

M

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI MINAT KONSUMEN
TERHADAP PEMBELIAN BUAH DENGAN PENDEKATAN
*THEORY OF PLANNED BEHAVIOUR***



**SITI WIDIANINGRUM MAHARANI RUSLI
G021191023**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
DEPARTEMEN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2024**



Optimized using
trial version
www.balesio.com

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI MINAT KONSUMEN
TERHADAP PEMBELIAN BUAH DENGAN PENDEKATAN
*THEORY OF PLANNED BEHAVIOUR***

SITI WIDIANINGRUM MAHARANI RUSLI

G021191023



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
DEPARTEMEN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2024**



**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI MINAT KONSUMEN
TERHADAP PEMBELIAN BUAH DENGAN PENDEKATAN
*THEORY OF PLANNED BEHAVIOUR***

**SITI WIDIANINGRUM MAHARANI RUSLI
G021 19 1023**



Skripsi
Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Pertanian
pada
Program Studi Agribisnis
Departemen Sosial Ekonomi Pertanian
Fakultas Pertanian
Universitas Hasanuddin
Makassar



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
RTEMEN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2024**

SKRIPSI
FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI MINAT KONSUMEN
TERHADAP PEMBELIAN BUAH DENGAN PENDEKATAN
THEORY OF PLANNED BEHAVIOUR

SITI WIDIANINGRUM MAHARANI RUSLI
G021191023

Skripsi,

telah dipertahankan di depan Panitia Ujian Sarjana Pertanian pada 29 April
2024 dan dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan
pada

Program Studi Agribisnis
Departemen Sosial Ekonomi Pertanian
Fakultas Pertanian
Universitas Hasanuddin
Makassar

Mengesahkan:

Pembimbing Utama,



Pipi Diansari, S.E., M.Si., Ph.D.
NIP. 19750829 200604 2 001

Pembimbing Pendamping,



Ni Made Viantika, S.P., M.Agb.
NIP. 19821208 201504 2 001



Optimized using
trial version
www.balesio.com



Ketua Program Studi,

Prof. Dr. A. Nixia Tenriawaru, S.P., M.Si
NIP. 19721107 199702 2 001

DEKLARASI

Dengan ini saya menyatakan bahwa, skripsi saya berjudul "Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Konsumen Terhadap Pembelian Buah dengan Pendekatan *Theory of Planned Behavior*" benar adalah karya saya dengan arahan tim pembimbing, pernah diajukan atau sedang diajukan dalam bentuk jurnal kepada Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian (JSEP) Departemen Sosial Ekonomi Pertanian Fakultas Pertanian Universitas Hasanuddin. Saya menyatakan bahwa semua sumber informasi yang digunakan telah disebutkan di dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka.

Makassar, 29 April 2024



Siti Widianingrum Maharani Rusli
G021 19 1023



Optimized using
trial version
www.balesio.com

ABSTRAK

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI MINAT KONSUMEN TERHADAP PEMBELIAN BUAH DENGAN PENDEKATAN *THEORY OF PLANNED BEHAVIOR*

Siti Widianingrum Maharani Rusli^{1*}, Pipi Diansari², Ni Made Viantika³,
Rahmadanih⁴, Mahyuddin⁵

¹²³⁴⁵Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Hasanuddin, Jl. Perintis Kemerdekaan Km. 10, Makassar 90245, Indonesia

*Corresponding Author: siti.widianingrum62@gmail.com

Latar Belakang. Pola hidup masyarakat Kota Makassar, dewasa ini telah mengarah ke pola hidup sehat. Hal ini dilihat dari meningkatnya transaksi jual-beli buah-buahan, terutama sejak adanya pandemi Covid-19. Kementerian Kesehatan Indonesia pun semakin gencar dalam mengimbau masyarakat untuk menerapkan pola hidup sehat, salah satunya adalah dengan rutin mengonsumsi buah di kehidupan sehari-hari. Penelitian ini merujuk pada konsep *Theory of Planned Behavior* yang menyatakan bahwa minat beli konsumen terhadap barang dan/atau jasa dipengaruhi oleh sikap, norma subyektif, dan persepsi kontrol perilaku. TPB digunakan karena dinilai sangat sesuai dalam menjelaskan minat individu untuk melakukan suatu perilaku tertentu. **Tujuan.** Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis minat beli masyarakat Kota Makassar dalam pembelian buah-buahan dengan menggunakan *Theory of Planned Behavior*. **Metode.** Penelitian ini dilakukan di pasar tradisional dan *Supermarket modern*, yaitu di *Gelael Supermarket*, *Hero Supermarket*, Pasar Niaga Daya, dan Pasar Terong pada bulan Oktober - November 2023 dengan jumlah responden sebanyak 72 orang. Teknik analisis data yang digunakan yaitu *Structural Equatio Modelling – Partial Least Square* (SEM-PLS) dengan bantuan aplikasi WarpPLS 5.0. **Hasil.** Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel sikap berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembelian buah dengan nilai koefisien sebesar 0.28 dan nilai $p < 0.01$. Variabel norma subjektif berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembelian buah dengan nilai koefisien sebesar 0.59 dan nilai $p < 0.01$. Variabel persepsi kontrol perilaku berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembelian buah dengan nilai koefisien sebesar 0.24 dan nilai $p = 0.04$. **Kesimpulan.** Berdasarkan hasil analisis data, dapat disimpulkan bahwa semua variabel berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli buah-buahan di Kota Makassar.

Kata Kunci: Buah, Minat Beli, SEM-PLS, *Theory of Planned Behaviour*.



ABSTRACT

THE INFLUENTIAL FACTORS ON CONSUMER PURCHASE INTENTION IN PURCHASING FRUITS WITH THE THEORY OF PLANNED BEHAVIOR APPROACH

Siti Widianingrum Maharani Rusli^{1*}, Pipi Diansari², Ni Made Viantika³,
Rahmadanih⁴, Mahyuddin⁵

¹²³⁴⁵Agribusiness Study Program, Faculty of Agriculture, Hasanuddin University, Jl. Perintis Kemerdekaan Km. 10, Makassar 90245, Indonesia

*Corresponding Author: siti.widianingrum62@gmail.com

Background. The lifestyle of the people of Makassar City has increasingly shifted towards a healthy lifestyle, especially since the Covid-19 pandemic. The Indonesian Ministry of Health has also been more active in urging the public to adopt a healthy lifestyle, which is by regularly consuming fruits in their daily lives. This study refers to Theory of Planned Behavior (TPB), which states that consumer purchase intention is influenced by attitude, subjective norm, and perceived behavior control. **Purpose.** The purpose of this study is to analyze the purchase intention of the people of Makassar City in purchasing fruits using Theory of Planned Behavior. **Method.** This study was conducted at traditional markets and modern Supermarkets, including Gelael Supermarket, Hero Supermarket, Daya Traditional Market, and Terong Traditional Market, in October-November 2023, and consisted of 72 individuals as respondents. The data analysis technique used was Structural Equation Modelling – Partial Least Square (SEM–PLS) with WarpPLS 5.0 application. **Results.** The results of the study indicate that the attitude variable has a positive and significant effect on fruit purchase intention with a coefficient value of 0.28 and p-value <0.01. The subjective norm variable has a positive and significant effect on fruit purchase intention with a coefficient value of 0.59 and p-value <0.01. The perceived behavior control variable has a positive and significant effect on fruit purchase intention with a coefficient value of 0.24 and p-value = 0.04. **Conclusion.** Data analysis show that all variables significantly influence the purchase intention for fruits in Makassar City.

Keyword: Fruits, Purchase Intention, SEM-PLS, Theory of Planned Behaviour.



RIWAYAT HIDUP PENULIS



Siti Widianingrum Maharani Rusli, merupakan seorang anak dari pasangan Bapak Muhammad Rusli Chalik, S.E., dan Ibu Jumriati Thalib, S.E. yang lahir di Makassar pada tanggal 15 November 2002. Penulis memiliki seorang adik yang bernama Muhammad Wisnu Aditiawan Rusli. Selama hidupnya, penulis telah menempuh beberapa jenjang pendidikan formal, yaitu:

1. TK Aisyiyah 1 Bara-baraya (2007 – 2008)
2. SD Negeri Sudirman II Makassar (2008 – 2014)
3. SMP Negeri 12 Makassar (2014 – 2016)
4. SMA Negeri 5 Makassar (2016 – 2019)

Setelah dinyatakan lulus melalui jalur SBMPTN, penulis melanjutkan jenjang pendidikan selanjutnya yakni pendidikan Strata 1 (S1) di Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Hasanuddin pada tahun 2019. Selama menempuh pendidikan di Universitas Hasanuddin, penulis menempuh pendidikan sebaik-baiknya dengan mengikuti kegiatan akademik sesuai dengan ketentuan di Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Hasanuddin. Selain mengikuti kegiatan akademik di Universitas Hasanuddin, penulis juga mengikuti kegiatan di luar akademik dan bergabung pada beberapa organisasi internal dan eksternal kampus, seperti Himpunan MISEKTA Universitas Hasanuddin dengan jabatan sebagai Sekretaris Badan Pengawas dan Pemeriksa (BAPPER) Periode 2021/2022, UKM Radio Kampus EBS FM Universitas Hasanuddin dengan jabatan sebagai *External Relation* Tahun 2022 dan *Administration Manager* Tahun 2023, Generasi Baru Indonesia (GenBI) Universitas Hasanuddin dan Sulawesi Selatan dengan jabatan sebagai *Public Relations* Periode 2022/2023, Himpunan Mahasiswa Islam (HMI) Komisariat Pertanian dengan jabatan sebagai Deputi Eksternal Periode 2022/2023, serta *International MUN* Tahun 2021 dengan jabatan sebagai *Public Relation*. Selama menempuh pendidikan di Universitas Hasanuddin, penulis aktif mengikuti berbagai kegiatan seminar di tingkat regional, nasional, hingga internasional, menjadi mentor/asisten mata kuliah Kewirausahaan Eksperensial, mengikuti *Exchange Program* Konsorsium Kampus Merdeka Belajar (KMB-3PT) di Universitas Padjadjaran dan Universitas Diponegoro, terpilih menjadi *Coach* pada program *AIESEC Future Leaders Summer Peak 2023*, serta memperoleh prestasi sebagai Mahasiswa Bank Indonesia, Bank Syariah Indonesia, dan Karya



Deasiswa Bank Indonesia, Bank Syariah Indonesia, dan Karya (SE). Dalam memperoleh pengalaman kerja, penulis pernah magang Generasi Bertalenta (MAGENTA) BUMN di PT. Bank Persero), Tbk dan menjabat sebagai *Funding Consumer and*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur atas ke hadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan berkat dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai tugas akhir pada Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Hasanuddin dengan judul “Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Konsumen Terhadap Pembelian Buah dengan Pendekatan *Theory of Planned Behavior*” di bawah bimbingan Ibu Pipi Diansari, S.E., M.Si., Ph.D. dan Ibu Ni Made Viantika, S.P., M.Si. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Agribisnis, Departemen Sosial Ekonomi Pertanian, Fakultas Pertanian, Universitas Hasanuddin.

Penulisan skripsi sebagai tugas akhir ini telah penulis susun secara maksimal dan mendapatkan bantuan dari berbagai pihak sehingga dapat memperlancar pembuatan skripsi sebagai pemenuhan tugas akhir ini. Untuk itu, kami meyampaikan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam pembuatan skripsi ini.

Terlepas dari semua itu, penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan baik dari segi penyusunan kalimat maupun tata bahasanya. Namun, penulis telah berupaya dengan segala kemampuan dan pengetahuan yang dimiliki sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, dengan tangan terbuka penulis menerima segala saran dan kritik yang bersifat membangun agar tugas akhir penulis dapat menjadi lebih baik lagi.

Akhir kata, penulis berharap skripsi yang telah disusun secara maksimal ini, dapat memberikan manfaat kepada pembaca dan beberapa pihak lainnya terkait dengan minat konsumen terhadap pembelian buah atau beberapa hal lain yang terkait dalam penulisan tugas akhir ini.

Makassar, April 2024

**Penulis,
Siti Widianingrum Maharani Rusli**



PERSANTUNAN

Alhamdulillah *rabbi 'alamin*, puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang juga sebagai penugasan terakhir penulis dengan judul “**Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Konsumen Terhadap Pembelian Buah dengan Pendekatan *Theory of Planned Behavior***”. Shalawat serta salam tak luput penulis limpahkan kepada Nabi Muhammad SAW beserta para jajarannya, yang membimbing umatnya dari gelapnya zaman *jahiliyah* ke zaman terang benderang seperti sekarang ini.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini tidak luput dari berbagai kesulitan dan hambatan, tetapi atas bantuan dan dorongan dari berbagai pihak, baik secara materi dan moral, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya, dan penghargaan setinggi-tingginya secara istimewa dan dengan segala kerendahan hati penulis kepada Ayahanda **Muhammad Rusli Chalik, S.E.** dan Ibunda **Jumriati Thalib, S.E.** tersayang, tercinta, dan terhormat yang dengan segala kepenuhan hati dan kasih sayangnya yang telah membesarkan, mendidik, membimbing, serta menuntun penulis hingga berada pada tahap saat ini dengan penuh kasih sayang, kesabaran, ketulusan, dan keikhlasan hati yang dipadu dengan do'a yang senantiasa menjadi lentera penerang jalur menuju kesuksesan bagi penulis hingga saat ini. Saudara tercinta penulis **Muhammad Wisnu Aditiawan Rusli**, yang senantiasa selalu berada disisi penulis dalam memberikan dukungan dalam penulisan skripsi ini.

Penulis pun tak lupa, mengucapkan rasa hormat dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang senantiasa membantu penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini. Karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan banyak terima kasih kepada pihak-pihak yang membantu penulis dalam penulisan skripsi ini:

1. Ibu **Pipi Diansari, S.E., M.Si., Ph.D.** selaku Dosen Pembimbing Utama dan Ibu **Ni Made Viantika, S.P., M.Si.** selaku Dosen Pembimbing Pendamping yang telah membimbing penulis dengan sangat baik dan memberikan ilmu yang sangat bermanfaat selama penulisan skripsi ini. Penulis mengucapkan banyak terima kasih karena telah membimbing penulis, dan memohon maaf sebesar-besarnya atas segala kekurangan penulis selama proses bimbingan dan penyusunan skripsi ini.
2. Ibu **Dr. Ir. Rahmadanih, M.Si.** dan Bapak **Dr. Ir. Mahyuddin, M.Si.** selaku Dosen Penguji yang telah memberikan ilmu, kritik dan saran yang dalam penyempurnaan penulisan skripsi ini.
 Bapak **A. Nixia Tenriawaru, S.P., M.Si.**, dan Bapak **Ir. Rusli M. i.**, selaku Ketua Departemen dan Sekretaris Departemen Jomblo Pertanian atas peran serta dukungannya selama penulisan skripsi ini.



4. Ibu **Prof. Dr. Ir. Rahmawaty Andi Nadja. M.S.** selaku Dosen Pembimbing Akademik (PA) yang senantiasa membimbing dengan sepenuh hati kepada penulis selama masa perkuliahan.
5. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Agribisnis Departemen Sosial Ekonomi Pertanian, yang telah memberikan ilmu, petunjuk, dan segala bentuk bimbingan selama menempuh masa perkuliahan di program studi ini yang senantiasa memberi manfaat bagi penulis baik selama penulisan skripsi dan diluar penulisan skripsi.
6. Staf Departemen Sosial Ekonomi Pertanian, Bapak **M. Rusli** dan Ibu **Fatima S.Pd**, yang telah membantu dan memberi kemudahan selama proses administrasi yang dibutuhkan penulis sejak penyusunan proposal, pelaksanaan penelitian, hingga penyusunan tugas akhir.
7. **Pengunjung Hero Supermarket, Gelael Supermarket, Pasar Terong, dan Pasar Niaga Daya Kota Makassar** yang berpartisipasi menjadi responden pada penelitian ini yang telah menerima, membantu, serta memberikan informasi sedetil-detilnya kepada penulis sebagai bahan penelitian dalam skripsi ini.

Juga, kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan dalam bentuk apapun kepada penulis yang tak mampu penulis sebutkan satu persatu. Semoga ucapan terima kasih ini dapat diterima, mohon maaf apabila ada kesalahan yang dilakukan penulis, baik secara disengaja dan tidak disengaja. Demikianlah ucapan terima kasih penulis sampaikan, atas perhatian dan bantuannya penulis ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya.



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
PERNYATAAN PENGAJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
DEKLARASI	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
RIWAYAT HIDUP PENULIS	viii
KATA PENGANTAR	ix
PERSANTUNAN	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Teori	3
1.2.1 Pengertian Umum Buah	3
1.2.2 Perilaku Konsumen	5
1.2.3 <i>Theory of Planned Behaviour</i>	5
1.2.3.1 Sikap Terhadap Minat Beli	6
1.2.3.2 Norma Subjektif	6
1.2.3.3 Persepsi Pengendalian Perilaku	6
1.2.3.4 Minat	7
1.3 Perumusan Masalah	8
1.4 <i>Research Gap (Novelty)</i>	9
1.5 Tujuan Penelitian	11
1.6 Kegunaan Penelitian	12
1.7 Kerangka Pemikiran	12
1.8 Hipotesis Penelitian	14
II. METODE PENELITIAN	15
2.1 Lokasi dan Waktu Penelitian	15
2.2 Metode Penelitian	15
2.2.1 Populasi dan Sampel	15
2.2.2 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	16
2.2.3 Variabel Penelitian	16
2.2.3.1 Variabel Demografis	16
2.2.3.2 Variabel Minat Pembelian Konsumen	17
Analisis SEM-PLS	19
Hipotesis	22
Rasional	22



III. HASIL DAN PEMBAHASAN	24
3.1 Karakteristik Responden	24
3.1.1 Jenis Kelamin.....	24
3.1.2 Usia.....	24
3.1.3 Pendidikan Terakhir	25
3.1.4 Pekerjaan.....	25
3.1.5 Jumlah Pendapatan	26
3.1.6 Preferensi Buah.....	27
3.2 Persamaan Model	27
3.2.1 Persamaan Model Struktural	27
3.2.2 Persamaan Model Pengukuran	28
3.2.3 Konstruksi Diagram Jalur	28
3.3 Evaluasi Model SEM-PLS	29
3.3.1 Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	29
3.3.2 Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	32
3.4 Pengujian Hipotesis	35
3.5 Pembahasan.....	36
3.5.1 Pengaruh Sikap Terhadap Minat Beli Buah	36
3.5.2 Pengaruh Norma Subjektif Terhadap Minat Beli Buah	37
3.5.3 Pengaruh <i>Perceived Behavior Control</i> Terhadap Minat Beli Buah.....	38
IV. KESIMPULAN DAN SARAN	40
4.1 Kesimpulan	40
4.2 Saran.....	40
DAFTAR PUSTAKA	41
LAMPIRAN	44



DAFTAR TABEL

Tabel 1. Jenis Buah Berdasarkan Warna.....	2
Tabel 2. Rata-Rata Konsumsi Perkapita Seminggu Menurut Kelompok Buah-Buahan di Kota Makassar.....	2
Tabel 3. Jenis Buah yang Mengandung Fitosterol.....	4
Tabel 4. Toko Buah di Kota Makassar.....	15
Tabel 5. Variabel Demografi.....	17
Tabel 6. Variabel Eksogen dan Endogen.....	18
Tabel 7. Persamaan <i>Outer Model</i>	20
Tabel 8. Jenis Kelamin Responden.....	24
Tabel 9. Rentang Usia Responden.....	24
Tabel 10. Pendidikan Terakhir Responden.....	25
Tabel 11. Pekerjaan Responden.....	26
Tabel 12. Jumlah Pendapatan Responden.....	26
Tabel 13. <i>Indicator Loadings</i> dan <i>Cross Loadings</i>	30
Tabel 14. Uji <i>Internal Consistency Reliability</i>	31
Tabel 15. Nilai <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	31
Tabel 16. Nilai <i>Correlation Among Latent Variable with Square Roots of AVEs</i>	32
Tabel 17. Nilai <i>R-squared</i> , <i>Full collinearity VIF</i> , <i>Q-squared</i> dan <i>Effect Size (f^2)</i>	33
Tabel 18. Nilai <i>Godness of Fit Model H</i>	34
Tabel 19. Nilai Koefisien Jalur, <i>P-Value</i> , dan Pengujian Hipotesis.....	35



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. <i>Theory of Planned Behaviour</i>	6
Gambar 2. Kerangka Pemikiran Penelitian.....	13
Gambar 3. Diagram Jalur Penelitian (<i>Inner dan Outer Model</i>).....	21
Gambar 4. Preferensi Buah Konsumen.....	27
Gambar 5. Konstruksi Diagram Jalur.....	29
Gambar 6. Diagram Koefisien Jalur dan <i>P-Value</i>	33



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	46
Lampiran 2. Identitas Responden.....	51
Lampiran 3. Tabulasi Data Kuesioner.....	57
Lampiran 4. <i>Output</i> Analisis SEM-PLS.....	61
Lampiran 5. Dokumentasi Penelitian.....	65
Lampiran 6. Bukti Submit Jurnal.....	69



I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia terkonfirmasi adanya wabah Covid-19 pada awal Maret 2020. Covid-19 merupakan satu wabah yang berasal dari Wuhan, China dan menyebar ke berbagai negara di dunia. Penyebaran Covid-19 di Indonesia terjadi begitu cepat dan perkembangan kasus positif di Indonesia meningkat dari hari ke hari (Syafri dan Hartati, 2020).

Covid-19 disebabkan oleh Coronavirus 2 (SARS CoV-2), yaitu sindrom pernapasan akut. SARS CoV-2 dapat menyebar melalui percikan pernafasan dari hidung atau mulut, atau dapat juga menjadi aerosol. Penularan virus ini juga dapat terjadi dari pasien bergejala atau tanpa gejala dengan tingkat infeksi berkisar antara 0,5% sampai dengan 5% (Clerkin, K.J., et al, 2020).

Berdasarkan data dari Satuan Tugas Penanganan Covid-19 (2023), jumlah kumulatif kematian di Indonesia sejak tahun 2022 hingga tanggal 25 Juni 2023 mencapai 161.865 (2,38%), angka tersebut masih di atas rata-rata dunia (1,00%). Namun, kabar baiknya adalah angka kesembuhan pasca pandemi Covid-19 di Indonesia sejak tahun 2022 hingga tanggal 25 Juni 2023 mencapai 6.640.888 (97,49%) dan berada di atas rata-rata kesembuhan dunia (96,03%). Begitu pula dengan kasus aktif di Indonesia sejak tahun 2022 hingga tanggal 25 Juni 2023 mencapai 9.027 kasus (0,13%) dan berada dibawah rata-rata dunia (2,97%). Berbagai upaya masih perlu dilakukan untuk pengendalian kasus aktif serta meminimalisir angka kematian, seperti memakai masker, menjaga jarak, mencuci tangan dengan sabun (3M), percepatan vaksinasi, serta penguatan *testing, tracing, dan treatment* (3T) di lapangan.

Sebagai masyarakat yang telah menerapkan upaya-upaya yang dianjurkan oleh pemerintah, virus Covid-19 juga dapat dihindari dengan meningkatkan sistem imun atau daya tahan tubuh (Purnomo et al., 2020). Cara yang dapat dilakukan untuk meningkatkan sistem imunitas tubuh adalah menerapkan pola hidup sehat, salah satunya dengan mengonsumsi sayuran dan buah-buahan di kehidupan sehari-hari. Untuk menjaga agar imun tubuh tetap kuat, maka perlu memperhatikan jenis makanan yang dapat meningkatkan daya tahan tubuh, mengonsumsi makanan yang mengandung vitamin, seperti vitamin C dan vitamin A yang mengandung antioksidan untuk menangkal radikal bebas dan meningkatkan kekebalan tubuh (Amalia dan Hiola, 2020). Menurut Purnomo et al. (2022), antioksidan bisa dengan mudah didapatkan dari makanan karena berbagai antioksidan telah terdapat secara alamiah terutama dalam sayur-sayuran, buah-



buah-buahan dan sayuran (Kementerian Kesehatan Republik Indonesia (2020), asupan sayur cukupi untuk mencegah tertular berbagai macam penyakit. terutama vitamin dan mineral sangat diperlukan dalam tem kekebalan tubuh yang optimal, buah-buahan dan sayuran erbaik bebagai vitamin, mineral dan serat. Terdapat beberapa direkomendasikan oleh Kementerian Kesehatan Republik

Indonesia untuk memenuhi asupan gizi selama pandemi dan pasca pandemi Covid-19 yang dikelompokkan berdasarkan warnanya seperti yang tertera pada Tabel 1.

Tabel 1. Jenis Buah Berdasarkan Warna

No.	Buah-Buahan Berdasarkan Warna	Jenis Buah
1.	Buah berwarna merah	Semangka, Apel, Stroberi, Anggur Merah
2.	Buah berwarna kuning & oranye	Pisang, Jeruk, Pepaya, Mangga, Nanas
3.	Buah berwarna hijau	Apel Malang, Anggur Hijau, Melon
4.	Buah berwarna ungu dan biru	Manggis

Sumber: Kementerian Kesehatan Indonesia, (2020).

Tabel 1 menunjukkan bahwa terdapat buah-buahan berdasarkan warna yang memiliki kandungan berbagai vitamin dan antioksidan yang bermanfaat untuk meningkatkan imunitas tubuh yang direkomendasikan oleh Kementerian Kesehatan Republik Indonesia untuk masyarakat Indonesia agar dapat memenuhi asupan gizi pada masa yang rentan penyakit seperti saat ini, terutama sejak adanya pandemi Covid-19.

Pola hidup masyarakat Kota Makassar, dewasa ini telah mengarah ke pola hidup sehat. Menurut Purnomo et al. (2022), terjadi perubahan pola konsumsi pangan pada masyarakat Indonesia, termasuk didalamnya Kota Makassar, yang ditandai dengan meningkatnya transaksi jual-beli buah-buahan, terutama sejak adanya pandemi Covid-19. Hal ini sejalan dengan data dari Bank Indonesia (2022) terkait Laporan Perekonomian Provinsi Sulawesi Selatan yang menyatakan bahwa terjadi pertumbuhan konsumsi buah-buahan dalam rumah tangga hingga sebesar 63,57% pada tahun 2022. Selain itu, data dari Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Makassar juga menunjukkan hal yang sama, bahwasanya terjadi peningkatan konsumsi buah-buahan di Kota Makassar sejak adanya imbauan dari Kementerian Kesehatan Indonesia untuk mengonsumsi buah-buahan yang memiliki kandungan berbagai vitamin dan antioksidan yang tinggi, terutama pada masa yang rentan penyakit seperti saat ini, yang tertera pada Tabel 2.

Tabel 2. Rata-Rata Konsumsi Perkapita Seminggu Menurut Kelompok Buah-Buahan di Kota Makassar

Tahun	Jenis Buah-Buahan						Buah Lain
	Jeruk	Mangga	Apel	Pisang	Pepaya	Semangka	
	0.024	0.050	0.202	0.145	0.047	0.730	
	0.021	0.041	0.201	0.175	0.035	0.669	
	0.018	0.045	0.171	0.135	0.029	0.691	
	0.017	0.038	0.165	0.115	0.024	0.684	
	0.015	0.039	0.148	0.083	0.011	0.470	



Penelitian ini merujuk pada konsep *Theory of Planned Behavior* (Aprillyona, 2018) yang menyatakan bahwa minat beli konsumen terhadap barang dan/atau jasa dipengaruhi oleh sikap, norma subyektif, dan persepsi kontrol perilaku. TPB digunakan dalam penelitian ini dikarenakan penggunaan TPB sangat sesuai dalam menjelaskan minat individu untuk melakukan suatu perilaku tertentu. Minat beli dapat dipengaruhi oleh adanya kesadaran konsumen terhadap manfaat yang akan didapatkan jika mengonsumsi buah-buahan, seperti yang telah dianjurkan oleh Kementerian Kesehatan Indonesia, sedangkan kesadaran konsumen dapat dilihat dari persepsi konsumen (Wu dan Chen, 2014). Hal ini diperkuat oleh Patel dan Chugan (2015) yang menyatakan bahwa persepsi konsumen dapat memengaruhi minat beli konsumen.

Penelitian ini menarik dilakukan agar dapat melihat faktor-faktor apa saja yang dapat memengaruhi minat beli buah-buahan oleh masyarakat Kota Makassar dengan menggunakan pendekatan *Theory of Planned Behaviour*. Dengan mengetahui faktor-faktor apa saja yang memengaruhi minat beli serta kepedulian pengunjung terhadap pentingnya mengonsumsi buah-buahan, terutama pada masa sekarang yang sangat rentan akan penyakit, diharapkan nantinya penyedia buah-buahan di Kota Makassar dapat menciptakan inovasi strategi pemasaran yang lebih menarik minat beli pengunjung.

Berdasarkan uraian di atas, maka sangat penting untuk dilakukan penelitian berkaitan dengan minat beli buah-buahan di Kota Makassar dengan menggunakan pendekatan *Theory of Planned Behaviour*.

1.2 Teori

1.2.1 Pengertian Umum Buah

Selama masa pandemi sangat penting untuk menjaga kebiasaan asupan gizi, menerapkan pola makan sehat dan seimbang yang mengandung banyak mineral, antioksidan, dan vitamin. Saat ini, telah terjadi perubahan tren konsumsi pada kalangan masyarakat Indonesia. Masyarakat Indonesia saat ini mulai lebih banyak mengonsumsi buah dan sayur untuk menggantikan asupan gizi dari beras dan panganan sejenisnya dan perubahan tersebut merupakan hal yang positif (Silalahi et al., 2020).

Buah adalah sumber zat gizi mikro yang diperlukan dalam proses metabolisme. Buah-buahan merupakan makanan yang dapat melindungi tubuh manusia dari beberapa hal jenis penyakit kronis karena mengandung kombinasi unik *phytonutriceuticals* (vitamin, mineral, serat dan fitokimia) (Dias, 2013). Kandungan penting dalam buah yang dapat meningkatkan sistem imunitas dalam tubuh adalah vitamin A, vitamin C, dan vitamin E. Selain itu, buah juga aktif yang dapat mempercepat reaksi kimia dalam tubuh (Sugeng, 2019). Oleh karena itu, buah-buahan dapat dijadikan sebagai yang tidak menular kronik serta dapat meningkatkan daya imunitas.

Kementerian Kesehatan Indonesia (2017), beberapa jenis kandungan lemak tidak jenuh, seperti alpukat dan buah merah. Kementerian Kesehatan Indonesia (2017), buah dapat bermanfaat dalam



menjaga tekanan darah, kadar gula, dan kolesterol, menurunkan resiko kesulitan buang air besar, dan menurunkan resiko kegemukan. Buah juga mengandung senyawa fenolat, tetapi beberapa kandungan senyawa fenolat ditemukan dalam jumlah kecil, seperti pada buah apel berupa asam d-kuinat (*d-quinic acid*) (Pardede, 2013). Selain itu, beberapa buah juga mengandung senyawa fitosterol. Senyawa ini dapat membantu menurunkan kadar kolesterol sekaligus dapat meningkatkan daya tahan pada tubuh.

Tabel 3. Jenis Buah yang Mengandung Fitosterol

Jenis Buah	Total fitosterol (mg kg ⁻¹ berat kering)
Apel (<i>Malus domestica</i>)	1499
Alpukat (<i>Persea americana</i>)	2929
Anggur (<i>Vitis spp.</i>)	1390
Jeruk (<i>Citrus sinensis</i>)	1854
Pisang (<i>Musa paradisiaca</i>)	171
Stroberi (<i>Fragaria ananassa</i>)	1100

Sumber: Pardede (2013).

Buah mengandung serat yang berpengaruh pada kualitas fisik buah, seperti massa dan masa. Buah-buahan mengandung vitamin A, vitamin C, kalium, dan beberapa mengandung lemak tak jenuh. Buah juga digolongkan menjadi beberapa macam berdasarkan warnanya dan buah-buahan berikut adalah contoh buah yang sangat direkomendasikan oleh Kementerian Kesehatan Indonesia (Setiawati et al, 2020).

1. Warna Merah

Buah berwarna merah kaya akan kandungan vitamin C dan flavonoid yang mana berfungsi sebagai antioksidan yang dapat bermanfaat sebagai penambah daya tahan tubuh, menurunkan kolesterol, dan dapat menjaga kesehatan hati. Contohnya adalah apel, semangka, stroberi, dan anggur merah.

2. Warna Hijau

Buah dengan warna hijau dapat menghambat pertumbuhan sel kanker karena memiliki zat *isothiocyanate* dan *sulforaphane* sehingga dapat meningkatkan imunitas dalam tubuh. Contoh buah yang berwarna hijau adalah apel malang, melon, anggur hijau.

3. Warna Kuning dan Oranye

Buah yang berwarna kuning dan oranye banyak mengandung vitamin A dan karoten yang dapat meningkatkan daya penglihatan serta sebagai antioksidan untuk meningkatkan daya tahan tubuh. Buah yang berwarna kuning juga mengandung vitamin B kompleks yang membantu menjaga kesehatan adalah pisang, jeruk, pepaya, mangga, dan nanas.



n Biru

ategori warna ini cenderung memiliki kandungan vitamin yang k seiring dengan bertambahnya warna gelap pada buah.

ri buah ini berasal dari pigmen antosianin yang merupakan

jenis dari antioksidan. Hampir sama dengan buah lain, buah berwarna ungu memiliki kandungan yang bermanfaat untuk menjaga kesehatan jantung dan menghambat pertumbuhan sel kanker. Contoh buah tersebut adalah manggis.

Faktor dominan pendorong masyarakat dalam mengonsumsi buah-buahan adalah kesadaran akan kesehatan konsumen (Pacho, 2020). Konsumen percaya buah-buahan sehat dan bergizi baik bagi tubuh, sehingga dengan mengonsumsi buah-buahan membuat konsumen merasa lebih baik dan memberikan rasa kepuasan tersendiri. Banyak masyarakat berpegang pada *motto* “*you are what you eat*” yang dimana *motto* tersebut berkontribusi besar terhadap dorongan konsumen untuk mulai mengonsumsi buah-buahan (Rana & Paul, 2017).

1.2.2 Perilaku Konsumen

Istilah perilaku konsumen membahas mengenai perilaku yang ditunjukkan individu dalam membeli dan menggunakan barang dan jasa. Perilaku konsumen sangat penting bagi pemasar maupun perusahaan guna memahami konsumen dalam melakukan pembelian, memilih, menggunakan, dan mengonsumsi produk. Menurut Konuk (2018), perilaku konsumen sebagai perilaku yang diperlihatkan konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi dan menghabiskan produk yang diharapkan akan memuaskan kebutuhan hidup. McKechnie (2013) menjelaskan bahwa perilaku konsumen adalah studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Perilaku konsumen adalah kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang-barang atau jasa termasuk didalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dalam penentuan kegiatan-kegiatan tersebut (Sunyoto, 2013). Berdasarkan beberapa pengertian perilaku konsumen oleh para ahli pemasaran, maka dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan perilaku, baik itu individu maupun rumah tangga adalah tindakan dalam menentukan keputusan sebelum melakukan pembelian serta tindakan dalam memilih, menggunakan, dan menghabiskan produk.

1.2.3 Teori Perilaku Terencana (*Theory of Planned Behaviour*)

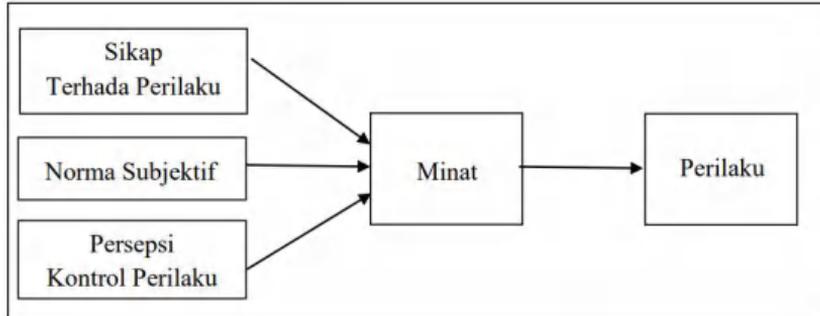
Teori Perilaku Terencana (*Theory of Planned Behavior*) merupakan teori lanjutan dari Teori Perilaku Beralasan (*Theory of Reasoned Action*) yang sebelumnya sudah dikemukakan oleh Ajzen dan Fishbein pada tahun 1975. Kedua teori tersebut, yaitu TPB dan TRA, merupakan teori yang paling sering digunakan untuk memperkirakan suatu dorongan atas perilaku seseorang. TPB sangat cocok digunakan untuk menjelaskan minat dalam hal ini perilaku yang didasarkan pada



fokus utama dari TPB ini sama seperti TRA yaitu untuk melihat melakukan suatu perilaku tertentu.

antara TRA dan TPB terletak pada penambahan pengukuran dalam TPB yaitu persepsi kontrol perilaku. TPB didasarkan pada manusia biasanya akan bertingkah laku sesuai dengan sehat dan menggunakan informasi yang ada untuk suatu perilaku. Individu akan memikirkan implikasi dari

tindakan mereka sebelum memutuskan untuk melakukan suatu perilaku tertentu. TPB menjelaskan mengenai perilaku yang dilakukan individu karena timbulnya minat untuk berperilaku. Minat tersebut dipengaruhi oleh beberapa faktor internal dan eksternal dari individu tersebut. Menurut Aprillyona (2018), TPB menjelaskan bahwa minat individu untuk berperilaku ditentukan oleh tiga faktor, yaitu:



Gambar 1. *Theory of Planned Behaviour*
 Sumber: Aprillyona, (2018).

1.2.3.1 Sikap Terhadap Minat Beli

Menurut Ajzen (2005) dalam Nisaa (2018), sikap merupakan suatu kecenderungan untuk merespon secara positif atau negatif terhadap suatu perilaku tertentu. Sikap merupakan evaluasi, perasaan emosi dan kecenderungan tindakan yang menguntungkan atau tidak menguntungkan terhadap suatu perilaku tertentu. Sikap terhadap perilaku ditentukan oleh evaluasi individu mengenai hasil yang berhubungan dengan suatu perilaku. Secara umum, semakin individu memiliki evaluasi positif terhadap suatu perilaku maka akan cenderung bersikap mendukung terhadap perilaku tersebut, dan begitu pula sebaliknya. Oleh karena itu, sikap merupakan suatu indikator yang dapat memengaruhi minat beli.

1.2.3.2 Norma Subjektif

Menurut Nisaa (2018), norma subjektif merupakan persepsi individu tentang tekanan sosial untuk melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku. Berbeda dengan sikap yang dipengaruhi oleh evaluasi diri sendiri, norma subjektif dipengaruhi oleh pihak luar. Norma subjektif ditentukan oleh kombinasi antara kepercayaan sosial individu dan motivasi untuk mengikuti tekanan yang ada. Pada umumnya, semakin individu menganggap bahwa lingkungan sosial mereka mendukung untuk melakukan suatu perilaku, maka individu tersebut akan cenderung untuk melakukan suatu perilaku.

1.2.3.3 Persepsi Pengendalian Perilaku

Aprillyona (2018) menjelaskan persepsi pengendalian perilaku didasari keyakinan individu mengenai ada atau tidaknya faktor yang menghambat individu untuk melakukan suatu perilaku. Kepercayaan individu dipengaruhi oleh beberapa faktor, baik faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal berasal dari diri individu itu sendiri, seperti pengalaman terdahulu, informasi dan pengetahuan yang dimiliki, kemampuan, dan lain sebagainya. Selain itu, faktor lain yaitu faktor lingkungan sekitar individu.



Persepsi pengendalian perilaku menjelaskan bagaimana individu mengerti bahwa perilaku yang dilakukannya merupakan hasil dari pengendalian dirinya sendiri. Semakin individu merasakan banyak faktor yang mendukung untuk melakukan suatu perilaku tertentu, maka akan lebih besar kontrol dan persepsi positif untuk melakukan suatu perilaku dan sebaliknya, semakin banyak faktor penghambat untuk melakukan suatu perilaku, maka individu cenderung memiliki persepsi bahwa dirinya sulit untuk melakukan perilaku tersebut (Nisaa, 2018).

1.2.3.4 Minat

Menurut Ahmadi (2009) dalam Nisaa (2018), minat adalah sikap jiwa seseorang yang termasuk ketiga fungsi jiwanya (kognisi, konasi, dan emosi), yang tertuju pada sesuatu dan dalam hubungan itu unsur perasaan yang kuat. Minat menunjukkan rasa ketertarikan, perhatian, keinginan lebih yang dimiliki seorang konsumen terhadap suatu hal dan tanpa ada dorongan. Minat merupakan salah satu aspek psikologis yang berpengaruh cukup besar terhadap perilaku dan minat juga merupakan sumber motivasi yang akan mengarahkan seseorang dalam melakukan apa yang mereka lakukan.

Augusty (2016) menjelaskan bahwa minat beli dapat diidentifikasi melalui indikator-indikator sebagai berikut:

- a. Minat transaksional, yaitu kecenderungan seseorang untuk membeli produk.
- b. Minat refrensial, yaitu kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk kepada orang lain.
- c. Minat preferensial, yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki prefrensi utama pada produk tersebut. Preferensi ini hanya dapat diganti jika terjadi sesuatu dengan produk prefrensinya.
- d. Minat eksploratif, yaitu menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut.

Indikator minat beli menurut Jannah & Gutama (2017) menjelaskan kecenderungan seseorang menunjukkan minat terhadap suatu produk atau jasa dapat dilihat berdasarkan ciri-ciri :

1. Kemauan untuk mencari informasi terhadap suatu produk atau jasa
Konsumen yang memiliki minat, memiliki suatu kecenderungan untuk mencari informasi lebih detail tentang produk atau jasa tersebut, dengan tujuan untuk mengetahui secara pasti bagaimana spesifikasi produk atau jasa yang digunakan, sebelum menggunakan produk atau jasa tersebut.
2. Kesiediaan untuk membayar barang atau jasa



Konsumen yang memiliki minat terhadap suatu produk atau jasa dapat dilihat dari berbagai indikator. Indikator yang dilakukan terhadap suatu barang atau jasa, konsumen yang memiliki minat, cenderung memiliki minat lebih terhadap suatu barang atau jasa yang cenderung memiliki minat lebih terhadap suatu barang atau jasa tersebut dengan bersedia untuk membayar barang atau jasa tersebut dengan minat yang berminat tersebut dapat menggunakan barang atau jasa tersebut.

3. Menceritakan hal yang positif

Konsumen yang memiliki minat besar terhadap suatu produk atau jasa, jika ditanya konsumen lain, maka secara otomatis konsumen tersebut akan menceritakan hal yang positif terhadap konsumen lain, karena konsumen yang memiliki suatu minat secara eksplisit memiliki suatu keinginan dan kepercayaan terhadap suatu barang atau jasa yang digunakan.

4. Kecenderungan untuk merekomendasikan

Konsumen yang memiliki minat yang besar terhadap suatu barang, selain akan menceritakan hal yang positif, konsumen tersebut juga akan merekomendasikan kepada orang lain untuk juga menggunakan barang atau jasa tersebut, karena seseorang memiliki minat yang besar terhadap suatu barang akan cenderung memiliki pemikiran yang positif terhadap barang atau jasa tersebut, sehingga jika ditanya konsumen lain, maka konsumen tersebut akan cenderung merekomendasikan kepada konsumen lain.

Minat beli adalah keinginan untuk memiliki produk dan minat beli akan timbul apabila konsumen sudah terpengaruh terhadap mutu dan kualitas suatu produk, informasi seputar produk, cara membeli dan kelemahan serta keunggulan produk dibanding merek lain. Minat beli terhadap suatu produk timbul karena adanya dasar kepercayaan terhadap produk yang diiringi dengan kemampuan untuk membeli produk (Simamora, 2014). Berdasarkan beberapa pengertian diatas, maka dapat disimpulkan bahwa minat beli konsumen adalah ketertarikan seorang konsumen terhadap produk yang diamati dan sesuai dengan kemampuan untuk membeli produk tersebut. Minat beli merupakan faktor penting untuk mempengaruhi seseorang dalam mengambil keputusan pembelian terhadap suatu produk.

Minat beli merupakan masalah yang harus menjadi perhatian para pemasar. Berbagai macam stimulus yang diberikan oleh perusahaan dilakukan untuk menarik minat beli dan memengaruhi tindakan pembelian oleh konsumen. Minat dalam TPB merupakan suatu proses individu untuk melakukan suatu perilaku. Minat terbentuk setelah individu melakukan evaluasi terlebih dahulu. Minat merupakan kecenderungan seseorang untuk melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku. Aprillyona (2018) menyatakan bahwa minat ditentukan oleh sejauh mana individu memiliki sikap dan persepsi positif terhadap suatu perilaku dan juga dipengaruhi oleh dukungan dari orang disekitarnya yang memiliki pengaruh besar.

1.3 Perumusan Masalah



Seiring perubahan gaya hidup masyarakat, meningkatnya pengetahuan masyarakat untuk hidup sehat dengan mengonsumsi buah-buahan, adanya pandemi Covid-19 berimplikasi terhadap kenaikan produk buah-buahan pada saat ini. Terdapat beberapa jenis dianjurkan oleh Kementerian Kesehatan Indonesia, seperti beri, anggur, pisang, jeruk, pepaya, mangga, melon, dan) tersebut sangat dianjurkan untuk dikonsumsi dikarenakan g sangat baik untuk tubuh. Bisnis buah-buahan segar dinilai

memiliki prospek yang bagus untuk dikembangkan jika dilihat dari data dari Bank Indonesia (2022) dan Badan Pusat Statistik (2022a) karena mengalami peningkatan untuk konsumsi rumah tangga.

Kepercayaan konsumen akan buah-buahan yang segar adalah suatu hal yang penting bagi toko/penyedia buah-buahan. Minat pembelian buah-buahan akan dijelaskan dengan menggunakan pendekatan *Theory of Planned Behavior* yang ditentukan oleh tiga faktor penentu, yaitu sikap (*attitude*), norma subjektif (*subjective norm*), dan persepsi kontrol perilaku (*perceived behavior control*). Pendekatan *Theory of Planned Behavior* (TPB) dalam penelitian ini untuk menganalisis pengaruh tiga variabel tersebut terhadap minat beli masyarakat Kota Makassar terhadap produk buah-buahan.

Berdasarkan uraian permasalahan tersebut, maka perumusan masalah dalam penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh sikap (*attitude*) terhadap minat pembelian buah-buahan di Kota Makassar?
2. Bagaimana pengaruh norma subjektif (*subjective norm*) terhadap minat pembelian buah-buahan di Kota Makassar?
3. Bagaimana pengaruh persepsi kontrol perilaku (*perceived behavioral control*) terhadap minat pembelian buah-buahan di Kota Makassar?

1.4 **Research Gap (Novelty)**

Penelitian terdahulu tentunya sangat berperan penting sebagai referensi dalam penyempurnaan penelitian ini. Berikut beberapa penelitian terdahulu yang menjadi acuan dalam penelitian ini, yaitu:

Penelitian yang dilakukan oleh Dhifa Prilia Purnomo, Trisna Insan Noor, Eliana Wulandari, Lucyana Trimo (2022) terkait Analisis Kesiediaan Membayar (*Willingness To Pay*) Buah-Buahan Pada Rumah Tangga di Kelurahan Cimuning, Kecamatan Mustika Jaya, Kota Bekasi saat Pandemi Covid-19. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor-faktor yang memengaruhi terhadap kesiediaan membayar buah-buahan pada rumah tangga di RW 10 Kel. Cimuning, Kec. Mustika Jaya, Kota Bekasi adalah variabel dampak kesehatan, jumlah anggota keluarga dan harga produk yang berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kesiediaan membayar buah-buahan selama pandemi Covid-19. Variabel yang tidak signifikan berpengaruh terhadap kesiediaan membayar buah-buahan selama pandemi Covid-19 adalah tingkat pendidikan, pendapatan dan kualitas produk. Sementara itu, seluruh variabel independen yaitu tingkat pendidikan, pendapatan, kualitas produk, dampak kesehatan, jumlah anggota keluarga dan harga produk berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kesiediaan membayar buah-buahan Covid-19.



selanjutnya adalah penelitian yang dilakukan oleh Deasy Iana Chalil, dan Ketut Sukiyono (2023) yang berjudul Dampak Covid-19 terhadap Konsumsi Buah. Penelitian ini bertujuan untuk faktor yang memengaruhi konsumsi masyarakat terhadap dan dampak virus corona (Covid-19) terhadap konsumsi buah yang digunakan pada penelitian ini berupa data primer yang

diperoleh melalui wawancara kepada 100 orang responden. Hasil analisis menunjukkan faktor-faktor yang memengaruhi pola konsumsi meliputi pendapatan, jumlah anggota keluarga, usia, dan pendidikan berpengaruh nyata secara serempak terhadap jumlah konsumsi buah. Pendapatan, jumlah anggota keluarga dan pendidikan berpengaruh secara parsial terhadap jumlah konsumsi buah, sedangkan variabel usia tidak berpengaruh nyata secara parsial terhadap jumlah konsumsi buah. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis maka dapat disimpulkan bahwa virus Covid-19 memengaruhi jumlah konsumsi buah di Kota Medan. Konsumsi buah di Kota Medan sebelum, selama dan sesudah adanya virus Covid-19 mengalami peningkatan. Dengan adanya pandemi Covid-19 kesehatan dan imunitas tubuh menjadi sangat penting untuk dijaga performanya. Cara untuk menjaga kesehatan selama masa pandemi, mulai dari memakai masker, mencuci tangan dengan sabun hingga mengonsumsi vitamin dan mineral yang bisa diperoleh dari mengonsumsi buah-buahan.

Penelitian berjudul Pengetahuan, Sikap, dan Niat Beli Mahasiswa terhadap Makanan Organik: Pendekatan *Theory Of Planned Behavior* oleh Irma Awwaliyah (2013). Hasil penelitian menunjukkan sesuai dengan model *Theory of Planned Behavior* (TPB), variabel sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku berhubungan positif sangat signifikan dengan niat beli contoh. Akan tetapi, hanya norma subjektif saja yang memberikan pengaruh signifikan terhadap niat beli contoh setelah dilakukan uji regresi. Pengetahuan serta karakteristik individu dan keluarga tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap niat beli contoh dalam penelitian ini. Pengetahuan, jenis kelamin, keterlibatan dengan organisasi lingkungan dan lama pendidikan memiliki hubungan yang negatif signifikan dengan sikap. Sementara itu, kontrol perilaku berhubungan negatif signifikan dengan jenis kelamin dan berhubungan positif signifikan dengan usia orang tua (ayah dan ibu).

Penelitian yang dilakukan oleh Yadav dan Pathak (2015) di India tentang *Intention to Purchase Organic Food Among Young Consumers: Evidences From a Developing Nation*. Penelitian ini bertujuan untuk menginvestigasi minat beli konsumen terhadap produk organik melalui pendekatan TPB yang dimodifikasi dengan penambahan beberapa variabel lain, yaitu variabel sikap moral, sadar akan kesehatan dan peduli lingkungan. Analisis statistik yang dipakai dalam penelitian ini yaitu menggunakan SEM dan dianalisis menggunakan SPSS dan AMOS versi 21. Responden yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 220 orang yang berasal dua wilayah berbeda di India. Hasil yang didapat dari penelitian ini yaitu dapat dibuktikan bahwa TPB dapat digunakan secara baik untuk melihat minat beli konsumen dalam penelitian ini. Selain itu didapatkan hasil



Minat beli, sikap moral dan sadar akan kesehatan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli konsumen, sedangkan variabel kontrol perilaku berpengaruh.

Penelitian yang dilakukan oleh Marie Elizabeth Donahue (2017) yang berjudul *Planned Behavior Analysis and Organic Food Consumption of Millennials*. Penelitian ini dilakukan untuk memberikan wawasan yang menjelaskan konsumsi makanan organik di Amerika

Serikat dengan menggunakan versi modifikasi dari TPB. Temuan tersebut mengungkapkan bahwa sikap konsumen Amerika, norma subjektif, persepsi kontrol perilaku, dan pendapatan adalah variabel prediktif yang signifikan dari niat untuk mengonsumsi makanan organik. Peneliti menyelesaikan kuesioner sebanyak 276 konsumen dewasa di Amerika Serikat dan menggunakan alat analisis regresi berganda untuk mengidentifikasi hubungan dan menciptakan model prediktif antara konstruksi dari model TPB sosiodemografi, dan organik konsumsi. Model TPB yang dimodifikasi, yang mencakup norma subjektif, meningkatkan kemampuan model untuk memprediksi niat mengonsumsi organik dibandingkan model TPB yang tidak dimodifikasi, yang tidak mencakup norma subjektif.

Berdasarkan beberapa tinjauan terdahulu yang telah dijelaskan pada paragraf sebelumnya, dapat dilihat bahwa penggunaan pendekatan *Theory of Planned Behavior* dalam menganalisis minat beli dapat dikatakan layak, maka peneliti dalam penelitian ini akan menggunakan metode pendekatan yang sama yaitu TPB untuk mengetahui faktor apa saja yang memengaruhi minat beli masyarakat Kota Makassar dalam pembelian buah-buahan. Adapun perbedaan penelitian ini jika dibandingkan dengan penelitian terdahulu, yaitu perbedaan pada objek penelitian, tempat, serta permasalahan yang tentunya berbeda dari penelitian terdahulu.

Perbedaan lainnya terletak pada penggunaan metode SEM-PLS untuk menganalisis data dalam penelitian ini. Penggunaan SEM-PLS dipilih dalam penelitian ini untuk mengatasi keterbatasan dari penggunaan metode SEM pada penelitian terdahulu, karena pada dasarnya data yang digunakan pada metode SEM harus berukuran besar, terdistribusi normal, dan tidak boleh mengalami masalah multikolinearitas. SEM-PLS dipilih dalam penelitian ini karena lebih fleksibel dalam penggunaannya. SEM-PLS bisa digunakan untuk data dengan jumlah sampel yang kecil, data tidak harus terdistribusi normal dan dapat digunakan untuk segala jenis skala pengukuran data. Penelitian ini menarik untuk dilakukan karena melihat kesadaran masyarakat akan pentingnya mengonsumsi buah-buahan mulai tumbuh sejak adanya pandemi Covid-19.

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah yang telah diuraikan, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis pengaruh sikap (*attitude*) terhadap minat konsumen pada pembelian buah-buahan di Kota Makassar.
 2. Menganalisis pengaruh norma subjektif (*subjective norm*) terhadap minat konsumen pada pembelian buah-buahan di Kota Makassar.
3. Menganalisis pengaruh persepsi kontrol perilaku (*perceived behavioral control*) terhadap minat konsumen pada pembelian buah-buahan di Kota Makassar.



1.6 Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Memberikan pemahaman informasi dan gambaran yang lebih jelas mengenai pembelian buah-buahan kepada konsumen buah di Kota Makassar.
2. Memberikan tambahan informasi dan kontribusi yang dapat dimanfaatkan bagi pelaku bisnis penyedia buah-buahan dan juga dapat dijadikan sebagai alat bantu di masa mendatang untuk merancang dan menentukan strategi pemasaran.
3. Menjadi acuan dan sumber referensi mengenai penggunaan *theory of planned behaviour* untuk mengetahui minat beli pengunjung dalam pembelian buah-buahan.

1.7 Kerangka Pemikiran

Pola hidup sehat yang menjadi tren saat ini, apalagi semenjak munculnya virus Covid-19, sangat penting untuk diperhatikan oleh semua orang. Hal tersebut dikarenakan semakin banyak penyakit-penyakit yang bermunculan dan menyerang bahkan pada usia muda sehingga masyarakat mulai menerapkan pola hidup sehat. Salah satu pola hidup sehat yaitu mengatur pola makan kaya serat dengan mengonsumsi buah-buahan yang memiliki kandungan gizi tinggi.

Buah adalah sumber zat gizi mikro yang diperlukan dalam proses metabolisme. Buah merupakan makanan yang dapat melindungi tubuh manusia dari beberapa hal jenis penyakit kronis karena mengandung kombinasi unik *phytonutriceuticals* (vitamin, mineral, serat dan fitokimia). Oleh karena itu, buah-buahan dapat dijadikan sebagai pencegah penyakit yang tidak menular kronik serta dapat meningkatkan daya tahan tubuh atau imunitas.

Pelaku bisnis buah-buahan mulai menyadari perubahan perilaku konsumen yang menerapkan pola hidup sehat (terutama sejak adanya virus Covid-19) sehingga harus menciptakan dan mempertahankan loyalitas konsumen terhadap produknya. Pelaku bisnis buah-buahan perlu mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi minat pembelian buah-buahan yang mereka jual.

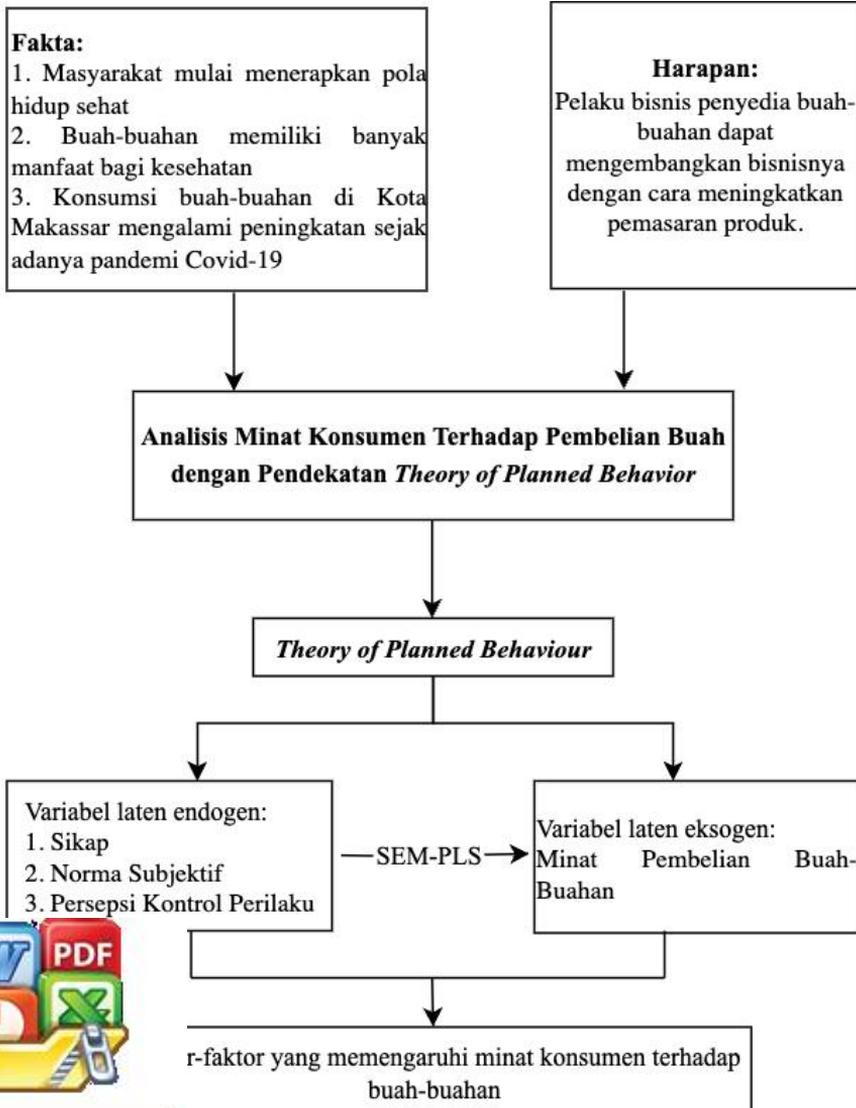
Theory of Planned Behavior menjelaskan bahwa minat dipengaruhi oleh sikap (*attitude*), norma subjektif (*subjective norms*), dan persepsi kontrol perilaku (*perceived behavioral control*). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh dari ketiga variabel tersebut terhadap minat pembelian buah-buahan. Penelitian ini melibatkan variabel laten endogen dan eksogen. Variabel laten endogen terdiri dari sikap (*attitude*), norma subjektif (*subjective norms*), dan persepsi kontrol perilaku (*perceived behavioral control*). Sedangkan variabel laten eksogen yaitu



h-buahan.
elitian ini, minat beli yang dimaksud berfokus pada minat beli
i didasarkan agar dapat melihat bagaimana kecenderungan
mbeli produk, Minat pembelian buah-buahan dalam penelitian
n kecenderungan konsumen untuk bertindak sebelum benar-
-buahan. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan
buah-buahan bagi produsen, penyedia, atau pihak-pihak yang

terkait dalam pengembangan bisnis buah-buahan guna meningkatkan pemasaran produk tersebut dan masyarakat beralih untuk mengonsumsi buah-buahan terutama pada masa yang rentan penyakit seperti sekarang.

Teknik analisis data menggunakan analisis statistik deskriptif dan *Structural Equation Modeling-Partial Least Square* (SEM-PLS). Analisis statistika deskriptif bertujuan untuk menggambarkan atau mendeskripsikan kumpulan data atau hasil pengamatan guna menghasilkan informasi yang berguna. Analisis *Structural Equation Modeling-Partial Least Square* (SEM-PLS) digunakan untuk mengetahui kompleksitas hubungan suatu konstruk dan konstruk yang lain, serta hubungan suatu konstruk dan indikator-indikatornya. SEM-PLS dapat bekerja untuk model hubungan konstruk dan indikator-indikatornya yang bersifat reflektif dan formatif.



Gambar 2. Kerangka Pemikiran Penelitian

1.8 Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian yang diajukan sebagai jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut:

- H1 = Sikap (*attitude*) berpengaruh positif terhadap minat masyarakat Kota Maksssar pada pembelian buah-buahan.
- H2 = Norma subjektif (*subjective norm*) berpengaruh positif terhadap minat masyarakat Kota Maksssar pada pembelian buah-buahan.
- H3 = Persepsi kontrol perilaku (*perceived behavioral control*) berpengaruh positif terhadap minat masyarakat Kota Maksssar pada pembelian buah-buahan.

