

RINGKASAN

Buah dan sayuran merupakan barang pokok atau bahan pangan, yang manfaatnya baik untuk kesehatan. Pada masa pandemi seperti ini peran buah dan sayuran sangat penting, karena untuk menjaga imunitas tubuh. Minat beli merupakan bagian dari komponen perilaku konsumen dalam sikap mengonsumsi, dan kecenderungan konsumen untuk bertindak sebelum akhirnya benar-benar melaksanakan keputusan pembelian. Daya beli merupakan kemampuan seseorang untuk mendapatkan barang atau produk yang diinginkan. Minat dan daya beli tidak bisa terlepas dari komponen perilaku konsumen, karena keduanya akan mempengaruhi keputusan akhir konsumen terhadap pembelian. Pasar Kota Pemalang merupakan salah satu pasar tradisional di Kabupaten Pemalang yang menawarkan berbagai bahan pokok terutama hasil pertanian seperti buah dan sayuran. Penelitian ini bertujuan untuk: 1) Mengetahui adanya pengaruh minat beli terhadap keputusan pembelian, 2) Mengetahui adanya pengaruh daya beli terhadap keputusan pembelian.

Penelitian dilaksanakan di Pasar Kota Pemalang pada tanggal 17 Mei s.d 7 Juni 2021. Sasaran penelitian ini adalah konsumen yang mengunjungi Pasar Kota Pemalang yang membeli buah dan sayuran. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *accidental sampling* yang melibatkan 96 orang responden. Pengujian instrumen penelitian dilakukan dengan uji validitas dan uji reliabilitas menggunakan *software* SPSS dan teknik analisis menggunakan *SmartPLS*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) karakteristik responden konsumen buah dan sayuran di Pasar Kota Pemalang 80% perempuan, 60% usia 36 - 50 tahun, 60% berlatar pendidikan menengah atas, 29% pekerjaan pedagang, 43% penghasilan perbulan Rp 1.500.000 - Rp 2.000.000, 90% berstatus menikah dan 31% dengan jarak tempuh > 5 KM. (2) Perilaku konsumen buah dan sayuran di Pasar Kota Pemalang 52% responden membeli buah dalam satu minggu 2 - 3 kali, 40% membeli sayuran 4 - 5 kali dalam seminggu, sumber informasi terkait harga produk 92% diperoleh berasal dari teman, apabila kenaikan harga pada buah dan sayur 74% konsumen tetap membeli, 78% konsumen membeli buah rasa manis, 45% jenis sayuran yang dibeli konsumen adalah sayuran buah, 62% responden menyatakan konsumsi buah dan sayur sangat penting, 64% responden mengonsumsi buah dan sayuran untuk memenuhi kebutuhan gizi atau menjaga kesehatan, dan 73% responden melakukan pembelian buah dan sayuran di Pasar Kota Pemalang dengan terencana. (3) Hasil dari analisis *SmartPLS* bahwa variabel minat beli berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sebesar 43%. Variabel daya beli berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sebesar 40%.

Kata kunci: Minat beli, daya beli, keputusan pembelian, buah, sayuran

SUMMARY

Fruits and vegetables are staple goods or foodstuffs, whose benefits are good for health. During a pandemic like this, the role of fruits and vegetables is very important, because they are to maintain the body's immunity. Purchase intention is part of the component of consumer behavior in consuming attitudes, and the tendency of consumers to act before actually carrying out a purchase decision. Purchasing power is a person's ability to get the desired goods or products. Interest and purchasing power can not be separated from the components of consumer behavior, because both will affect the consumer's final decision to purchase. Pemalang City Market is one of the traditional markets in Pemalang Regency that offers a variety of basic ingredients, especially agricultural products such as fruits and vegetables. This study aims to: 1) Know the influence of Purchase intention on purchasing decisions, 2) Know the influence of purchasing power on purchasing decisions.

This study was conducted at Pemalang City Market on 17 May to 7 June 2021. The target of this study is consumers who visit Pemalang City Market who buy fruits and vegetables. Sampling was done by accidental sampling method involved 96 respondents. The testing of this study instruments is done by testing the validity and reliability. The analysis technique uses SPSS and SmartPLS software.

The results showed that (1) the characteristics of the respondents who consumed fruit and vegetables at Pemalang City Market were 80% female, 60% aged 36-50 years, 60% had a high school education background, 29% were traders, 43% had a monthly income of IDR 1,500,000 - IDR 2,000,000, 90% are married and 31% with distance > 5 KM. (2) Fruit and vegetable consumer behavior in Pemalang City Market 52% of respondents buy fruit 2 - 3 times a week, 40% buy vegetables 4-5 times a week, sources of information related to product prices 92% obtained from friends, if the increase prices on fruit and vegetables 74% of consumers continue to buy, 78% of consumers buy sweet fruit, 45% of the types of vegetables that consumers buy are fruit vegetables, 62% of respondents say that fruit and vegetable consumption is very important, 64% of respondents consume fruits and vegetables to fulfill their needs. nutritional needs or maintaining health, and 73% of respondents make planned purchases of fruit and vegetables at Pemalang City Market. (3) The results of the SmartPLS analysis that the Purchase intention variable has a positive and significant effect on purchasing decisions by 43%. The purchasing power variable has a positive and significant effect on purchasing decisions by 40%.

Keywords: *Purchase intention, purchasing power, purchasing decisions, fruit, vegetables*