

ABSTRACT

ANALYSIS OF FACTORS INFLUENCING CONSUMER DECISIONS IN PURCHASING HYDROPONIC VEGETABLES IN BANDAR LAMPUNG CITY

By

HENDRA CATUR PRATAMA

This study aims to identify and analyze the factors influencing consumer purchase decisions of hydroponic vegetables in Bandar Lampung City. The research employed a survey method using questionnaires distributed to 45 respondents who purchased hydroponic vegetables in modern markets across the city. The data were analyzed using descriptive statistics and Principal Component Analysis (PCA) to determine the dominant factors that influence consumer decisions. The results show that consumers generally buy hydroponic vegetables due to health awareness and the desire to maintain a healthy lifestyle. The findings indicate that three main components influence purchasing decisions, namely: (1) packaging and product presentation, (2) price suitability with perceived benefits, and (3) promotional effectiveness. Among these, hygienic and attractive packaging, reasonable pricing, and product availability play the most dominant roles. The study concludes that consumer decisions in purchasing hydroponic vegetables are primarily driven by rational and health-oriented considerations rather than emotional or social influences.

Key words: Bandar Lampung, consumer behavior, hydroponic vegetables, purchase decision

ABSTRAK

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM PEMBELIAN SAYURAN HIDROPONIK DI KOTA BANDAR LAMPUNG

Oleh

HENDRA CATUR PRATAMA

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap sayuran hidroponik di Kota Bandar Lampung. Penelitian ini menggunakan metode survei dengan penyebaran kuesioner kepada 45 responden yang membeli sayuran hidroponik di berbagai pasar modern di Kota Bandar Lampung. Data yang diperoleh dianalisis secara deskriptif dan menggunakan metode Analisis Komponen Utama (*Principal Component Analysis/PCA*) untuk mengetahui faktor-faktor dominan yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumen membeli sayuran hidroponik terutama karena kesadaran akan kesehatan dan keinginan untuk menjalani gaya hidup sehat. Terdapat tiga komponen utama yang memengaruhi keputusan pembelian, yaitu: (1) kemasan dan penyajian produk, (2) kesesuaian harga dengan manfaat yang dirasakan, dan (3) efektivitas promosi. Di antara faktor-faktor tersebut, kemasan yang higienis dan menarik, harga yang dianggap sepadan dengan kualitas. Penelitian ini menyimpulkan bahwa keputusan pembelian konsumen terhadap sayuran hidroponik lebih didorong oleh pertimbangan rasional dan orientasi kesehatan dibandingkan pengaruh emosional atau sosial.

Kata kunci: Bandar Lampung, perilaku konsumen, sayuran hidroponik, keputusan pembelian,