

**Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Sayuran Di Pasar Bahu  
Kecamatan Malalayang Kota Manado**

*Consumer Decisions in Vegetable Purchases at Bahu Market,  
Malalayang District, Manado City*

**Velin O. Simbolon, Juliana R. Mandei, dan Sherly Gladys Jocom**  
**Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Sam Ratulangi**

**ABSTRACT**

*Research at Bahu Market in Manado City can provide valuable information for producers, marketers, and policymakers regarding consumer behavior and the factors influencing vegetable purchasing decisions. This can help enhance the supply and marketing of vegetables that meet consumer needs. This study aims to describe the factors that determine vegetable purchasing decisions at Bahu Market, Malalayang District, Manado City. The research employs a descriptive analysis method. The collected data are described and qualitatively analyzed, presented in tabular form, and explained descriptively. Based on the results of the research, the factors determining vegetable purchasing decisions at Bahu Market, Malalayang District, Manado City, are ranked as follows: the highest is Attitude, followed by Lifestyle, Price, Quality, and the lowest is Location. Consumer attitude is the primary determining factor in vegetable purchasing decisions.*

**Keywords:** *vegetable purchasing decisions; consumer behavior; determining factors*

**ABSTRAK**

Penelitian di Pasar Bahu Kota Manado dapat memberikan informasi yang berharga bagi produsen, pemasar, dan pengambil kebijakan terkait dengan perilaku konsumen dan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian sayuran. Hal ini dapat membantu dalam meningkatkan penyediaan dan pemasaran sayuran yang sesuai dengan kebutuhan konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan faktor yang menentukan keputusan pembelian sayuran di pasar Bahu Kecamatan Malalayang Kota Manado. Penelitian ini menggunakan metode analisis data yang digunakan yaitu analisis deskriptif. Data yang telah terkumpul di deskripsikan dan dikaji secara kualitatif serta diuraikan dalam bentuk tabel dan dijelaskan secara deskriptif. Berdasarkan hasil penelitian faktor yang menentukan keputusan pembelian sayuran di Pasar Bahu Kecamatan Malalayang Kota Manado adalah faktor tertinggi yaitu Sikap, diikuti gaya hidup, harga, Kualitas dan terendah adalah lokasi. Sikap konsumen menjadi faktor penentu tertinggi dalam keputusan pembelian sayuran.

**Kata kunci:** keputusan pembelian sayuran; perilaku konsumen; faktor penentu

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Keputusan konsumen dalam membeli suatu produk untuk memenuhi kebutuhan hidup ada pada diri konsumen. Keputusan pembelian merupakan tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli dimana konsumen benar-benar membeli produk (Kotler dan Keller, 2007).

Salah satu komoditas hortikultura adalah sayur-sayuran. Sayuran adalah bahan makanan yang kaya akan vitamin, mineral, lemak, protein dan serat. Setiap jenis sayuran mempunyai keunikan dan daya tarik tersendiri, Seperti rasa yang lezat dan beraroma yang khas. Sayuran memegang peranan yang penting dalam meningkatkan gizi masyarakat. Gizi yang banyak terkandung dalam sayuran yaitu vitamin, mineral dan karbohidrat. Seiring dengan meningkatnya kebutuhan gizi masyarakat, kebutuhan akan sayuran akan meningkat dan jenis sayurannya pun semakin bervariasi. Mengingat begitu pentingnya manfaat sayuran bagi konsumen, maka komoditas ini memiliki nilai ekonomi yang besar bagi sektor agribisnis. Sayuran perlu dikonsumsi setiap hari oleh konsumen, untuk memelihara fungsi tubuh secara sehat, sehingga ketersediaan dan penawaran sayuran di pasar merupakan peluang bagi petani, pengelola pasar, dan pedagang sayuran.

Lokasi adalah salah satu peranan yang penting dalam keputusan pembelian, karena berkaitan dengan dekatnya lokasi penjualan dengan pusat keramaian, mudah dijangkau (aksesibilitas), aman, dan tersedianya tempat parkir yang luas. Lokasi yang strategis membuat konsumen lebih mudah dalam menjangkau dan juga keamanan yang terjamin. Keputusan dalam pemilihan lokasi pelayanan cenderung merupakan bagian penting dari seluruh strategi pemasaran untuk menyampaikan produk atau pelayanan kepada pelanggan (Manaan La, 2022).

Kota Manado memiliki beberapa pasar yang berfungsi sebagai sarana bagi masyarakat untuk melakukan pembelian sayuran, di antaranya adalah Pasar Bahu, Pasar Karombasan, Pasar Bersehati, dan Pasar Segar. Pasar Tradisional Bahu didirikan pada tahun 1966 dan terletak di Kecamatan Malalayang, Kota Manado. Pada awalnya, pasar ini dikenal dengan nama "Pasar Kilat" karena aktivitas perdagangannya berlangsung hanya dari pukul 06:00 hingga 10:00. Seiring dengan berjalannya waktu, nama pasar ini berubah menjadi "Pasar Bahu" karena aktivitas perdagangan telah meluas dan berlangsung dari pukul 04:00 hingga 21:00.

Berdasarkan uraian sebelumnya, terdapat beberapa alasan yang mendasari perlunya dilakukan penelitian di Pasar Bahu Kota Manado, yaitu Pasar Bahu merupakan salah satu pasar utama di Kota Manado yang menjadi tempat perbelanjaan sayur-sayuran bagi masyarakat. Hal ini menunjukkan bahwa pasar ini memiliki peran penting dalam memenuhi kebutuhan konsumen akan produk hortikultura, khususnya sayuran. Pasar Bahu telah berkembang yang menyediakan berbagai macam kebutuhan konsumen, termasuk sayur-sayuran. Kondisi ini menjadikan pasar ini menarik untuk diteliti, terutama terkait dengan perilaku konsumen dalam membeli sayuran di pasar tersebut. Seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya gizi, kebutuhan akan sayuran juga semakin meningkat. Penelitian di Pasar Bahu dapat memberikan informasi penting bagi produsen dan pemasar sayuran untuk memahami perilaku konsumen dan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian sayuran.

Pasar Bahu memiliki lokasi yang strategis dan aksesibilitas yang baik, yang dapat menjadi faktor penting yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Oleh karena itu, penelitian di pasar ini dapat mengungkap sejauh mana faktor lokasi dan aksesibilitas mempengaruhi keputusan pembelian sayuran. Dengan demikian faktor faktor yang mempengaruhi kepu-

tusan konsumen yaitu gaya hidup, sikap, kualitas, harga, dan lokasi.

Berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang keputusan Konsumen dalam Pembelian Sayuran di pasar Bahu dikarenakan salah satu pasar yang letaknya strategis yaitu di samping jalan antara pusat kota dan terminal malalayang, sehingga mempermudah peneliti untuk memperoleh data dari konsumen yang membeli sayuran.

### Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adah untuk mendeskripsikan faktor yang menentukan keputusan pembelian sayuran di pasar Bahu Kecamatan Malalayang Kota Manado.

### Manfaat Penelitian

1. Bagi masyarakat kecamatan malalayang diharapkan dapat menjadi bahan masukkan dalam menentukan produk, harga, tempat, promosi dan kualitas pelayanan dalam pemilihan pembelian sayuran.
2. Bagi Penelitian lain, diharapkan untuk menambah wawasan dan pengetahuan dalam berbagai temuan dan permasalahan yang belum terungkap dilapangan serta dapat dijadikan bahan referensi dalam bidang penelitian yang serupa.

## METODE PENELITIAN

### Waktu dan Tempat

Penelitian yang dilaksanakan selama 3 bulan yaitu Mei sampai Juli 2024 dari persiapan hingga penyusunan laporan hasil penelitian. Tempat penelitian dilaksanakan di Pasar Bahu, Kota Manado.

### Metode Pengumpulan Data

Metode dalam mengumpulkan data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawan-

cara konsumen yang berbelanja sayuran di pasar bahu dengan menggunakan kuesioner sebagai alat bantu pengumpulan data. Sedangkan data sekunder di peroleh dari sumber bacaan seperti: buku, internet, jurnal ilmiah, laporan penelitian, skripsi, tesis, dan media massa.

Dalam mengetahui pendapat responden dalam menjawab pertanyaan- pertanyaan yang sudah diajukan. Maka digunakan kuesioner sebagai pengumpulan data merupakan sejumlah pertanyaan tertulis yang berguna untuk memperoleh informasi dari responden. Dalam hal ini, maka digunakan pendekatan Skala Likert dengan menggunakan 5 kategori, hal ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1. Model Skala Likert

Sangat Setuju	Setuju	Ragu	Tidak Setuju	Sangat tidak Setuju
(SS)	(S)	R	(TS)	(STS)
5	4	3	2	1

Sumber: Freddy Rangkuti dalam Herdi Jayakusumah, 2011

### Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang melakukan pembelian sayuran di Pasar Bahu di Kota Manado. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik *accidental sampling*, yang dimana sampling accidental adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel. Responden diambil sebanyak 30 sampel. Menurut Gay, Mills, dan Airasian (2009: 133), dalam penelitian dengan metode deskriptif, minimal ukuran sampel yang direkomendasikan adalah 10% dari populasi, sementara untuk populasi yang lebih kecil sebaiknya minimal 20%. Dalam penelitian korelasi, disarankan untuk menggunakan sampel sebanyak 30 responden. Untuk penelitian eksperimen dan komparatif, diperlukan pula 30 responden untuk setiap kelompok yang akan

dibandingkan. Borg dan Gall (2007: 176) juga menyatakan bahwa dalam konteks penelitian eksperimen dan komparatif, sampel yang optimal adalah antara 15 hingga 30 responden per kelompok.

### Konsep Pengukuran Variabel

Menurut Sugiyono (2007), variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga di peroleh informasi tentang hal tersebut, Kemudian di tarik kesimpulannya.

Variabel dalam penelitian meliputi keputusan pembelian. Variabel yang diukur dalam penelitian ini yaitu:

1. Gaya Hidup, indikator pernyataan:
  - Kebiasaan mengkonsumsi sayuran sehari-hari
  - Sayuran selalu ada dalam menu sehari-hari
  - Kebiasaan berbelanja sayuran
2. Sikap, indikator pernyataan:
  - Senang mengkonsumsi sayuran
  - Sayuran baik untuk kesehatan
  - Sayuran memiliki banyak manfaat
  - Sayuran memiliki kandungan nutrisi yang tinggi
3. Kualitas, indikator pernyataan:
  - Sayuran yang dijual bersih
  - Sayuran yang dijual tidak layu atau segar
4. Harga, indikator pernyataan:
  - Harga yang terjangkau.
  - Harga sebanding dengan kualitas sayuran
5. Lokasi, indikator pernyataan:
  - Kemudahan dalam menjangkau lokasi
  - Tersedia fasilitas angkutan umum
  - Kebersihan pasar
  - Kenyamanan pasar
  - Parkiran

### Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis deskriptif. Selanjutnya adalah untuk menentukan kriteria yang didapatkan dari keseluruhan variabel adalah dengan menggunakan perhitungan:

Rentang Skala =

$$\frac{\text{Nilai tertinggi} - \text{Nilai terendah}}{\text{Jumlah Alternatif Jawaban}}$$

$$\text{Rentang Skala} = \frac{150 - 30}{5}$$

$$\text{Rentang Skala} = \frac{120}{5} = 24$$

Berdasarkan perhitungan sebagaimana tersebut diatas, maka dapat ditetapkan skala interval dalam penelitian ini untuk seluruh variabel adalah sebagai berikut berikut:

Tabel 2. Interval kelas dan kriteria tanggapan Responden

No.	Interval Rata-rata Jawaban responden	Keputusan Penetapan Kriteria Jawaban
1	126 – 150	Sangat Tinggi
2	102 – 125	Tinggi
3	78 – 101	Sedang
4	54 – 77	Rendah
5	30 – 53	Sangat Rendah

Sumber : Sugiyono (2012)

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Deskripsi Lokasi Penelitian

Pasar Bahu memiliki luas 1.600 m<sup>2</sup> berdasarkan data dari Dinas Pasar Kota Manado. Pasar ini dihuni oleh 132 pedagang, termasuk di dalamnya pedagang sayuran. Aktivitas perdagangan di pasar ini berlangsung setiap hari, dimulai dari pukul 04.00 dini hari hingga pukul

21.00 malam. Aktivitas paling ramai terjadi pada pukul 07.00 hingga 10.00, sedangkan pada pukul 12.00 hingga 15.00 cenderung sepi, lalu kembali ramai pada pukul 16.00 hingga berhenti pada pukul 21.00.

**Deskripsi Responden**

**Umur**

Umur konsumen merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian sayuran, umur konsumen memiliki hubungan dengan keputusan pembelian sayuran, baik dari segi preferensi, pola konsumsi, maupun kemampuan beli konsumen. Berdasarkan Tabel 3, umur responden dalam pengambilan keputusan pembelian sayur dapat dilihat bahwa tertinggi terdapat pada range usia 30-39 dengan persentase sebesar 33,3% sedangkan terendah yaitu pada range usia 60-69 dengan persentase sebesar 10%.

Tabel 3. Umur Responden

No.	Range Umur (tahun)	Jumlah Responden (orang)	Persentase (%)
1.	20-29	4	13,3
2.	30-39	10	33,3
3.	40-49	7	23,3
4.	50-59	6	20,0
5.	60-69	3	10,0

Sumber: diolah dari data primer, 2024

**Pekerjaan Responden**

Berdasarkan hasil pengolahan data, jenis pekerjaan yang paling banyak dimiliki oleh responden adalah Ibu Rumah Tangga, dengan 43,3% dari total responden, diikuti oleh PNS sebanyak 26,7%, Guru 20%, Wiraswasta 6,7%, dan Pekerja di warung makan 3,3%.

**Jenis Sayuran**

Berdasarkan hasil pengolahan data, mengenai jenis sayuran yang dibeli oleh responden dapat diketahui bahwa Kangkung dan

Bayam merupakan sayuran yang paling banyak dibeli, menunjukkan populariti dan permintaan yang tinggi di kalangan responden. Sawi dan Wortel juga mendapat perhatian, tetapi dengan jumlah pembelian yang lebih rendah berbanding kangkung dan bayam. Sayuran lain seperti kol, brokoli, dan buncis menunjukkan pembelian yang lebih sedikit, menandakan mungkin kurang popular atau kurang diminati. Beberapa sayuran seperti kentang, timun, dan labuh siam mempunyai jumlah pembelian yang sangat rendah, menunjukkan bahawa mereka mungkin tidak menjadi pilihan utama bagi responden.

**Faktor Penentu Keputusan Konsumen Berdasarkan Gaya Hidup**

Terdapat tiga indikator yang dinilai, yaitu kebiasaan mengkonsumsi sayuran sehari-hari, sayuran selalu ada dalam menu sehari-hari, dan kebiasaan berbelanja sayuran. Masing-masing indikator memiliki total penilaian yang dikategorikan sebagai Sangat Tinggi (128 dan 127) dan Tinggi (123). Rata-rata penilaian dari ketiga indikator tersebut adalah 126, yang juga dikategorikan sebagai Sangat Tinggi.

Tabel 4. Penilaian responden berdasarkan indikator gaya hidup

No.	Indikator Gaya Hidup	Total Penilaian	Kategori
1	Kebiasaan mengkonsumsi sayuran sehari-hari	128	Sangat Tinggi
2	Sayuran selalu ada dalam menu sehari-hari	127	Sangat Tinggi
3	Kebiasaan berbelanja sayuran	123	Tinggi
Rata-rata Penilaian		126	Sangat Tinggi

Sumber: diolah dari data primer, 2024

Tabel 4 menunjukkan penilaian responden berdasarkan indikator gaya hidup. Terdapat tiga indikator yang dinilai, yaitu kebiasaan mengkonsumsi sayuran sehari-hari, sayuran selalu ada dalam menu sehari-hari, dan kebiasaan berbelanja sayuran. Masing-masing indikator memiliki total penilaian yang dikategorikan sebagai Sangat Tinggi (128 dan 127) dan Tinggi (123). Rata-rata penilaian dari ketiga indikator tersebut adalah 126, yang juga dikategorikan sebagai Sangat Tinggi.

#### **Faktor Penentu Keputusan Konsumen Berdasarkan Sikap**

Berdasarkan Tabel 5, Penilaian responden berdasarkan indikator sikap, dapat dilihat bahwa semua indikator sikap memiliki total penilaian yang sama, masing-masing total indikator sikap sebesar 143. Hal ini menunjukkan bahwa semua indikator memiliki tingkat yang sama.

Tabel 5. Penilaian responden berdasarkan indikator Sikap

No	Indikator Sikap	Total Penilaian	Kategori
1	Senang mengkonsumsi sayuran	143	Sangat Tinggi
2	Sayuran baik untuk kesehatan	143	Sangat Tinggi
3	Sayuran memiliki banyak manfaat	143	Sangat Tinggi
4	Sayuran memiliki kandungan nutrisi yang tinggi	143	Sangat Tinggi
Rata-rata		143	Sangat Tinggi

Sumber: diolah dari data primer, 2024

#### **Faktor Penentu Keputusan Konsumen Berdasarkan Kualitas**

Berdasarkan Tabel 6, penilaian responden terhadap kualitas sayuran di Pasar Bahu Kecamatan Malalayang Kota Manado menunjukkan hasil yang tinggi. Hal ini terlihat dari total penilaian terhadap indikator "Sayuran yang dijual bersih" dan "Sayuran yang dijual tidak layu atau segar" yang mencapai 118 dan 125, serta rata-rata penilaian mencapai 121,5. Semua nilai tersebut termasuk dalam kategori tinggi.

Tabel 6. Penilaian Responden Berdasarkan Indikator Kualitas

No	Indikator Kualitas	Total Penilaian	Kategori
1	Sayuran yang dijual bersih	118	Tinggi
2	Sayuran yang dijual tidak layu atau segar	125	Tinggi
Rata-rata		121,5	Tinggi

Sumber: diolah dari data primer, 2024

#### **Faktor Penentu Keputusan Konsumen Berdasarkan Harga**

Tabel 7. Penilaian responden berdasarkan indikator Harga

No	Indikator Kualitas	Total Penilaian	Kategori
1	Harga yang terjangkau.	128	Sangat Tinggi
2	Harga sebanding dengan kualitas sayuran	124	Tinggi
3	Harga lebih murah ketika pembelian lebih banyak	117	Tinggi
Rata-rata		123	Tinggi

Sumber: diolah dari data primer, 2024

Berdasarkan Tabel 7, penilaian responden berdasarkan indikator harga, dapat dilihat bahwa indikator harga tertinggi yaitu indikator “harga yang terjangkau” dengan total penilaian indikator sebesar 128, sedangkan terendah yaitu indikator “harga lebih murah ketika pembelian lebih banyak” dengan total penilaian indikator sebesar 117.

**Faktor Penentu Keputusan Konsumen Berdasarkan Lokasi**

Berdasarkan Tabel 8, penilaian responden berdasarkan indikator lokasi dapat dilihat bahwa indikator tertinggi yaitu kemudahan dalam menjangkau lokasi dengan total penilaian sebesar 131, sedangkan yang terendah yaitu parkir dengan total indikator sebesar 76. Tabel 8 menunjukkan juga bahwa responden memberikan penilaian yang tinggi untuk sebagian besar indikator lokasi di Pasar Bahu Kota Manado, kecuali untuk indikator parkir yang mendapat penilaian rendah. Hal ini menunjukkan bahwa faktor-faktor terkait lokasi seperti kemudahan akses, fasilitas angkutan umum, kebersihan, dan kenyamanan pasar dianggap baik oleh responden, namun masih ada perbaikan yang diperlukan dalam hal

Tabel 8. Penilaian responden berdasarkan indikator Lokasi

No	Indikator Sikap	Total Penilaian	Kategori
1	Kemudahan dalam menjangkau lokasi	131	Sangat Tinggi
2	Tersedia fasilitas angkutan umum	125	Tinggi
3	Kebersihan pasar	124	Tinggi
4	Kenyamanan pasar	121	Tinggi
5	Parkiran	76	Rendah
Rata-rata		115,4	Tinggi

Sumber: diolah dari data primer, 2024

parkiran. Penilaian ini dapat memengaruhi keputusan konsumen dalam memilih untuk berbelanja di pasar tersebut.

**Faktor Penentu Keputusan Konsumen**

Faktor penentu keputusan konsumen memiliki banyak faktor, diantaranya yaitu berdasarkan gaya hidup, sikap, kualitas, harga dan lokasi. Untuk melihat faktor tersebut dapat dilihat pada Tabel 9.

Tabel 9. Faktor Penentu Keputusan Konsumen

No	Faktor Penentu	Rata-rata Penilaian	Kategori
1	Gaya Hidup	126,0	Sangat Tinggi
2	Sikap	143,0	Sangat Tinggi
3	Kualitas	121,5	Tinggi
4	Harga	123,0	Tinggi
5	Lokasi	115,4	Tinggi

Sumber: diolah dari data primer, 2024

Tabel 9 menunjukkan faktor penentu keputusan konsumen berdasarkan rata-rata penilaian. Faktor gaya hidup dan sikap memiliki rata-rata penilaian tertinggi, yaitu 126,0 dan 143,0, yang dikategorikan sebagai sangat tinggi. Faktor kualitas, harga, dan lokasi memiliki rata-rata penilaian lebih rendah tetapi masih dikategorikan tinggi, dengan nilai masing-masing 121,5, 123,0, dan 115,4. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen di pasar tersebut mempertimbangkan berbagai aspek dalam menentukan pilihan mereka, tidak hanya fokus pada satu faktor saja. Konsumen mementingkan gaya hidup mereka dalam memilih sayur, juga sangat peduli dengan sikap, kualitas sayur, harga, dan lokasi pasar. Hasil ini mengindikasikan bahwa konsumen di Pasar Bahu memiliki kesadaran yang tinggi dalam memilih sayur, dan mereka cenderung memilih produk yang sesuai dengan kebu-

tuhan dan preferensi mereka. Hal ini juga menunjukkan bahwa pedagang di Pasar Bahu perlu memperhatikan berbagai aspek yang memengaruhi keputusan konsumen, termasuk kualitas produk, harga, dan sikap pelayanan, untuk menarik minat konsumen dan meningkatkan penjualan.

Berdasarkan faktor-faktor penentu keputusan konsumen yang terdapat dalam Tabel 9, peneliti menghubungkannya dengan keputusan konsumen dalam pembelian sayuran di Pasar Bahu Kota Manado.

### **Gaya Hidup**

Kebiasaan mengonsumsi sayuran sehari-hari memiliki pengaruh terhadap pengambilan keputusan pembelian sayuran, yang dipengaruhi oleh gaya hidup konsumen (Timban *et al.*, 2024). Konsumen dengan gaya hidup sehat cenderung memiliki kebiasaan mengonsumsi sayuran secara rutin, mendorong pembelian sayuran lebih sering. sehingga, kebiasaan mengonsumsi sayuran sehari-hari yang dipengaruhi oleh gaya hidup berdampak pada pengambilan keputusan pembelian sayuran.

### **Sikap**

Informasi digital juga dapat meningkatkan kesadaran konsumen akan manfaat dan kualitas sayuran, membangun kepercayaan melalui transparansi dan ulasan terpercaya, memperkuat sikap positif konsumen, serta dipengaruhi oleh rekomendasi dan tren di media sosial. Secara keseluruhan, informasi digital yang mudah diakses, terpercaya, dan didukung oleh pengaruh sosial digital dapat memperkuat sikap positif konsumen terhadap sayuran, sehingga meningkatkan keputusan pembelian.

### **Kualitas**

Kualitas sayuran yang ditawarkan, seperti kesegaran dan kebersihan, akan memengaruhi keputusan konsumen (Vydiamanta *et al.*, 2021) dalam memilih sayuran di Pasar Bahu Kota Manado.

### **Harga**

Harga yang terjangkau merupakan faktor penting yang mempengaruhi keputusan pembelian sayuran (Mokalu *et al.*, 2020). Harga sayuran yang terjangkau sesuai daya beli konsumen akan mendorong pembelian lebih sering. sehingga, harga sayuran yang sesuai akan menjadi pertimbangan utama dalam keputusan pembelian.

### **Lokasi**

Kemudahan dalam menjangkau lokasi penjualan sayuran merupakan faktor penting yang mempengaruhi keputusan pembelian (Sumarwan *et al.*, 2013). Konsumen akan mempertimbangkan seberapa mudah mereka dapat mengakses lokasi penjualan, dengan lokasi yang strategis dan dekat dengan tempat tinggal atau tempat kerja akan meningkatkan pembelian (Widayat & Purwanto, 2020). Ketersediaan sarana transportasi yang memadai untuk menjangkau lokasi juga menjadi pertimbangan. Kenyamanan berbelanja di lokasi penjualan, seperti ketersediaan lahan parkir yang memadai, akan mendorong keputusan pembelian sayuran, akan tetapi lahan parkir pada pasar bahu yang tersedia hanya untuk kendaraan bermotor, belum tersedia untuk kendaraan roda 4. Secara keseluruhan, kemudahan akses, jarak dengan lokasi konsumen, ketersediaan transportasi, kenyamanan berbelanja, dan ketersediaan parkir di lokasi penjualan sayuran akan menjadi pertimbangan penting dalam keputusan pembelian.

Dengan demikian, faktor-faktor penentu keputusan konsumen dalam pembelian sayuran di Pasar Bahu Kota Manado, di mana faktor-faktor tersebut dapat memengaruhi preferensi dan keputusan pembelian konsumen di pasar bahu Kota Manado.



## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian faktor yang menentukan keputusan pembelian sayuran di Pasar Bahu Kecamatan Malalayang Kota Manado adalah faktor tertinggi yaitu Sikap, diikuti gaya hidup, harga, Kualitas dan terendah adalah lokasi. Sikap konsumen menjadi faktor penentu tertinggi dalam keputusan pembelian sayuran.

### Saran

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat diberikan saran-saran yaitu agar Menjaga kebersihan dan kenyamanan lingkungan pasar agar dapat menarik minat konsumen untuk berbelanja. Menyediakan fasilitas yang memadai seperti tempat parkir yang luas dan aman untuk meningkatkan aksesibilitas konsumen.

Dengan adanya saran tersebut, diharapkan dapat membantu meningkatkan keputusan pembelian sayuran di Pasar Bahu Kecamatan Malalayang Kota Manado.

## DAFTAR PUSTAKA

- Kotler dan Keller. 2007. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sayur Paprika (*Capsicum annuum* L.) (Studi Kasus: Supermarket Brastagi Jln. Gatot Subroto Medan). Skripsi. Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Medan.
- La Ode Abdul Manan, Herman Titop, Windi Yuliasari. 2022. Pengaruh Lokasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Ready To Drink (Rtd) Kedai Three Thai Tea Desa Awunio Kecamatan Kolono Kabupaten Konawe Selatan. Jurnal Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sulawesi Tenggara.
- Mokalu, J. Y., Maweikere, A. M., & Waney, N. F. 2020. Deskripsi Faktor-Faktor Pada Konsumen Membeli Kebutuhan Bahan Pokok Di Pasar Tradisional Dan Pasar Modern (Studi Kasus Pasar Tradisional Pinasungkulan Dan Swalayan Freshmart Bahu Kota Manado) (Description the factors on consumer buying staple goods in traditional market and modern markets in the Manado City (Case study of Pinasungkulan Traditional Market and Modern Market Freshmart Bahu in Manado City)). *Journal of Agribusiness and Rural Development (Jurnal Agribisnis dan Pengembangan Pedesaan)*, 2(3).
- Sugiyono. 2007. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, U., Noviandi, A., & Kirbrandoko, K. 2013. Analisis proses keputusan pembelian, persepsi dan sikap konsumen terhadap beras organik di Jabotabek (An analysis of purchasing decision, perceptions and consumer attitudes toward organic rice in Jabodetabek). *Jurnal Pangan*, 22(2), 87-104.
- Timban, A. R. S., Mandei, J. R., & Jocom, S. G. 2024. Identification Of Determinants Influencing Consumer Decision-Making For Local and Imported Fruits Purchases in Manado City. *Agri-sosioekonomi*, 20(1), 1-12.
- Vydiamanta, V., Suhud, U., & Febrilia, I. 2021. Keputusan Konsumen Membeli Sayur Menggunakan Aplikasi Online: Apakah

WoM dan Kualitas Produk Mempengaruhi?. JRMSI-Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia, 12(2), 335-353.

Widayat, W., & Purwanto, H. 2020. Pengaruh kualitas pelayanan, harga, keberagaman

produk, suasana toko dan lokasi terhadap minat beli konsumen di Pasar Tradisional Wonosobo. *Journal of Economic, Business and Engineering (JEBE)*, 2(1), 123-132.