

**SIKAP KONSUMEN TERHADAP PRODUK SAYURAN DI PASAR  
GIWANGAN KOTA YOGYAKARTA**

**Skripsi**



**Di Susun Oleh:**

**Riki Ilham Nadir**

**20130220014**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS  
FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

**2017**

**SIKAP KONSUMEN TERHADAP PRODUK SAYURAN DI PASAR  
GIWANGAN KOTA YOGYAKARTA**



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS  
FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA  
2017**

**Skripsi yang berjudul:**

**SIKAP KONSUMEN TERHADAP PRODUK SAYURAN DI PASAR  
GIWANGAN KOTA YOGYAKARTA**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:


**Riki Ilham Nadir**  
20130220014

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji  
Pada tanggal 4 Desember 2017

Skripsi tersebut telah diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan guna  
memperoleh derajat Sarjana Pertanian

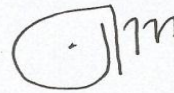
Yogyakarta, 14 Desember 2017

Pembimbing Utama



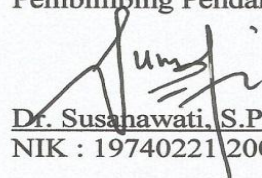
Dr. Ir. Widodo, M.P  
NIK: 19670322199202 133 011

Penguji



Dr. Ir. Sriyadi, M.P  
NIK: 19691028199603 133 023

Pembimbing Pendamping



Dr. Susanawati, S.P., M.P  
NIK : 19740221200004 133 052

Fakultas Pertanian  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta  
Dekan,



Indira Prabasari, M.P., Ph.D  
NIK : 19680820 199203 2 018

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur penulis ucapkan kehadiran Allah SWT atas berkat, rahmat, hidayah yang telah dilimpahkan olehnya. Penulis menyelesaikan Tugas Akhir Skripsi dengan judul **Sikap Konsumen Terhadap Produk Sayuran Di Pasar Giwangan Kota Yogyakarta** yang disusun 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 dan perjuangan orang tua saya untuk memperkuliahkan saya.
3. Dr. Ir. Widodo, MP dan Dr. Susanawati, SP, MP sebagai Dosen Pembimbing Skripsi yang dengan penuh kesabaran bersedia untuk membimbing dan mengarahkan peneliti memberikan motivasi studi berbagai masukan selama penulisan skripsi.
4. Dr. Ir. Sriyadi, MP yang bersedia menjadi dosen penguji serta memberikan masukan guna penyempurnaan skripsi.
5. Special thanks to Ibu Eni dan ibu Yayuk atas semua kebaikannya.
6. Dr. Ir. Sriyadi, MP selaku Dosen Pembimbing Akademik.

7. Kepada Pemerintah Kota Yogyakarta Dinas Perindustrian dan Perdagangan dan Pasar Giwangan yang telah memberikan izin dalam penelitian 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 2013 Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah bersama-sama menjalani kegiatan perkuliahan selama ini.
10. Semua teman-teman baikku Ady Moeslim Muryanto SP, Agung SP, Iskandar, Ungki, Idil, Mila, Fina, Widia, Sifa, dan anak kos yang sudah menjadi teman terbaik dan motivasi semangat 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, 14 Desember 2017

Peneliti

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
KATA PENGANTAR .....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
<i>ABSTRACT</i> .....	xii
INTISARI .....	xiii
I. PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Tujuan Penelitian.....	7
C. Manfaat Penelitian.....	7
II. KERANGKA PENDEKATAN TEORI.....	8
A. Tujuan Pustaka .....	8
B. Pasar Tradisional .....	10
C. Perilaku Konsumen .....	10
D. Sikap Konsumen .....	13
E. Penelitian Terdahulu .....	19
F. Kerangka Berpikir .....	21
III. METODE PENELITIAN .....	23
A. Lokasi Penelitian .....	23
B. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel .....	23
C. Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	25
D. Asumsi dan Pembatasan Masalah .....	26
E. Definisi Operasional.....	26
F. Analisis Data .....	31
IV. GAMBARAN UMUM KOTA YOGYAKARTA .....	33
A. Demografi.....	33
B. Penduduk.....	34
C. Pendidikan.....	34
D. Konsumsi Penduduk.....	36
E. Perekonomian.....	37
F. Sarana Transportasi .....	38
G. Pasar Giwangan.....	40

V. HASIL DAN PEMBAHASAN .....	43
A. Karakteristik Responden .....	43
B. Analisis Multiatribut Fishbein.....	53
VI. KESIMPULAN DAN SARAN .....	62
A. Kesimpulan.....	62
B. Saran.....	62
DAFTAR PUSTAKA .....	63
DAFTAR LAMPIRAN .....	66

## DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1. Konsumsi Sayuran perkapita di Indonesia Tahun 2010-2014 .....	1
Tabel 2. Produksi Sayuran di Indonesia Tahun 2010-2014 (dalam Kg).....	3
Tabel 3. Pengukuran Skor Kepercayaan .....	28
Tabel 4. Pengukuran Skor Evaluasi .....	28
Tabel 5. Batasan Skor dan Kategori Per Atribut.....	29
Tabel 6. Batasan Skor dan Kategori Total Atribut.....	29
Tabel 7. Batasan Skor dan Kategori Per Atribut untuk Sikap .....	30
Tabel 8. Batasan Skor dan Kategori Total Atribut untuk Sikap .....	30
Tabel 9. Distribusi Penduduk Kabupaten / Kota Tahun 1971-2010 (Persen)..	34
Tabel 10. Pengeluaran Perkapita Sebulan di DIY, 2007-2015 .....	37
Tabel 11. Jumlah Penumpang dan Barang Stasiun di DIY, 2010-2015.....	39
Tabel 12. Arus lalu lintas bandar udara Yogyakarta, 2007-2015 .....	40
Tabel 13. Jenis Kelamin .....	43
Tabel 14. Karakteristik Responden Berdasarkan Kelompok Umur .....	44
Tabel 15. Karakteristik Responden Berdasarkan Status Perkawinan .....	45
Tabel 16. Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Anggota Keluarga ..	46
Tabel 17. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	47
Tabel 18. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	48
Tabel 19. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan .....	49
Tabel 20. Karakteristik Responden Berdasarkan Pembelian dalam seminggu	50
Tabel 21. Membeli produk kebutuhan selain di Pasar Giwangan.....	51



Tabel 22. Jenis Sayur yang di beli di Pasar Giwangan .....	52
Tabel 23. Penilaian Kepercayaan responden terhadap atribut (bi) .....	53
Tabel 24. Penilaian Evaluasi responden terhadap atribut (ei).....	56
Tabel 25. Nilai dan Kategori Sikap Konsumen Terhadap Atribut.....	59
Tabel 26. Sikap Konsumen Terhadap Atribut Produk Sayuran .....	61

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. Kerangka Berpikir .....	22
Gambar 2. Pertumbuhan Perekonomian dari tahun 1999 sampai 2015 .....	38

## DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	66
Lampiran 2. Lokasi Penelitian .....	69

## **ABSTRACT**

*This study aims to determine the attitude of consumers to vegetable products traded in Giwangan Market Yogyakarta. sampling in this study uses incidental / convenience sampling of consumers who are buying vegetables in traditional markets giwangan. The number of samples used is 100 samples. Data used in this research are primary data and secondary data. The attitude of this research formed descriptive analysis and Fishbein analysis. The results showed that the assessment of the level of trust of respondents to vegetable products in Giwangan Market in view of vegetables based on attributes, the trust of respondents to the price attribute is very good. At the evaluation stage of the respondent's evaluation of vegetable products in Giwangan Market, the importance of vegetable product attribute is useful to know the level of attribute tendency of vegetables that are considered most important to be unimportant by consumers of vegetable products in Giwangan Market in making purchasing decisions, on evaluation evaluation all attributes are considered important by consumers. At the stage of assessment of consumer attitudes toward the level of importance and trust of vegetable attributes in Giwangan Market is measured by using Fishbein multiattribute attitude model where consumers provide an assessment of the attributes of vegetable products aimed at knowing consumer attitudes toward vegetable attributes. In the assessment of consumer attitudes toward the attributes of vegetable products is to give a good attitude towards vegetable products, this means that vegetable products sold in Giwangan Market in the eyes of consumers is good.*

*Keywords: Consumer Attitudes, Vegetables, Fishbein Model*

## INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sikap konsumen terhadap produk sayuran yang diperdagangkan di Pasar Giwangan Kota Yogyakarta. pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *insidental/ convenience sampling* konsumen yang sedang membeli sayuran di pasar tradisional giwangan. Jumlah sampel yang digunakan adalah 100 sampel. Data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Sikap penelitian ini dibentuk analisis deskriptif dan analisis Fishbein. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penilaian tingkat kepercayaan responden terhadap produk sayuran di Pasar Giwangan di lihat dari sayuran berdasarkan pada atribut, kepercayaan responden terhadap atribut harga adalah sangat baik. Pada tahap penilaian evaluasi responden terhadap produk sayuran di Pasar Giwangan tingkat kepentingan atribut produk sayuran berguna untuk mengetahui tingkat kecenderungan atribut dari sayuran yang dianggap paling penting hingga tidak penting oleh konsumen produk sayuran di Pasar Giwangan dalam pengambilan keputusan pembelian, pada penilaian evaluasi semua atribut dinilai penting oleh konsumen. Pada tahap penilaian sikap konsumen terhadap tingkat kepentingan dan kepercayaan dari atribut-atribut sayuran di Pasar Giwangan diukur dengan menggunakan model sikap multiatribut Fishbein dimana konsumen memberikan penilaian terhadap atribut-atribut produk sayuran yang bertujuan mengetahui sikap konsumen terhadap atribut sayuran. Dalam penilaian sikap konsumen terhadap atribut produk sayuran adalah memberikan sikap yang baik terhadap produk sayuran, ini berarti produk sayuran yang dijual di Pasar Giwangan di mata konsumen sudah baik.

**Kata Kunci :** Sikap Konsumen, Sayuran, Model Fishbein