

ABSTRAK

R.M. DARMANSYAH, Analisis Faktor-Faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli sayuran secara *online* di Kota Jambi. Dibimbing oleh, **Ibu Dr. Mirawati Yanita,S.P., M.M, CIQaR., CIQnR dan Ir. Dewi Sri Nurchaini, M.P.**

Penelitian ini bertujuan untuk : 1) Menjelaskan gambaran *e-commerce* lokal komoditas sayuran di Kota Jambi, 2) Mendeskripsikan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan dalam membeli sayur secara *online* di Kota Jambi, 3) Menganalisis besarnya pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap keputusan konsumen dalam membeli sayur secara *online* di Kota Jambi. Objek dalam penelitian ini adalah Masyarakat yang terbiasa berbelanja sayuran secara *online* di Kota Jambi dan tinggal di Kota Jambi. Pemilihan responden dilakukan dengan sistem *voluntary sampling*. Teknik analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah *Structural Equation Model Partial Least Square* (PLS). E-Commerce sayuran di Kota Jambi menunjukkan adanya perkembangan yang positif, didorong oleh kemudahan akses internet, hingga perubahan gaya hidup masyarakat. Platform *e-commerce* sayuran lokal layaknya Belanja Official dan Kribo.id menawarkan model bisnis yang beragam, baik marketplace maupun direct-to-consumer, dengan keunggulan dan kelebihan masing-masing. Potensi *e-commerce* sayuran di masa depan juga menjanjikan dengan adanya teknologi AI dan IoT, serta inovasi model bisnis yang berkelanjutan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara langsung faktor internal dan faktor eksternal tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen namun variabel moderasi (bauran pemasaran dan atribut produk) memiliki pengaruh positif dan signifikan. Selain itu, secara tidak langsung melalui variabel moderasi, faktor internal memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Hal tersebut menyebabkan variabel moderasi memiliki posisi sebagai full moderation (moderasi penuh) yang mengindikasikan bahwa pengoptimalan variabel moderasi secara positif akan meningkatkan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian konsumen. Agar *e-commerce* sayuran di Kota Jambi dapat dikembangkan lebih lanjut, saran dari penulis adalah perlu adanya pengoptimalan dalam variabel moderasi serta meningkatkan interaksi untuk faktor eksternal. Membangun lingkungan ekosistem *e-commerce* dalam rangka untuk meningkatkan jangkauan kepada masyarakat dalam lingkup eksternal masing masing individu masyarakat.

Kata Kunci: Sayuran, E-commerce, Perilaku Konsumen, Keputusan Pembelian.