ABSTRAK

Aldi Saputra, “Analisis Perilaku Konsumen dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Sayuran Segar di Pasar Modern Kota Jambi”. Dibimbing oleh **Bapak Dr.Ir Saidin Nainggolan, M.Si** dan **Ir. Dewi Sri Nurchaini, M.P.**

Penelitian ini bertujuan untuk: 1) Menggambarkan karakteristik konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian Sayuran segar di Pasar Modern Jambi Kota Jambi, 2) Menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian sayuran segar di Pasar Modern Kota Jambi. Penelitian ini dilaksanakan di Pasar modern yang ada di Kota Jambi. Pemilihan lokasi penelitian ini dilakukan dengan metode *purposive sampling*. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan data primer dan menggunakan pendekatan *Partial Least Square - Structural Equation Model* (PLS-SEM). Hasil penelitian menunjukkan 1.) Karakteristik konsumen dalam membeli produk sayuran segar di pasar modern mayoritas berusia 31-35 tahun, konsumen pasar modern mayoritas adalah wanita, etnis yang paling dominan dalam berbelanja sayuran segar di pasar modern yaitu adalah etnis tionghoa, tempat prioritas responden dalam berbelanja sayuran segar yaitu di pasar modern, konsumen berpendapat bahwa konsumsi sayuran sangat penting dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari, konsumen mengkonsumsi sayuran segar ebagai menu pelengkap makanan, pengambil keputusan dalam berebelanja sayuran di pasar modern adalah istri, sumber informasi tempat membeli sayuran di pasar modern responden yaitu pengetahuan terdahulu, pertimbangan konsumen dalam berbelanja sayuran di pasar modern dikarenakan atribut fisik sayuran, Konsumen memutuskan pembelian sayuran secara terencana, Konsumen berbelanja sayuran segar dilakukan setiap hari, Konsumen akan tetap membeli sayuran segar walaupun terjadi kenaikan harga, responden akan tetap membeli sayuran dengan jenis lain apabila tidak tersedia jenis sayuran yang diinginkan, adapun jenis sayuran yang sering dikonsumsi konsumen adalah jenis sayuran daun. 2). Faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen sayuran segar di pasar modern adalah faktor internal secara langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku konsumen dan variabel sayuran segar, serta faktor internal yang dimoderasi variabel moderasi sayuran segar berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumen. Faktor eksternal secara langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel moderasi sayuran segar dan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap perilaku konsumen, serta faktor eksternal yang dimoderasi variabel sayuran segar berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumen. Variabel moderasi sayuran segar dengan indikator atribut produk dan bauran pemasaran secara langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumen pada pasar modern di Kota Jambi.

Kata Kunci : Perilaku Konsumen, Sayuran segar, Keputusan Pembelian