

## **Faktor Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen dalam Pembelian Buah Lokal Pasca Pandemi Covid 19 di Kabupaten Jombang**

Factors Influencing Consumer Decisions in Purchasing Local Fruits After the Covid 19 Pandemic in Jombang Regency

**Mila Familiyah<sup>1\*</sup>, Zulfikar<sup>1</sup>, Ambar Susanti<sup>1</sup>, Umar Khasan<sup>1</sup>**

<sup>1</sup> Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas KH. A. Wahab Hasbullah

\*email korespondensi: [milafamiliyah@gmail.com](mailto:milafamiliyah@gmail.com)

### **Info Artikel**

Diajukan: 26 April 2023  
Diterima: 15 Mei 2023  
Diterbitkan: 31 Juli 2023

### **Abstract**

*During the last 5 years, the fruit productivity rate has increased by 4.8%. with annual production reaching 7.9 tons. However, the public consumption rate decreased by 1.4%, mainly due to the covid 19. This study was conducted to determine the factors that influence consumers in buying local fruit. This research was conducted in Ngusikan District, Jombang Regency with the determination of the sample using the Slovin formula with multiple linear regression analysis. The results showed that the multiple linear regression model formed was significant with the regression equation  $Y = 0,1571 - 0,211X_1 + 0,022X_2 + 0,181X_3 + 0,353X_4 + 0,164X_5 + 0,064X_6$  and  $R^2 = 0,324$ . The results showed that the most influential variables were employment status, knowledge, and culture because the higher the income, the higher the consumption of fruit. While the variables of motivation, perception, and satisfaction have no significant effect.*

### **Keyword:**

*Consumer decisions; local fruit; multiple linear regression; post covid 19.*

### **Abstrak**

Selama kurun waktu 5 tahun terakhir, tingkat produktif buah mengalami peningkatan 4.8%. dengan produksi pertahun mencapai 7,9 ton. Namun angka konsumsi masyarakat mengalami penurunan 1,4%, terutama akibat adanya covid 19. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui faktor faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian buah lokal. Penelitian dilakukan di Kecamatan Ngusikan Kabupaten Jombang dengan penetapan sampel menggunakan rumus slovin serta analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa model regresi linier ganda yang dibentuk signifikan dengan persamaan regresinya  $Y = 0,1571 - 0,211X_1 + 0,022X_2 + 0,181X_3 + 0,353X_4 + 0,164X_5 + 0,064X_6$  dan nilai  $R^2 = 0,324$ . Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel yang paling berpengaruh besar adalah status pekerjaan, pengetahuan dan budaya, karena semakin tinggi hasil pendapatan semakin tinggi konsumsi buah. Sedangkan variabel motivasi, persepsi dan kepuasan tidak berpengaruh secara signifikan.

### **Kata Kunci:**

Buah lokal; keputusan konsumen; pasca covid 19; regresi linear berganda.

## **PENDAHULUAN**

Berdasarkan data BPS (2022) menunjukkan bahwa angka produksi buah-buahan lokal dalam jangka waktu 5 tahun terakhir mengalami peningkatan, pada tahun 2019 produksi buah-buahan lokal mencapai 22,5 juta ton atau naik 4,8% dibandingkan tahun sebelumnya, serta per 1 Agustus tahun 2021 produksi buah mencapai 7,9 juta ton. Sedangkan menurut WHO (2021) mengungkapkan bahwa tingkat konsumsi buah masyarakat Indonesia masih rendah dengan rata-rata konsumsi tahun 2020 sebesar 88,56 gram/kapita/hari, mengalami penurunan sebesar 1,4 persen dibandingkan 2019. Angka konsumsi hanya 59,04 persen dari batas minimal angka kecukupan gizi dimana badan kesehatan dunia WHO menyarankan takaran konsumsi buah 150 gram/kapita/hari. Dari fenomena tersebut perlu, adanya analisis yang melatarbelakangi konsumen dalam melakukan pembelian.

Perilaku konsumen menjadi bahan informasi petani untuk pemetaan dalam perencanaan dan mengevaluasi dalam pengembangan produk, serta mengetahui arah pasar yang jelas. (Vikaliana, Arifin, Mariam, Irwansyah, & Hidayat, 2021) menyatakan bahwa ada beberapa faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan oleh konsumen dalam melakukan pembelian buah meliputi motivasi, persepsi, pengetahuan, pekerjaan, budaya dan kepuasan. Karakteristik konsumen dalam membeli buah lokal harus dipahami oleh penjual buah lokal agar penjual dapat mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi masyarakat memutuskan untuk membeli agar bisa meningkatkan budidaya buah-buahan lokal serta meningkatkan pasokan kepada penjual.

Kabupaten Jombang, sebagai wilayah sentral agribisnis di provinsi Jawa Timur memiliki pusat perdagangan buah pada pasar-pasar tradisional yang salah satunya Pasar Legi. Pasar tersebut menjual komoditi pertanian berupa buah-buahan lokal, juga masih banyak penjual buah lokal di tiap kecamatan seperti Pasar Ploso, Pasar Tapen. Buah lokal terdiri dari jeruk, pisang, semangka, alpukat, mangga, melon, salak (Pattiasina & Tantoly, 2019). Konsumsi buah di Kabupaten Jombang dipengaruhi karena adanya budaya masyarakat, buah biasanya dijadikan sebagai sajian saat acara hajatan, lamaran, dan kegiatan lainnya. Buah dinilai masyarakat lebih praktis, dan murah. Untuk itu maka, pada penelitian ini kami ingin mengetahui berbagai macam faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian buah lokal pasca pandemi covid 19 di kabupaten Jombang.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini diawali dengan melakukan observasi awal untuk mengetahui kondisi lokasi penelitian yang sesuai dengan tujuan penelitian. Kemudian dilakukan pengumpulan data, analisis dan penarikan kesimpulan. Subjek penelitian merupakan masyarakat Kecamatan Ngusikan yang ditemui sekitar penjual buah. Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Ngusikan Kabupaten Jombang. Teknik pengambilan data penelitian menggunakan observasi dan kuisisioner. Responden dipilih melalui rumus Slovin. dari perhitungan berdasarkan jumlah penduduk, sehingga memperoleh hasil 96 responden. Teknik analisis data yang digunakan regresi berganda dengan teknik analisis linier berganda, data dianalisis menggunakan uji validitas dan reabilitas, kemudian diuji dengan asumsi klasik. Penyimpulan hasil penelitian dilakukan berdasarkan hasil uji analisis SPSS, Jika nilai  $\text{sig} > 0,05$  maka pengaruh terhadap variabel  $x$  dan  $y$  adalah negatif.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### ***Deskripsi Responden***

Jumlah data diperoleh langsung dari responden berjumlah 96 orang. Setelah data dianalisis, menghasilkan karakteristik responden dari berbagai kelompok, berdasarkan umur, jenis pendidikan, jenis pekerjaan dan jumlah penghasilan.

Berdasarkan umur responden di bawah umur 30 tahun sebanyak 60 orang dengan presentase 89%. Sedangkan yang berumur di atas 30 tahun sejumlah 26 orang, atau 35%.

Selanjutnya dilihat dari karakteristik responden menurut jenis Pendidikan responden paling dominan berpendidikan menengah ke atas dengan jumlah 59, SMP sejumlah 18 orang, sekolah dasar 12 orang, tingkat sarjana 6 orang, dan D3 paling rendah yakni satu orang. Karakter Jenis pekerjaan reponden di dominasi oleh karyawan swasta sebanyak 23 orang, kemudian ibu rumah tangga 22 orang. Kalangan palajar dan mahasiswa 21 orang, petani, pedagang pegawai swasta rata rata 6 orang. Pekerjaan guru dan pengusaha merupakan paling sedikit, 3 dan 2 orang. Berdasarkan kategori Jumlah penghasilan responden, paling tinggi dengan pendapatan lebih dari Rp. 500.000 sebanyak 46 orang, sedangkan tidak berpenghasilan dan kurang dari Rp. 500.000 memiliki jumlah yang sama yakni 25 responden, presentase 50%.

### **Uji Validitas**

Terlihat bahwa semua instrument dari enam variabel X dan Y keseluruhannya menunjukkan nilai korelasi Pearson diatas 0,50. Hal tersebut menunjukkan bahwa semua variabel diperoleh data yang valid dari konstruk kuisioner yang dibangun dari 97 responden yang diambil datanya. Hasil dari analisis validitas X dan Y diperoleh kurang dari 0,005, sehingga variabel dapat dikatakan valid.

### **Uji Reabilitas**

Uji reabilitas berfungsi untuk mengukur tingkat kevalidan jumlah responden. Berdasarkan dari hasil analisis Case Processing Summary bahwa variabel X<sub>1</sub> pada kuisioner dengan estimasi valid 100% dari 96 responden, sehingga bisa disimpulkan bahwa jumlah responden reliable. Uji reabilitas pada variabel X1 menunjukkan bahwa Cronboach's Alpha 0,692 dengan N of Items atau jumlah pertanyaan yang diinput ke dalam variabel adalah 4. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hasil Cronbach's Alpha untuk 4 data atau pertanyaan yakni 0,692. Uji reabilitas pada variabel X2 menunjukkan bahwa Cronboach's Alpha 0,710 dari 8 pertanyaan. Analisis reabilitas X3 menunjukan bahwa nilai Cronbach's alpha sebesar 753, dengan 4 pertanyaan yang diinput. Tabel hasil output pada X4 analisis Reability Statistic, diperoleh bahwa cronboach's alpha 838, dan jumlah pertanyaan yang diinput 4. Hasil analisis regresi X5 Cronboach's Alpha yang diperoleh adalah 785, dengan jumlah total pertanyaan 5. Hasil analisis regresi X6 menunjukkan bahwa Cronboach's Alpha yang diperoleh adalah 817, dengan jumlah total pertanyaan 4. Sedangkan hasil analisis regresi variabel Y menunjukkan bahwa Cronboach's Alpha yang diperoleh adalah 766, dengan jumlah total pertanyaan 4

### **Uji Linieritas**

Berdasarkan nilai siginifikansi, dari hasil analisis diatas, mendapatkan hasil nilai *Deviation From Linearity* sig 0,708, lebih besar dari 0,05. Sehingga ada hubungan linier secara signifikan pada variabel Motivasi, persepsi, pengetahuan, pekerjaan, budaya kepuasan dengan keputusan konsumen.

### **Uji Asumsi Klasik Normalitas**

**Tabel 1.** Hasil Uji Normalitas

<b>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</b>		Unstandardized Residual
N		97
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	0E-7
	Std. Deviation	.53503958
Most Extreme Differences	Absolute	.041
	Positive	.041
	Negative	-.029
Kolmogorov-Smirnov Z		.399
Asymp. Sig. (2-tailed)		.997
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		

Sumber: Data primer diolah (2022)

Uji normalitas sebagai salah satu syarat dalam analisis regresi berganda, berfungsi untuk menentukan data berdistribusi normal. Berdasarkan hasil analisis pada tabel 1 diketahui bahwa nilai signifikansi Sig 2 Tailed 0,997 lebih besar dibandingkan dengan 0,05. Sehingga disimpulkan data berdistribusi 5 normal.

### **Uji Multikolineritas**

Uji multikolineritas merupakan bertujuan untuk menganalisis adanya hubungan antara variabel independent dan bebas.

**Tabel 2.** Hasil Uji Multikolineritas

<b>Collinearity Statistics</b>	
<b>Tolerance</b>	<b>VIF</b>
.760	1.316
.741	1.349
.580	1.724
.533	1.878
.768	1.302
.694	1.442

Sumber: Data primer diolah (2022)

Berdasarkan hasil analisis pada tabel diatas, diperoleh nilai VIF <10,00, maka dari itu dapat diasumsikan bahwa tidak terjadi gejala multikolineritas.

### **Uji Heteroskedastisitas**

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji adanya ketidaksamaan antara nilai residual dengan pengamatan lain.

**Tabel 3.** Hasil Uji Heteroskedastisitas

	<b>Model</b>	<b>Sig.</b>
1	(Constant)	.473
	X1	.271
	X2	.766
	X3	.563
	X4	.321
	X5	.735
	X6	.846

Sumber: Data primer diolah (2022)

Hasil analisis uji heteroskedastisitas menunjukkan bahwa nilai  $S_{ig} > 0,05$ , sehingga disimpulkan data tidak terjadi heterokedastisitas.

### **Uji Autokorelasi**

Uji autokorelasi digunakan untuk menguji tingkat korelasi pengganggu antara t dengan t-1 sebelumnya.

**Tabel 4.** Hasil Uji Autokorelasi

<b>Model</b>	<b>R</b>	<b>R Square</b>
<b>1</b>	.585 <sup>a</sup>	0.342

Sumber: Data Primer Diolah (2022)

Tabel diatas menunjukkan R= 0,585 artinya korelasi sebesar 0,585, derajat korelasi antar variabel X dan Y. R square= 0,342 artinya faktor mempengaruhi keputusan dijelaskan oleh Motivasi, persepsi, pekerjaan, pendidikan, pendidikan, kepuasan, dari keputusan melalui model 34,2%, sisanya 65,8% berasal dari variabel lain.

### Uji Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda merupakan metode uji menentukan pengaruh antar variabel, yang dinyatakan dalam bentuk regresi. Untuk melakukan tahap uji regresi berganda, data harus memenuhi uji asumsi klasik. Uji regresi linier berganda terdiri dari 2 uji, secara parsial dan simultan. Berikut hasil pengujian regresi linier berganda secara parsial.

#### Uji Parsial

Uji parsial digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas dan terikat secara parsial. Berdasarkan uji parsial  $X_1$  diperoleh nilai  $B_{27}$ ,  $Sig$  0,286 > 0,05, teridentifikasi adanya  $H_0$  dan menolak  $H_a$ .

**Tabel 5.** Hasil Uji Parsial  $X_1$

Model		Sig.
1	(Regression) Residual	.000 <sup>b</sup>
	Total	.000

Sumber: Data Primer Diolah (2022)

**Tabel 6.** Hasil Uji Parsial  $X_2$

Model		Sig.
1	(Constant)	.000
	Variabel $X_2$	.000

Sumber: Data Primer Diolah (2022)

Berdasarkan hasil tabel diatas, variabel motivasi tidak berpengaruh terhadap keputusan konsumen. Sehingga dapat diinterpretasikan bahwa tidak ada pengaruh antara variabel persepsi dengan keputusan konsumen dalam melakukan pembelian buah lokal di Jombang.

**Tabel 7.** Hasil Uji Parsial  $X_3$

Model		Sig.
1	(Constant)	.000
	Variabel $X_3$	.000

Sumber: Data Primer Diolah (2022)

Berdasarkan hasil uji parsial  $X_3$  bahwa nilai sig 000 < 0,05, dapat disimpulkan bahwa variabel pengetahuan dinyatakan valid. Data berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian buah lokal di Jombang.

**Tabel 8.** Hasil Uji Parsial  $X_4$

Model		Sig.
1	(Constant)	.000
	Variabel $X_4$	.000

Sumber: Data Primer Diolah (2022)

Hasil analisis secara parsial pada variabel pekerjaan mendapatkan nilai sig 0,00 < 0,05 dengan nilai t 5.886. Sehingga variabel dinyatakan valid dan memiliki pengaruh mengenai variabel keputusan pembelian buah lokal di Jombang.

**Tabel 9.** Hasil Uji Parsial  $X_5$

Model		Sig.
1	(Constant)	.000
	Variabel $X_5$	.000

Sumber: Data Primer Diolah (2022)

Hasil analisis pada  $X_5$  menunjukkan bahwa nilai sig 0,00 < 0,05 dengan nilai t 4.106. Berdasarkan nilai tersebut maka  $H_0$  dinyatakan ditolak dan terdapat pengaruh variabel budaya terhadap keputusan konsumen,  $H_a$  diterima.

**Tabel 10.** Hasil Uji Parsial X<sub>6</sub>

Model	Sig.
1 (Constant)	.000
Variabel X <sub>6</sub>	.261

Sumber: Data Primer Diolah (2022)

Hasil analisis tabel diatas, diketahui secara parsial memperoleh nilai hampir sama dengan variabel X<sub>6</sub> yakni 0,261 > 0,05 sehingga terjadi adanya H<sub>0</sub> dan menolak H<sub>a</sub>

### **Uji Simultan**

Berdasarkan hasil analisis model summary menghasilkan nilai R sebesar 0,585, menunjukkan besarnya derajat korelasi antar variabel X dan Y. Nilai R Square 0,342 artinya variansi dalam keputusan konsumen sebesar 34,2% sisanya 65,8% berasal dari variabel lain. Pada analisis Adjusted R square diperoleh 0,299 esensi setara dengan R square, perbedaan terletak pada nilai yang lebih stabil karena sudah sesuai dengan variabel bebas. *Standart Error Of The Estimate* 0, 553 yang menjelaskan ukuran tingkat kesalahan dalam prediksi variabel terikat.

Tabel menunjukkan bahwa F hitung sebesar 7, 813, Sig= 0,000. Karena sig < 0,005 maka H<sub>0</sub> (p=0) ditolak, menjelaskan bahwa motivasi, persepsi, pengetahuan, pekerjaan, budaya, kepuasan memiliki pengaruh terhadap variabel keputusan konsumen. Karena H<sub>0</sub> ditolak maka perlu untuk dilakukan uji koefisien garis regresi.

**Tabel 11.** Uji Regresi Berganda Simultan

Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Sig
(Constant)	1.571	.009
Motivasi (X <sub>1</sub> )	-.211	.067
Persepsi (X <sub>2</sub> )	.022	.853
Pengetahuan (X <sub>3</sub> )	.181	.131
Pekerjaan (X <sub>4</sub> )	.353	.000
Budaya (X <sub>5</sub> )	.164	.067
Kepuasan (X <sub>6</sub> )	-.064	.545

Sumber: Data Primer Diolah (2022)

Hasil analisis diatas mendeskripsikan tentang persamaan regresi dan pengaruh variabel x secara parsial terhadap variabel Y. Adapun persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 0.1571 - 0,211X_1 + 0,022X_2 + 0,181X_3 + 0,353X_4 + 0,164X_5 + 0,064X_6$$

dimana persamaan regresi tersebut menunjukkan bahwa: Keputusan konsumen = 0,1571 - 0,211 motivasi + 0,022 persepsi + 0,181 pengetahuan + 0,353 pekerjaan + 0,164 budaya + 0,064 kepuasan. Hal tersebut mengungkapkan bahwa dari beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli buah local pasca covid 19, faktor motivasi memberikan nilai koefisien persamaan yang negative, sedangkan faktor lainnya menunjukkan nilai koefisien positif. Faktor yang berpengaruh sangat signifikan ditunjukkan pada pekerjaan.

### **Pengaruh Variabel Motivasi Terhadap Keputusan Konsumen**

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda pada variabel Motivasi, didapatkan bahwa setiap kenaikan satu mempunyai nilai negative -0, 211, setiap ada kenaikan 1%, maka akan mengalami penurunan -0, 211. Tetapi hal tersebut berbeda dengan hasil penelitian (Sugiarto et al., 2017) bahwa motivasi berpengaruh secara signifikan terhadap pembelian buah di transmart yang dilatarbelakangi oleh kebutuhan gaya hidup secara sehat. Serta buah yang disediakan beraneka macam, sehingga konsumen tertarik untuk membeli buah.

### ***Pengaruh Variabel Persepsi Terhadap Keputusan Konsumen***

Pengaruh persepsi terhadap keputusan pembelian diperoleh 0,022 atau 22%. Tertariknya masyarakat dengan buah lokal karena kondisi kesegaran buah, kemasan yang menarik serta kandungan gizi yang optimal dengan nilai signifikansi 853. Menurut penelitian (Herwina et al., 2020) persepsi konsumen terhadap konsumsi pisang tidak bermerek dan bermerek memperoleh hasil masing masing 2, 9667 dan 3, 2222. Perolehan bermerk lebih tinggi daripada yang tidak bermerek.

### ***Pengaruh Variabel Pengetahuan Terhadap Keputusan Konsumen***

Faktor pengetahuan juga berpengaruh terhadap keputusan pembelian buah lokal di Jombang. Hasil analisis regresi linier berganda mendapatkan nilai 0,181, dengan signifikansi 131. Konsumen akan tertarik jika memiliki pengetahuan tentang manfaat produk sesuai kebutuhan. Melalui informasi dari kerabat, tetangga, maupun teman. Mutu produk dengan kejelasan dalam memilih juga menjadi salah satu pengaruh keputusan konsumen terhadap buah lokal di Jombang.

### ***Pengaruh Variabel Pekerjaan Terhadap Keputusan Konsumen***

Variabel pekerjaan memiliki pengaruh besar terhadap keputusan pembelian buah lokal. Dibuktikan berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda yang didapatkan sebesar 0,353, nilai sig  $0,00 < 0,06$  artinya pekerjaan memiliki pengaruh nyata terhadap keputusan pembelian. Semakin tinggi pendapatan konsumen, semakin berpengaruh dalam membeli buah lokal. Rata rata peminat buah adalah pekerja, yang selalu menyisihkan pendapatan untuk membeli buah. Pada penelitian (Ridanar et al., 2021) bahwa pekerjaan sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian buah pisang di kabupaten Kudus. Pendapatan 0-1.500.000 dengan presentase 88%.

### ***Pengaruh Variabel Persepsi Budaya Terhadap Keputusan Konsumen***

Variabel berikutnya dari perhitungan regresi linier berganda menunjukkan bahwa nilai pengaruh budaya terhadap pembelian buah lokal 0,167. Cukup berpengaruh pada konsumen. Konsumen membeli buah dilatarbelakangi adanya kegiatan yang mengharuskan menggunakan buah pada saat hajatan (adat Jawa), acara keluarga, konsumsi setiap sore, dan kegiatan sosial yang dilaksanakan pada hari jum'at. Diperkuat pada penelitian (Priyambodo et al., 2017) menyatakan bahwa tujuan pembelian buah jeruk di Surabaya, lebih dominan dilatar belakangi oleh konsumsi pribadi dengan presentase 100%.

### ***Pengaruh Variabel Kepuasan Terhadap Keputusan Pembelian***

Hasil analisis regresi linier berganda, nilai yang diperoleh pada pengaruh kepuasan terhadap keputusan pembelian adalah -0,67. Hal tersebut berarti bahwa setiap kenaikan 1% pada variabel kepuasan, konsumen mengalami penurunan -0,67. Dari penelitian perilaku konsumen di Bali mengungkap bahwa kebersihan lokasi, kualitas buah yang dijaga setiap outlite, serta variasi buah yang tersedia menjadi pertimbangan konsumen (Wardika et al., 2018).

### ***Hubungan Variabel Motivasi, Persepsi, Pengetahuan, Pekerjaan, Budaya, Kepuasan Terhadap Keputusan Konsumen***

Hasil perhitungan analisis regresi linier berganda secara parsial diperoleh nilai Sig masing masing variabel 0,00 kecuali variabel motivasi, persepsi dan kepuasan memiliki nilai  $> 0,005$ . Sedangkan uji simultan mendapatkan nilai  $F_{Hitung}$  sebesar 7.813 dengan nilai Sig 0,00 tingkat presentase kepercayaan 95%, pada  $F_{TabelVI} = N-K (96-6=96)$  dan  $V2 (6-1=5)$ , diperoleh  $F_{tabel}$  4,412 dan  $F_{hitung}$  7.813. Sehingga uji  $F_{Tabel} > F_{Hitung}$  Sejalan dengan penelitian (Adnan, 2018), nilai  $F_{Hitung}$  diperoleh sebesar 58.943, serta nilai signifikansi 0,000 dengan estimasi kepercayaan 95%.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian di atas, menunjukkan bahwa Mayoritas responden berpendidikan menengah atas dengan presentase 80%, paling rendah merupakan strata D3 dan S1 yang berumur dibawah 30 tahun. Responden rata rata berprofesi sebagai karyawan dengan penghasilan diatas 500.000. Secara uji parsial ditemukan beberapa variabel yang signifikan meliputi pengetahuan, pekerjaan, dan budaya dengan nilai Sig  $0,00 < 0,005$ . Sedangkan variabel motivasi, persepsi dan kepuasan, tidak signifikan karena nilai Sig  $> 0,00$ . Sedangkan uji simultan diketahui bahwa factor factor yang mempengaruhi konsumen mengenai pembelian buah lokal di Jombang adalah pekerjaan dengan nilai 0,353 atau 35%, signifikan 0,00. Penurunan pada setiap kenaikan 1% terjadi pada variabel motivasi dan kepuasan. Dengan nilai analisis masing masing -0,211 dan -0,67. Pada persepsi memiliki nilai 0,022 atau 22%, pengetahuan 18% dan budaya 16%. Sedangkan pada  $F_{TabelVI} = N-K (96-6=96)$  dan  $V2 (6-1=5)$ , diperoleh  $F_{tabel} 4,412$  dan  $F_{hitung} 7.813$ .

Sebaiknya pedagang buah lokal, meningkatkan dan menjaga kualitas, pelayanan kepada konsumen, karena informasi dari sesama konsumen juga berpengaruh terhadap keputusan pembelian buah. Selain itu ketersediaan buah yang dominan digunakan oleh masyarakat sebagai acara keluarga dan acara keagamaan. Hal tersebut akan berpengaruh dan menentukan terhadap keputusan konsumen. Bagi peneliti selanjutnya perlu adanya pengembangan variabel yang lebih berpengaruh terhadap keputusan pembelian buah lokal.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adnan. (2018). Pengaruh Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Susu Morinaga di Kota Lhokseumawe. *Jurnal Visioner & Strategis*, 7(2).
- Herwina, H., Nurhadi, E., & Amir, I. T. (2020). *Faktor Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Buah Pisang Bermerek dan Tanpa Merek. The Factors that Influence the Buying Decision of Branded and Unbranded Banana*. 9(2), 103–114.
- Pattiasina, M., & Tantoly, M. (2019). Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Buah–Buahan di Pasar Mardika Kota Ambon. *Agrilan: Jurnal Agribisnis Kepulauan*, 7(3), 298. <https://doi.org/10.30598/agrilan.v7i3.957>
- Priyambodo, C. S., Sastryawanto, H., & Hermawati, D. T. (2017). Analisis Preferensi Konsumen Buah Jeruk Di Pasar Keputran Utara, Surabaya. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 19(1), 98–103.
- Ridanar, N. P., Handayani, S. M., & Adi, R. K. (2021). Keputusan Pembelian Konsumen Terhadap Buah Pisang (Musa Paradisiaca L.) Di Kecamatan Kota Kabuapten Kudus. *Prosiding Seminar Nasional Fakultas Pertanian UNS*, 5(1), 867–875.
- Sugiarto, M. E., Kumaat, R. M., & Pakasi, C. B. D. (2017). Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Buah Di Freshmart Tikala Kota Manado. *Agri-Sosioekonomi*, 13(1A), 17. <https://doi.org/10.35791/agrsosek.13.1a.2017.14936>
- Vikaliana, R., Arifin, A. L., Mariam, S., Irwansyah, I., & Hidayat, Y. R. (2021). Faktor-Faktor Keputusan Pembelian Buah Lokal Pada Masa Pandemi Covid 19. *Jurnal Ekonomi: Journal of Economic*, 12(02). <https://doi.org/10.47007/jeko.v12i02.4309>
- Wardika, P. O., Dewi, R. K., & Artini, N. W. P. (2018). Analisis Kepuasan Pelanggan dalam Membeli Buah-buahan Segar di Moena Fresh Bali. *Jurnal Agribisnis Dan Agrowisata (Journal of Agribusiness and Agritourism)*, 7(1), 81. <https://doi.org/10.24843/jaa.2018.v07.i01.p09>