

**PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
SAYUR ORGANIK (STUDI KASUS RUMAH SAYUR KAK HEN DESA  
BANDAR SETIA KECAMATAN PERCUT SEI TUAN)**

**Purnomo Saragih**

Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muslim Nusantara Al Washliyah Medan

Penulis Korespondensi : saragihpurnomo@umnaw.ac.id

**Abstrak**

Sayuran organik adalah sayuran yang dibudidayakan secara alami tanpa ada bantuan bahan kimia baik saat pemberian pupuk maupun penyemprotan hama dan pemberian pestisida. Pola konsumsi masyarakat terhadap sayur sekarang harusnya bergeser semakin banyak yang mengkonsumsi sayuran organik karena lebih bermanfaat dibandingkan sayuran non organik. Sayur organik mengandung lebih banyak vitamin, mineral, magnesium, zat besi, fosfor. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui karakteristik responden (jenis kelamin, umur, dan pekerjaan) dan persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian sayur organik di rumah sayur kak Hen Percut Sei Tuan. Jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 30 orang. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini melalui wawancara dengan responden, yaitu konsumen yang membeli sayur organik dengan menggunakan kuesioner (angket). Metode analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis skala likert. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Karakteristik konsumen sayur organik di rumah sayur kak Hen Percut Sei Tuan digambarkan melalui beberapa sebaran. Rata-rata berejenis kelamin perempuan dengan rentang umur 21-30 tahun dengan pekerjaan sebagai Guru. dan Konsumen memiliki persepsi yang sangat baik pada tolak ukur Gaya hidup (92,44%), Kandungan Gizi (90,22%), Lokasi (82,67%), Harga (92,44%), dan Tekstur (90,00%). Sedangkan Kualitas (90,44%), Kemasan (82,44%) termasuk pada kategori sangat baik terhadap keputusan pembelian. Rataan dari keseluruhan perhitungan indeks skor yaitu 88,66%. Maka persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian sayur organik dikategorikan sangat baik.

***Kata kunci: persepsi konsumen, keputusan pembelian, sayur organik***

**ABSTRACT**

Organic vegetables are vegetables that are cultivated naturally without the help of chemicals either when applying fertilizer or spraying pests or applying pesticides. People's consumption patterns of vegetables should now shift, with more people consuming organic vegetables because they are more beneficial than non-organic vegetables. Organic vegetables contain more vitamins, minerals, magnesium, iron, phosphorus. This research aims to determine the characteristics of respondents (gender, age and occupation) and consumer perceptions regarding the decision to purchase organic vegetables at Sis Hen Percut Sei Tuan's vegetable house. The number of respondents in this study was 30 people. The data collection technique in this research is through interviews with respondents, namely consumers who buy organic vegetables using questionnaires. The

analytical method used is descriptive analysis and Likert scale analysis. The research results show that Characteristics of organic vegetable consumers at Sis Hen Percut Sei Tuan's vegetable house depicted through several distributions. The average age range is female 21-30 years old with work as a teacher. and Consumers have very good perceptions on Lifestyle benchmarks (92.44%), nutritional content (90.22%), location (82.67%), price (92.44%), and texture (90.00%). Meanwhile, quality (90.44%), packaging (82.44%) is included in the very good category for purchasing decisions. The average of the overall score index calculation is 88.66%. So consumer perceptions regarding the decision to purchase organic vegetables are categorized as very good.

**Key words: consumer perception, purchasing decisions, organic vegetables**

## PENDAHULUAN

Dimasyarakat modern ini pola hidup sehat menjadi salah satu ukuran standar kualitas. Pola hidup sehat bisa dimulai dari makanan. Semakin jauh dari bahan obat-obatan kimia dan pestisida, kemungkinan meningkatkan standar hidup sehat kian terbuka lebar. Bahkan akhir-akhir ini ada kecenderungan dimasyarakat beralih ke bahan makan nabati yang disebut vegetarian (Brilliantono, 2014).

Belakangan ini muncul suatu system pertanian yang lebih ramah lingkungan tanpa menggunakan pupuk kimia dan pestisida, aman untuk dikonsumsi, tetap mengandung nutrisi yang cukup serta masih dapat memenuhi kebutuhan pangan yang disebut dengan pertanian organik. Pertanian organik adalah Teknik budidaya pertanian yang mengandalkan alam tanpa menggunakan bahan-bahan kimia sintetis. Tujuan utama pertanian organik adalah menyediakan produk pertanian, terutama bahan pangan yang aman bagi Kesehatan produsen dan konsumennya serta tidak merusak lingkungan. Gaya hidup sehat demikian telah melembaga secara internasional yang mensyaratkan jaminan bahwa produk pertanian harus beratribut aman dikonsumsi

(*food safety attributes*), kandungan nutrisi tinggi (*nutritional attributes*) dan ramah lingkungan (*eco-labelling attributes*). Preferensi konsumen seperti ini menyebabkan permintaan produk pertanian organik didunia meningkat pesat (Badan Peneliti dan Pengembangan Pertanian, 2005).

## METODE

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan. Penelitian lapangan yaitu suatu penelitian yang dilakukan dilapangan atau dilokasi penelitian, suatu tempat yang dipilih sebagai lokasi untuk menyelidiki gejala objektif sebagai terjadi dilokasi tersebut, yang dilakukan juga untuk menyusun laporan ilmiah.

Penelitian ini menggunakan metode survey yaitu dengan pengumpulan data primer meliputi observasi, wawancara terstruktur, dan kuesioner. Cara pengumpulan data sekunder dilakukan dengan melakukan pengumpulan melalui instansi terkait seperti badan pusat statistik.

## Populasi dan Sampel

### **Populasi**

Populasi merupakan subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti. Menurut Ari Kuntu (2003:173) "Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian yang di dalamnya terdapat sejumlah subjek yang di jadikan sumber data yang diharapkan dapat memberikan data yang dibutuhkan dalam penelitian." Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah konsumen sebanyak 30 konsumen.

### **Sampel**

Arikunto (2013) menjelaskan "sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut". Penentuan sampel disesuaikan dengan pendapat Supriyanto dan Machfudz (2010: 188) yaitu dengan Sampling Jenuh (sensus) yaitu metode penarikan sampel bila semua anggota populasi dijadikan sebagai sampel. Hal ini sering dilakukan apabila jumlah populasi kecil, kurang dari 30 orang. Berdasarkan pendapat tersebut maka disimpulkan bahwa sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 30 sampel.

### **Variabel dan Indikator**

#### **Variabel Bebas Persepsi Konsumen (X)**

Menurut Pride & Ferrel (Ikaputri, 2016), Persepsi adalah proses pemilihan, pengorganisasian dan penginterpretasian masukan informasi, sensasi yang diterima melalui penglihatan, perasa, pendengaran, penciuman dan sentuhan, untuk menghasilkan makna. Adapun indikator dari variabel persepsi ini adalah sebagai berikut: Gaya Hidup, Harga, Kualitas, Tekstur, Kandungan Gizi, Kemasan, Lokasi

#### **Variabel Terikat Keputusan Pembelian (Y)**

Menurut (Tjiptono, 2016) Keputusan pembelian merupakan salah satu bagian dari perilaku konsumen. Perilaku konsumen merupakan tindakan yang secara langsung terlibat dalam usaha memperoleh, menentukan produk dan jasa, termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan tersebut. Adapun indikator variabel terikat ini adalah Keputusan Pembelian.

### **Teknik Analisis Data**

Teknik analisis data dalam penelitian ini merupakan upaya pengukuran secara kuantitatif dari hasil pengumpulan data yang bersifat kualitatif dan untuk selanjutnya dilakukan analisa atas hasil pengukuran tersebut. Dalam penelitian ini teknik analisa dibagi menjadi dua (2) tahap yaitu:

#### **1. Analisis Deskriptif**

Analisis ini menggambarkan tentang ciri seseorang yang akan mempengaruhi proses keputusan pembelian, yaitu usia, jenis kelamin dan pekerjaan.

#### **2. Analisis Skala Likert**

Untuk menjawab rumusan masalah kedua yaitu "Persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian sayur organik di rumah sayur kak hen" diselesaikan dengan menggunakan skala likert dan memberikan skor pada kuisioner kemudian di interpretasikan dalam bentuk narasi. Menurut Sugiyono (2016), skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.

Menggunakan skala likert, maka variabel yang akan diukur

dijabarkan menjadi indicator variabel. Kemudian indicator tersebut dijadikan sebagai titik tolak ukur untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan. Jawaban setiap item instrument menggunakan gradasi sangat positif sampai sangat negatif. Dengan skor dari setiap indicator sebagai berikut :

Sangat Setuju (SS)	= 5
Setuju (S)	= 4
Netral (N)	= 3
TidakSetuju (TS)	= 2
Sangat TidakSetuju (STS)	= 1

### 3. Interpretasi Skor Perhitungan

**Tabel .Interval Skor Jawaban Likert**

Indeks Skor	Keterangan
0% - 19.99 %	Sangat Buruk
20% - 39.99%	Buruk
40% - 59,99%	Netral
60% - 79,99%	Baik
80% - 100%	Sangat Baik

*Sumber: Data Primer diolah, 2023*

#### Hasil Penelitian

Karakteristik responden adalah keseluruhan karakteristik yang akan mempengaruhi seseorang dalam melakukan suatu kegiatan yang menunjang kehidupannya ke arah yang lebih baik. Karakteristik seseorang dapat mempengaruhi tindakan, pola pikir, serta wawasan

Agar mendapatkan hasil interpretasi, terlebih dahulu harus diketahui nilai skor tertinggi (maksimal), indeks skor dan interval skor.

1. Menghitung Skor Maksimal  

$$\text{Skor Maksimal} = \frac{\text{Jumlah Responden} \times \text{Skor Tertinggi Likert}}{\text{Jumlah Pertanyaan}}$$
2. Menghitung Indeks Skor  

$$\text{Indeks Skor (\%)} = \frac{\text{Total Skor}}{\text{Skor Maksimal}} \times 100\%$$
3. Rumus Interval  

$$I = \frac{100}{\text{Jumlah Skor Likert}}$$

yang dimilikinya. Karakteristik sosial ekonomi responden di daerah penelitian meliputi: jenis kelamin, umur, pendidikan, dan pekerjaan. Responden dalam penelitian ini adalah konsumen rumah sayur kak hen. Adapun jumlah responden yang diambil yaitu sebanyak 30 orang.

### Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sayur Organik Gaya Hidup

**Tabel Hasil Jawaban Responden tentang Gaya hidup**

No	SS		S		N		TS		STS		Jumlah	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
1	16	53 %	13	43 %	1	4%	0	0%	0	0%	30	100%
2	23	77	7	23	0	0%	0	0%	0	0%	30	100%

		%		%								
3	18	60%	12	40%	0	0%	0	0%	0	0%	30	100%

Dari tabel 4.10 dalam hasil jawaban responden tentang Harga dapat dilihat sebagai berikut:

1. Jawaban responden tentang “Harga sayur organik yang ditawarkan terjangkau” adalah 18 (60%) menjawab Sangat Setuju, 12 (40%) menjawab Setuju.
2. Jawaban responden tentang “Harga sayur organik yang

ditawarkan sesuai dengan manfaatnya” adalah 21 (70%) menjawab Sangat Setuju, 9 (30%) menjawab Setuju.

3. Jawaban responden tentang “Harga sayur organik yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk yang didapatkan” adalah 17 (57%) menjawab Sangat Setuju, 13 (43%) menjawab Setuju.

### Kualitas

**Tabel Hasil Jawaban Responden tentang Kualitas**

No	SS		S		N		TS		STS		Jumlah	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
1	16	53%	14	47%	0	0%	0	0%	0	0%	30	100%
2	16	53%	14	47%	0	0%	0	0%	0	0%	30	100%
3	15	50%	15	50%	0	0%	0	0%	0	0%	30	100%

Dari tabel dalam hasil jawaban responden tentang Kualitas dapat dilihat sebagai berikut:

1. Jawaban responden tentang “Kemenarikan warna pada sayur organik menarik perhatian” adalah 16 (53%) menjawab Sangat Setuju, 14 (47%) menjawab Setuju.
2. Jawaban responden tentang “Daya tahan sayur organik jika disimpan dengan benar akan

lebih tahan lama dibandingkan sayur non organik” adalah 16 (53%) menjawab Sangat Setuju, 14 (47%) menjawab Setuju.

3. Jawaban responden tentang “sayur organik lebih hijau dibandingkan non organik” adalah adalah 15 (50%) menjawab Sangat Setuju, 15 (50%) menjawab Setuju.

### Tekstur

**Tabel Hasil Jawaban Responden tentang Tekstur**

No	SS		S		N		TS		STS		Jumlah	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
1	16	53%	14	47%	0	0%	0	0%	0	0%	30	100%
2	16	53%	14	47%	0	0%	0	0%	0	0%	30	100%
3	13	43%	17	57%	0	0%	0	0%	0	0%	30	100%

Dari tabel dalam hasil jawaban responden tentang Tekstur dapat dilihat sebagai berikut:

1. Jawaban responden tentang “Tekstur sayur organik lebih rapuh” adalah 16 (53%) menjawab Sangat Setuju, 14 (47%) menjawab Setuju.
2. Jawaban responden tentang “Sayur organik lebih menarik dilihat”

adalah 16 (53%) menjawab Sangat Setuju, 14 (47%) menjawab Setuju,

3. Jawaban responden tentang “sayur organik lebih lembut dari pada sayur non organik ” adalah 13 (43%) menjawab Sangat Setuju, 17 (57%) menjawab Setuju.

### Kandungan Gizi

**Tabel Hasil Jawaban Responden tentang Kandungan gizi**

No	SS		S		N		TS		STS		Jumlah	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
1	14	47%	16	53%	0	0%	0	0%	0	0%	30	100%
2	14	47%	16	53%	0	0%	0	0%	0	0%	30	100%
3	16	53%	14	47%	0	0%	0	0%	0	0%	30	100%

Dari tabel dalam hasil jawaban responden tentang Kandungan gizi dapat dilihat sebagai berikut:

1. Jawaban responden tentang “sayur organik memiliki kandungan gizi lebih tinggi dibandingkan sayur non organik” adalah 17 (47%) menjawab Sangat Setuju, 16 (53%) menjawab Setuju.

2. Jawaban responden tentang “Sayur Organik memiliki kadar serat tinggi dari pada non organik” adalah 14 (47%) menjawab Sangat Setuju, 16 (53%) menjawab Setuju.

3. Jawaban responden tentang “Sayur Organik tidak memiliki kandungan bahan kimia” adalah 16 (53%) menjawab Sangat Setuju, 14 (47%) menjawab Setuju.

### Kemasan

**Tabel Hasil Jawaban Responden tentang Kemasan**

No	SS		S		N		TS		STS		Jumlah	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
1	10	33%	16	53%	4	16%	0	0%	0	0%	30	100%
2	7	23%	18	60%	5	20%	0	0%	0	0%	30	100%
3	8	27%	17	57%	5	20%	0	0%	0	0%	30	100%

Sumber: Data Primer diolah, 2023

Dari tabel dalam hasil jawaban responden tentang kemasan dapat dilihat sebagai berikut:

1. Jawaban responden tentang “Kemasan sayur organik menarik perhatian” adalah 10 (33%) menjawab Sangat Setuju, 16 (53%) menjawab Setuju, 4 (16%) menjawab Kurang Setuju.
2. Jawaban responden tentang “Kualitas kemasan sayur organik baik” adalah 7 (23%) menjawab

Sangat Setuju, 18 (60%) menjawab Setuju, 4 (16%) menjawab Kurang Setuju.

3. Jawaban responden tentang “Kemasan sayur organik lebih bersih dari sayur non organik” adalah 8 (27%) menjawab Sangat Setuju, 17 (57%) menjawab Setuju, 8 (32%) menjawab Kurang Setuju, 5 (20%) menjawab Tidak Setuju.

## Lokasi

**Tabel Hasil Jawaban Responden tentang Lokasi**

No	SS		S		N		TS		STS		Jumlah	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
1	9	30%	17	57%	4	16%	0	0%	0	0%	30	100%
2	11	37%	13	43%	6	24%	0	0%	0	0%	30	100%
3	8	27%	16	53%	6	24%	0	0%	0	0%	30	100%

Dari tabel dalam hasil jawaban responden tentang lokasi dapat dilihat sebagai berikut:

1. Jawaban responden tentang “lokasi rumah sayur jauh dari polusi udara” adalah 9 (30%) menjawab Sangat Setuju, 11 (37%) menjawab Setuju, 8 (27%) menjawab Kurang Setuju,
2. Jawaban responden tentang “Rumah sayur mengantar tepat

waktu kerumah” adalah 11 (37%) menjawab Sangat Setuju, 13 (43%) menjawab Setuju, 6 (24%) menjawab Kurang Setuju.

Jawaban responden tentang “Rumah Sayur berada didaerah sepi penduduk, sehingga lebih terhindar dari bahan kimia” adalah 8 (27%) menjawab Sangat Setuju, 16 (53%) menjawab Setuju, 6 (24%) menjawab Kurang Setuju

## Interpretasi Skor Perhitungan

### 1. Gaya Hidup

Dari seluruh jawaban instrumen persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian sayur organik terhadap tolak ukur Gaya Hidup maka dapat dilihat indeks skorjawaban yang didapat yaitu :

1. Total Skor =  
135+143+138 = 416
2. Skor Maksimal = 30 x 5 x 3 =  
450

$$3. \text{ Indeks Skor} = \frac{\text{Total Skor}}{\text{Skor Maksimal}} \times 100\% \\ = \frac{416}{450} \times 100\% \\ = 92,44\%$$

Dari perhitungan diatas dapat dilihat indeks skor sebesar 92,44% terdapatpada interval sangat baik. Sehingga disimpulkan bahwa persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian sayur organik dapat dikatakan sangat baik padatolak ukur Gaya Hidup.

## 2. Harga

Dari seluruh jawaban instrumen persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian sayur organik terhadap tolak ukur Harga maka dapat dilihat indeks skor jawaban yang didapat yaitu :

1. Total Skor =  
 $138+141+136 = 416$
2. Skor Maksimal =  $30 \times 5 \times 3 = 450$
3. Indeks Skor =  $\frac{\text{Total Skor}}{\text{Skor Maksimal}} \times 100\%$   
 $= \frac{416}{450} \times 100\%$   
 $= 92,44\%$

Dari perhitungan diatas dapat dilihat indeks skor sebesar 92,44% terdapat pada interval sangat baik. Sehingga disimpulkan bahwa persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian sayur organik dapat dikatakan sangat baik padatolak ukur Harga.

## 3. Kualitas

Dari seluruh jawaban instrumen persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian sayur organik terhadap tolak ukur Kualitas maka dapat dilihat indeks skor jawaban yang didapat yaitu :

1. Total Skor =  
 $136+136+135 = 407$
2. Skor Maksimal =  $30 \times 5 \times 3 = 450$
3. Indeks Skor =  $\frac{\text{Total Skor}}{\text{Skor Maksimal}} \times 100\%$   
 $= \frac{407}{450} \times 100\%$   
 $= 90,44\%$

Dari perhitungan diatas dapat dilihat indeks skor sebesar 90,44% terdapat pada interval sangat baik.

Sehingga disimpulkan bahwa persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian sayur organik di pasar modern dapat dikatakan sangat baik padatolak ukur Kualitas.

## 4. Tekstur

Dari seluruh jawaban instrumen persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian sayur organik terhadap tolak ukur Tekstur maka dapat dilihat indeks skor jawaban yang didapat yaitu :

1. Total Skor =  
 $136+136+133 = 405$
2. Skor Maksimal =  $30 \times 5 \times 3 = 450$
3. Indeks Skor =  $\frac{\text{Total Skor}}{\text{Skor Maksimal}} \times 100\%$   
 $= \frac{405}{450} \times 100\%$   
 $= 90,00\%$

Dari perhitungan diatas dapat dilihat indeks skor sebesar 90,00% terdapat pada interval sangat baik. Sehingga disimpulkan bahwa persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian sayur organik di pasar modern dapat dikatakan sangat baik padatolak ukur Tekstur.

## 5. Kandungan Gizi

Dari seluruh jawaban instrumen persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian sayur organik terhadap tolak ukur Kandungan Gizi maka dapat dilihat indeks skor jawaban yang didapat yaitu :

1. Total Skor =  
 $134+136+136 = 406$
2. Skor Maksimal =  $30 \times 5 \times 3 = 450$
3. Indeks Skor =  $\frac{\text{Total Skor}}{\text{Skor Maksimal}} \times 100\%$   
 $= \frac{406}{450} \times 100\%$   
 $= 90,22\%$



Dari perhitungan diatas dapat dilihat indeks skor sebesar 90,22% terdapat pada interval sangat baik. Sehingga disimpulkan bahwa persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian sayur organik dapat dikatakan sangat baik padatolak ukur Kandungan Gizi.

### 6. Kemasan

Dari seluruh jawaban instrumen persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian sayur organik terhadap tolak ukur Kemasan maka dapat dilihat indeks skorjawaban yang didapat yaitu :

1. Total Skor =  
 $126+122+123 = 371$
2. Skor Maksimal =  $30 \times 5 \times 3 = 450$
3. Indeks Skor =  $\frac{Total\ Skor}{Skor\ Maksimal} \times 100\%$   
 $= \frac{371}{450} \times 100\%$   
 $= 82,44\%$

Dari perhitungan diatas dapat dilihat indeks skor sebesar 82,44% terdapat pada interval baik. Sehingga disimpulkan bahwa persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian sayur organik dapat dikatakan baik padatolak ukur Kemasan.

### 7. Lokasi

Dari seluruh jawaban instrumen persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian sayur organik terhadap tolak ukur Lokasi maka dapat dilihat indeks skorjawaban yang didapat yaitu :

1. Total Skor  
 $= 125+125+122 = 372$
2. Skor Maksimal  
 $= 30 \times 5 \times 3 = 450$
3. Indeks Skor =  $\frac{Total\ Skor}{Skor\ Maksimal} \times 100\%$   
 $= \frac{372}{450} \times 100\%$   
 $= 82,67\%$

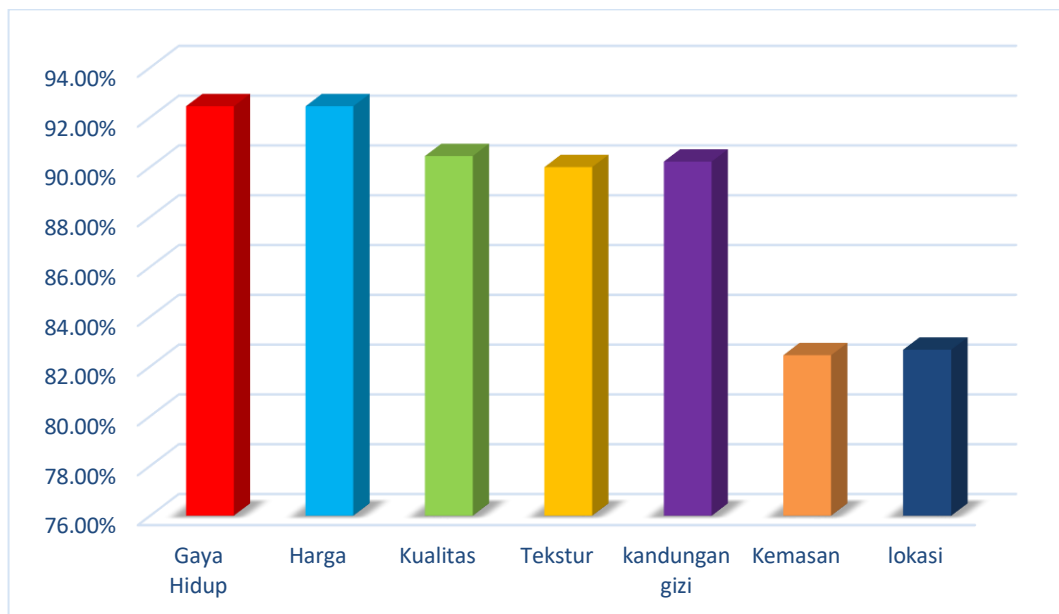
Dari perhitungan diatas dapat dilihat indeks skor sebesar 82,67% terdapatpada interval sangat baik. Sehingga disimpulkan bahwa persepsi konsumen terhadap keputusan sayur organik dapat dikatakan baik padatolak ukur Lokasi.

Berdasarkan ke-7 variabel diatas yang telah diuraikan satu per-satu sesuai dengan fenomena di lapangan, maka peneliti akan menjelaskan kesimpulan dari keseluruhannya. Berikut ini adalah tabel indeks darike-7 variabel yang telah dikemukakan.

**Tabel Jumlah Distribusi Keseluruhan Perhitungan Indeks Skor**

No	Nama Variabel	Indeks Skor (%)
1	Gaya Hidup	92,44
2	Harga	92,44
3	Kualitas	90,44
4	Tekstur	90,00
5	Kandungan Gizi	90,22
6	Kemasan	82,44
7	Lokasi	82,67
<b>Jumlah</b>		<b>620,65</b>
<b>Rataan</b>		<b>88,66</b>

**Gambar Jumlah Distribusi Keseluruhan Perhitungan Indeks Skor**



## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Karakteristik konsumen Sayur Organik di Rumah Sayur Kak Hen digambarkan melalui beberapa sebaran. Rata-rata berejenis kelamin perempuan dengan rentang umur 20-29 tahun dengan pekerjaan sebagai pegawai swasta.
2. Konsumen memiliki persepsi yang sangat baik pada tolak ukur Gaya hidup (92,44%), Harga (92,44%), Kualitas (90,44%),

Kandungan Gizi (90,22%). Tekstur (90,00%). Kemasan (82,44%) dan Lokasi (82,67%). Rataan dari keseluruhan perhitungan indeks skor yaitu 88,66%. Maka persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian sayur organik didikategorikan sangat baik.

## DAFTAR PUSTAKA

- Afrizal, A., Makmur., & Yurita, A. (2016). Analisis Pengaruh Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda

- Motor Honda Matic di Dealer Prima Motor Pasir Pengaraian. Jurnal Mahasiswa Prodi Manajemen UPP, 4(1), 1-10.
- Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian.2005. Prospek Pertanian OrganikdiIndonesia. Online pada: <http://www.litbang.deptan.go.id/berita/one/17>. Diak-ses pada tanggal 8 mei 2013.
- Badan Pusat Statistik Deli Serdang, Kecamatan Percut Sei Tuan Dalam Angka 2020.BPS Deli Serdang.
- Briliantono, E. 2004. Produk pangan organik kian diminati. Online pada <http://www.Bisnis.com/pls/porta30/url/page/home>
- Dewi, I. A. R. P., Sudarta, W., & Ustriyana, I. N. G. (2013).Persepsi konsumen terhadap beras organik dan anorganik di toko Satvika Boga Sanur Denpasar.*Jurnal Agribisnis dan Agrowisata (Journal of Agribusiness and Agritourism)*.
- Hermuningsih, S., & Wardani, K. (2016). Persepsi mahasiswa terhadap metode simulasi online trading di Bursa Efek Indonesia di Fakultas Ekonomi Yogyakarta. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 17(2), 199-207.
- HusnaindanS.Haris.2006.MungkinkahPertanianOrganikdiIndonesia? PeluangdanTantangan.Inovasi.I ndonesia.Onlinepada:<http://www.inovasionline.com/vol4/xvll2005.pdf>. DiaksesPada Tanggal 8 Mei 2013.
- Juliandi,A dan Irfan.2014 Metodologi Penelitian Kuantitatif untuk Ilmu – ilmu Bisnis.Bandung. Penerbit: Citapustaka Media Perintis.
- Keren., & Sulistiono. (2019). Pengaruh Motivasi, Budaya, dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Indomie. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 7(3), 319-324.