

Pengaruh Karakteristik Konsumen dalam Keputusan Pembelian Sayuran di Pasar Inpers Matawai Kota Waingapu Kabupaten Sumba Timur

The Influence of Consumer Characteristics in Decisions to Purchase Vegetables at the Matawai Inpers Market, Waingapu City, East Sumba District

Lorensa Petronela Djami*, Elfis Umbu Katongu Retang

Program Studi Agribisnis Universitas Kristen Wira Wacana Sumba
Jl. R.Suprpto No.35 Waingapu, Kabupaten Sumba Timur - NTT

*Email; lorensadjami@gmail.com

(Diterima 11-06-2025; Disetujui 26-07-2025)

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui karakteristik konsumen yang memengaruhi keputusan untuk membeli sayuran di Pasar Inpres Matawai dan untuk menganalisis bagaimana karakteristik konsumen memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian sayuran di pasar Inpers Matawai, Kota Waingapu. Teknik penentuan lokasi di tentukan secara *Purposive sample* (sengaja). Penelitian ini berlokasi di Kabupaten Sumba Timur Kecamatan Kota Waingapu Nusa Tenggara Timur di Pasar Inpres Matawai. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 67 responden yang mengkonsumsi sayuran bersedia diwawancarai. Pengambilan sampel dilakukan secara tidak sengaja Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dan analisis deskriptif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa konsumen sayuran Rata-rata usia kelompok produktif adalah antara 20-29 tahun, namun rata-rata jenis kelamin yang berbelanja sayuran adalah perempuan, pendidikan responden tergolong tinggi dengan rata-rata tingkat pendidikan SMA dan pekerjaan konsumen adalah IRT. Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa faktor umur, pendapatan, jenis kelamin dan keputusan pembelian sayuran secara signifikan dipengaruhi oleh pendapatan. secara simultan umur, pendidikan, pendapatan, tanggungan keluarga, jenis kelamin dan pekerjaan konsumen berdampak besar terhadap keputusan konsumen untuk membeli sayur di Pasar Inpers Matawai Kota Waingapu.

Kata kunci: Keputusan Pembelian, Sayuran, Konsumen

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the characteristics of consumers that influence the decision to buy vegetables at the Matawai Inpres Market and to analyze how consumer characteristics influence vegetable purchasing decisions at the Matawai Inpres Market, Waingapu City. The location determination technique was determined by purposive sampling (intentionally). This study was located in East Sumba Regency, Waingapu City District, East Nusa Tenggara at the Matawai Inpres Market. The number of samples used in this study was 67 respondents who consumed vegetables and were willing to be interviewed. Sampling was carried out unintentionally. The data analysis technique used was multiple linear regression analysis and descriptive analysis. The results of this study indicate that vegetable consumers The average age of the productive group is between 20-29 years, but the average gender of those shopping for vegetables is female, the respondent's education is relatively high with an average level of high school education and the consumer's occupation is a housewife. Based on the results of the analysis, it shows that the factors of age, income, gender and vegetable purchasing decisions are significantly influenced by income. Simultaneously, age, education, income, family responsibilities, gender and consumer occupation have a major impact on consumer decisions to buy vegetables at the Matawai Inpers Market in Waingapu City.

Keywords: Purchasing Decisions, Vegetables, Consumers

PENDAHULUAN

Sektor pertanian terdiri atas beberapa subsektor seperti kehutanan, perikanan, hortikultura, perkebunan, dan peternakan. Sub-sektor hortikultura memiliki peran penting dalam kesuksesan sektor pertanian di Indonesia. Tanaman hortikultura beragam jenisnya, yaitu meliputi produk buah-buahan, sayur-sayuran, biofarmasi, dan tanaman hias. Sayuran merupakan salah satu produk hortikultura yang paling menjanjikan. Sayuran merupakan komoditas yang memegang peranan

penting dalam masyarakat Indonesia, atas peranannya dalam memenuhi kebutuhan pangan dan gizi masyarakat. (Widiyawat, 2019)

Produksi sayuran Indonesia meningkat pada tahun 2018 dengan lima komoditas sayuran musiman teratas berdasarkan volume produksi secara berturut-turut yaitu Cabai besar, kentang, cabai rawit, bawang merah, dan kubis. Produksi bawang merah mencapai 1,5 juta ton, termasuk 1,41 juta ton kubis, 1,34 juta ton cabai rawit, 1,28 juta ton kentang dan 1,21 juta ton cabai besar. Secara keseluruhan, produksi bawang merah, kentang, dan cabai mengalami peningkatan pada tahun tersebut. (BPS RI 2019)

Tingkat konsumsi sayuran di Indonesia dari tahun 2017 hingga tahun 2020 cenderung mengalami peningkatan, tingkat konsumsi sayuran tertinggi yaitu pada tahun 2019 sebesar 54,9 Kg/Kapita/tahun sedangkan konsumsi sayuran paling rendah terjadi pada tahun 2017 yaitu 51,9 Kg/Kapita/tahun. (Rahman, 2022). Sedangkan tingkat konsumsi sayuran di Indonesia masih termasuk yang terendah dan belum mencapai ambang batas 73 kg yang direkomendasikan FAO, artinya tingkat konsumsi sayuran masyarakat Indonesia masih rendah Oleh karena itu, diperlukan tindakan untuk mendorong peningkatan konsumsi sayuran lokal. (Andhila, 2011)

Kecamatan kota waingapu merupakan satu dari 22 kecamatan yang ada Sumba Timur selain itu, Kecamatan Kota Waingapu berperan sebagai Ibu kota kabupaten dan pusat perekonomian masyarakat Sumba Timur (Bps Sumba Timur, 2020). Kota Waingapu khususnya Pasar Matawai menjadi pusat dari sebuah aktivitas jual beli berbagai macam kebutuhan pangan dan sayur – sayuran. Pasar inpers Matawai merupakan salah satu pasar tradisional di Kota Waingapu yang cukup terkenal, letaknya strategis dan cukup luas. Pasar ini mudah diakses dari berbagai sudut kota waingapu. Salah satu pasar tradisional di kota waingapu yang menjual daging, makanan laut, sayur-sayuran, buah-buahan, serta kebutuhan rumah tangga lainnya.

Produksi sayuran di Sumba Timur cukup melimpah dengan jenis sayuran yang umum di tanam seperti bayam, kangkung, sawi, kubis, terong dan tomat. Pada tahun 2020, komoditas kangkung memiliki produksi terbesar yaitu 4.396 kuintal dan produksi petsai/sawi yaitu sebesar 4.154 kuintal. (Bps Sumba Timur, 2018). tingkat konsumsi sayuran masyarakat kota waingapu masih tergolong rendah meskipun sayuran lokal cukup tersedia di pasar. Konsumen lebih banyak mengkonsumsi pangan pokok seperti beras dan sedikit mengkonsumsi sayuran dan buah-buahan. (Hamandika, 2015)

Kota waingapu memiliki masyarakat yang beragam secara ekonomi, social, budaya, latar belakang Pendidikan, pekerjaan, dan pendapatan yang berbeda-beda. Ketika konsumen mengambil keputusan untuk membeli sayuran akan dipengaruhi oleh karakteristik konsumen yaitu umur, pendapatan, jumlah tanggungan keluarga, tingkat pendidikan, dan lain-lain. (Maharani *et al*, 2022). Berdasarkan uraian diatas Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengeruh karakteristik Konsumen dalam keputusan pembelian sayuran di Pasar Inpers Matawai Kota Waingapu serta untuk mengetahui bagaimana karakteristik konsumen memengaruhi keputusan pembelian sayuran di Inpers Matawai, Kota Waingapu.

METODE PENELITIAN

Kota Waingapu dipilih sebagai tempat penelitian tepatnya di Pasar Inpres Matawai kecamatan Kota Waingapu, Kabupaten Sumba Timur. lokasi penelitian ditentukan dengan sengaja (*purposiv*) mengingat bahwa pasar tersebut adalah sentra penjualan sayuran di Kecamatan Kota Waingapu dan lokasi pasar yang strategis dan mudah di jangkau. Penelitian dilakukan selama dua bulan, tepatnya bulan Juli dan Agustus. 2024. Populasi penelitian ini adalah seluruh pembeli sayuran di pasar Inpers Matawai. karena ukuran populasi tidak diketahui jadi ukuran rumus digunakan untuk menghitung sampel. *Lemeshow* (Arikunto, 2017)

$$n = \frac{Z^2 \times P(1-P)}{d^2}$$

Keterangan:

n = jumlah sampel

Z = Skor z pada kepercayaan 90% = 1,64

P = maksimal estimasi = 50% = 0,5

d = Alpha (0.10) atau *sampling error* = 10%

Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 67 orang konsumen sayuran di Pasar Inpres Matawai. Studi ini menggunakan dua jenis data yang berbeda data deskriptif dan kuantitatif. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner dan wawancara .(Sugiyono, 2016). Metode analisis data yang digunakan analisis deskriptif yang digunakan untuk menjelaskan karakteristik konsumen dan Teknik analisis regresi linier berganda untuk mengetahui dampak dari dua atau lebih faktor prediktor (variabel independen) terhadap satu variabel kriteria (variabel dependen), salah satu teknik analisis data adalah analisis regresi linier berganda .(Yudiatmaja, 2013). Persamaan teknik analisis regresi linier berganda dengan SPSS 25:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + b_6X_6 + e$$

Keterangan:

- Y = Keputusan pembelian
- a = konstanta
- b = koefisien regresi
- X1 = umur
- X2 = pendidikan
- X3 = pendapatan
- X4 = jumlah tanggungan keluarga
- X5 = jenis kelamin
- X6 = pekerjaan
- e = error

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Umur

Umur konsumen memiliki peranan penting untuk menentukan keputusan seseorang dalam melakukan pembelian suatu produk. tingkat usia seseorang juga memengaruhi cara berpikir termasuk dalam pengambilan keputusan khususnya bagi konsumen sayuran, seperti yang di kemukakan oleh (Simbolon *et al.*, 2024)

Tabel 1. Karakteristik Usia Responden

Umur (Tahun)	Jumlah	Persentase (%)
20-29	25	37
30-39	17	25
40-49g	10	15
50-69	15	22
Total	67	100

Tabel 1. Menggambarkan bahwa mayoritas umur konsumen sayuran di Pasar Inpres Matawai adalah 20-29 tahun yaitu 37 % dimana pada usia ini konsumen lebih tertarik membeli sayuran sebagai bagian dari pola makan sehat dan cenderung lebih memperhatikan tren makanan seperti diet berbasis tanaman atau vegetarian, sehingga mendorong mereka untuk lebih banyak membeli sayuran. Menurut Kumba & Wadu, (2024) Usia merupakan salah satu faktor yang secara signifikan memengaruhi kemampuan untuk berpikir dan menilai. Secara umum, seseorang yang berada dalam kategori usia dewasa cenderung memiliki pemikiran yang lebih dewasa dan bijaksana dalam membuat keputusan.

Jenis kelamin

Tabel 2. Karakteristik Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
Laki-laki	22	34
Perempuan	43	66
Total	65	100

Tabel 2. Menggambarkan bahwa jenis kelamin yang mengkonsumsi sayuran di Pasar Inpers Matawai yang paling banyak yaitu perempuan sebesar 66 %. jenis kelamin dapat memengaruhi pengambilan keputusan pembelian sayuran dikarenakan mayoritas pembeli sayuran di pasar berjenis kelamin perempuan disebabkan karena perempuan lebih memahami kebutuhan sayuran dalam rumah tangga. Menurut Alsyaty *et al.*, (2024) Perempuan cenderung lebih berperan dalam mengelola kebutuhan rumah tangga dibandingkan pria, serta memiliki peran penting sebagai pengambil keputusan dalam pembelian produk untuk rumah tangga.

Pendidikan

Tingkat pendidikan konsumen dapat memengaruhi kemampuan konsumen dalam memilih suatu produk untuk di konsumsi serta lebih kritis dalam pengambilan keputusan. menurut (Nur Latifah *et al.*, 2023) Tingkat pendidikan seseorang dapat memengaruhi cara berpikir dan gaya hidup mereka. Rendahnya tingkat pendidikan sering kali kurang memperhatikan produk yang dapat mendukung kesehatan, sementara responden dengan tingkat pendidikan yang lebih tinggi biasanya memilih makanan berkualitas tinggi. tinggi atau sehat karena pemahaman mereka yang lebih berpengetahuan tentang diet dan bagaimana hal itu memengaruhi Kesehatan. (Ndapanggau *et al.*, 2022)

Tabel 3. Karakteristik Pendidikan Konsumen

Pendidikan	Frekuensi	Presentase (%)
SD	20	31
SMP	6	9
SMA	32	49
D3	1	2
S1	6	9
Total	65	100

Pada tabel 3 menggambarkan mayoritas responden memiliki pendidikan tingkat SMA, yaitu 32 orang sebesar 49%. Mentalitas dan gaya hidup seseorang dipengaruhi oleh tingkat pendidikannya. Individu yang berpendidikan tinggi biasanya lebih mudah menerima perubahan. Dengan demikian, Semakin tinggi pendidikan seseorang maka semakin bijaksana pula sikapnya dalam mengambil keputusan. (Ndapanggau *et al.*, 2022).

Pekerjaan

Pekerjaan konsumen merupakan salah satu hal yang menjadi pertimbangan untuk melakukan pembelian atau keputusan sehingga dapat menentukan pola konsumsi dan memengaruhi konsumen ketika mereka membeli suatu produk. (Astuti *et al.*, 2024).

Tabel 4. Karakteristik Pekerjaan Responde

Pekerjaan	Frekuensi	Presentase (100%)
IRT	23	35
PETANI	12	18
GURU	5	8
MAHASISWA	5	8
BIDAN	3	5
WIRASWASTA	17	26
SATPAM	1	2
Total	66	100%

Mayoritas responden adalah ibu rumah tangga, seperti terlihat pada Tabel 4. Berjumlah 23 orang dengan presentase 35 %. Pekerjaan adalah satu kegiatan yang dilakukan oleh individu dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan dasarnya. Menurut Vermila (2016), ibu rumah tangga memiliki peranan yang penting dan lebih saat membuat keputusan di dalam rumah tangga dan memiliki waktu untuk berbelanja sayuran.

Uji asumsi klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk mengetahui apakah data yang digunakan mengikuti distribusi normal atau tidak. beberapa uji asumsi tradisional, termasuk uji heteroskedastisitas, multikolinearitas dan normalitas pengujian ini dilakukan dengan perhitungan menggunakan SPSS 25.

Uji normalitas

Tabel 5. Hasil Uji Normalitas

Kolmogrov	Unstandardized Residual
<i>N</i>	67
<i>Std. Deviation</i>	5,27
<i>Asymp.sig (2-tailed)</i>	.200 ^{e,d}

Pada tabel di atas menjelaskan bahwa Nilai Asymp. Sig (2-tailed) yang dihasilkan dari uji normalitas adalah 0,200, yang lebih besar dari 0,05 data terdistribusi normal.

Uji multikolinieritas

Jika nilai toleransi melebihi 0,01 dan VIF kurang dari 10, menunjukkan bahwa multikolinieritas tidak terjadi. Nilai *toleranc* dari faktor umur, pendidikan, pendapatan, tanggungan keluarga, jenis kelamin, dan pekerjaan > 0,01 Ketika nilai VIF berada dibawah 10. temuan ini menunjukkan bahwa tidak ada data multukolinierita.

Teknik Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 6. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	58,230	9,784			5,952	,000
Umur	-,981	,423	-,336		-2,319	,024
Pendidikan	-,025	,341	-,009		-,074	,942
Pendapatan	-,800	,232	-,423		-3,456	,001
Tanggungan Keluarga	,292	,179	,189		1,634	,107
Jenis kelamin	,997	,349	,330		2,854	,006
Pekerjaan	,942	,429	,316		2,196	,032

Sumber: Output SPSS 25

Tingkat nilai signifikan untuk pengaruh umur pada keputusan pembelian sayuran adalah 0,024, melebihi 0,05 dan nilai t hitung -2,319 di bawah nilai t tabel 1,670. Hal ini menunjukkan bahwa usia memiliki pengaruh besar terhadap keputusan pembelian. sayuran disebabkan oleh usia konsumen di Pasar Inpers Matawai yang mengonsumsi sayuran rata-rata berada di usia 20-29 tahun karena pada usia ini, banyak orang mulai menyadari pentingnya menjaga kesehatan tubuh. selain itu, banyak orang di usia ini yang terpengaruh oleh tren gaya hidup sehat, seperti diet berbasis tumbuhan atau vegan, yang mendorong mereka untuk lebih sering mengonsumsi sayuran. Hasil ini sama dengan penelitian Tinambo & Sunaryanto,(2021) menyatakan usia berpengaruh terhadap keputusan pembelian sayuran. seseorang dengan usia yang lebih tua mungkin lebih memperhatikan kandungan gizi dari sayuran, seperti yang dapat mendukung kesehatan jantung, tulang, atau pencernaan, sementara orang yang lebih muda mungkin lebih cenderung memilih sayuran yang dianggap praktis atau cepat saji.

Nilai signifikan untuk pengaruh Pendidikan pada keputusan pembelian adalah 0,942 lebih besar dari 0,05 dan nilai t hitung 0,074 kurang dari nilai t tabel 1,670 hal ini menunjukkan bahwa variabel Pendidikan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian sayuran hal ini disebabkan karena adanya kebiasaan konsumsi dalam keluarga yang memilih sayuran yang biasanya mereka konsumsi sejak kecil atau berdasarkan selera pribadi seseorang. Menurut Tinambo & Sunaryanto, (2021) Hal ini disebabkan karena dalam pendidikan formal, konsumen tidak diajarkan tentang cara memilih sayuran, melainkan informasi tersebut lebih banyak diperoleh melalui pendidikan informal seperti media cetak dan digital.

Nilai signifikan dari pengaruh pendapatan pada keputusan pembelian yaitu 0,01 < 0,05 dan nilai t hitung -3,456 lebih dari nilai t tabel 1,670 hal ini menunjukkan bahwa Keputusan pembelian sayuran dipengaruhi secara signifikan oleh variabel pendapatan dikarenakan jika Semakin besar pendapatan seseorang, semakin besar barang yang bisa dibeli, termasuk sayuran. Sebaliknya, jika pendapatan lebih rendah, orang cenderung memilih sayuran yang lebih terjangkau atau bahkan mengurangi jumlah sayuran yang dibeli karena keterbatasan dana. Menurut Kumba & Wadu, (2024) Tingkat pendapatan menggambarkan kapasitas seseorang yang menghasilkan lebih banyak uang, biasanya Seseorang akan lebih mampu meningkatkan gaya hidupnya termasuk pada kualitas makanan keadaan

ini menunjukkan pengeluaran responden di Kota Waingapu dengan mempertimbangkan tingkat pendapatan.

Nilai signifikan untuk pengaruh variabel tanggungan keluarga terhadap penilaian pembelian adalah $0,107 > 0,05$, dan nilai t yang dihitung $1,634$ kurang dari nilai t tabel $1,670$ hasil ini menunjukkan bahwa variabel tanggungan keluarga tidak berpengaruh signifikan pada keputusan untuk membeli sayuran. Hal ini dikarenakan ada beberapa faktor lain yang lebih penting Misalnya, meskipun jumlah anggota keluarga lebih banyak, keputusan membeli sayuran sering kali bergantung pada kebiasaan makan dan kesehatan, bukan hanya pada banyaknya orang dalam keluarga. hal tersebut yang menjadi alasan jumlah tanggungan keluarga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian sayuran di Pasar Inpers Matawai. Menurut Alsyatry et al, (2024) Semakin besar jumlah tanggungan keluarga, lalu permintaan kebutuhan pangan untuk konsumsi akan semakin meningkat.

Nilai Signifikan untuk Pengaruh Variabel jenis kelamin pada keputusan pembelian yaitu $0,006 < 0,05$ dan nilai t hitung adalah $2,854$ lebih dari nilai t tabel $1,670$ keadaan ini menggambarkan bahwa faktor jenis kelamin berpengaruh secara signifikan pada keputusan pembelian sayuran dikarenakan dalam keluarga biasanya perempuan lebih sering yang mengurus belanja kebutuhan rumah tangga, termasuk sayuran. Perempuan juga cenderung lebih peduli dengan kesehatan dan gizi keluarga, sehingga mereka lebih sering membeli sayuran untuk memastikan keluarganya mendapatkan makanan yang sehat. sedangkan, laki-laki membeli sayuran yang lebih praktis dan mudah diolah saat berbelanja sayuran. Hal tersebut yang menjadi alasan jenis kelamin berpengaruh terhadap keputusan pembelian sayuran di Pasar Inpers Matawai. Menurut Suripatty & Tantoly (2019) Perempuan biasanya lebih sering melakukan aktivitas berbelanja di pasar dan berperan sebagai pengambil keputusan dalam membeli berbagai keperluan rumah tangga.

Nilai signifikan dari variabel pekerjaan terhadap keputusan pembelian adalah sebesar $0,032 < 0,05$ yang artinya pekerjaan memiliki pengaruh signifikan pada keputusan pembelian sayuran kemudian Nilai t tabel $1,670$ lebih kecil dari nilai t hitung sebesar $2,196$. Hal ini menunjukkan bahwa variabel pekerjaan memiliki pengaruh yang besar terhadap keputusan pembelian sayuran disebabkan karena pekerjaan yang dilakukan oleh konsumen sayuran di pasar Inpers berbeda-beda sehingga waktu yang dibutuhkan untuk berbelanja sayuran kepasar juga berbeda-beda tiap konsumen. Selain itu, pendapatan dari pekerjaan juga memengaruhi konsumen yang memiliki penghasilan lebih tinggi mungkin bisa membeli sayuran yang lebih mahal atau organik, sementara yang berpenghasilan lebih rendah cenderung membeli sayuran yang lebih murah. Menurut Verlianta *et al* (2024) pekerjaan seorang konsumen tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian sayuran di sebabkan sifat sayuran sebagai kebutuhan dasar rumah tangga yang dikonsumsi oleh hampir seluruh lapisan masyarakat, tanpa memandang latar belakang pekerjaan.

Uji R²

Uji koefisien determinasi digunakan untuk menentukan sejauh mana variabel independen menjelaskan variabel dependen.(Ghozali 2021). Kemampuan variabel bebas dalam menerangkan variabel terikat menjadi terbatas apabila nilai R² rendah.

Tabel 7. Hasil Uji R

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,597 ^a	,356	,292	5,538

a. Predictors: (Constant), Pekerjaan, Jenis kelamin, Tanggungan Keluarga, Pendapatan, Pendidikan, Umur

Hasil uji R², Nilai R squer adalah $0,356$ dipengaruhi oleh variabel yang diteliti hal ini menunjukkan bahwa kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat dalam penelitian ini yaitu $35,6\%$. Sedangkan $64,4\%$ di pengaruhi oleh faktor lain yang tidak di teliti dalam penelitian ini.

Uji F

Uji F digunakan untuk mengonfirmasi adanya hubungan signifikan antara variabel independen dan dependen, untuk melakukan pengujian dilakukan pengolahan data dengan SPSS 25 untuk menentukan nilai F.

Tabel 8. Hasil Uji F

	Model	Sum of squares	Df	Mean Square	F	Sig
1	Regression	10118,275	6	169,713	5,534	,000 ^b
	Residual	1839,957	60	30,666		
	Total	2858,232	66			

Nilai signifikan untuk pengaruh umur, pendidikan, pendapatan, tanggungan keluarga, jenis kelamin dan pekerjaan secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian adalah $5,534 > 0,05$ serta nilai F yang ditentukan adalah 75,534 melebihi F tabel 2.25 sehingga menarik kesimpulan bahwa umur, tanggungan keluarga, pendapatan, pendidikan, jenis kelamin, dan pekerjaan secara bersama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sayuran di pasar inpers matawai.

KESIMPULAN

Hasil analisis keputusan pembelian sayur di Pasar Inpers Matawai menunjukkan bahwa faktor usia, pendidikan, jenis kelamin dan pendapatan konsumen mempunyai dampak relevan dengan keputusan untuk membeli sayuran, namun pendidikan dan tanggung keluarga tidak terlalu signifikan memengaruhi keputusan pembelian. Sedangkan faktor umur konsumen, Pendapatan, jenis kelamin dan pendidikan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan untuk membeli sayur di pasar. Inpers Matawai Kota Waingapu.

DAFTAR PUSTAKA

- Alsyastry, H., Saragih, E. C., Rambu, F., & Mbanu, L. (2024). Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Permintaan Bawang Merah Di Kelurahan Matawai Kecamatan Kota Waingapu Analysis Of Factors Influencing The Demand For Shallots In Matawai Village Waingapu City District, *20*, 875–884.
- Andhila, Y. (2011). Analisis Sikap Konsumen Dalam Membeli Sayuran Segar Di Modern Bumi Serpong Damai (BSD). *Skripsi*, 1–119. Retrieved from [https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/4132/1/YUDHA ANDILLA-FST.pdf](https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/4132/1/YUDHA_ANDILLA-FST.pdf)
- Arikunto. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek dan Sampel Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- BPS.go.id. (2019). Statistik Tanaman Sayuran dan Buah-buahan Semusim Indonesia 2018. Retrieved February 15, 2024, from <https://www.bps.go.id/id/publication/2019/10/07/9c5dede09c805bc38302ea1c/statistik-tanaman-sayuran-dan-buah-buahan-semusim-indonesia-2018.html>
- Bps, sumba timur. (2020). Statistik Pertanian. *Kementerian Pertanian*, 358.
- Bps Sumba Timur. (2018). Kabupaten Sumba Timur Dalam Angka 2018. Retrieved February 15, 2024, from <https://sumbatimurkab.bps.go.id/publication/2020/04/27/8c00927d3370dc04b0122461/kabupaten-sumba-timur-dalam-angka-2020.html>
- Eva Astuti, Sri Handayani, Nuni Angraini, Kusmaria, D. B. (2024). Karakteristik Konsumen Dan Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Membeli Sayuran Hidroponik Di Swalayan Kota Bandar Lampung, *6(2)*, 396–407.
- Hamandika, U. N. (2015). Strategi Peningkatan Ketahanan Pangan di Kabupaten Sumba.
- Kumba, YD, & Wadu, J. (2024). Mimbar Agribisnis: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis Analisis Keputusan Konsumen Membeli Ikan Segar di Kota Waingapu Kabupaten Sumba Timur Decision Analysis of Consumer Buying Fresh Fish in Waingapu City , East Sumba District Yasin. *Mimbar Agribisnis: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, *10(1)*, 197–206.
- Lailaturohmah Widiyawat. (2019). Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Pembelian Sayuran Di Pasar Tradisional Tenguyun Kota Tarakan SKRIPSI Sebagai salah satu persyaratan Guna memperoleh derajat gelar sarjana pertanian Pada Fakultas Pertanian Universitas Borneo

Tarakan.

- Maharani, R., Abadi, S., & Suhaeni. (2022). Karakteristik Konsumen Dan Faktor-Faktor Yang Memengaruhinya Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Sayuran Di Total Buah Segar Summarecon Bekasi. *Ilmiah Wahana Pendidikan*, 8 (12)(12), 302–307. Retrieved from <https://jurnal.peneliti.net/index.php/JIWP>
- Ndapanggau, V. K. R. A. U., Retang, E. U. K., & Saragih, E. C. (2022). Analisis Keputusan Konsumen Membeli Buah di Kota Waingapu Kabupaten Sumba Timur Provinsi Nusa Tenggara Timur. *Jurnal Pertanian Agros*, 24(2), 680–689.
- Nur Latifah, A., Sekar Tanjung, G., & Djazuli, R. A. (2023). Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Keputusan Pembelian Sayuran Organik Di Pasar Modern Kabupaten Gresik. *Jurnal Agribisnis*, 12(2), 141–149. <https://doi.org/10.32520/agribisnis.v12i2.2860>
- Rahman, A. A. (2022). Peningkatan Pendapatan Melalui Penerapan Pola Tanam Tumpang Sari Selada Hijau Dan Bayam Merah Pada Cv Tani Organik Merapi, (2021), 1–3.
- Simbolon, V. O., Mandei, J. R., Jocom, G., Studi, P., Fakultas, A., Universitas, P., & Ratulangi, S. (2024). Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Sayuran Di Pasar Bahu Kecamatan Malalayang Kota Manado, 6, 179–188.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung : PT Alfabeta.
- Suripatty, M. P., & Tantoly, M. (2019). Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Buah – Buah Di Pasar Mardika Kota Ambon Consumer Decision In Buying Fruits In Mardika Market Ambon City Agrilan : Jurnal Agribisnis Kepulauan. *AGRILAN : Jurnal Agribisnis Kepulauan*, 7(3), 299–314.
- Tinambo, T. A., & Sunaryanto, L. T. (2021). Faktor Faktor Yang Memengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Sayuran Bale Hidroponik Salatiga. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh*, 8(3), 762. <https://doi.org/10.25157/jimag.v8i3.5668>
- Veralianta Br Sebayang Nabila Rahmania Az Zahra, Diyah Puspa Asih Atsilanti, Devi Pradipta Kartika Buana, Muhammad Faishol Jahiddudin5), Abib Riyadi, T. A. (2024). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN KENTANG DI PASAR TRADISIONAL KOTA BOGOR, 7, 20–28. <https://doi.org/10.37600/ekbi.v7i1.1351>
- Vermila, C. W. (2016). Analisis Karakteristik Konsumen Yang Berbelanja Sembilan Bahan Pokok (Sembako) Di Pasar Tradisional Dan Pasar Moderen Di Kecamatan Marpoyan Damai Kota Pekanbaru, (115), 92–99.
- Yudiatmaja, F. (2013). *Analisis Regresi dengan Menggunakan Aplikasi Komputer Statistik*. Gramedia Pustaka Utama.