

RINGKASAN

Sayuran merupakan salah satu produk yang memiliki nilai ekonomi yang tinggi di sektor agribisnis, serta memiliki banyak manfaat bagi konsumen, dan banyaknya kandungan gizi yang terdapat dalam sayuran menjadikan konsumsi sayuran di Indonesia meningkat. Sayuran dapat dibeli di semua pasar di sekitar para konsumen, tetapi dikarenakan perkembangan zaman, banyak pasar tradisional dilakukan revitalisasi atau dimodernkan, salah satunya adalah Pasar Modern BSD City. Banyaknya Pasar Modern di daerah Tangerang Selatan membuat banyak persaingan antar pasar untuk memikat konsumen dengan beberapa jenis pertimbangan, salah satunya adalah Ibu rumah tangga. Penelitian ini bertujuan untuk 1) mengetahui karakteristik ibu rumah tangga yang melakukan pembelian sayuran di Pasar Modern BSD City, 2) mengetahui faktor-faktor apa yang mempengaruhi keputusan ibu rumah tangga dalam pembelian sayuran di Pasar Modern BSD City, 3) mengetahui faktor apa yang paling dominan mempengaruhi keputusan ibu rumah tangga dalam pembelian sayuran di Pasar Modern BSD City.

Penelitian ini dilakukan di Pasar Modern BSD City Tangerang Selatan, Banten. Penelitian ini dilaksanakan dari bulan Mei 2019 sampai dengan bulan Juni 2019. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 responden, yaitu ibu rumah tangga yang membeli sayuran di Pasar Modern BSD City, dengan menggunakan metode *accidental sample*, dan metode yang digunakan selanjutnya adalah Uji Validitas dan Realibilitas, selanjutnya uji *Method of successive interval* (MSI), dan Uji analisis regresi linier berganda. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah faktor individu, sosial, gaya hidup, harga, produk, lokasi dan pelayanan.

Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa ibu rumah tangga yang datang membeli sayuran di Pasar Modern BSD City rata-rata berusia kisaran 30 sampai 50 tahun, dengan tingkat pendidikan akhir Sarjana, dan pendapatan keluarga rata-rata Rp 3.850.000 sampai Rp 6.000.000. Hasil uji analisis regresi linier berganda menunjukkan faktor – faktor yang mempengaruhi ibu rumah tangga dalam membeli sayuran di Pasar Modern BSD City adalah faktor sosial, produk, dan lokasi, sedangkan faktor yang paling dominan yang mempengaruhi adalah faktor sosial.

SUMMARY

Vegetables is one of the products which has high economic value in agribusiness sector, and also has many benefits to their customers, the large amount of the nutrition content in vegetable made an enhancement in public consumption vegetables in Indonesia. Vegetables can be purchased in all markets around the costumers, but because the developments of the times, traditional markets become modern or got a revitalization, one of the examples is the “Pasar Modern BSD City”. The large number of modern markets in the region South Tangerang make a lot of competition between the markets to lure consumers with some kind of consideration, one of them who is housewife. This research aimed to 1) determine characteristic of housewives whose bought vegetables from the market, 2) to know what factors that considered by housewife in the resolution of the vegetables purchasing in the “Pasar Modern BSD City”, 3) to know what is the most considered dominant factor.

The research was conducted in the “Pasar Modern BSD City” South Tangerang. This research was done from Mei 2019 until June 2019. The sample that used in this research were selected from as many as 100 respondents, whom house wife that bought vegetables from the market, with accidental sample method, and the next method was Method of successive interval (MSI), and linear regression multiple based. The variable that used in this research was individual, social, lifestyle, price, product, location, and service.

From the results of the analysis showed that housewives who came to bought vegetables in the market was in average age at range around 30 to 50 years, with the level of education was Bachelor Degree, and the average household income around 3.850.000 rupiah to 6.000.000 rupiah. The results from the linear regression multiple based showed that the factors which affect housewives in buying vegetables in “Pasar Modern BSD City” were social, products, and location, and the most consideration dominant factor was location.