



**ANALISIS KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM PEMBELIAN SAYUR
SEGAR DI PASAR MODERN BUNULREJO KOTA MALANG**

SKRIPSI

Oleh :

Maisyaroh Mutiara Sari

22001032073



**PROGAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ISLAM MALANG
MALANG
2024**



**ANALISIS KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM PEMBELIAN SAYUR
SEGAR DI PASAR MODERN BUNULREJO KOTA MALANG**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
Gelar Sarjana Pertanian Strata (S1)

Oleh :

Maisyaroh Mutiara Sari

22001032073



**PROGAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ISLAM MALANG
MALANG**

2024

Abstrak

Pada tahun 2022 konsumsi sayur menurun seiring berkurangnya kekhawatiran terhadap Covid-19, masyarakat menjadi kurang peduli terhadap kesehatan mereka yang menyebabkan konsumen memiliki keputusan pembelian. Tujuan penelitian adalah menganalisis perilaku konsumen terhadap pembelian sayur segar di Pasar Modern Bunulrejo Kota Malang. Penelitian ini dilakukan di Pasar Modern Bunulrejo Kota Malang. Waktu penelitian dilaksanakan bulan November – Desember 2023. Teknik penentuan sampel yang digunakan accidental sampling. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Metode analisis data yang digunakan adalah metode analisis multiatribut fishbein. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perilaku konsumen terhadap pembelian sayur segar di Pasar Modern Bunulrejo Kota Malang yaitu tingkat kepercayaan konsumen terhadap atribut kebersihan sayuran merupakan yang tertinggi. Nilai tingkat kepentingan (evaluasi) konsumen terhadap kesegaran sayuran merupakan yang tertinggi.

Kata kunci: Sayur segar, Pasar Modern, perilaku konsumen

Abstract

In 2022, vegetable consumption declined as concerns about Covid-19 diminished, leading to reduced attention to personal health among the public and influencing consumer purchasing decisions. The aim of this research is to analyze consumer behavior regarding the purchase of fresh at Pasar Modern Bunulrejo in Malang City. The study was conducted at Pasar Modern Bunulrejo in Malang City during the months of November to December 2023. The sampling technique employed was accidental sampling, with a total of 100 respondents included in the study. This research utilized a quantitative descriptive approach. Data analysis methods included the Fishbein multi-attribute analysis. The findings indicate that consumer behavior towards the purchase of fresh vegetables at Pasar Modern Bunulrejo in Malang City is characterized by the highest level of consumer trust in the cleanliness attribute of vegetables. The evaluation of the importance level by consumers regarding the freshness of vegetables is also the highest.

Keyword: Fresh vegetables, Modern Market, consumer behavior

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Sektor pertanian merupakan komponen ekonomi nasional yang sangat strategis dan penting, karena menghasilkan sebagian besar dari produk domestik bruto negara, memberikan sebagian besar pendapatan ekspor, dan mempekerjakan jutaan orang (Nadziroh, 2020). Sektor pertanian di Indonesia cukup luas, terlihat dari penduduknya bekerja pada sektor pertanian yang merupakan mata pencaharian utama untuk menunjang kehidupan sebagian besar masyarakat di Indonesia. Indonesia merupakan salah satu negara penghasil tanaman hortikultura semusim yang potensial, khususnya tanaman sayur-sayuran semusim (Windarti et al., 2023).

Hortikultura adalah tanaman kebun yang dikelompokkan menjadi empat diantaranya yaitu sayuran, buah-buahan, tanaman hias, dan obat-obatan. Menurut Djamilu et al., (2019) tanaman hortikultura dibutuhkan setiap saat dengan jumlah yang banyak, kualitas baik, dan harga terjangkau serta aman dikonsumsi. Hortikultura yang diminati masyarakat untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari adalah sayur segar. Menurut (Waliyanti et al., 2022) sayuran memiliki masa panen yang relatif pendek sehingga permintaan pasarnya juga cukup tinggi karena sayuran merupakan kebutuhan sehari-hari.

Sayuran sudah merambah keberbagai segmen pasar. Sayuran sangat banyak ditemui diberbagai segmen pasar baik tradisional maupun modern. Kehadiran pasar modern sejak tahun 90-an menjadi alternatif bagi masyarakat dalam memenuhi kebutuhannya (Iswahyudi et al., 2020). Sebagian masyarakat terutama masyarakat yang tinggal di daerah perkotaan, telah memenuhi kebutuhan sehari-harinya atau kebutuhan rumah tangganya dengan berbelanja di pasar modern. Kehadiran pasar modern dirasa lebih menguntungkan konsumen karena memunculkan berbagai alternatif tempat untuk berbelanja dengan fasilitas yang menyenangkan (Chahaya et al., 2023).

Di samping pasar modern terdapat juga pasar tradisional yang sangat berbeda dengan pasar modern, jika dilihat dari bentuk fisik infrastruktur

bangunannya relatif lebih tua. Menurut Rachmat, (2018) pasar tradisional saat ini banyak yang tidak layak sebagai tempat untuk bertransaksi jual beli, keberadaan pasar tradisional terasa kotor dan kumuh, serta tidak nyaman, dan sangat terbatasnya dukungan sarana dan prasarana pasar yang memadai. Namun tidak semua pasar tradisional memiliki kondisi material seperti itu, masih ada pasar yang rapi, bersih, dan aman. Kualitas barang tidak kalah dengan pasar modern, harganya lebih murah jika dibandingkan dengan pasar modern, dan memungkinkan pembeli untuk dapat menawar harga barang sehingga mencapai kesepakatan dengan pedagang.

Keputusan adalah pilihan sadar yang dibuat oleh manusia untuk menentukan antara dua atau lebih alternatif. Konsumen membuat banyak pilihan setiap hari dan tahap ketika konsumen membuat pilihan dari produk atau jasa alternatif yang tersedia disebut proses pengambilan keputusan konsumen (Vydiamanta et al., 2021). Sedangkan menurut Sari, (2020) keputusan pembelian merupakan hal yang akan dilakukan konsumen ketika konsumen mengetahui suatu produk dan memutuskan untuk membeli produk tersebut. Dari berbagai faktor yang berpengaruh pada konsumen untuk membeli produk atau jasa adalah konsumen sering mempertimbangkan kualitas, harga, dan produk yang telah dikenal oleh masyarakat.

Keputusan pembelian merupakan hasil dari berbagai faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen. Menurut Hudani, (2020) perilaku konsumen dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu faktor budaya. Terdiri dari budaya, subkultur dan kelas sosial. Faktor sosial meliputi kelompok referensi, keluarga, peran dan status. Faktor pribadi termasuk usia dan tahapan siklus produk, pekerjaan, ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep memiliki. Faktor psikologis meliputi motivasi, persepsi, pembelajaran, kepercayaan dan sikap. Proses pengambilan keputusan seringkali melibatkan pemilihan antara dua atau lebih tindakan alternatif. Harga, lokasi, pelayanan, ketersediaan, kualitas, umur, jenis kelamin, pendidikan, dan pendapatan menjadi salah satu faktor penentu keputusan pembelian.

Kota Malang merupakan Kota terbesar kedua di Jawa Timur setelah Surabaya. Sayur-sayuran menempati posisi keempat untuk rata rata pengeluaran per kapita sebulan dalam komoditas makanan. Menurut Wibowo et al., (2022) banyak konsumen datang untuk membeli kebutuhan sehari-hari seperti daging, sayur-sayuran, ikan dan lain sebagainya. Dari hal tersebut dapat dilihat bahwa pengeluaran untuk membeli sayur di Kota Malang tinggi dibandingkan makanan lainnya.

Tabel 1. Rata-rata pengeluaran perkapita (Rp) sebulan dalam komoditas makanan

| Kelompok Komoditas Makanan | 2020 | 2021 | 2022 |
|----------------------------|---------|---------|---------|
| Padi-padian | 52 354 | 57 048 | 64 165 |
| Umbi-umbian | 6 409 | 6 042 | 10 641 |
| Ikan | 32 601 | 36 830 | 50 650 |
| Daging | 33 600 | 39 504 | 58 211 |
| Telur dan susu | 45 199 | 53 997 | 46 601 |
| Sayur-sayuran | 41 025 | 50 350 | 63 376 |
| Kacang-kacangan | 17 653 | 22 978 | 24 929 |
| Buah-buahan | 33 384 | 32 443 | 40 855 |
| Minyak dan lemak | 13 010 | 15 122 | 24 276 |
| Bahan minuman | 18 894 | 20 248 | 21 156 |
| Bumbu-bumbuan | 11 396 | 13 705 | 16 910 |
| Konsumsi lainnya | 11 145 | 13 063 | 17 558 |
| Makanan dan minuman jadi | 268 933 | 241 031 | 216 365 |
| Tembakau dan sirih | 60 267 | 65 534 | 59 675 |

Sumber :BPS 2022

Menurut Windarti et al., (2023) sayur segar merupakan komoditas yang berperan penting bagi masyarakat karena sebagai pemenuhan kebutuhan pangan dan juga gizi masyarakat khususnya pada konsumsi sayur segar di Kota Malang. Maka dapat disimpulkan bahwa rata-rata konsumsi sayur segar di Kota Malang dapat dilihat pada tabel 2 berikut:

Tabel 2. Rata-rata konsumsi perkapita seminggu sayur segar kota Malang pada tahun 2020-2022

| Komoditi Sayur | Satuan | Tahun | | |
|------------------------|---------|-------|-------|-------|
| | | 2020 | 2021 | 2022 |
| Bayam | Kg | 0,068 | 0,078 | 0,069 |
| Kangkung | Kg | 0,037 | 0,049 | 0,047 |
| Kol/kubis | Kg | 0,033 | 0,045 | 0,042 |
| Sawi putih | Kg | 0,034 | 0,040 | 0,030 |
| Sawi hijau | Kg | 0,062 | 0,038 | 0,039 |
| Buncis | Kg | 0,012 | 0,015 | 0,017 |
| Kacang Panjang | Kg | 0,068 | 0,065 | 0,060 |
| Tomat | Kg | 0,053 | 0,065 | 0,056 |
| Wortel | Kg | 0,012 | 0,018 | 0,019 |
| Mentimun | Kg | 0,018 | 0,028 | 0,029 |
| Daun singkong | Kg | 0,020 | 0,057 | 0,047 |
| Terong | Kg | 0,049 | 0,070 | 0,074 |
| Tauge | Kg | 0,020 | 0,018 | 0,017 |
| Bahan sayur sop | Bungkus | 0,215 | 0,289 | 0,277 |
| Bahan sayur asam/lodeh | Bungkus | 0,073 | 0,051 | 0,060 |
| Nangka muda | Kg | 0,011 | 0,018 | 0,025 |
| Pepaya muda | Kg | 0,002 | 0,036 | 0,031 |
| Bawang merah | Kg | 0,363 | 0,476 | 0,417 |
| Bawang putih | Kg | 0,566 | 0,668 | 0,624 |
| Cabe Merah | Kg | 0,013 | 0,017 | 0,015 |
| Cabe hijau | Kg | 0,001 | 0,001 | 0,002 |
| Cabe rawit | Kg | 0,029 | 0,055 | 0,047 |

Sumber : Dinas tanaman pangan dan hortikultura (BPS) 2022

Dari data diatas menunjukkan bahwa konsumsi sayur segar dari tahun 2020-2022 mengalami fluktuatif konsumsi, tetapi untuk konsumsi sayur meningkat pada tahun 2021. Pada tahun 2021 konsumsi sayuran meningkat karena wabah virus Covid-19 yang menyebabkan perubahan perilaku masyarakat terutama dalam konsumsi makanan. Kondisi ini membuat banyak masyarakat yang merubah gaya hidup mereka seperti meningkatkan konsumsi sayur segar (Arum Sari et al., 2022). Pada tahun 2022 konsumsi sayur menurun seiring berkurangnya kekhawatiran terhadap Covid-19, masyarakat menjadi kurang peduli terhadap kesehatan mereka, Penurunan konsumsi sayur segar pada tahun 2022 disebabkan oleh faktor yang menyebabkan konsumen merubah keputusan pembelian

Konsumen tersebar di Kota Malang salah satunya yang ada di Pasar Modern Bunulrejo. Pasar Modern Bunulrejo yang berada di Jl. Hamid Rusdi,

Bunulrejo, Kec. Blimbing, Kota Malang merupakan pasar rakyat modern yang selalu menjaga kebersihan pasar, kenyamanan pengunjung, dan tata letak kios yang tertata rapi. Selain itu juga terdapat beberapa fasilitas yang dapat digunakan oleh konsumen seperti stoler belanja, toilet, dan pembayaran melalui QRIS (standarisasi pembayaran menggunakan metode QR Code dari Bank Indonesia agar proses transaksi dengan QR Code menjadi lebih mudah). Kualitas produk yang ada di Pasar modern Bunulrejo selalu diperhatikan, khususnya produk sayuran yang harus tetap segar dan bersih.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk mengangkat tema penelitian dengan judul : Analisis Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Sayur Segar di Pasar Modern Bunulrejo Kota Malang.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana perilaku konsumen terhadap pembelian sayur segar di Pasar Modern Bunulrejo Kota Malang?
2. Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian sayur segar di Pasar Modern bunulrejo Kota Malang?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan dengan perumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis perilaku konsumen terhadap pembelian sayur segar di Pasar Modern Bunulrejo Kota Malang.
2. Untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam pembelian sayur segar di Pasar Modern Bunulrejo Kota Malang.

1.4 Batasan Penelitian

Ruang lingkup di dalam penelitian maka batasan masalah adalah sebagai berikut :

1. Keputusan konsumen dalam pembelian sayur segar di Pasar Modern Bunulrejo Kota Malang.
2. Penelitian ini ruang lingkup untuk responden meliputi umur, jenis kelamin, pendidikan, pendapatan, harga, lokasi, kualitas, ketersediaan, dan pelayanan.
3. Meneliti perilaku konsumen meliputi atribut harga sayur, atribut kesegaran sayur, atribut kecerahan warna sayur, atribut kebersihan sayur, dan atribut tekstur sayur.

1.5 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat:

1. Bagi Peneliti

Hasil penelitian dapat dijadikan sebagai tambahan ilmu serta wawasan terhadap objek yang diteliti dan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana di Fakultas Pertanian Universitas Islam Malang.

2. Bagi Pembaca

Hasil penelitian dapat dijadikan pengetahuan dan lebih bermanfaat untuk menemukan peluang – peluang usaha sayur segar di bidang tersebut.

3. Bagi Lembaga Pendidikan

Hasil penelitian dapat dijadikan sebagai referensi perbandingan pada peneliti lain dalam mengadakan penelitian tentang keputusan konsumen terhadap pembelian pada masa yang akan datang.

4. Output penelitian berupa artikel yang akan dipublikasikan pada SEAGRI jurnal Sosial Ekonomi Pertanian dan Agribisnis.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan dalam penelitian ini tentang keputusan pembelian sayur segar di Pasar Modern Bunulrejo Kota Malang dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Perilaku konsumen terhadap pembelian sayur segar di Pasar Modern Bunulrejo Kota Malang menunjukkan nilai tingkat kepercayaan tertinggi adalah atribut kebersihan sayuran dan nilai tingkat kepentingan (evaluasi) tertinggi adalah atribut kesegaran sayuran.
2. Faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam pembelian sayur segar di Pasar Modern Bunulrejo Kota Malang yang memiliki pengaruh positif adalah faktor jenis kelamin (X_1), umur (X_2), pendapatan (X_4), lokasi (X_6), kualitas (X_7), dan yang memiliki pengaruh negatif adalah harga (X_5) dan ketersediaan (X_8).

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka diperoleh saran sebagai berikut:

1. Saran kepada pihak yang terlibat dalam pasar Modern Bunulrejo Kota Malang meliputi pengelola pasar, pedagang, dan konsumen sebagai Berikut:
 - a) Pengelola pasar bekerja sama dengan ojek atau becak sehingga memudahkan konsumen untuk belanja sayur segar dan bekerja sama dengan media online untuk menyediakan layanan order by phone.
 - b) Pedagang dapat bekerja sama dengan petani untuk mendapatkan sayur segar dengan harga yang lebih murah karena kerja sama ini dapat membantu pedagang untuk menjual sayur segar dengan harga yang lebih terjangkau, memperhatikan ketersediaan sayur segar yang lengkap dan beragam karena konsumen akan lebih tertarik berbelanja sayur segar jika tersedia berbagai macam sayur segar yang mereka inginkan, lebih memperhatikan kebersihan sayuran

dan kesegaran sayuran untuk meningkatkan daya tarik konsumen dalam berbelanja di Pasar Modern Bunulrejo Kota Malang.

- c) Diharapkan konsumen dengan umur produktif untuk mendapatkan gizi yang lebih baik dengan mengonsumsi sayur segar secara rutin dengan membeli sayur segar di Pasar Modern Bunulrejo Kota Malang dan konsumen tidak hanya pendapatan rendah yang bisa belanja sayur segar melainkan konsumen dengan pendapatan tinggi untuk lebih banyak belanja sayur segar;
- 2 Untuk penelitian selanjutnya diharapkan untuk menambahkan variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini seperti variabel gaya hidup dan selera.



DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, C., & Suliyanthini, D. 2021. "Perubahan Perilaku Konsumen di Masa Pandemi Covid-19". *Equilibrium: Jurnal Pendidikan*, 9(1), 18–24.
- Afma Bella Vista, Wiludjeng Roessali, M. M. 2021. "ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN SAYURAN ORGANIK DI PASAR MODERN KOTA SEMARANG" *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis JEPA*. 5, 108–115.
- Ajeng Nur Safitri, Nikmatul Khoiriyah, L. R. M. 2021. "KARAKTERISTIK RUMAH TANGGA YANG MENGONSUMSI MINUMAN SEHAT". *Jurnal Ketahanan Pangan JU-KE* 5(1), 30–44.
- Andi. Tjiptono, F. 2015. "Strategi Pemasaran". Yogyakarta : Penerbit Andi.
- Aliyah, I. 2017. "Pemahaman Konseptual Pasar Tradisional di Perkotaan". *Cakra Wisata*, 18(2), 1–16.
- Amalia Yunia Rahmawati. 2020. "ANALISIS TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP PEMBELIAAN BUAH JERUK IMPOR DAN LOKAL SELAMA PANDEMI COVID-19 DI SUPERMARKET BRASTAGI" *Jurnal Manajemen dan Bisnis(JMB)*. 23(July), 1–23.
- Amelia Febriani, B., Destiani, D., Rizqi Ananda, K., Fatimatuzahra, N., Diana Putri, S., & Amanda, S. 2023. "DAMPAK PASAR MODERN TERHADAP LINGKUNGAN PASAR TRADISIONAL." *SYNERGY Jurnal Ilmiah Multidisiplin LITERATUR REVIEW: 1*(1), 26–34.
- Andi kurniawan, D. S., & Khoiriyah, N. 2019. "ANALISIS KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MEMBELI SAYUR ORGANIK DI SAYUR ORGANIK GRESIK". *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 7(1), 1–12.
- Angeline, N., Susilowati, D., & Maula, L. R. 2019. "Analisis Atribut Bauran Pemasaran yang Mempengaruhi Perilaku Pembelian Konsumsi Teh Kemasan (Ready to Drink) di Kota Malang". *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 27(2), 58–66.
- Anggiasari, N. M., Indriani, Y., & Endaryanto, T. 2016. "Sikap dan pengambilan keputusan pembelian sayuran organik oleh konsumen di Kota Bandar Lampung". *Jiia*, 4(4), 391–397.
- Anggraeni, E. . L., & Maria. 2021. "Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sayuran secara Online pada Masa Pandemi Covid-19". *Prosiding Seminar Nasional Lahan Suboptimal Ke-9*, 2, 355–364.
- Angkasawati, & Devi Milasari. 2021. "Pengembangan Pasar Tradisional Dalam Meningkatkan Minat Pengunjung Di Pasar Tradisional Boyolangu Kec. Boyolangu Tulungagung". *Publiciana*, 14(1), 169–187.

- Annisaa, M. D. L., Suharto, A., & Nursaidah, N. 2022. "Pengaruh Lokasi, Harga, Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Ud Adam Jaya". *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan Dan Ekonomi*, 19(01), 30–40.
- Arum Sari, M. A., Antriandarti, E., & Khairiyakh, R. 2022. "Preferensi Konsumen Terhadap Pembelian Sayuran Organik Di Kota Surakarta Pada Masa Pandemi Covid-19". *Paspalum: Jurnal Ilmiah Pertanian*, 10(2), 249.
- Astuti, R., & Hakim, M. A. 2021. "Pengaruh Label Halal dan Ketersediaan Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada 212 Mart di Kota Medan". *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(1), 1–10.
- Aulawi, M. R., & Susilowati, D. 2021. "Analisis Keputusan Pembelian Jeruk Keprok Selorejo Kecamatan Dau, Kabupaten Malang". *JU-Ke (Jurnal Ketahanan Pangan)*, 5(2), 76–83.
- Cesariana, C., Juliansyah, F., & Fitriyani, R. 2022. "Model Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Konsumen Pada Marketplace: Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan (Literature Review Manajemen Pemasaran)". *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 211–224.
- Chahaya, I., Novrial, N., Tumanggor, W. R. E., & ... 2023. Gerakan Belanja Sehat Basuh Tangan "Mahidalis" Di Pasar Tradisional Kecamatan Medan Johor. *Adimas: Jurnal ...*, 11–18.
- Dadas, B., Yamin, M., & Lifianthi, L. 2022. "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen dalam Mengonsumsi Beras Organik di Kota Palembang". *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 6(1), 79–93.
- Dahoelat, D. N. R., K., & Wanimbo, N. 2022. Faktor -Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Sayuran Segar Di Pasar Madyopuro Kota Malang. *Primordia*, 18(1), 15–22.
- DARMAWATI, M. C., DARMAWAN, D. P., & ANGGRENI, I. G. A. A. L. 2022. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Sayuran Organik di Pasar Modern Kota Denpasar. *Jurnal Agribisnis Dan Agrowisata (Journal of Agribusiness and Agritourism)*, 11(2), 587.
- Darwanto, A. R. S., Taza Luzia Viarindita, & Yekti Widyaningsih. 2021. Analisis Regresi Logistik Binomial dan Algoritma Random Forest pada Proses Pengklasifikasian Penyakit Ginjal Kronis. *Jurnal Statistika Dan Aplikasinya*, 5(1), 1–14.
- Dian Nurfitriana, Nikmatul Khoiriyah, S. H. 2021. *Persepsi Konsumen terhadap Bauran Pemasaran Keripik Tempe (Study Kasus di Kecamatan Gandusari Kabupaten Trenggalek)*. 5(1), 30–44.
- Djamalu, R., Rauf, A., & Saleh, Y. 2019. Analisis Pemanfaatan Pekarangan Terhadap Pendapatan Rumah Tangga Petani Holtikultura di Kecamatan Bulango Selatan. *Agrinesia*, 3(3), 192–200.

- Duwita Sigalingging, E., & Sitepu, J. 2020. Pengaruh Costomer Behavior Dan E-Commerce Terhadap Pasar Modern Di Kota Medan. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi Universitas Pendidikan Ganesha*, 11(1), 2614–1930.
- Fabiany, N. F., & Melina, E. 2022. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Keputusan Konsumen pada Axel Barbershop. *Eksis: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 13(2), 114. <https://doi.org/10.33087/eksis.v13i2.316>
- Fatmawati, Irwan Nooyo, & Wahyudi Gani. 2020. "Peranan Wanita Pedagang Sayur terhadap Pendapatan Keluarga di Pasar Tradisional Marisa Kecamatan Marisa Kabupaten Pohuwato". *Perbal: Jurnal Pertanian Berkelanjutan*, 8(1), 28–37.
- Fatmayati, A. 2022. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Membeli Sayur Hijau Di Pasar Pagi Kota Martapura". *Journal of Agriculture Social and Economic*, 1(1), 72–77.
- Ferawati, F., Saadah, S., & Amrullah, A. 2019. "Pengambilan Keputusan Konsumen Pada Pembelian Beras Di Kota Makassar". *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 15(1), 1.
- Habibah, N., Soedarto, T., & Dwi Nugroho, S. 2023. "Faktor yang Memengaruhi Keputusan Konsumen dalam Membeli Sayur Organik di Pasar Modern Kota Surabaya". *Jurnal Pertanian Agros*, 25(1), 691–697.
- Hardiyanti, F., Saty, F., & Unteawati, B. 2022. "Analisis Keputusan Konsumen dalam Pembelian Sayuran Organik di Lampung". *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 6(1), 209–217.
- Hatumena, J. Y., Turukay, M., Parera, W. B., & Lawalata, M. 2022. "Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sayuran Pada Pasar Moderen Studi Kasus Di "Foodmart Ambon" Kota Ambon". *Jurnal Agrica*, 15(2), 182–195.
- Hudani, A. 2020. "Pengaruh faktor budaya, faktor social, dan faktor pribadi terhadap keputusan pembelian". *Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi (E-BISMA)*, 1(2), 99–107.
- Husain, N., Karundeng, D. R., & Suyanto, M. A. 2021. "Analisis Lokasi, Potongan Harga, Display Produk dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli pada Alfamart Kayubulan". *Jurnal Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 10(1), 63–85.
- Husaini, M., Artiningih, D. W., & Zamilah, E. 2020. "Hubungan Tingkat Pendidikan Dan Persepsi Konsumen Tentang Kualitas Dan Manfaat Beras Organik Di Kota Barabai". *Journal Uniska Kediri*.
- Ilhamudin, H. ., Nururly, S., & Rusminah. 2019. Sikap Konsumen terhadap Tahu Abian Tubuh sebagai Produk Unggulan Sektor Makanan Kota Mataram. *Jurnal Magister Manajemen Unram*, 8(1), 35–45.
- Imelda, A., Inka, I., & Apri, E. 2021. Pengaruh Harga, Fasilitas Dan Lokasi

- Terhadap Keputusan Pembelian. *Ikraith Ekonomika*, 4(3), 243–252.
- Indiastuti, R., Hastuti, F., & Azis, Y. 2008. Analisis Keberlanjutan Pasar Tradisional dalam Iklim Persaingan Usaha yang Dinamis di Kota Bandung. *Sosiohumaniora*, 10(2), 17–37.
- Iswahyudi, K., Prayuginingsih, H., & Hadi, S. 2020. *Analisis Perilaku Konsumen Sayuran di Pasar Wilayah kota Kabupaten Jember*. 1–12.
- Japarianto, E., & Adelia, S. 2020. Pengaruh Tampilan Web Dan Harga Terhadap Minat Beli Dengan Kepercayaan Sebagai Intervening Variable Pada E-Commerce Shopee. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14(1), 35–43.
- Kepulauan, A., Trixie, M., & Tuhumury, F. 2018. *Jurnal Agrilan*. 2(1), 52–62.
- Khairunnisa, S. F., Suharni, Fatmi'aturro'isah, N., & Nohe, D. A. 2022." Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Indeks Pembangunan Manusia Di Jawa Barat Menggunakan Regresi Logistik Biner". *Prosiding Seminar Nasional Matematika, Statistika, Dan Aplikasinya*, 7(2), 864–891.
- Kosasih, W., Sriwana, I., & Daywin, F. 2021." Integrasi Sikap Multiatribut Fishbein Dan House of Quality Dalam Meningkatkan Daya Saing Jeruk Lokal (Citrus Sp)". *Jurnal Teknologi Pertanian*, 22(1), 69–80.
- Kurniawati, L., Wardhana, M. Y., & Jakfar, F. 2021. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Sayuran Di Pasar Simpang Tujuh Ulee Kareng". *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pertanian*, 6(1), 9–17.
- Lestyawati, D., Dewati, R., Arianti, Y. S., & Setyarini, A. 2023. "Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Sayuran di Agrowisata Barro Tani Manunggal Desa Kepatihan Kecamatan Selogiri Kabupaten Wonogiri". *Jurnal AGRISEMA*, 2(1), 10–18.
- Liswandany, F., Supriyono, & Fitriyah, Z. 2022. "Pengaruh Lokasi dan Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian pada Dolan Kopi Surabaya". *SEIKO : Journal of Management & Business*, 5(2), 71–80.
- M. Syafi'il, Zainul Arifin2, D. S. 2022. "KEPUTUSAN KONSUMEN TERHADAP PEMBELIAN BIBIT STROBERI (Studi Kasus: Uf.store, Toko Online Shopee, Kabupaten Malang)" *M*. 10(1), 1–52.
- Maharani, R., Abadi, S., & Suhaeni. 2022. "Karakteristik Konsumen Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhinya Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Sayuran Di Total Buah Segar Summarecon Bekasi". *Ilmiah Wahana Pendidikan*, 8 (12)(12), 302–307. <https://jurnal.peneliti.net/index.php/JIWP>
- Mahendra, M., & Mamilianti, W. 2020. Persepsi konsumen dan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian beras premium. *Journal of Agricultural Socio-Economics (JASE)*, 1(1), 1.
- Manurung, F. E., & Harahap, M. I. 2022. *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi dan*

Manajemen (JIKEM). *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen (JIKEM)*, 2(1), 1365–1371.

Muhammad ariasa, N. R. A. A. P. 2019. Prodi: Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Malang. *E – Jurnal Riset Manajemen*, 7(2015), 121–135.

Munandar, J. M., Udin, F., & Amelia, M. 2013. Jono M. Munandar, Faqih Udin dan Meivita Amelia ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PREFERENSI KONSUMEN PRODUK AIR MINUM DALAM KEMASAN DI BOGOR Jono M. Munandar, Faqih Udin dan Meivita Amelia. *Speed*, 13, 1–11.

Mursyidah, T., Siswadi, B., & Khoiriyah, N. 2021. "KEPUTUSAN PEMBELIAN SAYURAN ORGANIK DI SUPERMARKET KOTA MALANG,".9, 8.

Nadziroh, M. N. 2020. "Peran Sektor Pertanian Dalam Pertumbuhan Ekonomi Di Kabupaten Magetan." *Jurnal Agristan*, 2(1), 52–60.

Novalia, I. C., & Muhtarom, A. 2020. "Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Cv. Boga Lestari". *Jurnal Ekonomi Mahasiswa (JEKMA)*, Volume 1(No.1), 1–13.

Nugroho J.Setiadi. 2019 Perilaku Konsumen : Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan, Dan Keinginan Konsumen. Prenadamedia group

Nuraini, F. 2018. "Buku Ajar Pengetahuan Bahan Nabati 1 : Sayur-sayuran, Buah-buahan, Kacang-kacangan, Serelia, dan Umbi-umbian". Universitas Negeri Lampung.

Nuraini¹, R., Arifin, Z., & Khoiriyah, N. (2023). "ANALISIS KEPUTUSAN PEMBELIAN SAYURAN DI PASAR MODERN ORO-ORO DOWO KEC. KLOJEN KOTA MALANG". *JU-ke (Jurnal Ketahanan Pangan)* 7(2), 241–246.

Nurcayah, N. 2019. Strategi Pengembangan Agribisnis Sayuran di Sulawesi Tenggara. *Jurnal Inovasi Sains Dan Teknologi (INSTEK)*, 2(2), 89–105.

Pramono, F. F., & Prabawani, B. 2017. Analisis Faktor-Faktor Preferensi Konsumen yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Sayuran Organik (Studi Kasus: Pelanggan Super Indo Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 6(4), 21–30.

Putri, S. E. 2019. "Analisis Sikap Konsumen: Evaluasi Dan Kepercayaan Atribut (Multiattributes Fishbein Approach)". *Management Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen ISSN*, 14(2), 159–177.

Qomariah, R, L., Umbara, D, S., Fitriadi, B, W., (2023). Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sayuran Di Pasar Tradisional Cikurubuk Kota Tasikmalaya. *Jurnal JAPPRI*, 5(1), 11–22.

Rachmat, B. 2018. Keberadaan Pasar Tradisional Bersaing di Tengah-Tengah Pasar

- Modern (Studi Kasus Pasar Ujungberung Kota Bandung Provinsi Jawa Barat). *Jurnal Otonomi Keuangan Daerah*, 6(1), 1–17.
- Rian, I., Fitriani, D., & Arahman, E. 2021. Analisa Perilaku Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Jajanan Pasar Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Kecamatan Delta Pawan Kabupaten Ketapang. *Journal of Food System and Agribusiness*, 5(1), 19–27.
- Sadeli, A. H., & Utami, H. N. 2013. Sikap Konsumen terhadap Atribut Produk untuk Mengukur Daya Saing Produk Jeruk. *Trikonomika*, 12(1), 61.
- Sangadji, E.M., dan Sopiah. 2014. Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Penelitian Pemasaran. Bogor: Katalog Dalam Terbitan (KDT).
- Sari, S. P. 2020. "Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen". *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 8(1), 147.
- Sari, V. A., Soedarto, T., & Wijayati, P. D. 2023. "Analisis Preferensi Konsumen Buah Kiwi pada Hypermart di Kota Surabaya". *Jurnal Ilmiah Sosio Agribis*, 22(2), 82
- Setiawan, F., Purnamaningsih, I. R., & Sumarno, A. 2022. "Penerapan Media Pembelajaran Teknik Dasar Passing Sepakbola Berbasis Android di SMPN 3 Cikarang Utara". *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 2022(14), 415–420.
- Silviah, S., Lutfianti, W. H., & Firmansyah, R. 2022. "Analisis Pengambilan Keputusan Konsumen Dalam Membeli Produk Online Pada E-Marketplace Di Indonesia". *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 7(6).
- Solihin, W. A., Tewel, B., & Wenas, R. 2020. "Pengaruh Sikap Konsumen dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone (Studi Pada Mahasiswa UNSARAT di Manado)". *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 8(1), 511–520.
- Sugiharto, S. 2015. "Pengaruh Ketersediaan Produk Dan Harga Terhadap Pembelian Ulang Produk Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Dalam Studi Kasus Air Minum Dalam Kemasan(Amdk) Cleo Didaerah Kelurahan Gunung Anyar Surabaya". *Africa's Potential for the Ecological Intensification of Agriculture*, 53(9 (AMDK)), 1689–1699.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (C. Ke-24 (ed.)).
- Susilowati, D. Putro Priadi, A. W. et al. 2019. Pengembangan Berbagai Tanaman Sayuran Di Pekarangan Rumah Sebagai Usaha Mewujudkan Program Kawasan Rumah Pangan Lestari. *Jurnal Pengabdian Sriwijaya*, 7(1), 678–681.
- Sunyoto, Dr. Drs. D., & Saksono, Drs. Y. (2022). Perilaku Konsumen (M. A. Kalijaga, Ed.; 1st ed.). 2022.
- Tahir, M. 2023. *Penanganan Pasca Panen Dan Produk Olahahan Sayuran* (Riswita

Syamsuri (ed.). PT. Nas Media Indonesia.

- Tiarma Tiarma, Yossie Yumiati, A. N. P. 2023. Faktor-faktor yang mempengaruhi pembelian sayuran pada toko online “kupesan.” *10(1)*, 67–78.
- Utami, K., Rauf, A., & Salmiah, S. 2019. Analisis Perilaku Konsumen dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Sayur Organik di Kota Medan. *Agrotekma: Jurnal Agroteknologi Dan Ilmu Pertanian*, *3(2)*, 75.
- Utami, R. S., Kusumawati, Y., & Eliza. 2022. Perilaku Konsumen dalam Berbelanja Gula Kristal Putih di Kota Pekanbaru. *Indonesian Journal of ...*, *13*, 153–161.
- Vydiamanta, V., Usep Suhud, & Ika Febrilia. 2021. KEPUTUSAN KONSUMEN MEMBELI SAYUR MENGGUNAKAN APLIKASI ONLINE : Apakah WoM dan Kualitas Produk Mempengaruhi? *JRMSI - Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, *12(2)*, 335–353.
- Wahdaniah, I., & Sari, A. 2021. Pembeli adalah Raja: Strategi Komunikasi Pemasaran Konvensional Warung Spesial Sambal Menghadapi Persaingan Pasar Modern. *Journal of Servite*, *2(1)*, 37.
- Waliyanti, N. I., Jusni, & Diansari, P. 2022. Analisis Strategi Usaha Sayuran Hidroponik Pada Masa Pandemi Covid- 19 (Studi Kasus di Green Top Farm). *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, *18(3)*, 201–209.
- Wibowo, F., Khasanah, A. U., & Putra, F. I. F. S. 2022. Analisis Dampak Kehadiran Pasar Modern terhadap Kinerja Pemasaran Pasar Tradisional Berbasis Perspektif Pedagang dan Konsumen di Kabupaten Wonogiri. *Benefit: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, *7(1)*, 53–65.
- Widiarta, I. B. P., & Wardana, I. G. N. 2011. Analisis Pemilihan Moda dengan Regresi Logistik pada Rencana Koridor Trayek Trans Sarbagita. *Jurnal Ilmiah Teknik Sipil*, *15(2)*, 131–142.
- Widyasari, T. 2023. *Pengaruh pendapatan terhadap keputusan konsumen dalam membeli produk kosmetik pada klinik kecantikan di samarinda*. *10(X)*, 56–66.
- Windarti, Anjardiani, L., & Fauzi, M. 2023. Analisis Sikap Konsumen Terhadap Pembelian Sayur Segar Di Pasar Bauntung Banjarbaru. *Jurnal Tugas Akhir Mahasiswa (JTAM)*, *7(1)*, 54–62.