunya tidak lepas dari dukungan dan bantuan yang diberikan berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Allah SWT, yang memberikan kemudahan dalam setiap jalan yang ditempuh penulis selama penelitian dan penulisan skripsi.
2. Terimakasih untuk kedua orang tua yang sangat saya sayangi dan cintai yang selalu mendoakan.
3. Dr. Ir. Widodo, MP dan Dr. Aris Slamet Widodo, SP. M.Sc sebagai Dosen Pembimbing Skripsi yang dengan penuh kesabaran bersedia untuk membimbing dan mengarahkan peneliti memberikan motivasi studi berbagai masukan selama penulisan skripsi.
4. Francy RF, SP.MP yang bersedia menjadi dosen penguji serta memberikan masukan guna penyempurnaan skripsi
5. Special thanks to ibu yusi dan ibu yayuk atas semua kebaikannya
6. Bapak Sutrisno, SP.MP selaku Dosen Pembimbing Akademik
7. Bapak boby selaku manager superindo yang telah memberikan izin dalam penelitian skripsi ini.
8. Bapak dan ibu Dosen Fakultas pertanian Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan ilmu selama di bangku perkuliahan.

9. Semua teman-teman program studi agribisnis angkatan 2012 universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah bersama-sama menajalani kegiatan perkuliahan selama ini.
10. Semua teman-teman baikku yang sudah menjadi teman terbaik selama menjalani studi di Yogyakarta
11. Semua pihak yang telah membantu dan memberikan doa dalam proses skripsi ini dari awal sampai terselesaikannya skripsi ini.

Penyusun menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini jauh dari kata sempurna. Untuk itu penyusun mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari para pembaca. Semoga skripsi ini dapat dijadikan sebagai pelajaran, referensi bahkan pedoman untuk skripsi-skripsi selanjutnya bagi para pembaca.

Yogyakarta, Mei 2016

Peneliti

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
KATA PENGANTAR .....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR LAMPIRAN.....	viii
INTISARI.....	ix
ABSTRACT.....	x
I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang .....	1
B. Perumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Manfaat Penelitian.....	5
II. KERANGKA PENDEKATAN TEORI	
A. Tinjauan Pustaka .....	6
1. Pasar Modern.....	6
2. Motivasi Konsumen .....	7
3. Perilaku Konsumen .....	12
4. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Proses Pengambilan Keputusan .....	14
5. Proses Keputusan Pembelian Konsumen .....	20
B. Penelitian Terdahulu.....	25
C. Kerangka Berpikir .....	28
III. METODE PENELITIAN	
A. Lokasi Penelitian .....	30
B. Populasi dan Sampel .....	30
D. Asumsi dan Pembatasan Masalah .....	32
E. Definisi Operasional.....	33
F. Analisis Data .....	35

IV. KEADAAN UMUM PASAR MODERN SUPERINDO	
A. Sejarah .....	38
B. Visi, Misi dan Tujuan .....	39
C. Struktur Organisasi .....	40
V. HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Karakteristik Konsumen .....	46
1. Karakteristik konsumen berdasarkan jenis kelamin .....	46
2. Karakteristik konsumen berdasarkan umur .....	47
3. Karakteristik konsumen berdasarkan status pernikahan.....	48
4. Karakteristik konsumen berdasarkan jumlah anggota keluarga .....	49
5. Karakteristik konsumen berdasarkan pekerjaan .....	50
6. Karakteristik konsumen berdasarkan pendidikan.....	51
7. Karakteristik konsumen berdasarkan pendapatan per bulan .....	53
8. Karakteristik konsumen berdasarkan jarak yang tempuh.....	53
9. Karakteristik konsumen berdasarkan alat transportasi .....	54
B. Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Sayuran Segar .....	55
1. Pengenalan kebutuhan sayuran segar .....	55
3. Evaluasi alternatif sayuran segar .....	60
4. Pembelian .....	62
C. Motivasi konsumen mengenai atribut sayuran segar .....	66
VI. KESIMPULAN	
A. Kesimpulan.....	70
B. Saran .....	70
DAFTAR PUSTAKA .....	71
LAMPIRAN .....	73

## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
Tabel 1. Karakteristik Konsumen Sayuran Segar .....	36
Tabel 2. Frekuensi Belanja Sayuran Segar .....	36
Tabel 3. Jenis Sayuran yang sering dikonsumsi.....	36
Tabel 4. Motivasi Konsumen .....	37
Tabel 5. Jenis sayuran daun .....	44
Tabel 6. Jenis sayuran buah .....	44
Tabel 7. Sebaran konsumen berdasarkan jenis kelamin.....	46
Tabel 8. Sebaran konsumen berdasarkan umur.....	47
Tabel 9. Sebaran konsumen berdasarkan status pernikahan .....	48
Tabel 10. Sebaran konsumen berdasarkan jumlah anggota keluarga .....	49
Tabel 11. Sebaran konsumen berdasarkan pekerjaan .....	50
Tabel 12. Sebaran konsumen berdasarkan pendidikan .....	52
Tabel 13. Sebaran konsumen berdasarkan pendapatan per bulan.....	53
Tabel 14. Sebaran konsumen berdasarkan jarak yang ditempuh .....	54
Tabel 15. Sebaran konsumen berdasarkan alat transportasi .....	55
Tabel 16. Sebaran konsumen berdasarkan tingkat kepentingan mengkonsumsi sayuran segar .....	56
Tabel 17. Sebaran konsumen berdasarkan manfaat yang diinginkan dengan mengkonsumsi sayuran segar.....	56
Tabel 18. Sebaran konsumen berdasarkan pengambilan keputusan membeli sayuran segar .....	57
Tabel 19. Sebaran konsumen berdasarkan keputusan memilih lokasi berbelanja sayuran segar di pasar modern superindo .....	58
Tabel 20. Sebaran konsumen berdasarkan sumber informasi sayuran segar di pasar modern superindo .....	59
Tabel 21. Sebaran konsumen berdasarkan informasi yang paling mempengaruhi dalam melakukan pembelian sayuran segar di pasar modern superindo .....	60
Tabel 22. Sebaran konsumen berdasarkan pertimbangan untuk pembelian sayuran segar .....	61
Tabel 23. Sebaran konsumen berdasarkan proses memutuskan pembelian sayuran segar .....	62
Tabel 24. Sebaran konsumen berdasarkan proses pembelian jika terjadi kenaikan harga sayuran segar .....	63
Tabel 25. Sebaran konsumen dalam proses pembelian jika tidak tersedia sayuran yang diinginkan di pasar modern superindo .....	64
Tabel 26. Sebaran konsumen berdasarkan frekuensi belanja 1 bulan.....	65
Tabel 27. Sebaran konsumen berdasarkan proses pembelian jenis sayuran yang sering dikonsumsi.....	66
Tabel 28. Sebaran konsumen berdasarkan motivasi pembelian sayuran segar.	67

## DAFTAR LAMPIRAN

	<b>Halaman</b>
Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	73