

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk: 1). Mengetahui karakteristik konsumen sayuran di pasar tradisional Kota Jambi, 2). Untuk menganalisis faktor yang mempengaruhi konsumen terhadap pengambilan keputusan pembelian sayuran segar di pasar tradisional Kota Jambi. Penelitian ini dilaksanakan di pasar tradisional yang ada di Kota Jambi. Pemilihan lokasi penelitian ini dilakukan dengan metode purposive sampling. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan data primer dan menggunakan pendekatan Partial Least Square - Structural Equation Model (PLS-SEM). Hasil penelitian menunjukkan 1) Berdasarkan Usia, menunjukkan sebagian besar konsumen berusia >36 tahun sebanyak (45 %), prioritas tempat berbelanja pada pasar tradisional sebanyak (100 %), Konsumen menganggap mengkonsumsi sayuran sangat penting sebanyak (76,66 %), konsumen mengkonsumsi sayuran segar sebagai Memenuhi kebutuhan gizi / menjaga kesehatan (90 %), istri merupakan pengambil keputusan pembelian sayuran di pasar tradisional sebanyak (80 %), konsumen memutuskan pembelian sayuran segar di pasar tradisional konsumen secara terencana sebanyak (91,66 %), Frekuensi konsumen dalam berbelanja sayuran segar di pasar tradisional Kota Jambi dilakukan dua kali seminggu yaitu sebanyak (60 %), jenis sayuran yang sering dikonsumsi yaitu jenis sayuran buah yaitu sebanyak (90 %). 2). Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen sayuran segar di pasar tradisional adalah faktor internal dan Faktor eksternal secara langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel moderasi persepsi konsumen dan perilaku konsumen, faktor internal dan faktor eksternal yang dimoderasi variabel persepsi konsumen berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap perilaku konsumen. Variabel moderasi persepsi konsumen secara langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumen.

Kata Kunci: Perilaku Konsumen, Sayuran Segar, PLS-SEM, Faktor Internal, Faktor Eksternal, Pasar Tradisional

ABSTRACT

This study aims to: 1) determine the characteristics of vegetable consumers in traditional markets in Jambi City, and 2) analyze the factors that influence consumers' purchasing decisions for fresh vegetables in traditional markets in Jambi City. This study was conducted in traditional markets in Jambi City. The research locations were selected using a purposive sampling method. Data analysis used in this study utilized primary data and a Partial Least Squares - Structural Equation Model (PLS-SEM) approach. The research results show: 1) Based on age, the majority of consumers are aged over 36 (45%), 100% of consumers prioritize shopping at traditional markets (76.66%), 76% of consumers consider consuming vegetables very important (76.66%), 90% of consumers consume fresh vegetables to meet nutritional needs/maintain health (90%), 80% of wives are the decision makers for purchasing vegetables at traditional markets (80%), 91.66% of consumers make planned decisions about purchasing fresh vegetables at traditional markets (91.66%). 60% of consumers shop for fresh vegetables at traditional markets in Jambi City twice a week (60%), and 90% of the most frequently

consumed vegetables are fruits. 2). Factors influencing consumer behavior for fresh vegetables in traditional markets are: Internal and external factors directly have a positive and significant influence on the moderating variables of consumer perception and consumer behavior. Internal and external factors moderated by the consumer perception variable have a positive but insignificant influence on consumer behavior. The moderating variable of consumer perception directly has a positive and significant influence on consumer behavior. **Keywords: Consumer Behavior, Fresh Vegetables, PLS-SEM, Internal Factors, External Factors, Traditional Markets**