

**ANALISIS PREFERENSI KELUARGA MILENIAL TERHADAP  
PENJUALAN SAYURAN ORGANIK DI PASAR MODERN  
(Studi Kasus Kecamatan Klojen, Kota Malang)**

**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pertanian  
Strata Satu (S1) Pada Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Peternakan  
Universitas Muhammadiyah Malang



Oleh:

**DIDIN ARDA  
201810210311273**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS  
FAKULTAS PERTANIAN PETERNAKAN  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG  
2025**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**ANALISIS PREFERENSI KELUARGA MILENIAL TERHADAP  
PENJUALAN SAYURAN ORGANIK DI PASAR MODERN  
(Studi Kasus Kecamatan Klojen, Kota Malang)**

Oleh:

Didin Arda  
NIM : 201810210311273

Disetujui oleh :

Dosen Pembimbing 1

Tanggal, 23 Juni 2025



Prof. Dr. Ir. Rahayu Relawati, M.M  
NIP. 196501011990032001

Dosen Pembimbing 2

Tanggal, 23 Juni 2025



Nur Ocvany Amir, S.P., M.P.  
NIP. 10517080608

Malang, 15 Juli 2025  
Menyetujui :

Wakil Dekan I,

Ketua Program Studi



Ir. Henik Sukorini, MP., Ph.D., IPM;  
NIP. 10593110359



Ir. Ary Bakhtiar, S.P., M.Si., IPM., Asean Eng.  
NIP. 1708010119

HALAMAN PENGESAHAN

ANALISIS PREFERENSI KELUARGA MILENIAL TERHADAP  
PENJUALAN SAYURAN ORGANIK DI PASAR MODERN  
(Studi Kasus Kecamatan Klojen, Kota Malang)

Oleh:

Didin Arda

NIM: 201810210311273

Disusun berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Pertanian - Peternakan Universitas Muhammadiyah Malang Nomor: E.2.c/188/FPP-UMM/IV/2025 dan rekomendasi Komisi Skripsi Fakultas Pertanian - Peternakan UMM pada tanggal: dan keputusan Ujian Sidang yang dilaksanakan pada tanggal: 23 Juni 2025

Dewan Penguji

Pembimbing Utama

Prof. Dr. Ir. Rahayu Relawati, M.M  
NIP. 196501011990032001

Pembimbing Pendamping

Nur Ocvanny Andir, S.P., M.P.  
NIP. 10517080608

Penguji Utama

M. Zul Mazwan, S.P., M.Sc.  
NIP. 180912071994

Penguji Pendamping

Prof. Dr. Ir. Jabal Tarik Ibrahim, M.Si.  
NIP. 196607161990031002

Dekan  
Prof. Dr. Ir. Aris Winaya, M.M., M.Si., IPU., ASEAN Eng.  
NIP. 1964051411900031002

Ketua Program Studi  
Ir. Ary Bakhtiar, S.P., M.Si., IPM., ASEAN Eng.  
NIP. 170801011992

## SURAT PERNYATAAN

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Didin Arda  
NIM : 201810210311273  
Program Studi : Agribisnis  
Fakultas : Pertanian - Peternakan  
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Malang

Menyatakan dengan sebenarnya dan sesungguhnya, bahwa skripsi atau karya ilmiah berjudul Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Pangan Organik Beras Pada Swalayan, Kota Malang, Jawa Timur

Skripsi ini adalah milik saya sendiri yang disusun berdasarkan serangkaian penelitian yang saya lakukan dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar pada program sejenis diperguruan tinggi manapun, semua data dan informasi yang digunakan telah dinyatakan secara jelas dan dapat diperiksa kebenarannya.

1. Penulis skripsi ini tidak ada plagiasi, duplikasi ataupun replikasi terhadap hasil penelitian ini dari pihak-pihak manapun yang menyebarkan hasil penelitian ini tidak otentik, kecuali secara tertulis diacu dalam skripsi dan disebutkan rujukannya dalam daftar pustaka.
2. Skripsi ini disusun berdasarkan persetujuan dan bimbingan dari dewan pembimbing dan telah diujikan dihadapan dewan penguji tugas akhir Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian - Peternakan Universitas Muhammadiyah Malang. Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan bertanggung jawab.

Malang, 15 Juli 2025

Mengetahui Dosen Pembimbing Utama



**Prof. Dr. Rahayu Relawati, M.M.**

**NIP : 196501011990032001**

Yang Menyatakan



**Didin Arda**

**NIM : 201810210311273**

## RIWAYAT HIDUP



Didin Arda adalah anak ke 3 dari Bapak La Guda dan Alm. Ibu Yuli Arda yang lahir di Buton, salah satu pulau yang berada di Sulawesi Tenggara Indonesia, lahir pada tanggal 17 Agustus 1999. Menempuh Pendidikan Sekolah Dasar (SD) pada tahun 2006-2008 di SDN 12 Bukit Bestari Tanjung Pinang Kep. Riau, 2008-2012 di Madrasah Ibtidaiyah (MI) Mambaul Ulum. Melanjutkan Sekolah menengah Pertama pada Tahun 2012-2015 di SMPN 1 Sausapor, Kab. Tambrauw, Papua Barat Daya, kemudian melanjutkan Sekolah Menengah Atas pada (SMA) 2015-2018 di SMA N 3 MODEL Kota Sorong, Papua Barat. Setelah itu melanjutkan studi di Universitas Muhammadiyah Malang sebagai salah satu mahasiswa program studi Agribisnis Fakultas Pertanian-Peternakan. Pada tahun 2021 penulis melaksanakan PENGABDIAN MASYARAKAT OLEH MAHASISWA (PMM) di Desa Kucur, Kec. Dau, Kab. Malang.

## KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat, taufik, serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi yang berjudul: **“Analisis Preferensi Keluarga Milenial terhadap Penjualan Sayuran Organik di Pasar Modern (Studi Kasus Kecamatan Klojen, Kota Malang)”**. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Pertanian (S.P.) pada Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian-Peternakan, Universitas Muhammadiyah Malang. terselesaikannya skripsi ini tentunya tidak lepas dari dukungan berbagai pihak, maka dalam kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT. yang telah memberikan nikmat dan hidayah-Nya sehingga selesainya pengerjaan skripsi ini dari awal hingga akhir.
2. Kedua orang tua penulis yaitu Ibu dan Bapak (Bapak La Guda dan Alm. Siti Zulaikah) yang sangat penulis cintai dan telah memberikan dukungan, semangat, motivasi, dan doa yang selalu dipanjatkan untuk penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
3. Bapak Dr. Ir. Aris Winaya, M.M., M.Si., IPU, selaku Dekan Fakultas Pertanian-Peternakan Universitas Muhammadiyah Malang.
4. Bapak Ary Bakhtiar, S.P., M.Si., selaku Ketua Program Studi Agribisnis Universitas Muhammadiyah Malang
5. Ibu Prof. Dr. Ir. Rahayu Relawati, M.M., selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan arahan, bimbingan, dan motivasi selama proses penyusunan skripsi.

6. Ibu Nur Ocvanny Amir, S.P., M.P., selaku Dosen Pembimbing II atas perhatian dan bimbingannya yang sangat berarti dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Keluarga besar penulis yang telah memberi semangat dan doa serta selalu memberikan dukungan bagi penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
8. Pasangan penulis, Emil Septa Rahayu yang tak Lelah untuk selalu memberikan dukungan sepenuhnya sehingga penulisan ini dapat diselesaikan. Terimakasih Ayy.
9. Teman-teman Aroemba Cocontract, tak lupa penulis ucapkan terimakasih telah menemani penulis semasa dibangku perkuliahan.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis dengan rendah hati menerima kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan karya ilmiah ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan menjadi referensi bagi pembaca yang membutuhkan.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Malang, Juli 2025

Didin Arda

## ABSTRAK

Didin Arda, 201810210311273. "**Analisis Preferensi Keluarga Milenial terhadap Penjualan Sayuran Organik di Pasar Modern (Studi Kasus Kecamatan Klojen, Kota Malang)**". Jurusan Agribisnis. Fakultas Pertanian-Peternakan. Universitas Muhammadiyah Malang. Dibawah bimbingan Ibu Prof. Dr. Ir. Rahayu Relawati, M.M dan Ibu Nur Ocvanny Amir, S.P.,M.P.

---

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis preferensi keluarga milenial terhadap penjualan sayuran organik di pasar modern serta mengidentifikasi aspek-aspek yang memengaruhi keputusan pembelian. Latar belakang penelitian ini adalah meningkatnya kesadaran keluarga milenial terhadap gaya hidup sehat, keamanan pangan, dan kenyamanan dalam berbelanja. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif dengan metode purposive sampling terhadap 30 responden yang berbelanja di dua pasar modern di Kecamatan Klojen, Kota Malang, yaitu Lai-Lai Market dan Central Market. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, kuesioner skala Likert, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa preferensi keluarga milenial dipengaruhi oleh lima aspek utama, yaitu: kualitas produk (89%), harga dan nilai ekonomis (85%), promosi dan informasi produk (80%), kenyamanan dan fasilitas belanja (94%), serta aspek kultural dan emosional (85%). Sementara itu, aspek teknologi dan digitalisasi tidak termasuk dalam preferensi, tetapi menjadi bagian penting dalam pembentukan keputusan pembelian. Keputusan pembelian ditunjukkan melalui kepuasan konsumen, minat beli ulang, dan kecenderungan merekomendasikan produk. Hasil ini menegaskan pentingnya integrasi teknologi dalam transaksi dan penyediaan informasi produk, serta perlunya strategi pemasaran yang berbasis edukasi untuk meningkatkan daya tarik pasar modern bagi keluarga milenial.

Kata kunci: Preferensi, Keluarga Milenial, Sayuran Organik, Pasar Modern

## **ABSTRACT**

Didin Arda, 201810210311273. "**Millennial Family Preferences Toward Organic Vegetable Sales in Modern Markets (Case Study in Klojen District, Malang City)**". Department of Agribusiness. Faculty of Agriculture and Animal Science. University of Muhammadiyah Malang. Supervised by Prof. Dr. Ir. Rahayu Relawati, M.M and Nur Ocvanny Amir, S.P., M.P.

---

*This study aims to analyze the preferences of millennial families toward the sale of organic vegetables in modern markets and to identify the aspects that influence their purchasing decisions. The research is based on the growing awareness among millennial families regarding healthy lifestyles, food safety, and shopping convenience. A descriptive quantitative approach was employed, with purposive sampling involving 30 respondents who shop at two modern markets in Klojen District, Malang City: Lai-Lai Market and Central Market. Data were collected through observation, Likert-scale questionnaires, and documentation. The results show that millennial family preferences are shaped by five key aspects: product quality (89%), price and economic value (85%), promotion and product information (80%), shopping convenience and facilities (94%), and cultural and emotional factors (85%). Meanwhile, technology and digitalization are not included as preference factors but play a crucial role in influencing purchasing decisions. Purchasing decisions are reflected through consumer satisfaction, repeat purchase intention, and willingness to recommend the product. These findings highlight the importance of integrating technology in transactions and product information, as well as developing educational-based promotional strategies to strengthen the appeal of modern markets to millennial families.*

*Keywords: Preference, Millennial Family, Organic Vegetables, Modern Market.*

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	ii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>SURAT PERNYATAAN</b> .....	iv
<b>BUKTI DETEKSI PLAGIASI</b> .....	v
<b>RIWAYAT HIDUP</b> .....	vi
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vii
<b>ABSTRAK</b> .....	ix
<b>ABSTRACT</b> .....	x
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	ix
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	x
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	3
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	5
2.1 Penelitian Terdahulu.....	5
2.2 Preferensi Konsumen.....	6
2.2.1 Tahapan Preferensi Konsumen.....	8
2.3 Keluarga Milenial.....	10
2.3.1 Pengertian Keluarga Milenial.....	10
2.3.2 Karakteristik Keluarga Milenial.....	10
2.4 Pasar Modern.....	11
2.4.1 Pengertian Pasar Modern.....	11
2.5 Aspek Preferensi Keluarga Milenial.....	15

2.6 Kerangka Berpikir.....	18
----------------------------	----

**BAB III METODE PENELITIAN.....20**

3.1 Desain Penelitian .....	20
-----------------------------	----

3.2 Jenis Data .....	20
----------------------	----

3.3 Waktu dan Tempat.....	21
---------------------------	----

3.4 Teknik Pengambilan Sampel.....	21
------------------------------------	----

3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	22
----------------------------------	----

3.5.1 Observasi.....	22
----------------------	----

3.5.3 Kuisisioner.....	22
------------------------	----

3.5.3 Dokumentasi.....	22
------------------------	----

3.6 Metode Analisis Data.....	23
-------------------------------	----

3.7 Pengukuran Variabel.....	26
------------------------------	----

**BAB IV GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN.....30**

**BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN.....33**

5.1 Karakteristik Preferensi Keluarga Milenial Terhadap Penjualan Sayuran Organik di Pasar Modern.....	33
--	----

5.1.1 Usia.....	33
-----------------	----

5.1.2 Jenis Kelamin.....	34
--------------------------	----

5.1.3 Pekerjaan.....	35
----------------------	----

5.1.4 Pendidikan Terakhir.....	36
--------------------------------	----

5.1.5 Jumlah Anggota Keluarga.....	36
------------------------------------	----

5.1.6 Pendapatan Bulanan.....	37
-------------------------------	----

5.1.7 Pengeluaran Belanja.....	38
--------------------------------	----

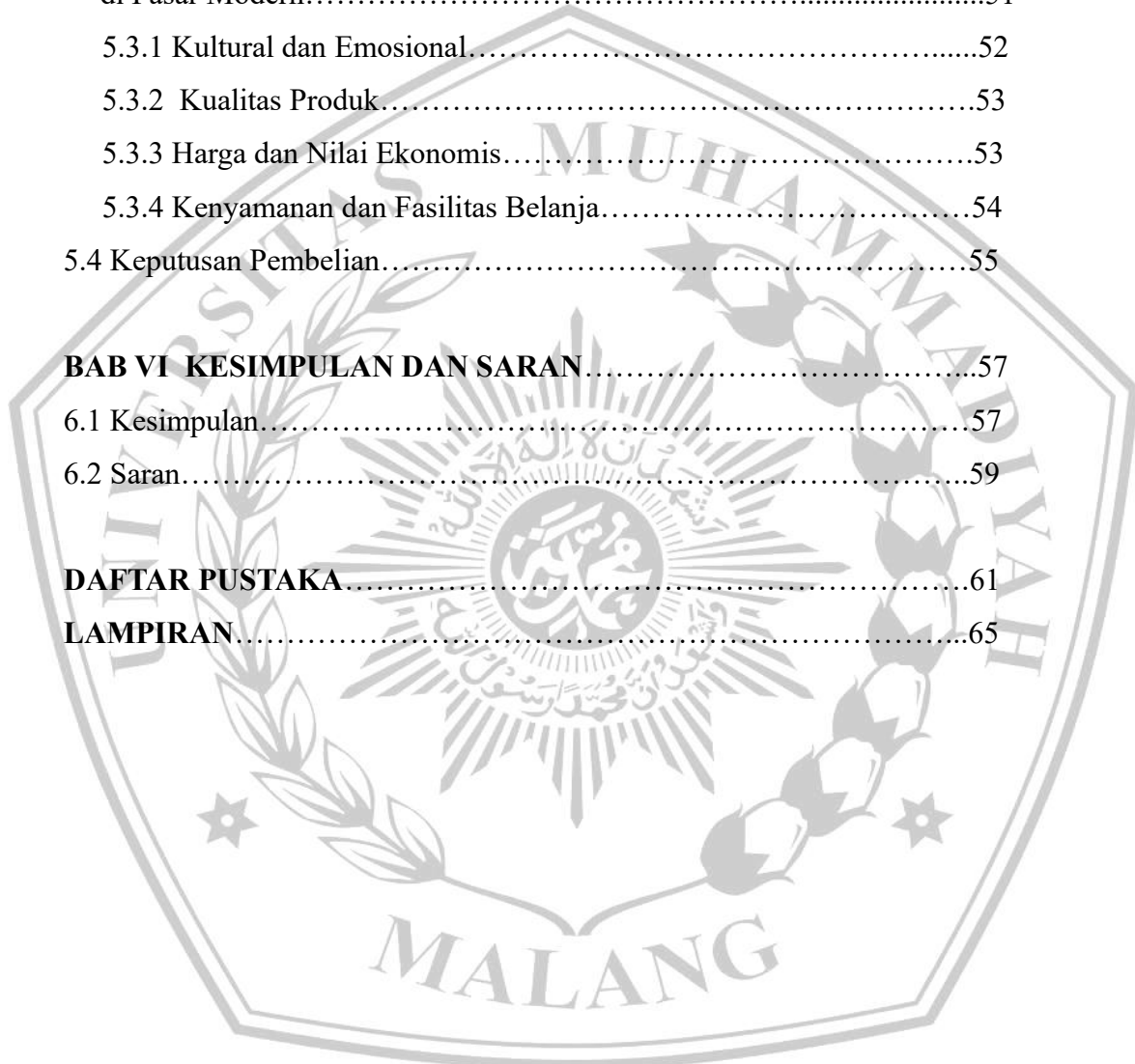
5.1.8 Frekuensi Belanja.....	39
------------------------------	----

5.2 Preferensi Keluarga Milenial Terhadap Penjualan Sayuran Organik di Pasar Modern.....	40
--	----

5.2.1 Preferensi Konsumen.....	41
--------------------------------	----

5.2.2 Produk.....	43
-------------------	----

5.2.3 Harga.....	44
5.2.4 Tempat.....	46
5.2.5 Promosi.....	47
5.2.6 Keputusan Pembelian.....	49
5.3 Aspek Preferensi Keluarga Milenial Terhadap Penjualan Sayuran Organik di Pasar Modern.....	51
5.3.1 Kultural dan Emosional.....	52
5.3.2 Kualitas Produk.....	53
5.3.3 Harga dan Nilai Ekonomis.....	53
5.3.4 Kenyamanan dan Fasilitas Belanja.....	54
5.4 Keputusan Pembelian.....	55
<b>BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>57</b>
6.1 Kesimpulan.....	57
6.2 Saran.....	59
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>61</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>65</b>



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.6 Bagan Kerangka Berpikir.....	19
Gambar 4.1 Lai-lai Market & Central Market.....	31
Gambar 5. 1 Grafik Aspek Preferensi Keluarga Milenial Terhadap Penjualan Sayuran Organik di Pasar Modern.....	52



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.2.1 Tahapan Preferensi Konsumen dan Relevansinya Bagi Keluarga Milenial.....	8
Tabel 2.4.1 Pandangan Pasar Modern Menurut Para Ahli.....	14
Tabel 3.7 Pengukuran Variabel.....	27
Tabel 5.1.1 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Usia.....	33
Tabel 5.1.2 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin.....	34
Tabel 5.1.3 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Pekerjaan.....	35
Tabel 5.1.4 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	36
Tabel 5.1.5 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Jumlah Anggota Keluarga...	37
Tabel 5.1.6 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Pendapatan Bulanan.....	38
Tabel 5.1.7 Karakteristik Konsumen Terhadap Pengeluaran Belanja.....	39
Tabel 5.1.8 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Frekuensi Belanja.....	39
Tabel 5.2 Preferensi Konsumen Terhadap Penjualan Sayuran Organik di Pasar Modern.....	41
Tabel 5.2.1 Preferensi Konsumen Berdasarkan Indikator Pengukuran Variabel.	42
Tabel 5.2.2 Promosi Berdasarkan Indikator Pengukuran Variabel.....	43
Tabel 5.2.3 Harga Berdasarkan Indikator Pengukuran Variabel.....	45
Tabel 5.2.4 Tempat Berdasarkan Indikator Pengukuran Variabel.....	46
Tabel 5.2.5 Promosi Berdasarkan Indikator Pengukuran Variabel.....	48
Tabel 5.2.6 Keputusan Pembelian Berdasarkan Indikator Pengukuran Variabel.	50

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian.....	65
Lampiran 2 Data Responden.....	70
Lampiran 3 Dokumentasi Penelitian.....	73



## DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, S., & Hidayat, T. (2021). Preferensi Konsumen Terhadap Sayuran Segar di Pasar Modern. *JIP: Jurnal Ilmu Pertanian*, 23(2), 150–161.
- Andes, R., & Sunaryanto. (2020). Strategi Promosi Sayur Organik Melalui Instagram pada PO Sayur Organik Merbabu. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 14(2), 100–108. <https://journal.unhas.ac.id/index.php/jsep/article/view/10244>
- BPS Provinsi DKI Jakarta. (2022). *Statistik Konsumsi Pangan Sehat di DKI Jakarta*. Jakarta: BPS.
- Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (2018). *Consumer Behavior*. New York: Cengage Learning.
- Fauziah, A., & Maulana, R. (2022). Zona Hijau dan Preferensi Konsumen Milenial. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 10(1), 78–86.
- Fitriani, L., & Hidayat, R. (2022). Preferensi Konsumen Milenial terhadap Kualitas Produk Pangan Organik di Supermarket Perkotaan. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Kontemporer*, 11(1), 34–42
- Gentina, E., & Parry, E. (2020). *Generation Y Consumption Behavior and Digital Lifestyle*. London: Routledge.
- Herlina, D. (2018). Analisis Persepsi Konsumen terhadap Pasar Modern dan Tradisional di Wilayah Perkotaan. *Jurnal Pemasaran dan Konsumen*, 7(1), 15–23.
- Huang, C. Y., & Liao, P. S. (2020). Green Consumption Behavior in the Millennial Era. *Journal of Consumer Studies*, 44(3), 223–234.
- Indriani, L., & Suhartini, S. (2022). Transformasi Pasar Tradisional ke Pasar Digital. *Jurnal Manajemen Inovasi*, 9(1), 53–65.

- Jefferson, S., Prasetyo, D., & Anggraeni, M. (2021). Strategi Digital Marketing pada UMKM Sayur Organik: Studi Kasus Abang Sayur. *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis (JEPA)*, 5(3), 233–245. <https://jepa.ub.ac.id/index.php/jepa/article/view/689>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Kurniawati, D., Hasanah, N., & Yuliana, M. (2021). Efektivitas Media Promosi Visual terhadap Peningkatan Penjualan Produk Pangan. *Jurnal Komunikasi dan Pemasaran*, 9(1), 30–41.
- Luthfiyatillah, A., Rahmawati, S., & Widiastuti, R. (2024). Pengaruh Instagram dan Electronic Word of Mouth terhadap Minat dan Keputusan Pembelian. *Jurnal Penelitian IPTEKS*, 9(1), 13–22. [https://jurnal.unmuhjember.ac.id/index.php/PENELITIAN\\_IPTEKS/article/view/3024](https://jurnal.unmuhjember.ac.id/index.php/PENELITIAN_IPTEKS/article/view/3024)
- Marbun, H., & Wijayanti, N. (2023). Loyalitas Konsumen Milenial terhadap Pasar Modern. *Jurnal Pemasaran Nusantara*, 8(2), 134–142.
- Napitupulu, Y., & Nurhayati, S. (2021). Digitalisasi Pasar Modern dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen. *Jurnal Sistem Informasi Bisnis*, 12(3), 225–234.
- Nguyen, A. N., et al. (2020). Online Grocery Shopping and Consumer Trust in Southeast Asia. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 54, 102034.
- Nugraheni, D., & Prasetyo, A. (2022). Analisis Pengaruh Persepsi Harga terhadap Preferensi Konsumen Milenial terhadap Produk Organik. *Jurnal Pemasaran Modern*, 7(2), 61–70.

- Pew Research Center. (2019). *Defining Generations: Where Millennials End and Generation Z Begins*. Retrieved from [www.pewresearch.org](http://www.pewresearch.org)
- Priyanto, H., & Mulyani, T. (2023). Preferensi Generasi Milenial terhadap Saluran Distribusi Sayuran. *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, 11(1), 55–64.
- Prensky, M. (2010). *Teaching Digital Natives: Partnering for Real Learning*. Thousand Oaks: Corwin.
- Purwanto, A. (2020). Perilaku Konsumen Digital pada Generasi Milenial. *Jurnal Ekonomi Digital Indonesia*, 3(1), 1–11.
- Putri, A. S., & Ramadhani, L. (2020). Preferensi Konsumen Milenial terhadap Tempat Belanja Produk Segar di Kota Besar. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ekonomi Pertanian*, 14(2), 88–96.
- Putri, R. A., & Maulana, I. (2022). Pengaruh Persepsi Kesehatan dan Kesadaran Lingkungan terhadap Preferensi Konsumen terhadap Sayuran Organik. *Jurnal Ekonomi Konsumen*, 9(2), 61–69.
- Putri, D. K., & Ramadhani, R. A. (2023). Pilihan Konsumsi Keluarga Milenial terhadap Produk Lokal dan Organik. *Jurnal Gizi dan Pangan Sehat*, 14(1), 43–52.
- Rahál, J., et al. (2014). Trends in Organic Food Consumption in Europe. *Agricultural Economics Journal*, 5(4), 320–330.
- Rahman, A. (2020). Perbandingan Perilaku Konsumen Pasar Tradisional dan Modern di Kota Bandung. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Terapan*, 6(2), 101–110.
- Rahayu, S., & Nugroho, T. (2021). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli Produk Organik di Pasar Modern. *Jurnal Ilmu Konsumen dan Pemasaran*, 8(2), 73–80.
- Sari, N., & Wijaya, A. (2021). Kepercayaan Konsumen terhadap Sayuran Organik di Pasar Modern. *Jurnal Agribisnis Indonesia*, 9(1), 89–98.

- Saputra, F., et al. (2020). Preferensi Belanja Konsumen Pasca Pandemi. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan Daerah*, 7(2), 97–110.
- Siregar, D., & Wibowo, A. (2021). Analisis Preferensi Konsumen Milenial terhadap Produk Pangan Organik di Perkotaan. *Jurnal Manajemen dan Agribisnis*, 18(1), 45–54.
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. L. (2019). *Consumer Behavior* (12th ed.). Pearson Education.
- Sudawarwan Damim. (2002). *Metodologi Penelitian Sosial*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Wahyuni, D., & Susanto, A. (2021). Persepsi keluarga milenial terhadap konsumsi produk organik. *Jurnal Gizi dan Konsumen*, 13(2), 134–144.
- Widyaningrum, P., Sari, M., & Iskandar, D. (2021). Pengaruh Lokasi dan Kenyamanan Belanja terhadap Loyalitas Konsumen Pasar Modern. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Terapan*, 8(1), 42–51.
- Wulandari, R., & Suharyono, B. (2018). Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk Organik. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 6(3), 45–56.
- Wulandari, R., & Rahmawati, E. (2021). Persepsi Konsumen terhadap Harga dan Keputusan Pembelian Produk Organik di Supermarket Kota Besar. *Jurnal Manajemen dan Inovasi*, 10(1), 45–55.
- Yadav, R., & Pathak, G. S. (2017). Environmental Concern and Green Purchase Intention: An Empirical Analysis. *Resources, Conservation & Recycling*, 117, 215–225.
- Yuliana, S. (2022). Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Sayuran di Pasar Modern. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 13(1), 72–82.

Yusuf, F., & Hamid, R. (2020). Perilaku Konsumen Milenial dalam Era Digital. *Jurnal Komunikasi dan Media Digital*, 2(1), 45–56.





UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG



## FAKULTAS PERTANIAN PETERNAKAN

### AGRIBISNIS

agribisnis.umm.ac.id | agribisnis @umm.ac.id

Nomor : E.2.g/249c/AGRI-FPP/UMM/VI/2025  
Lampiran : -  
Hal : Bukti Deteksi Plagiasi

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Menindaklanjuti Peraturan Rektor UMM No. 2 Tahun 2017 tentang Pelaksanaan Deteksi Plagiasi pada Karya Ilmiah Dosen dan Mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Malang, Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian dan Peternakan Malang telah melakukan deteksi plagiasi pada karya ilmiah:

Nama Mahasiswa : Didin Arda  
NIM : 201810210311273  
Judul TA : Analisis Preferensi Keluarga Milenial Terhadap Penjualan Sayuran Organik di Pasar Modern (Studi Kasus Kecamatan Klojen, Kota Malang)

Persentase Kesamaan:

No	Jenis Naskah	Persentase Kesamaan (%)	Batas Maksimum Kesamaan (%)	Keterangan
1	Bab I	10	10	Sesuai
	Bab II	4	25	Sesuai
	Bab III	23	35	Sesuai
	Bab IV	11	15	Sesuai
	Bab V	5	5	Sesuai
2	Naskah Publikasi	-	25	Tidak Ada

Demikian surat ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana semestinya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.



Mengetahui  
Kepala Program Studi Agribisnis,



Arif Bakhtiar, S.P., M.Si, IPM., ASEAN Eng.  
NIP. 170801011992

Malang, 13 June 2025

Admin Deteksi Plagiasi  
Program Studi Agribisnis,



Wahid Muhammad Shodiq, S.P., M.P  
NIP. 20240715031997

Tembusan:

- Dosen Pembimbing 1 dan 2
- Arsip



**Kampus I**  
Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 551 253 (Hunting)  
F: +62 341 460 435

**Kampus II**  
Jl. Bendungan Sutarni No.188 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 551 149 (Hunting)  
F: +62 341 582 060

**Kampus III**  
Jl. Raya Tlogomas No.248 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 464 318 (Hunting)  
F: +62 341 460 435  
E: webmaster@umm.ac.id