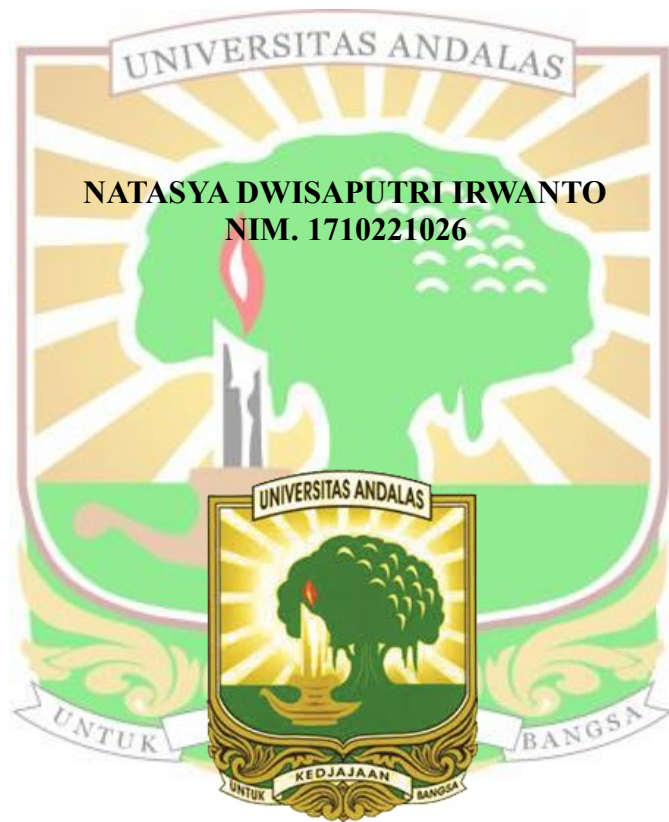


**ANALISIS KEPUTUSAN PEMBELIAN SAYUR BAYAM PADA
PASAR TRADISIONAL DI KOTA PADANG**

SKRIPSI

Oleh



**NATASYA DWISAPUTRI IRWANTO
NIM. 1710221026**

**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2024**

ANALISIS KEPUTUSAN PEMBELIAN SAYUR BAYAM PADA PASAR TRADISIONAL DI KOTA PADANG

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan faktor-faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam membuat keputusan pembelian sayur bayam yang meliputi gambaran umum pasar raya Kota Padang, karakteristik responden sayur bayam, dan faktor-faktor dipertimbangkan konsumen dalam pembelian sayur bayam. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Populasi dan sampel pada penelitian ini adalah konsumen sayur bayam di Pasar Raya Kota Padang, memiliki sampel sebanyak 100 responden dengan menggunakan teknik *accidental sampling*. Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor-faktor yang sangat dipertimbangkan dalam pembelian sayur bayam di Pasar Raya Kota Padang yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor tersebut memiliki total rata-rata sebesar 4,32 dan 4,3 dan lebih besar dibandingkan skala rata-rata 4,2. Pada faktor internal tersebut yang memiliki rata-rata tertinggi yaitu variabel motivasi sebesar 4,57 sehingga hal tersebut menjadi salah satu variabel yang sangat dipertimbangkan konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian sayur bayam. Selain itu, pada faktor eksternal yang memiliki rata-rata tertinggi adalah variabel produk sebesar 4,44 dan menjadi salah satu variabel yang sangat dipertimbangkan oleh konsumen dalam pembelian sayur bayam di Pasar Raya Kota Padang. Sedangkan untuk faktor situasional menjadi faktor yang kurang dipertimbangkan karena memiliki total rata-rata sebesar 2,6. Faktor situasional menjadi faktor yang kurang dipertimbangkan konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian sayur bayam karena memiliki rata-rata antara $2,6 \leq 3,4$ dengan kategori kurang dipertimbangkan.

Kata Kunci: keputusan pembelian, pasar, perilaku konsumen, sayuran, bayam

ANALYSIS OF PURCHASING DECISIONS FOR SPINACH VEGETABLES INTRADITIONAL MARKETS IN PADANG CITY

Abstract

This study aims to describe the characteristics of spinach consumers and analyze factors consumers consider when purchasing spinach at Pasar Raya Padang. This research uses a qualitative descriptive analysis method. The population for this study is consumers who purchase spinach in Pasar Raya Padang. At the same time, the research respondents were chosen using an accidental sampling technique of as many as 100 consumers. The results showed that the factors consumers highly consider when purchasing spinach at Pasar Raya Padang are internal and external, with an average score of 4,32 and 4,3, respectively; all scores are greater than the average score of 4,2. Motivation is the internal factor that consumers highly consider when purchasing spinach, with a score of 4.57. In comparison, the product is the external factor consumers highly consider when purchasing spinach, with a score of 4.44. Meanwhile, consumers consider situational factors less when purchasing spinach at Pasar Raya, which can be seen from the score of 2.6, which is less than 3.4.

Keywords: purchase decision, market, consumer behavior, vegetables, spinach

