

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI KEPUTUSAN  
KONSUMEN MEMBELI SAYUR DAN BUAH DI PASAR MODERN**

**ANTAFANI MAWADDAH ANWAR  
G211 16 520**



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS  
DEPARTEMEN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN  
FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS HASANUDDIN MAKASSAR  
2022**

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI KEPUTUSAN  
KONSUMEN MEMBELI SAYUR DAN BUAH DI PASAR MODERN**

**Antafani Mawaddah Anwar  
G211 16 520**



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

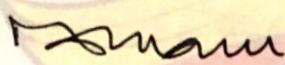
**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS  
DEPARTEMEN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN  
FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS HASANUDDIN  
MAKASSAR  
2022**

Judul Skripsi : Faktor-faktor yang Memengaruhi Keputusan Konsumen Membeli Sayur dan Buah di Pasar Modern

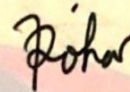
Nama : Antafani Mawaddah Anwar

NIM : G211 16 520

Disetujui oleh,



Prof. Dr. Ir. Rahim Darma, M.S.  
Dosen Pembimbing I



Rasyidah Bakri, S.P., M.Sc  
Dosen Pembimbing II

Diketahui Oleh



Dr. A. Nixia Tenriawaru, S.P., M.Si.  
Ketua Departemen

Tanggal Pengesahan:

**PANITIA UJIAN SARJANA  
PROGRAM STUDI AGRIBISNIS  
DEPARTEMEN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN  
FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS HASANUDDIN**

---

**JUDUL** : **FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI  
KEPUTUSAN KONSUMEN MEMBELI SAYUR DAN  
BUAH DI PASAR MODERN**

**NAMA** : **ANTAFANI MAWADDAH ANWAR**

**STAMBUK** : **G211 16 520**

**SUSUNAN TIM PENGUJI**

**Prof. Dr. Ir. Rahim Darma, M.S.**

Ketua Sidang

**Rasyidah Bakri, S.P., M.Sc.**

Anggota

**Prof. Dr. Ir. Didi Rukmana, M.S.**

Anggota

**Dr. Ir. Heliawaty, M.Si.**

Anggota

---


Tanggal Ujian: 30 November 2021

## Deklarasi

Dengan ini saya menyatakan bahwa, skripsi berjudul “Faktor-faktor yang Memengaruhi Keputusan Konsumen Membeli Sayur dan Buah di Pasar Modern” benar adalah karya saya dengan arahan dosen pembimbing, belum pernah diajukan atau tidak sedang diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Saya menyatakan bahwa, semua sumber informasi yang digunakan telah disebutkan di dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka

Makassar, 14 April 2022



  
Antafani Mawaddah Anwar  
G211 16 520

## ABSTRAK

### FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI KEPUTUSAN KONSUMEN MEMBELI SAYUR DAN BUAH DI PASAR MODERN

**Antafani Mawaddah Anwar\***, Rahim Darma,  
Rasyidah Bakri, Didi Rukmana, Heliawaty

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

\*Kontak penulis: [Antafanimawaddahanwar@yahoo.com](mailto:Antafanimawaddahanwar@yahoo.com)

Sayur dan buah yang merupakan produk hortikultura, memiliki nilai komersial yang cukup tinggi, dikonsumsi setiap hari sehingga menimbulkan persaingan semakin ketat dalam pemasarannya. Karakteristik konsumen yang beragam yang berpengaruh pada keputusan pembelian buah dan sayur. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi karakteristik konsumen, menganalisis proses keputusan pembelian, serta menganalisis faktor-faktor apa saja yang memengaruhi keputusan pembelian. Metode penelitian adalah survei dengan 50 responden yang berbelanja di Gelael Signature Makassar yang dipilih secara acak kebetulan (accidental random). Data dianalisis deskriptif dan analisis regresi linear berganda hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor-faktor yang memengaruhi konsumen pada pembelian buah dan sayuran adalah bahwa karakteristik konsumen adalah didominasi perempuan (88%), beumur 21-30 tahun (40%), pendidikan tertinggi (76%), pegawai (32%), pendapatan Rp.3.500.000 Rp.4.500.000 (36%), jumlah anggota keluarga 3-4 orang (48%). Secara statistik, yang berpengaruh positif dan nyata adalah faktor psikologis, produk, dan harga.

**Kata Kunci:** Keputusan konsumen, faktor psikologis, faktor produk, dan faktor harga.



## **ABSTRACT**

### **FACTORS AFFECTING CONSUMER DECISIONS BUYING VEGETABLES AND FRUIT IN THE MODERN MARKET**

**Antafani Mawaddah Anwar\*, Rahim Darma,  
Rasyidah Bakri, Didi Rukmana, Heliawaty**

*Agribusiness Study Program, Department of Agricultural Socio-Economic, Faculty of  
Agriculture, Hasanuddin University, Makassar*

*\*Contact author: [Antafanimawaddahanwar@yahoo.com](mailto:Antafanimawaddahanwar@yahoo.com)*

*Vegetables and fruits, which are horticultural products, have a fairly high commercial value, and are consumed every day, causing increasingly fierce competition in marketing. Diverse consumer characteristics that influence fruit and vegetable purchasing decisions. The purpose of this study is to identify consumer characteristics, analyze the buying decision process, and analyze what factors influence purchasing decisions. The research method is a survey with 50 respondents who shopped at Gelael Signature Makassar which were chosen at random by chance (accidental random). The data were analyzed descriptively and multiple linear regression analysis. The results showed that the factors that influenced consumers in purchasing fruit and vegetables were that the characteristics of consumers were dominated by female sex as much as 88%, respondents aged 21-30 years as much as 40%, the highest education as much as 76%, the highest type of work is employees as much as 32%, income the highest for one month, namely Rp. 3,500,000–Rp. 4,500,000 as much as 36%, the highest number of family members is 3-4 people as much as 48%, and the factors that influence consumer decisions in purchasing vegetables and fruit in Modern Markets are There are 3 factors that have a positive and significant effect, namely psychological factors, products, and prices.*

**Keywords:** *Consumer decisions, psychological factors, product factors, and price factors.*

## RIWAYAT HIDUP PENULIS



**Antafani Mawaddah Anwar**, lahir di Ujung Pandang pada tanggal 26 Februari 1998 merupakan anak dari pasangan Dr. Ir. Syaifuddin, M.P. dan (Almh) Rahmatia Mallodo, S.E. dan anak terakhir dari tiga orang bersaudara yaitu Nadja Fiqhy Anwar, S.E., M.M. dan Fadlila Qur'ani Anwar, S.E., M.M. Selama hidupnya, penulis telah menempuh beberapa pendidikan formal, yaitu:

1. TK Aisyiyah Bustanul Athfal Tahun 2003-2004
2. Sdi Bonto-Bontoa Tahun 2004-2010
3. Smpn 1 Sungguminasa Tahun 2010-2013
4. Sman 8 Makassar Tahun 2013-2016

Selanjutnya dinyatakan lulus melalui Jalur Non-Subsidi (JNS) menjadi mahasiswa di Departemen Sosial Ekonomi Pertanian, Prodi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Hasanuddin, Makassar pada tahun 2016 untuk jenjang pendidikan Strata Satu (S1). Selama menempuh pendidikan di Universitas Hasanuddin selain mengikuti kegiatan akademik dengan sebaik-baiknya. Penulis bergabung dalam organisasi di lingkup Departemen Sosial Ekonomi Pertanian dan menjadi Badan Pengurus Harian Mahasiswa Peminat Sosial Ekonomi Pertanian (MISEKTA) periode 2018/2019 sebagai Anggota dalam Departemen Data dan Informasi. Selain itu, penulis juga aktif mengikuti seminar-seminar mulai dari tingkat regional, nasional hingga tingkat internasional.



## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

*Assalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh.*

*Al-hamdulillahi rabbil alamiin* puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi sebagai tugas akhir di Program Studi Agribisnis, Departemen Sosial Ekonomi Pertanian, Fakultas Pertanian, Universitas Hasanuddin, Makassar. Salam dan shalawat tetap dilimpahkan kepada junjungan kita Nabi Besar, Nabi akhirul zaman, Nabi pembawa rahmat bagi alam semesta, Nabi Muhammad SAW.

Skripsi ini berjudul **Faktor-Faktor yang Memengaruhi Keputusan Konsumen Membeli Sayur dan Buah di Pasar Modern** dibawah bimbingan Bapak **Prof. Dr. Ir. Rahim Darma, M.S.** dan Ibu **Rasyidah Bakri, S.P., M.Sc.**

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa meskipun skripsi ini telah disusun dengan usaha yang semaksimal mungkin, namun bukan mustahil bila di dalamnya terdapat berbagai kekurangan dan kesalahan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang sifatnya membangun sangat penulis harapkan untuk perbaikan demi kesempurnaan skripsi ini dan untuk pembelajaran di masa yang akan datang. Walaupun hanya setetes harapan, penulis berharap agar skripsi ini dapat bermanfaat adanya. Akhir kata semoga Allah SWT memberikan balasan yang setimpal kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam pengembangan diri di kemudian hari dan senantiasa menunjukkan jalan yang terbaik untuk kita serta dapat menuntun kita untuk terus bekerja dengan tulus. *Aamiin.*

*Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.*

Makassar, 14 April 2022

**Penulis,**

**Antafani Mawaddah Anwar**

## UCAPAN TERIMA KASIH



*Assalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh.*

*Alhamdulillah rabbil alamiin*, segala puji syukur penulis hanturkan atas kehadiran Allah SWT Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, atas segala rahmat dan hidayah-Nya yang telah dilimpahkan kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **Faktor-Faktor yang Memengaruhi Keputusan Konsumen Membeli Sayur dan Buah di Pasar Modern (Studi Kasus Gelael Signature Makassar)**.

Pada kesempatan yang mulia ini, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu semasa penulis berjuang menuntut ilmu di kampus khususnya pihak yang membantu untuk kelancaran penulisan skripsi ini. Ucapan terima kasih setulus hati dan menghanturkan penghargaan setinggi-tingginya kepada orang tua penulis Ayahanda terkasih **Syaifuddin** dan Ibunda tercinta **Rahmatia** yang telah membesarkan, memotivasi dan memberikan dukungan dengan penuh kasih sayang serta pengorbanan yang tak ternilai dengan doa-doa yang tak hentinya dipanjatkan untuk anaknya.

Tidak sedikit kendala yang penulis hadapi dalam proses penelitian hingga penyusunan skripsi. Namun, dengan tekad yang kuat serta bantuan dari berbagai pihak, maka kendala tersebut dapat terselesaikan dengan baik.

Dengan Segala kerendahan hati, melalui kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih terdalam dan setinggi-tingginya kepada:

1. Bapak **Prof. Dr. Ir. Rahim Darma, M.S.** dan Ibu **Rasyidah Bakri, S.P., M.Sc.** selaku dosen pembimbing, terima kasih banyak atas waktu, ilmu, motivasi, arahan, bimbingan, saran dan kritikan mengenai berbagai hal. Meski ditengah kesibukan senantiasa meluangkan waktunya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulis memohon maaf yang sebesar-besarnya atas segala kekurangan yang membuat kecewa, baik saat perkuliahan maupun selama proses bimbingan dan penyusunan skripsi ini. Penulis berharap semoga bapak dan ibu senantiasa diberkahi dan dilindungi oleh Allah SWT. *Aamiin*.
2. Bapak **Prof. Dr. Ir. Didi Rukmana, M.S.** dan ibu **Dr. Ir. Heliawaty, M.Si.** selaku dosen penguji yang telah memberikan kritik serta saran guna perbaikan penyusunan tugas akhir ini. Penulis memohon sebesar-besarnya atas kesalahan dan tingkah laku yang kurang berkenan selama ini, baik saat perkuliahan maupun penyusunan skripsi ini. Semoga bapak dan ibu senantiasa berada dalam lindungan Allah SWT.
3. Ibu **Ni Made Viantika S., S.P., M.Agb.** selaku panitia seminar proposal dan seminar hasil, terima kasih banyak telah memberikan waktunya untuk mengatur jadwal seminar serta petunjuk dalam penyempurnaan tugas akhir ini. Terima kasih juga sudah selalu memberikan waktunya ketika saya bertanya mengenai hal-hal yang kurang atau bahkan tidak saya pahami. Semoga ibu senantiasa diberkahi dan dilindungi oleh Allah SWT.

4. Ibu **Dr. A. Nixia Tenriawaru, S.P., M.Si.**, dan bapak **Ir. Rusli M. Rukka, M.Si.**, selaku Ketua Departemen dan Sekretaris Departemen Sosial Ekonomi Pertanian yang telah banyak memberikan pengetahuan, mengayomi, dan memberikan teladan selama penulis menempuh pendidikan.
5. Bapak dan ibu dosen, khususnya Program Studi Agribisnis Departemen Sosial Ekonomi Pertanian, yang telah mengajarkan banyak ilmu dan memberikan dukungan serta teladan yang baik bagi penulis selama menempuh pendidikan.
6. Seluruh staf dan pegawai Departemen Sosial Ekonomi Pertanian terkhusus **Pak Rusli, Kak Ima, Kak Hera dan Kak Cica** selaku staf pegawai kemahasiswaan Fakultas Pertanian yang telah membantu penulis dalam proses administrasi untuk penyelesaian tugas akhir ini.
7. **Bapak Sampran** selaku manajer dan seluruh pegawai di PT Gelael Swalayan Makassar, terima kasih telah menerima, membantu, serta mengarahkan penulis dalam melakukan penelitian di lapangan.
8. Untuk **Keluarga Besar Mahasiswa Sosial Ekonomi Pertanian 2016 (MASA6ENA)**. Terima kasih banyak untuk semua cerita dan pengalaman, serta segala bantuannya selama kurang lebih 4 tahun ini, segala suka duka yang kita lalui bersama, segala kebersamaan yang telah kita lewati. Semangat untuk mengejar mimpi kita masing-masing dan semoga kelak kita tidak akan saling melupakan. Sekali lagi, terima kasih untuk segalanya.
9. Untuk kakak-kakak saya tersayang **Nadja Fiqhy Anwar, Fadlilah Qur'ani Anwar, Ardian Leghari** serta keponakan yang paling saya sayangi **Kaif Sarfaraz Hazm** yang selalu mampu menjadi tempat beristirahat dan melepas penat yang luar biasa. Terima kasih atas doa, bantuan, dukungan, kasih sayang, motivasi dan semangatnya.
10. Untuk sahabat kampus tersayang **Andi Kumala Sari, Rinta Trisiantari, Mutya Anggi Sabrini, Caca Poerwita, Rosida Salam, Salwa Jibrán, Resky Ari Putra, Ardiansyah, Stevian Krismon, dan Andika** terima kasih telah banyak membantu dan memberikan masukan serta hiburan kepada penulis. Terima kasih banyak untuk segala bentuk suka duka yang telah kita lalui bersama selama masa perkuliahan dan telah menjadikan hari-hari biasa menjadi terasa lebih istimewa. Terima kasih telah menerima banyak kekurangan dan telah menjadi sahabat serta saudara sejak mahasiswa baru, kalian akan selalu di hati, takkan pernah terlupa dan terganti. *Some people make the world special just by being in it. Thank you for always being there as my bestfriend and see you on top!!!*
11. Untuk **Abd Mannank Rachman** selaku seseorang yang senantiasa memberikan dukungan serta semangat yang tak henti-hentinya kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih banyak telah menjadi *someone special* yang selalu mendukung segala hal yang ingin penulis capai. Terima kasih telah bersedia menjadi tempat mengadu segala keluh kesah yang penulis rasakan. *Thanks for being the shoulder I can always depend on.*
12. Untuk sahabat gadis-gadis ku **Ismi, Nuyung, Anita, Afraz, Cica, Ica, Mery, Dimel, dan Nunu** terima kasih telah banyak membantu dan memberikan masukan serta hiburan kepada penulis. Terima kasih banyak untuk segala bentuk suka duka yang telah kita lalui bersama selama masa SMP-Sekarang dan telah menjadikan hari-hari biasa menjadi terasa

lebih istimewa. Terima kasih telah menerima banyak kekurangan dan telah menjadi sahabat serta saudara sejak SMP-Sekarang, kalian akan selalu di hati, takkan pernah terlupa dan terganti.

13. Untuk sahabat perjuangan dan *partner* berbagi cerita **Andi Kumala Sari, Arga Praditya**, terima kasih telah menjadi teman yang sangat memberikan hal-hal positif kepada penulis selama masa perkuliahan.
14. Untuk saudari-saudari singan **Rahma, Mutya, Retno, Sonda** selaku orang yang paling sering saya reportkan dan selalu setia untuk membimbingku selama menyelesaikan skripsi ini. Untuk teman-teman seperbimbinganku **Intang, Nadira, Maudy, dan Ayu** yang telah mendengar keluh kesah selama bimbingan, dan tak lupa memberikan semangat. Dan teman-teman lainnya yang tidak sempat saya sebutkan satu persatu. Terima kasih atas semua cerita barunya dan dukungan serta bantuan yang diberikan selama menyelesaikan skripsi ini.
15. Keluarga besar **Mahasiswa Peminat Sosial Ekonomi Pertanian (MISEKTA)**, MISEKTAku, wadah komunikasiku, curahan bakat minatku, terima kasih banyak atas semua dinamika, pengetahuan, dan pengalaman organisasi yang telah diberikan kepada penulis selama menggeluti organisasi ini.
16. Untuk saudara-saudari **KKN Internasional Malaysia Gelombang 102**. Terima kasih untuk satu bulannya. Saya belajar banyak hal dengan waktu yang dihabiskan selama KKN. Sekali lagi terima kasih banyak.
17. **Kepada semua pihak** yang telah memberikan bantuan yang tak mampu penulis sebutkan satu-persatu.

*Dear Me, "You are doing better than you think you are. I'm so proud of you! Don't give up when you still have something to give. Nothing is really over until the moment you stop trying. Jangan cepat puas! Aku hebat, I love my self! Tetap semangat. Semangat berjuang ketahap selanjutnya."*

Demikianlah, semoga segala pihak yang secara langsung maupun tidak langsung telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, semoga Allah SWT memberikan kita kebahagiaan dunia dan akhirat kelak, *aamiin...*

Sungguminasa, 14 April 2022

**Antafani Mawaddah Anwar**

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>DEKLARASI</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vii</b>
<b>RIWAYAT HIDUP</b> .....	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>ix</b>
<b>UCAPAN TERIMA KASIH</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xviii</b>
<b>1. PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	4
1.3 Tujuan Penelitian .....	5
1.4 Kegunaan Penelitian .....	5
<b>2. TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>6</b>
2.1 Penelitian Terdahulu .....	6
2.2 Kerangka Pemikiran .....	8
<b>3. METODE PENELITIAN</b> .....	<b>9</b>
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian .....	9
3.2 Metode Penelitian .....	9
3.3 Metode Analisis .....	9
3.3.1 Analisis Deskriptif .....	9
3.3.2 Analisis Regresi Linear Berganda .....	9
3.4 Populasi dan Sampel .....	11
3.5 Pengukuran Variabel .....	11
3.6 Batasan Operasional .....	12
<b>4. HASIL DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>14</b>
4.1 Keadaan Umum Lokasi Penelitian .....	14
4.1.1 Penduduk .....	14
4.1.2 Profil Perusahaan .....	15
4.2 Deskripsi Obyek Penelitian .....	16
4.2.1 Karakteristik Responden .....	16
4.2.2 Proses Pengambilan Keputusan .....	20
4.2.3 Faktor-Faktor yang Memengaruhi Keputusan Konsumen dalam Membeli.....	31

4.2.3.1 Analisis Regresi Linear Berganda .....	31
4.2.3.2 Uji F (Simultan) .....	35
4.2.3.3 Koefisien Determinasi .....	35
<b>5. KESIMPULAN DAN REKOMENDASI .....</b>	<b>36</b>
5.1 Kesimpulan .....	36
5.2 Rekomendasi .....	36
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>	<b>Teks</b>	<b>Hal</b>
1	Konsumsi Sayuran Per Kapita (Tahun 2016-2020).....	2
2	Konsumsi Buah Per Kapita (Tahun 2016-2020).....	3
3	Penelitian Terdahulu.....	6
4	Koefisien Tingkat Regresi yang Berpengaruh.....	10
5	Kategori dan Skor Nilai Skala Likert Kuesioner.....	12
6	Jumlah Penduduk Kota Makassar Menurut Kecamatan Tahun 2020.....	14
7	Jumlah Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin.....	15
8	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	16
9	Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	16
10	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	17
11	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	18
12	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	18
13	Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Anggota Keluarga.....	19
14	Alasan Utama Melakukan Pembelian Produk.....	20
15	Sumber Informasi.....	21
16	Waktu Informasi.....	22
17	Hal yang Menjadi Pertimbangan Sebelum Melakukan Pembelian.....	22
18	Atribut yang Menjadi Fokus Perhatian.....	23
19	Ciri Produk Bermutu Pada Sayur.....	24
20	Ciri Produk Bermutu Pada Buah.....	24
21	Cara Memperoleh Keputusan Pembelian.....	25
22	Siapa yang Paling Memengaruhi Keputusan Pembelian.....	26
23	Rata-Rata Pembelian Produk Dalam Satu Minggu.....	26
24	Hari Paling Sering Membeli Produk.....	27
25	Waktu Paling Sering Membeli Produk.....	28
26	Kepuasan Setelah Mengonsumsi Produk.....	28
27	Minat Pembelian Ulang Produk.....	29
28	Merekomendasikan Kepada Orang Lain Untuk Membeli Produk.....	29
29	Hal yang Dilakukan Jika Produk Yang Ingin Dibeli Tidak Tersedia.....	30
30	Hal yang Dilakukan Jika Produk Mengalami Kenaikan Harga.....	30
31	Uji Regresi Linear Berganda.....	31



## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar</b>	<b>Uraiaan</b>	<b>Hal</b>
1	Kerangka Pemikiran.....	8

## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Lampiran</b>	<b>Teks</b>
1	Kuesioner
2	Karakteristik Responden
3	Uji Validitas
4	Uji Reliabilitas
5	Uji Asumsi Klasik
6	Uji T (Parsial)
7	Uji F (Simultan)
8	Uji Koefisien Determinasi
9	Dokumentasi Lapangan

# 1. PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Banyak usaha di bidang pertanian pangan, hortikultura dan perkebunan umumnya bergantung pada penggunaan pestisida, pupuk sintesis, dan penggunaan benih unggul dari hasil rekayasa genetika. Kombinasi dari keseluruhan bahan-bahan tersebut dapat menimbulkan bahaya bagi kelestarian lingkungan hidup dan akhirnya berdampak bagi kesehatan manusia yang mengkonsumsinya. Tetapi di masyarakat modern ini, pola hidup sehat menjadi salah satu ukuran standar kualitas.

Kecenderungan peningkatan kesadaran akan pentingnya menjaga kesehatan turut berdampak pada sektor pertanian. Kini masyarakat pun dalam menjaga kesehatan tubuhnya mulai menyadari akan bahaya mengonsumsi makanan yang mengandung residu bahan kimia yang berbahaya. Telah banyak dibuktikan bahwa residu bahan kimia yang masih menempel dalam bahan pangan dapat mengakibatkan banyak penyakit.

Hortikultura merupakan salah satu komoditas yang mempunyai peran yang penting dalam sektor pertanian, baik dari sisi sumbangan ekonomi nasional, pendapatan petani, penyerapan tenaga kerja maupun berbagai segi kehidupan masyarakat. Komoditas hortikultura dikelompokkan ke dalam empat kelompok utama yaitu buah-buahan, sayuran, tanaman hias dan biofarmaka (tanaman obat-obatan). Mengingat banyaknya jenis komoditas yang harus ditangani dan berbagai pertimbangan strategis lain, selama ini pengembangan hortikultura diprioritaskan pada komoditas-komoditas unggulan (Soekirno, 2007).

Sayur dan buah yang merupakan tanaman hortikultura, memiliki nilai komersial yang cukup tinggi. Sebab tanaman sayur dan buah merupakan produk pertanian yang senantiasa dikonsumsi setiap hari. Komoditas hortikultura ini juga mempunyai nilai ekonomi yang tinggi, dapat menjadi sumber pendapatan bagi masyarakat dan petani baik berskala kecil, menengah maupun besar, karena memiliki keunggulan berupa nilai jual yang tinggi, keragaman jenis, ketersediaan sumberdaya lahan dan teknologi, serta potensi serapan pasar di dalam negeri dan internasional yang terus meningkat. Bahkan sayur dan buah saat ini telah mampu memasok kebutuhan konsumen dalam negeri melalui pasar tradisional dan pasar modern (Dirjen Hortikultura, 2013). Budaya mengonsumsi sayur dan buah hortikultura tidak saja menyehatkan bagi petani, tetapi dapat memperpanjang ekosistem alam. Meskipun sadar akan pentingnya kesehatan dengan mengonsumsi produk hortikultura, namun demikian tidak dapat dipungkiri bahwa terdapat banyak hal yang perlu pertimbangan oleh konsumen salah satunya masalah harga (*price*). Yang dimana, untuk kalangan menengah ke bawah akan mempertimbangan masalah harga (*price*) untuk mengonsumsi produk hortikultura tersebut.

Sayuran merupakan sebutan umum bagi bahan pangan asal tumbuhan yang biasanya mengandung kadar air tinggi dan dikonsumsi dalam keadaan segar atau setelah diolah secara minimal. Sebutan untuk beraneka jenis sayuran disebut sebagai sayur-sayuran atau sayur-mayur. Sejumlah sayuran dapat dikonsumsi mentah tanpa dimasak terlebih dahulu, sementara yang lainnya harus diolah terlebih dahulu dengan cara direbus, dikukus, digoreng, disangrai, atau dimakan mentah-mentah. Sayuran berbentuk daun yang dimakan mentah disebut sebagai lalapan. Sayur merupakan makanan yang sehat untuk dikonsumsi. Konsumsi sayuran

hortikultura per kapita terbesar dalam 5 tahun yang cenderung fluktuatif dengan mengambil 10 jenis sayuran dengan rata-rata konsumen terbanyak seperti di tunjukkan pada Tabel 1 dibawah yaitu sebagai berikut:

Tabel 1. Konsumsi Sayuran Per Kapita (Tahun 2016-2020)

No.	Jenis Sayuran	Konsumsi Per Kapita (kg/thn)					Rata – rata
		2016	2017	2018	2019	2020	
1.	Bawang merah	28,26	25,70	27,58	28,00	27,01	27,28
2.	Bawang putih	17,68	16,32	17,21	18,04	16,69	17,23
3.	Kangkung	4,80	4,17	3,96	3,81	3,81	4,16
4.	Bayam	4,48	3,55	3,29	3,39	3,34	3,68
5.	Tomat sayur	4,43	2,92	2,45	2,35	2,35	3,11
6.	Daun Ketela Pohon	2,87	2,97	2,76	2,71	2,82	2,80
7.	Terong	2,87	2,73	2,66	2,82	2,82	2,77
8.	Kacang Panjang	3,34	2,56	2,35	2,29	2,29	2,69
9.	Cabe merah	2,29	1,77	3,55	1,98	1,67	2,37
10.	Cabe rawit	2,45	1,51	1,83	1,98	1,77	2,09
<b>Jumlah</b>		<b>73,47</b>	<b>64,20</b>	<b>67,63</b>	<b>67,37</b>	<b>64,55</b>	<b>68,19</b>

Sumber: SUSENAS, 2020

Berdasarkan Tabel 1, memperlihatkan pertumbuhan rata-rata setiap konsumsi sayuran per kapita tahun 2016-2020 bermacam-macam dan bermacam-macam pula selera masyarakat untuk mengkonsumsi sayur. Di Indonesia pada tahun 2016-2020 minat masyarakat untuk mengkonsumsi Cabe rawit termasuk rendah dengan rata-rata pertahunnya ialah 2,09 kg/tahunnya. Berbeda dengan bawang merah, pada tahun 2016-2020 minat masyarakat dengan rata-rata pertahunnya ialah 27,28 kg/tahun. Berdasarkan data tersebut juga disebutkan bahwa jumlah rata-rata untuk setiap konsumsi sayur dari 10 jenis sayur terbanyak per kapita tahun 2016-2020 di Indonesia yaitu 68,19 kg/tahun. Angka ini masih tidak sesuai dari harapan FAO yaitu sekitar 70 kg per kapita dalam konsumsi sayur.

Konsumsi sayur dan buah diperlukan tubuh sebagai sumber vitamin, mineral dan serat dalam mencapai pola makan sehat sesuai anjuran pedoman gizi seimbang untuk kesehatan yang optimal. Sebagian vitamin dan mineral yang terdapat dalam sayur dan buah mempunyai fungsi sebagai antioksidan sehingga dapat mengurangi kejadian penyakit tidak menular terkait gizi, sebagai dampak dari kelebihan atau kekurangan gizi.

Buah adalah organ pada tumbuhan berbunga yang merupakan perkembangan lanjutan dari bakal buah (ovarium). Buah biasanya membungkus dan melindungi biji. Aneka rupa dan bentuk buah tidak terlepas kaitannya dengan fungsi utama buah, yakni sebagai pemencar biji tumbuhan. Setiap jenis buah mempunyai rasa yang segar dan khas, yaitu merupakan paduan dari berbagi macam rasa dengan komposisi tepat. Buah juga memiliki aroma dan warna spesifik yang merupakan ciri menonjol bagi setiap buah. Hal-hal tersebut menjadikan buah mempunyai daya tarik. Tersendiri, sehingga banyak digunakan sebagai pemicu selera makan (apptizer) dan sebagai jus.

Berikut dapat dijelaskan juga Konsumsi buah per kapita terbesar dalam 5 tahun yang cenderung fluktuatif dengan mengambil 10 jenis buah dengan rata-rata konsumen terbanyak seperti di tunjukkan pada Tabel 2 dibawah yaitu sebagai berikut:

Tabel 2. Konsumsi Buah Per Kapita (Tahun 2016-2020)

No.	Jenis Buah	Konsumsi Per Kapita (kg/thn)					Rata – rata
		2016	2017	2018	2019	2020	
1.	Rambutan	4,38	0,00	5,42	3,65	3,68	4,33
2.	Pisang lainnya	0,00	7,04	5,68	5,11	4,89	3,79
3.	Jeruk	3,60	3,49	3,29	4,43	3,30	3,57
4.	Pepaya	2,87	5,32	2,71	3,02	3,06	3,20
5.	Pisang Ambon	5,89	2,87	2,03	0,00	1,71	3,09
6.	Duku	1,25	0,31	5,42	4,07	4,23	2,85
7.	Salak	1,67	4,68	1,98	1,62	1,47	2,12
8.	Semangka	2,24	1,93	1,41	1,72	1,90	1,84
9.	Durian	1,10	0,42	2,14	1,67	2,37	1,74
10.	Apel	1,04	1,04	0,89	0,00	0,00	0,62
	<b>Jumlah</b>	<b>24,04</b>	<b>27,10</b>	<b>30,97</b>	<b>25,29</b>	<b>26,60</b>	<b>27,15</b>

Sumber: SUSENAS, 2020

Berdasarkan tabel 2, memperlihatkan pertumbuhan rata-rata setiap konsumsi buah per kapita tahun 2016-2020 bermacam-macam dan bermacam-macam pula selera masyarakat untuk mengkonsumsi Buah. Di Indonesia pada tahun 2016-2020 minat masyarakat untuk mengkonsumsi Apel termasuk rendah dengan rata-rata pertahunnya ialah 0,62 kg/tahunnya. Berbeda dengan Rambutan, pada tahun 2016-2020 minat masyarakat dengan rata-rata pertahunnya ialah 4,33 kg/tahun. Berdasarkan data tersebut juga disebutkan bahwa jumlah rata-rata untuk setiap konsumsi buah dari 10 jenis Buah terbanyak Per Kapita tahun 2016-2020 di Indonesia yaitu 27,15 kg/tahun. Sayur-sayuran dan buah-buahan merupakan salah satu kelompok pangan dalam penggolongan FAO, yang dikenal dengan *Desirable Dietary patern* (Pola Pangan Harapan/PPH). Kelompok bahan pangan ini berfungsi sebagai sumber vitamin dan mineral, sehingga kekurangan konsumsinya berpengaruh negatif terhadap kondisi gizi. Oleh karena itu, konsumsi sayur-sayuran dan buah-buahan bersama dengan kelompok pangan lainnya dapat berpengaruh terhadap kondisi kesehatan pada umumnya (Aswatini, 2008).

Dalam memenuhi permintaan penduduk akan konsumsi sayur dan buah, maka produksi harus terus ditingkatkan. Produksi sayur dan buah di Indonesia akan terus mengalami peningkatan yang signifikan seiring dengan meningkatnya kebutuhan pangan yang merupakan dampak dari peningkatan populasi penduduk setiap tahun. Untuk produksi sayur dan buah sendiri juga masih terdapat fluktuasi dari tahun ke tahun.

Produk sayur dan buah dapat dijumpai di hampir semua pasar modern. Produk sayur dan buah merupakan salah satu produk hortikultura yang banyak tersedia di pasaran. Banyaknya produk sayur dan buah yang beredar di pasaran membuat posisi persaingan antara merek sayur dan buah di pasar menjadi ketat karena setiap produsen berlomba untuk menarik konsumen. Persaingan penjualan produk sayur dan buah di pasar yang semakin ketat memicu produsen sayur dan buah untuk berusaha agar produknya laku di pasar. Produsen melakukan berbagai cara untuk meningkatkan penjualannya seperti dengan meningkatkan fungsi merek dan kemasan sebagai pembeda dengan produk sayur dan buah yang lain, sehingga konsumen lebih tertarik pada produk tersebut. Atribut sayur dan buah seperti harga, kesegaran, manfaat dan kebersihan produk juga menjadi pertimbangan konsumen dalam membeli sayur dan buah (Dasipah dkk, 2010).

Pasar modern adalah sebuah toko yang menjual segala kebutuhan sehari-hari. Secara harfiah kata yang diambil dari bahasa Inggris ini artinya adalah pasar yang besar. Barang-barang yang dijual di supermarket biasanya adalah barang kebutuhan sehari-hari. Seperti bahan makanan, minuman, dan barang kebutuhan seperti tissue dan lain sebagainya. Pasar modern merupakan salah satu fasilitas publik yang dapat memenuhi kebutuhan masyarakat. Semakin berkembangnya pasar modern dan semakin banyaknya kebutuhan masyarakat yang harus dipenuhi, diharapkan adanya fasilitas yang efektif dan efisien. Pasar modern dapat menjadi salah satu fasilitas yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen.

Ketersediaan produk sayur dan buah di Makassar yang bisa ditemui pada pasar modern seperti Carrefour, Hypermart, Food Mart, Gelael dan Lotte Mart, dapat menyadarkan minat masyarakat dalam mengkonsumsi sayur dan buah untuk meningkatkan pola hidup yang lebih sehat. Dalam memenuhi ketersediaan sayur dan buah, Gelael menerima distribusi sayur dan buah yang telah dipanen langsung oleh warga di 'lorong inflasi' di beberapa kecamatan di Makassar. Lorong inflasi tersebut dikelola oleh para petani yang tergabung Kelompok Wanita Tani (KWT). Pada tahun 2018 terdapat 7 Kelompok Wanita Tani (KWT) dalam lorong binaan Dinas Ketahanan Pangan Kota Makassar yang dipercaya untuk memasok buah dan sayuran ke Gelael, Sejumlah jenis sayur dan buah yang ditanam KWT tersebut, antara lain kol, okra, pakcoy dan lain-lain. Selain itu, bisa mewujudkan tercapainya tingkat konsumsi sayur dan buah yang direkomendasikan. Sehingga bisa memberikan rekomendasi kepada pelaku penjual sayur dan buah hortikultura agar dapat menyediakan produk sayur dan buah hortikultura yang diharapkan oleh konsumen.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka penelitian ini membahas tentang Faktor-faktor yang Memengaruhi Keputusan Konsumen Membeli Sayur dan Buah di Pasar Modern.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Pengembangan pertanian hortikultura merupakan upaya untuk mendukung sistem pertanian berkelanjutan yang mendukung kelestarian lingkungan dan juga keamanan pangan bagi konsumen serta produsen produk pertanian. Hortikultura juga menjadi komoditas yang menguntungkan karena pertumbuhan ekonomi yang semakin meningkat maka pendapatan masyarakat yang juga meningkat.

Namun, hal tersebut justru menimbulkan persaingan penjualan produk sayur dan buah di pasar yang semakin ketat memicu produsen sayur dan buah untuk berusaha agar produknya laku dipasar. Produsen melakukan berbagai cara untuk meningkatkan penjualannya seperti dengan meningkatkan fungsi merek dan kemasan sebagai pembeda dengan produk sayur dan buah yang lain, sehingga konsumen lebih tertarik pada produk tersebut. Hal ini disebabkan karena karakteristik konsumen yang beragam serta proses keputusan pembelian yang berbeda-beda pula tergantung pada faktor-faktor yang memengaruhinya. Berdasarkan uraian di atas, maka pertanyaan penelitian antara lain sebagai berikut:

1. Bagaimana karakteristik konsumen sayur dan buah di pasar modern?
2. Bagaimana proses keputusan pembelian yang dilakukan konsumen sayur dan buah di pasar modern?
3. Faktor-faktor apa saja yang memengaruhi keputusan pembelian sayur dan buah di pasar modern?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian ini untuk menjawab pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi karakteristik konsumen sayur dan buah di pasar modern.
2. Menganalisis proses keputusan pembelian yang dilakukan konsumen sayur dan buah di pasar modern.
3. Menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian sayur dan buah di pasar modern.

### **1.4 Kegunaan Penelitian**

Adapun kegunaan dari penelitian ini, antara lain:

1. Untuk akademisi, penelitian ini diharapkan agar dapat memberikan tambahan pengetahuan dibidang keputusan konsumen, khususnya yang berhubungan dengan karakteristik konsumen dan proses keputusan pembelian. Diharapkan dapat membangkitkan minat serta semangat peneliti lainnya untuk melakukan riset dengan variabel yang lebih banyak lagi.
2. Untuk perusahaan, penelitian ini diharapkan sebagai sumber informasi dan bahan masukan terkait dalam rangka mengembangkan dan meningkatkan perusahaan kedepan khususnya untuk produk sayur dan buah.
3. Untuk pihak Universitas Hasanuddin, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi untuk melakukan penelitian lebih lanjut dan dapat dijadikan sebagai penambah referensi kepustakaan program studi Agribisnis.



## 2. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang dapat dijadikan sebagai acuan dan bahan pertimbangan dalam penelitian ini adalah penelitian yang dilakukan oleh:

Tabel 3. Penelitian Terdahulu

No.	Nama	Judul	Metode	Variabel	Hasil
1.	Ratna Unizar (2019)	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Sayuran Pada Pasar Tradisional dan Modern di Kota Malang	Metode Deskriptif Kuantitatif	Produk, Harga, Lokasi, Jasa, Keputusan Pembelian	Variabel yang berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian adalah produk dengan nilai t-statistik 2,112 sedangkan variabel harga dan lokasi tidak berpengaruh. Variabel yang berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian di pasar modern adalah variabel jasa dengan nilai t-statistic 2,116 sedangkan variabel produk, harga, dan lokasi tidak berpengaruh. Kedua hasil pasar tersebut dinyatakan berpengaruh karena memiliki nilai t-statistik $\geq 1.96$ . Hasil variabel intervenin g menunjukkan bahwa produk, harga, dan lokasi di kedua pasar tidak berpengaruh terhadap jasa. Variabel yang paling dominan di pasar tradisional adalah produk sedangkan di pasar modern adalah jasa.
2.	Randy Firhas (2018)	Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Sayuran Organik di All Fresh Cilandak dan Buah Segar Thamrin	Metode Deskriptif Kuantitatif	Kualitas produk, gengsi, kesan terhadap produk, kondisi individu, daya tarik toko, dan pengaruh kerabat	Faktor kualitas produk merupakan faktor yang sangat berpengaruh karena memiliki nilai eigenvalues 9.841 dan menjelaskan 32.803 persen variasi

Lanjutan Tabel 3

No.	Nama	Judul	Metode	Variabel	Hasil
3.	Salam (2019)	Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Produk Benih Hortikultura Cv.Sumber Horti Nasional	Metode Deskriptif Kuantitatif	Produk, harga, distribusi, dan promosi	Variabel harga, distribusi ,dan promosinya yang baik bila tidak di dukung dengan produk yang bagus hanya berpengaruh positif dan belum signifikan terhadap keputusan pembelian produk eskate CV. Sumber Horti Nasional.
4.	Karamoy (2015)	Analisis Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Konsumen dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Buah di Pasar arengka (Pasar Tradisional) dan Giant Hypermarket (Pasar Modren) Tampan Kota Pekanbaru	Metode Deskriptif Kualitatif dan Kuantitatif	Budaya, sosial, personal, dan psikologi	Faktor budaya tidak mempengaruhi konsumen keputusan pembelian, sedangkan faktor sosial, personal dan psikologi mempengaruhi konsumen keputusan dalam pembelian buah- buahan. Diantara faktor- faktor ini, faktor personal dan psikologi merupakan faktor dominan yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.
5.	Trisna (2019)	Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Pembelian Produk Buah Lokal di Pasar Modern Kota Palopo	Metode Deskriptif Kualitatif	Harga, kandungan zat, kesegaran, warna, manfaat bagi kesehatan dan kemudahan dalam memperoleh buah lokal	Perilaku konsumen terhadap pembelian buah lokal di pasar modern Kota Palopo berpengaruh positif terhadap harga, kandungan zat, kesegaran, warna, manfaat bagi kesehatan dan kemudahan dalam memperoleh buah lokal. Faktor yang mendorong pada pembelian buah lokal di pasar modern Kota palopo yaitu faktor sosial dan faktor pribadi.

## 2.2 Kerangka Pemikiran

Hortikultura juga berperan sebagai sumber gizi masyarakat, penyedia lapangan pekerjaan, dan penunjang kegiatan agrowisata dan agroindustri. Hal ini menunjukkan bahwa pengembangan hortikultura terkait dengan aspek yang lebih luas yang meliputi tekno-ekonomi dengan sosio-budaya petani. Ditinjau dari proses waktu produksi, musim tanam yang pendek memungkinkan perputaran modal semakin cepat dan dapat meminimalkan ketidakpastian karena faktor alam (Mubyarto, 1995). Salah satu upaya yang dilakukan yaitu memenuhi kebutuhan pengetahuan tentang sayur dan buah hortikultura ke konsumen dengan cara mengetahui apa saja karakteristik konsumen, bagaimana proses pengambilan keputusan terjadi, dan apa saja faktor yang memengaruhi perilaku konsumen. Proses penelitian ini dilakukan dengan dua tahap. Tahap pertama dengan cara deskriptif, yang digunakan untuk menganalisis karakteristik konsumen dan menganalisis proses keputusan pembelian yang dilakukan konsumen sayur dan buah hortikultura. Tahap kedua dengan cara analisis regresi linear berganda, analisis regresi linear berganda adalah yang digunakan untuk menganalisis besarnya hubungan dan pengaruh variabel *independent* yang jumlahnya lebih dari dua faktor-faktor yang digunakan untuk mengetahui apa saja faktor-faktor yang dijadikan pertimbangan dalam proses pengambilan keputusan pembelian sayur dan buah. Hasil dari kedua analisis tersebut akan memberi pengaruh yang cukup signifikan terhadap konsumen dalam memilih sayur dan buah hortikultura di Pasar Modern untuk dikonsumsi setiap harinya.

Gambar 1. Kerangka Pemikiran

