

ABSTRAK

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN SAYURAN ORGANIK DI ASIA PLAZA TASIKMALAYA

Oleh:

TANTI AMALIA
NPM.215009010

Dosen Pembimbing:

Candra Nuraini
Riantin Hikmah Widi

Kesadaran masyarakat terhadap kesehatan dan lingkungan yang semakin meningkat mendorong masyarakat untuk mengonsumsi sayuran organik. Namun, keputusan konsumen dalam membeli sayuran organik dipengaruhi oleh berbagai faktor yang perlu dipahami oleh pelaku usaha. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian sayuran organik di Asia Plaza Tasikmalaya. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jumlah responden sebanyak 50 orang yang dipilih melalui teknik accidental sampling. Data dikumpulkan melalui kuesioner. Analisis data dilakukan menggunakan metode regresi linier berganda. Faktor budaya dan sosial berada pada kategori baik, sedangkan faktor pribadi dan psikologis berada pada kategori sangat baik, sehingga secara keseluruhan keempat faktor tersebut termasuk dalam kategori sangat baik. Variabel keputusan pembelian juga berada pada kategori sangat baik dengan nilai tertimbang sebesar 83%, yang menunjukkan proses pengambilan keputusan konsumen berlangsung secara rasional. Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa keempat faktor tersebut secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, namun secara parsial faktor sosial dan psikologis berpengaruh positif dan signifikan, faktor budaya berpengaruh negatif dan signifikan, sedangkan faktor pribadi tidak berpengaruh signifikan.

Kata kunci: keputusan pembelian; sayuran organik; faktor budaya; sosial; pribadi; psikologis.

ABSTRACT

FACTORS AFFECTING CONSUMERS' PURCHASING DECISIONS OF ORGANIC VEGETABLES AT ASIA PLAZA TASIKMALAYA

By:

TANTI AMALIA

Student ID: 215009010

Supervisors:

Candra Nuraini

Riantin Hikmah Widi

Increasing public awareness of health and environmental issues has encouraged interest in the consumption of organic vegetables. However, consumers' decisions to purchase organic vegetables are influenced by various factors that need to be understood by business actors. This study aims to analyze the factors influencing organic vegetable purchase decisions at Asia Plaza Tasikmalaya. The factors examined include cultural, social, personal, and psychological factors. The study employed a quantitative approach with 50 respondents selected through accidental sampling. Data were collected using questionnaires and analyzed using multiple linear regression. The results show that cultural, social, personal, and psychological factors overall fall into the very good category with a weighted score of 81% and play a role in shaping organic vegetable purchase decisions at Asia Plaza Tasikmalaya. The purchase decision variable also falls into the very good category with a weighted score of 83%, indicating that consumers' decision-making processes are rational. Regression analysis reveals that all four factors simultaneously have a significant effect on purchase decisions; however, partially, social and psychological factors have a positive and significant effect, cultural factors have a negative and significant effect, while personal factors have no significant effect.

Keywords: *purchasing decision; organic vegetables; cultural factors; social factors; personal factors; psychological factors.*