

# ANALISIS PERILAKU KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SAYUR BAYAM DI KECAMATAN PELAIHARI KABUPATEN TANAH LAUT

(Studi Kasus Pasar Ruang Terbuka Hijau Hasan Basri)

Masliah, Inda Ilma Ifada, Ridho Fahlevie Pangestu

<sup>1</sup>Agribisnis, 54201, Pertanian, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari, NPM. 17420009

<sup>2</sup>Agribisnis, 54201, Pertanian, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari, NIK. 061205605

<sup>3</sup>Agribisnis, 54201, Pertanian, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari, NIDN. 1125079301

E-mail : [masliahdistanbun@gmail.com](mailto:masliahdistanbun@gmail.com) / 0852 8785 5819

## ABSTRAK

*Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sayur Bayam Di Kecamatan Pelaihari Kabupaten Tanah Laut bertujuan untuk mengetahui perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian sayur bayam yang ada di pasar RTH Hasan Basri Pelaihari. Penelitian ini berlangsung pada bulan Maret 2022 sampai dengan Juli 2022 di pasar RTH Hasan Basri Pelaihari. Pada penelitian ini data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh dari kuisioner dan data sekunder. Variable yang diukur adalah Perilaku Konsumen (Faktor Budaya, Sosial, Pribadi, Lokasi dan Psikologis) Keputusan Pembelian Faktor yang mempengaruhi Konsumen (Produk, Harga, Pelayanan dan Lokasi). Analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat variabel yang signifikan menentukan keputusan konsumen dalam pembelian sayur bayam di Pasar RTH Hasan Basri Pelaihari yaitu produk. Konsumen yang menginginkan sayur segar dengan harga yang terjangkau, lebih memilih pergi berbelanja ke pasar RTH Hasan Basri. Berdasarkan uji F (secara bersama-sama) variabel produk, harga, pelayanan dan lokasi keputusan konsumen sayur bayam yang ada di Pasar RTH Hasan Basri Pelaihari. Sedangkan variabel yang berpengaruh dominan yaitu variabel produk. Berdasarkan hasil uji t variabel produk, harga, pelayanan dan lokasi keputusan konsumen sayur bayam yang ada di Pasar RTH Hasan Basri Pelaihari. Besar pengaruh yang di faktor tersebut yaitu produk (82%), harga (38,3%), pelayanan (59,8%) dan lokasi (11,3%) (;).*

**Kata Kunci:** faktor yang mempengaruhi, keputusan konsumen, sayur bayam, pasar RTH Hasan Basri Pelaihari

## ABSTRACT

*Consumer Behavior Analysis of Spinach Vegetable Purchase Decisions in Pelaihari District, Tanah Laut Regency aims to determine consumer behavior towards spinach purchasing decisions in the Hasan Basri Pelaihari green open space market. This research took place from March 2022 to July 2022 at the Hasan Basri Pelaihari RTH market. In this study, the data used were primary data obtained from questionnaires and secondary data. The variables measured were Consumer Behavior (Cultural, Social, Personal, Location and Psychological Factors) Purchase Decisions Factors Affecting Consumers (Product, Price, Service and Location). Analysis of the data used is multiple linear regression analysis. The results show that there are variables that significantly determine consumer decisions in purchasing spinach at the Hasan Basri Pelaihari RTH Market, namely products. Consumers who want fresh vegetables at affordable prices, prefer to go shopping at the Hasan Basri RTH market. Based on the F test (jointly) the variables of product, price, service and location of spinach consumer decisions in the*

*Hasan Basri Pelaihari RTH Market. While the dominant influencing variable is the product variable. Based on the results of the t-test of the product, price, service and location variables of spinach consumers' decisions in the Hasan Basri Pelaihari RTH Market. The major influences on these factors are product (82%), price (38.3%), service (59.8%) and location (11.3%).*

**Keywords:** *influencing factors, consumer decisions, spinach, Hasan Basri Pelaihari green open space market*

## DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, Purnomo. 2008. Pengantar Statistik. Jakarta: Bumi Aksara.
- Assael, Henry. 1995. Consumer Behavior and Marketing Action. Fifth Edition Cincinnati Ohio. Southwestern College Publishing
- Assauri, Sofjan. 2004. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Press  
<https://www.rajagrafindo.co.id> [20 April 2022]
- Bambang pranoto. 2008. *Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Kendaraan Bermotor, Jurnal Ilmiah Faktor Extra Vol.1 No. 2 September 2008*
- Basu Swasta, Dharmesta dan Irawan. 2008. *Manajemen Pemasaran Modern*, Liberty, Yogyakarta.  
<https://opac.perpusnas.go.id> [20 April 2022]
- Henry Simamora. 2004. *Manajemen Sumber Daya Manusia, Edisi III*, STIE YKPN, Yogyakarta.  
<http://repository.um-palembang.ac.id> [20 April 2022]
- IM. Pasek Suardika, I GAA. Ambarawati dan I P Sukaatmadja (2014). Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sayur Organik CV Golden Leaf Farm Bali. *Jurnal Manajemen Agribisnis* Vol.2 No.1 Hal.1-10. <https://ejournal.bsi.ac.id> [25 April 2022]
- Khairuna Utami, Abdul Rauf, Salmiah Salmia (2019). *Analisis Perilaku Konsumen dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Sayur Organik di Kota Medan* <https://ojs.uma.ac.id> [20 April 2022]
- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi ke 13*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2014. *Principles of Marketing, 12th Edition, Jilid 1*. Terjemahan Bob Sabran Jakarta : Erlangga
- Kotler, P., dan Armstrong, G, M. 2017. *Principles of Marketing*. United Kingdom: Pearson
- Mustafid & Gunawan. 2008. *Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kripik Pisang "Kenali" Pada Penduduk Asa Wira-Bandar Lampung. Jurnanal Bisnis dan Manajemen* ", vol 4 no 2. Januari 2008. <https://onesearch.id> [20 April 2022]
- Sudomo, A. 2007. Pengaruh Tanah Pasir Berlempung Terhadap Pertumbuhan Sengon dan Nilam pada Sistem Agroforestri. *Jurnal Pemuliaan Tanaman Hutan*. Volume. 1 (2): 68-72