

Zain Al'Asror. 2025. Analysis of the Influence of Motivation, Reference Groups, and Perception on the Decision to Purchase Hydroponic Vegetables at PT. Dewa Ponik Kotagede. Under the direction of Dr. Ir. Budiarto, M.P.

ABSTRACT

Purchase decisions are part of consumer behavior regarding how consumers choose, determine, and make purchases of products to meet their needs. PT. Dewa Ponik is a business that provides hydroponic vegetables. This research aims to: 1) Identify the demographic characteristics of consumers at PT. Dewa Ponik 2) Analyze the influence of motivational, reference groups, and perceptions on consumer purchasing decisions when buying hydroponic vegetable products at PT. Dewa Ponik. The research method used quantitative research with a descriptive approach. The location determination method used purposive sampling. The sampling method used nonprobability sampling with an incidental sampling approach with a total of 60 respondents. The data used are primary and secondary data. Data collection techniques include questionnaires, observation, interviews, and documentation. Instrument testing uses validity and reliability tests. The data analysis technique used is multiple linear regression and correlation analysis. The results showed that the consumers of hydroponic vegetables consisted of 39 women and 21 men, with the majority aged 17-22 years old, the majority having a high school education, the majority working as students, and the majority having an income of less than Rp 1,000,000. The variables of motivation, reference group, and perception are significant in the purchase decision of PT. Dewa Ponik's hydroponic vegetable products.

Keyword: Motivation, Reference Group, Perception, Purchase Decision

Zain Al'Asror. 2025. Analisis Pengaruh Motivasi, Kelompok Referensi, dan Persepsi Terhadap Keputusan Pembelian Sayuran Hidroponik di PT. Dewa Ponik Kotagede. Di Bawah arahan Dr. Ir. Budiarto, M.P

ABSTRAK

Keputusan pembelian merupakan salah satu bagian dari perilaku konsumen tentang bagaimana konsumen memilih, menentukan, dan melakukan pembelian produk untuk memenuhi kebutuhannya. PT. Dewa Ponik merupakan usaha yang menyediakan sayuran hidroponik. Pada penelitian ini bertujuan untuk: 1) Mengetahui karakteristik konsumen secara demografis di PT. Dewa Ponik 2) Menganalisis pengaruh faktor motivasi, kelompok referensi, dan persepsi terhadap keputusan pembelian konsumen dalam pembelian produk sayuran hidroponik di PT. Dewa Ponik. Metode penelitian menggunakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Metode penentuan lokasi menggunakan *purposive sampling*. Metode pengambilan sampel menggunakan *nonprobability sampling* dengan pendekatan *isidental sampling* sebanyak 60 responden. Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner, observasi, wawancara, dan dokumentasi. Uji instrumen menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda dan analisis korelasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumen sayuran hidroponik terdiri dari 39 orang perempuan dan 21 orang laki-laki, karakteristik usia mayoritas berusia 17-22 tahun, karakteristik pendidikan terakhir mayoritas memiliki pendidikan terakhir Sekolah Menengah Atas (SMA), karakteristik pekerjaan mayoritas bekerja sebagai pelajar/ mahasiswa, karakteristik pendapatan mayoritas memiliki pendapatan < Rp 1.000.000. Variabel motivasi, kelompok referensi, dan persepsi signifikan terhadap keputusan pembelian produk sayuran hidroponik PT. Dewa Ponik.

Kata Kunci: Motivasi, Kelompok Referensi, Persepsi, Keputusan Pembelian