

**ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP PEMBELIAN SAYURAN
HIDROPONIK (Studi Kasus Kelompok Tani Brayat Minulyo Di Balearjosari,
Kecamatan Blimbing, Kota Malang)**

Nicko Andreansyah¹, Moch. Noerhadi Sudjoni², Hadi Apriliawan³.

¹Mahasiswa Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Islam Malang

Email : 22001032053@unisma.ac.id

²Dosen Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Islam Malang

Email : mns@unisma.ac.id Email : hadiapri@unisma.ac.id

Abstract

Hydroponics is one method to overcome the problem of limited food land in urban areas, which is an innovative solution to overcome limited agricultural land on a large scale. Sales of hydroponic vegetables at the Brayat Minulyo Hydroponic Farming Group have increased significantly in the last 3 years. So the aim of this research is to maintain increasing sales by analyzing consumer preference factors, namely product, price, place, promotion, people, process, and physical evidence regarding the purchase of hydroponic vegetables at the Kelompok Tani Brayat Minulyo. This research was conducted on consumers of the Kelompok Tani Brayat Minulyo in April - May 2024 using an accidental sampling method, totaling 65 respondents. The method used in this research is a quantitative descriptive method. The data analysis method used in this research is logistic regression analysis. Based on the results of the analysis that has been carried out, there are variables that have a significant influence, namely product, price, people and physical evidence because the significant value of these variables is < 0.05 , thereby increasing the decision to purchase hydroponic vegetables in the Kelompok Tani Brayat Minulyo.

Keyword: Consumer preferences, Hydroponic vegetables, Logistic regression analysis

Abstrak

Hidroponik menjadi salah satu metode untuk mengatasi permasalahan keterbatasan lahan pangan di perkotaan dimana menjadi salah satu solusi inovatif untuk mengatasi keterbatasan lahan pertanian dalam skala besar. Penjualan sayuran hidroponik di Kelompok Tani Hidroponik Brayat Minulyo 3 tahun terakhir mengalami peningkatan yang signifikan. Sehingga tujuan penelitian ini untuk mempertahankan penjualan yang meningkat dengan menganalisis faktor-faktor preferensi konsumen yaitu *product, price, place, promotion, people, process*, dan *physical evidence* terhadap pembelian sayuran hidroponik pada Kelompok Tani Brayat Minulyo. Penelitian ini dilakukan pada konsumen Kelompok Tani Brayat Minulyo pada bulan April – Mei 2024 dengan metode pengambilan sampel *accidental sampling*, sebanyak 65 responden. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi logistik. Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan terdapat variabel yang berpengaruh secara signifikan yaitu *product, price, people* dan *physical evidence* dikarenakan nilai signifikan pada variabel tersebut $< 0,05$, sehingga meningkatkan keputusan pembelian sayuran hidroponik pada Kelompok Tani Brayat Minulyo.

Kata Kunci: Preferensi konsumen, Sayuran hidroponik, Analisis regresi logistik

PENDAHULUAN

Sayuran merupakan salah satu kebutuhan manusia yang sangat penting dalam menjaga kesehatan jasmani dan menjaga keseimbangan gizi kandungan yang ada pada sayuran seperti vitamin, mineral, serat dan antioksidan yang terdapat dalam sayuran tidak hanya memberikan energi tetapi juga melindungi tubuh dari resiko penyakit, pada saat ini masyarakat Indonesia mulai mempunyai rasa ingin merubah pola hidup menjadi lebih sehat terutama dalam mengkonsumsi

makanan, hal ini mencerminkan kesadaran masyarakat akan pentingnya asupan sayuran dalam kehidupan sehari-hari.

Hidroponik adalah seni menanam tumbuhan tanpa menggunakan media tanam tanah seperti tanaman pada umumnya, atau bisa disebut juga sistem budidaya tanaman yang memanfaatkan air dan diperkaya dengan unsur hara yang dibutuhkan oleh tumbuhan (Mutmainah & Susilowati 2022). Hidroponik di kota Malang pada tahun 2000 mulai berkembang namun hanya beberapa pelaku saja seperti akademis dan peneliti, dengan berjalannya waktu hidroponik mulai dikenal oleh masyarakat. Pada tahun 2010 hidroponik di kota Malang mulai berkembang pesat karena adanya kesadaran dalam keterbatasan lahan dan kemudahan dalam merawat hidroponik.

Preferensi konsumen merupakan pilihan atau keinginan yang dilakukan oleh individu atau kelompok konsumen terhadap produk atau jasa, oleh karena itu perlunya produsen untuk selalu mengevaluasi dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Assael dalam Rahardjo (2019) mengatakan bahwa preferensi konsumen dapat berarti kesukaan, pilihan atau sesuatu hal yang lebih disukai konsumen.

Kelompok Tani Hidroponik Brayat Minulyo merupakan salah satu kelompok tani yang memiliki usaha dibidang hidroponik, kelompok tani ini merupakan gabungan dari para pelaku usaha tani sayur hidroponik yang pada akhirnya memiliki kebun sayur hidroponik sendiri. Kelompok Tani Brayat Minulyo berdiri pada bulan oktober 2020 dalam rangka Program Ketahanan Pangan, Perberdayaan Wirausaha Umat Katolik Paroki Blimbing dan memperdayakan lahan sempit dipertanian pada awalnya hanya merintis kebun sayur dirumah-rumah warga lingkungan dalam skala kecil.

Tabel 1 Tingkat Penjualan Sayur pada Kelompok Tani Hidroponik Brayat Minulyo.

No.	Tahun	Jumlah Penjualan (pcs)	Tingkat Penjualan (%)
1.	2021	1.920	-
2.	2022	2.880	33%
3.	2023	4.800	40%
Jumlah		9.600	73%

Sumber : Analisis Data Primer, 2024

Penjualan sayuran hidroponik di Kelompok Tani Hidroponik Brayat Minulyo 3 tahun terakhir mengalami peningkatan yang signifikan. Sehingga tujuan penelitian ini untuk mempertahankan penjualan yang meningkat dengan menganalisis faktor-faktor preferensi konsumen terhadap pembelian sayuran hidroponik pada Kelompok Tani Hidroponik Brayat Minulyo.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan pada Kelompok Tani Hidroponik Brayat Minulyo di Jl. Pahlawan, RW III, Balarjosari, Kec. Blimbing, Kota Malang, Jawa Timur 65126. Waktu pelaksanaan penelitian ini dilaksanakan pada bulan April sampai Mei 2024. Populasi pada penelitian ini adalah konsumen Kelompok Tani Brayat Minulyo, sedangkan Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah jenis *non probability sampling*. *accidental sampling* merupakan teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan yaitu siapa saja secara kebetulan bertemu dengan peneliti yang digunakan sebagai sampel bila dipandang orang itu cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2018).

Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian adalah data primer dan data sekunder Data primer yaitu sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Adapun sumber data primer dalam penelitian ini diperoleh secara langsung dari pernyataan responden tentang analisis preferensi konsumen terhadap pembelian sayuran hidroponik pada Kelompok Tani Hidroponik Brayat Minulyo (Sugiyono, 2018). Data sekunder merupakan sumber yang tidak

memberikan data kepada pengumpul data secara langsung, seperti melalui orang lain atau lewat dokumen. Adapun data sekunder yang digunakan pada penelitian ini diperoleh dari jurnal dan buku yang berkaitan dengan penelitian ini yaitu analisis preferensi konsumen terhadap pembelian sayuran hidroponik pada Kelompok Tani Hidroponik Brayat Minulyo (Sugiyono, 2018).

Metode analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis regresi logistik dengan menggunakan analisis data statistik regresi model logit. (Hosmer *dalam* Hendayana, 2012) Analisis Regresi Logistik merupakan suatu metode analisis statistika untuk mendeskripsikan hubungan antara peubah respon (dependen variabel) yang memiliki dua kategori atau lebih dengan satu atau lebih peubah penjelas (independent variabel) berskala kategori atau interval. Analisis regresi model logit karena variabel dependen (Y) dalam penelitian ini yaitu variabel kategori (dikotomo variabel), dimana konsumen membeli > 2 sayuran hidroponik diberi nilai 1 dan konsumen yang membeli ≤ 2 sayur hidroponik diberi nilai 0. Dalam penelitian ini keputusan konsumen sebagai variabel dependen. Sedangkan product (produk), price (harga), place (tempat), promotion (promosi), people (orang), process (proses), dan physical evidence (bukti fisik) independen.

Dengan memasukkan variabel independen yang akan digunakan maka dalam penelitian ini model analisis regresi logit yang digunakan adalah :

$$Y = \text{Ln} \frac{P}{(1-P)} = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \beta_6 X_6 + \beta_7 X_7 + e$$

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengaruh Faktor-Faktor 7P Terhadap Keputusan Pembelian

Keputusan konsumen dalam melakukan pembelian sayuran hidroponik Kelompok Tani Brayat Minulyo dilandaskan oleh faktor-faktor yang dapat mempengaruhi pembelian. Pada penelitian ini terdapat 7 variabel yang diuji sebagai faktor-faktor yang dapat mempengaruhi preferensi konsumen dalam melakukan pembelian sayuran hidroponik. Untuk mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi konsumen terhadap pembelian sayuran hidroponik maka dilakukan analisis regresi logistik.

1. Uji Simultan (Uji f)

Tabel 2 Omnibus Tests of Model Coefficients

		Chi-square	df	Sig.
Step 1	Step	28.821	7	.000
	Block	28.821	7	.000
	Model	28.821	7	.000

Sumber : Data Primer, 2024

Hasil dari tabel 22 uji simultan (uji f) menunjukkan bahwa nilai signifikan pada model Omnibus Test menunjukkan angka $0,000 < 0,05$. Maka dapat diartikan bahwa variabel independen yaitu product (X_1), price (X_2), place (X_3), promotion (X_4), people (X_5), process (X_6), dan physical evidence (X_7) secara simultan atau secara bersama mempengaruhi variabel dependen.

2. Uji Kelayakan Model Regresi (Goodness of Fit Test)

Tabel 3 Hosmer and Lemeshow Test

Step	Chi-square	Df	Sig.
1	8.825	7	.266

Sumber : Data Primer, 2024

Hasil dari tabel 23 Hosmer and Lemeshow yang disajikan pada tabel menunjukkan bahwa nilai signifikan sebesar 0,266. Bahwa hasil uji tersebut menunjukkan $> 0,05$ atau $0,266 > 0,05$ maka menerima H_0 atau model yang digunakan pada data penelitian sudah tepat.

3. Uji R2 (Nagelkerke R Square)

Tabel 4 Model Summary

Step	-2 Log likelihood	Cox & Snell R Square	Nagelkerke R Square
1	38.909a	.358	.553

a. terminated at 7 estimates less .001 ...

Sumber : Data Primer, 2024

Hasil dari tabel 24 model summary menyatakan bahwa nilai Nagelkerke R Square diperoleh hasil sebesar 0,553 atau 55,3% yang berarti bahwa pengaruh dari variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat (dependen) dalam penelitian ini diperoleh sebesar 55,3% sisanya dijelaskan oleh variabel diluar model.

4. Uji Wald (Uji t)

Tabel 5 Variables in the Equation

	B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)
Step 1a Product (X ₁)	.984	.480	4.201	1	.040	2.676
Price (X ₂)	1.181	.417	8.004	1	.005	3.256
Place (X ₃)	-.185	.278	.444	1	.505	.831
Promotion (X ₄)	.845	.478	3.125	1	.077	2.329
People (X ₅)	.934	.469	3.974	1	.046	2.545
Process (X ₆)	.062	.453	.019	1	.891	1.064
Physical Evidence (X ₇)	-1.486	.641	5.374	1	.020	.226
Constant	-16.547	6.863	5.813	1	.016	.000

a. Variable(s) entered step 1 Product (X₁), Price (X₂), Place (X₃), Promotion (X₄), People (X₅), Process (X₆), Physical Evidence (X₇)

Sumber : Data Primer, 2024

Hasil dari tabel 25 uji wald pada penelitian ini menyatakan melihat adanya pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) yaitu terdapat 4 faktor yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Kelompok Tani Brayat Minulyo, yang meliputi Product (X₁), Price (X₂), People (X₅), dan Physical Evidence (X₇) adanya pengaruh dari hasil tersebut di peroleh menggunakan spps versi 25.

Berdasarkan hasil tabel dari analisis uji Wald tersebut menyatakan terdapat 4 faktor yang berpengaruh secara signifikan dan 3 faktor yang tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian sayuran pada Kelompok Tani Brayat Minulyo, sehingga dapat diketahui model regresi logistik pada penelitian ini sebagai berikut :

$$Y = -16.547 + 0.984 X_1 + 1.181 X_2 + (-0.185) X_3 + 0.845 X_4 + 0.934 X_5 + 0.062 X_6 + (-1.486) X_7 + e$$

Berikut hasil variabel yang berpengaruh secara signifikan dan variabel yang tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian :

1. Product (X₁)

Hasil dari tabel 25 uji wald meyakini variabel product (X₁) mempunyai nilai signifikan sebesar 0,040, hasil tersebut menyatakan bahwa 0,040 < 0,05 yang artinya Ha diterima sehingga berpengaruh secara nyata terhadap keputusan pembelian di Kelompok Tani Brayat Minulyo dan hasil nilai B = 0,480 menyatakan bahwa variabel product berpengaruh positif. Hal ini berarti bahwa semakin baik kualitas produk dan semakin banyak varian produk, semakin besar konsumen untuk membeli sayuran hidroponik 2 kali lebih banyak.

Berdasarkan hasil nilai Exp (B) atau adds ratio = 2,676. Hal ini menyatakan bahwa kualitas produk yang baik dan banyak varian produk memiliki peluang sebesar 2,676 kali terhadap pembelian sayuran hidroponik pada Kelompok Tani Brayat Minulyo.

Hasil survei lapang pada tabel 13 distribusi jawaban responden variabel produk, menyatakan bahwa tanggapan konsumen terhadap pernyataan memiliki nilai rata-rata 4,15 dengan kategori

“Setuju”. Konsumen beranggapan bahwa produk dalam sayuran hidroponik dapat menjadi faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian sayuran pada Kelompok Tani Brayat Minulyo. Hal ini relevan dengan penelitian yang dilakukan oleh Faniatun, Sudjoni, M. N., & Machfudz, M. (2023) variabel product berpengaruh secara nyata terhadap keputusan konsumen dalam membeli buah jeruk siem madu di Kecamatan Dau, Kabupaten Malang.

2. Price (X_2)

Hasil dari tabel 25 uji wald menyatakan bahwa variabel price (X_2) mempunyai nilai signifikan sebesar 0,005, hasil tersebut menyatakan $0,005 < 0,05$ yang artinya H_a diterima, sehingga berpengaruh secara nyata terhadap keputusan pembelian di Kelompok Tani Brayat Minulyo dan hasil nilai $B = 1,181$ menyatakan bahwa variabel price berpengaruh positif. Hal ini berarti bahwa semakin harga sayuran pada Kelompok Tani Brayat Minulyo memiliki harga yang terjangkau dan semakin harga sayuran sesuai dengan produk yang ditawarkan, semakin besar konsumen untuk membeli sayuran hidroponik 2 kali lebih banyak.

Berdasarkan hasil nilai Exp (B) atau adds ratio = 3,256. Hal ini menyatakan bahwa harga yang terjangkau dan harga sayuran sesuai dengan produk yang ditawarkan memiliki peluang sebesar 3,256 kali terhadap pembelian sayuran hidroponik pada Kelompok Tani Brayat Minulyo. Hasil survei lapang pada tabel 14 distribusi jawaban responden variabel harga, menyatakan bahwa tanggapan konsumen terhadap pernyataan memiliki nilai rata-rata 3,7 dengan kategori “Setuju”. Konsumen beranggapan bahwa harga dalam sayuran hidroponik dapat menjadi faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian sayuran pada Kelompok Tani Brayat Minulyo. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sari, M. R., Rianti, T. S., & Apriliawan, H. (2024) berdasarkan hasil wawancara bahwa responden memilih nasi jagung yang memiliki harga murah, mengingat sebagai barang substitusi beras haruslah memiliki harga yang lebih murah.

3. Place (X_3)

Hasil dari tabel 25 uji wald menyatakan bahwa variabel place (X_3) mempunyai nilai signifikan sebesar 0,505, hasil tersebut menyatakan $0,505 > 0,05$ yang artinya H_a ditolak, sehingga tidak berpengaruh secara nyata terhadap keputusan pembelian di Kelompok Tani Brayat Minulyo.

Berdasarkan hasil nilai Exp (B) atau adds ratio = 0,831 dan $B = -0,185$. Hal ini menyatakan bahwa variabel place tidak berpengaruh terhadap peluang konsumen dalam membeli sayuran hidroponik. Hal ini terjadi dikarenakan tempat brayat minulyo kurang strategis, akan tetapi konsumen lebih memperhatikan kualitas produk lebih dari faktor lokasi dan kelompok tani brayat minulyo sudah menjual produknya dengan baik serta sesuai kebutuhan konsumen, sehingga mereka akan cenderung membeli produk sayuran hidroponik tersebut meskipun lokasinya kurang strategis.

4. Promotion (X_4)

Hasil dari tabel 25 uji wald menyatakan bahwa variabel promotion (X_4) mempunyai nilai signifikan sebesar 0,077, hasil tersebut menyatakan $0,077 > 0,05$ yang artinya H_a ditolak, sehingga tidak berpengaruh secara nyata terhadap keputusan pembelian di Kelompok Tani Brayat Minulyo.

Berdasarkan hasil nilai Exp (B) atau adds ratio = 2,329 dan $B = 0,845$. Hal ini menyatakan bahwa variabel promotion tidak berpengaruh terhadap peluang konsumen dalam membeli sayuran hidroponik. Hal ini terjadi di karenakan konsumen percaya terhadap produk sayuran pada Kelompok Tani Brayat Minulyo, apabila kualitas produk telah diakui, promosi, tidak lagi mempengaruhi keputusan pembelian dikarenakan konsumen merasa puas terhadap kualitas produk yang diinginkan.

5. People (X_5)

Hasil dari tabel 25 uji wald menyatakan bahwa variabel people (X_5) mempunyai nilai

signifikan sebesar 0,46, hasil tersebut menyatakan $0,46 < 0,05$ yang artinya H_a diterima, sehingga berpengaruh secara nyata terhadap keputusan pembelian di Kelompok Tani Brayat Minulyo dan hasil nilai $B = 0,934$ menyatakan bahwa variabel *people* berpengaruh positif. Hal ini berarti bahwa semakin pegawai memahami kebutuhan pembeli serta semakin pegawai sabar dan ramah dalam melayani pembeli, semakin besar konsumen untuk membeli sayuran hidroponik 2 kali lebih banyak.

Berdasarkan hasil nilai $Exp(B)$ atau *adds ratio* = 2,545. Hal ini menyatakan bahwa pegawai memahami kebutuhan pembeli Kelompok Tani Brayat Minulyo serta pegawai sabar dan ramah dalam melayani pembeli memiliki peluang sebesar 2,545 kali terhadap pembelian sayuran hidroponik pada Kelompok Tani Brayat Minulyo.

Hasil survei lapang pada tabel 17 distribusi jawaban responden variabel orang, bahwa tanggapan konsumen terhadap pernyataan memiliki nilai rata-rata 4,1 dengan kategori "Setuju". Konsumen beranggapan pegawai berpengaruh dalam keputusan pembelian pada Kelompok Tani Brayat Minulyo. Hal ini relevan dengan penelitian yang dilakukan Syahputra, A. N., Sudjoni, M. N., & Susilowati, D. (2024) variabel *people* berpengaruh secara nyata terhadap keputusan pembelian, kepuasan dan loyalitas konsumen sayurku eat di CV. Berlian Jaya.

6. Process (X_6)

Hasil dari tabel 25 uji wald menyatakan bahwa variabel *process* (X_6) mempunyai nilai signifikan sebesar 0,891, hasil tersebut menyatakan $0,891 > 0,05$ yang artinya H_a ditolak, sehingga tidak berpengaruh secara nyata terhadap keputusan pembelian di Kelompok Tani Brayat Minulyo.

Berdasarkan hasil nilai $Exp(B)$ atau *adds ratio* = 1,064 dan $B = 0,062$. Hal ini menyatakan bahwa variabel *process* tidak berpengaruh terhadap peluang konsumen dalam membeli sayuran hidroponik. Hal ini terjadi dikarenakan adanya kepercayaan konsumen terhadap produk sayuran hidroponik sehingga proses tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, hal tersebut menunjukkan bahwa sayuran hidroponik lebih berkualitas dibandingkan dengan sayuran konvensional sehingga konsumen tidak mementingkan proses dalam sayuran hidroponik.

7. Physical Evidence (X_7)

Hasil dari tabel uji wald menyatakan bahwa variabel *physical evidence* (X_7) mempunyai nilai signifikan sebesar 0,20, hasil tersebut menyatakan $0,20 < 0,05$ yang artinya H_a diterima, sehingga berpengaruh secara nyata terhadap keputusan pembelian di Kelompok Tani Brayat Minulyo dan hasil nilai $B = -1,486$ menyatakan bahwa variabel *physical evidence* berpengaruh negatif. Hal ini berarti bahwa semakin papan nama yang terlihat dengan jelas serta semakin website yang informatif dan menarik, semakin kecil konsumen untuk membeli sayuran hidroponik kurang dari 2 kali.

Berdasarkan hasil nilai $Exp(B)$ atau *adds ratio* = 0,226. Hal ini menyatakan bahwa papan nama yang terlihat dengan jelas serta website yang informatif dan menarik memiliki peluang sebesar 0,226 kali terhadap pembelian sayuran hidroponik pada Kelompok Tani Brayat Minulyo. Hasil survei lapang pada tabel 19 distribusi jawaban responden variabel bukti fisik, bahwa tanggapan konsumen terhadap pernyataan memiliki nilai rata-rata 4 dengan kategori "Setuju". Konsumen beranggapan bukti fisik seperti papan nama dan web site berpengaruh dalam keputusan pembelian pada Kelompok Tani Brayat Minulyo. Hal ini relevan dengan penelitian yang dilakukan Syahputra, A. N., Sudjoni, M. N., & Susilowati, D. (2024) variabel *physical evidence* berpengaruh secara nyata terhadap keputusan pembelian, kepuasan dan loyalitas konsumen sayurku eat di CV. Berlian Jaya.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan dalam penelitian ini dapat ditarik kesimpulan sebagai

berikut :

Berdasarkan hasil analisis uji wald regresi logistik terdapat 7 variabel total yang diujikan yaitu produk (X_1), price (X_2), place (X_3), promotion (X_4), people (X_5), process (X_6), physical evidence (X_7). Adapun variabel (X) yang berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) yaitu produk (X_1), price (X_2), people (X_5), dan physical evidence (X_7) dan variabel (X) yang tidak berpengaruh yaitu place (X_3), promotion (X_4), process (X_6).

DAFTAR PUSTAKA

- Faniatun, Sudjoni, M. N., & Machfudz, M. (2023). Preferensi Konsumen Terhadap Pembelian Buah Jeruk Siam Madu (Studi Kasus di Kecamatan Dau Kabupaten Malang). *Seagri*.
- Hendayana, R. (2012). Penerapan Regresi Logistik Dalam Menganalisis Adopsi Teknologi Pertanian. *Informatika Pertanian*.
- Mutmainah, & Susilowati, D. (2022). Preferensi Konsumen Terhadap Pembelian Sayuran Hidroponik Malang Raya. *Jurnal Ketahanan Pangan*.
- Rahardjo, S. (2019). Preferensi Konsumen Dalam Membeli Produk Sayur Hidroponik. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*.
- Sari, M. R., Rianti, T. S., & Apriliawan, H. (2024). Preferensi Konsumsi Nasi Jagung Alternatif Sumber Karbohidrat Di Kota Malang. *Seagri*.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Syahputra, A. N., Sudjoni, M. N., & Susilowati, D. (2024). Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian, Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Sayurku. *Eat. Seagri*.