

Model Fishbein Dalam Menganalisis Preferensi Pembelian Sayuran Daun di Pasar Sentral Kabupaten Sinjai

Fishbein Model in Analyzing Leafy Vegetable Purchase Preferences at the Sinjai Regency Central Market

Agustina Nurlina^{1*}, Megawati², Fadilah Nurdin³

^{1,2,3}Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Muhammadiyah Sinjai, Indonesia

*email korespondensi: agustinanurdin03@gmail.com

Info Artikel

Diajukan: 26 Agustus 2024
Diterima: 20 November 2024
Diterbitkan: 31 Januari 2025

Abstract

This research aims to analyze consumer preferences for purchasing leafy vegetables at the Central Market in North Sinjai District, Sinjai Regency. Consumer preferences (X) are measured based on the attributes of freshness, cleanliness, texture, and price. These variables serve as independent variables, while purchasing decisions (Y) serve as the dependent variable. The research method used is a quantitative descriptive approach using Fishbein analysis. The results show that overall consumer preferences have a preference score (Ao) of 20.63, indicating a positive consumer attitude toward leafy vegetables at the market. Individually, freshness has the highest preference score (21.11), followed by cleanliness (20.65), price (17.75), and texture (17.01). Thus, it can be concluded that freshness is the most dominant aspect influencing consumer preferences and purchasing decisions. This indicates that consumers at Sinjai Central Market prioritize the physical quality of the product, which can be seen and felt directly.

Keywords: *consumer preferences, purchasing decisions, leafy vegetables.*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis preferensi konsumen terhadap keputusan pembelian sayuran daun di Pasar Sentral Kecamatan Sinjai Utara, Kabupaten Sinjai. Preferensi konsumen (X) diukur berdasarkan atribut kesegaran, kebersihan, tekstur, dan harga sayuran. Variabel ini berfungsi sebagai variabel independen, sementara keputusan pembelian (Y) berperan sebagai variabel dependen. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif deskriptif dengan menggunakan analisis Fishbein. Hasil penelitian menunjukkan bahwa preferensi konsumen secara keseluruhan memiliki skor preferensi (Ao) sebesar 20,63, yang mengindikasikan sikap positif konsumen terhadap sayuran daun di pasar tersebut. Secara individual, atribut kesegaran memiliki skor preferensi tertinggi (21,11), diikuti oleh kebersihan (20,65), harga (17,75), dan tekstur (17,01). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa atribut kesegaran merupakan aspek yang paling dominan dalam memengaruhi preferensi dan keputusan pembelian konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen di Pasar Sentral Sinjai sangat memprioritaskan kualitas fisik produk yang dapat dilihat dan dirasakan secara langsung.

Kata Kunci: *preferensi konsumen, keputusan pembelian, sayuran daun.*

PENDAHULUAN

Indonesia, sebagai negara agraris, memiliki sektor pertanian yang menjadi mata pencarian mayoritas penduduknya. Lahan yang subur, didukung iklim tropis, memungkinkan pelapukan batuan yang sempurna sehingga tanah menjadi produktif (Ayun et al., 2020). Kondisi ini sangat

mendukung pengembangan komoditas pertanian, termasuk sayuran daun, yang menempati posisi strategis dalam ekonomi agroindustri dan ketahanan pangan nasional. Data Kementerian Pertanian (2023) menunjukkan tren peningkatan konsumsi sayuran daun di Indonesia, sejalan dengan kesadaran gizi masyarakat. Fenomena ini relevan di Kabupaten Sinjai, Sulawesi Selatan, di mana sayuran daun merupakan bagian intrinsik dari kuliner masyarakat Bugis-Makassar.

Sayuran sebagai tanaman hortikultura memiliki nilai komersial tinggi karena dikonsumsi setiap hari, terbukti dari peningkatan produksi sayuran nasional (2014-2018). Komoditas ini tidak hanya menjadi sumber pendapatan petani, tetapi juga mampu memasok kebutuhan dalam negeri melalui pasar tradisional dan modern (Parera, 2022). Oleh karena itu, pemahaman terhadap perilaku konsumen menjadi kunci untuk mengoptimalkan strategi pemasaran dan distribusi komoditas sayuran ini. Perilaku konsumen dipengaruhi oleh berbagai faktor kompleks, termasuk budaya, sosial, pribadi, dan psikologis. Dalam konteks pembelian sayuran daun di pasar tradisional, konsumen sangat mengedepankan atribut produk seperti kesegaran, kebersihan, tekstur, dan harga. (Iswahyudi et al, 2020) menegaskan bahwa kesegaran adalah faktor determinan utama dalam pembelian sayuran segar, mencerminkan kualitas dan keamanan produk. Konsumen sangat memperhatikan kesegaran dan kebersihan sebagai indikator utama, sementara harga menjadi penentu keputusan yang mendukung preferensi produk berkualitas.

Keputusan konsumen untuk membeli suatu produk tidak hanya dipengaruhi oleh harga, tetapi juga oleh sikap dan perilaku. Sikap mencakup evaluasi atribut produk seperti kesegaran, kebersihan, tekstur, dan harga, sedangkan perilaku merefleksikan kebiasaan pembelian. (Ermiati et al, 2021) menunjukkan bahwa persepsi dan sikap positif terhadap produk dapat meningkatkan minat beli. Faktor budaya lokal di Sinjai juga turut membentuk preferensi, di mana jenis sayuran daun tertentu memiliki nilai budaya tinggi dalam kuliner khas daerah, menciptakan pola permintaan yang unik. Selain itu, lokasi strategis Pasar Sentral Sinjai di pusat kota dengan aksesibilitas tinggi membuatnya tetap menjadi pilihan utama bagi konsumen dari berbagai wilayah, meskipun ada alternatif belanja modern. Di sisi penawaran, interaksi personal antara pedagang langganan dan konsumen di pasar tradisional membentuk preferensi dan loyalitas pembeli, menambah nilai yang sulit ditemukan di pasar modern.

Meskipun perubahan gaya hidup dan teknologi memengaruhi pola konsumsi, Pasar Sentral Sinjai tetap bertahan sebagai pusat distribusi sayuran daun utama. Ketahanan ini mengindikasikan adanya preferensi konsumen yang perlu dipahami secara mendalam. Pemenuhan permintaan konsumen harus didasarkan pada preferensi mereka, karena konsumenlah yang menentukan produk dan kualitas yang memenuhi harapannya. Oleh karena itu, penelitian mengenai preferensi konsumen terhadap pembelian sayuran daun dengan memperhatikan atribut produk yang memengaruhi keputusan konsumen ini sangat relevan untuk dilakukan.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis preferensi konsumen terhadap keputusan pembelian sayuran daun di Pasar Sentral Kabupaten Sinjai. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengelola pasar, pedagang, dan pemangku kebijakan dalam mengembangkan strategi pemasaran yang sesuai dengan preferensi konsumen setempat.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di Pasar Sentral Kecamatan Sinjai Utara, Kabupaten Sinjai, pada bulan Juni hingga Juli 2024. Penentuan lokasi dilakukan secara sengaja dengan pertimbangan aksesibilitas responden dan relevansinya dengan tujuan penelitian, yaitu untuk mengkaji preferensi konsumen terhadap pembelian sayuran daun.

Pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif deskriptif, sebagaimana dijelaskan oleh Sugiyono (2019) sebagai pendekatan positivistik yang menganalisis status kelompok atau fenomena secara sistematis, faktual, dan akurat dengan dukungan data numerik. Unit analisis

penelitian ini adalah individu konsumen yang melakukan pembelian sayuran daun di Pasar Sentral Kabupaten Sinjai.

Jenis data yang digunakan meliputi data primer dan sekunder. Data primer diperoleh secara langsung melalui observasi partisipatif terhadap pola perilaku konsumen di lokasi penelitian dan wawancara menggunakan kuesioner terstruktur yang disebarkan kepada responden. Dokumentasi berupa pengambilan gambar juga dilakukan selama proses pengumpulan data. Data sekunder diperoleh dari studi literatur, internet, dan instansi terkait untuk mendapatkan gambaran umum lokasi penelitian dan informasi relevan lainnya.

Populasi penelitian adalah seluruh konsumen sayuran daun di Pasar Sentral Kabupaten Sinjai yang jumlahnya tidak diketahui (non-probabilitas). Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *accidental sampling*, di mana responden dipilih secara acak dari siapa saja yang berbelanja sayuran daun dan bersedia berpartisipasi, dengan syarat minimal sudah 3 kali berbelanja di pasar tersebut. Ukuran sampel ditentukan menggunakan rumus Lemeshow (1997) dan Hasil perhitungan menunjukkan jumlah sampel sebanyak 96,04 responden, yang kemudian dibulatkan menjadi 100 responden untuk memudahkan analisis.

Variabel yang dianalisis dalam penelitian ini meliputi Preferensi Konsumen (sebagai variabel independen) dengan indikator Kesegaran, Kebersihan Lingkungan, Tekstur, dan Harga (Al aziz et al., 2024), serta Keputusan Pembelian (sebagai variabel dependen) dengan indikator Pengenalan Kebutuhan, Pencarian Informasi, Evaluasi Alternatif, dan Pembelian (Sugiyono, 2019). Semua indikator diukur menggunakan skala Likert 5 poin.

Teknik analisis data yang digunakan adalah Analisis Fishbein. Model Fishbein digunakan untuk menentukan sikap konsumen terhadap suatu objek melalui atribut-atribut yang melekat padanya (Rajagukguk, 2013). Penarikan kesimpulan dilakukan untuk menjawab rumusan masalah penelitian, dengan mengaitkan teori, hasil penelitian, dan pembahasan yang telah diverifikasi (Nugroho, 2024).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Karakteristik dan preferensi konsumen di Pasar Sentral Kabupaten Sinjai memegang peranan penting dalam memajukan penjualan sayuran daun. Seperti yang dikemukakan oleh (David Kahan, 2012) yang menekankan pentingnya kompetensi kewirausahaan bagi petani, begitu pula konsumen memiliki "kompetensi" dalam memilih produk. Karakteristik konsumen di Pasar Sentral Sinjai dapat mencakup aspek seperti Usia, Jenis Kelamin, Pekerjaan, Jenis Sayuran Daun, yang semuanya berkontribusi pada dinamika dan potensi pengembangan pasar sayuran daun di wilayah tersebut. Memahami preferensi konsumen secara mendalam akan menjadi kunci keberhasilan bagi para pedagang dan petani

Umur responden merupakan usia pada saat penelitian ini dilakukan. Kategori usia responden dibagi menjadi dua kelompok, yaitu usia produktif dan usia tidak produktif. Berdasarkan data yang diolah, mayoritas responden berada pada usia produktif. Ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden pada penelitian ini masih memiliki kemampuan untuk bekerja dan berkontribusi secara ekonomi.

Tabel 1. Umur Konsumen Sayuran Daun di Pasar Sentral

No	Kualifikasi Umur	Konsumen	Presentase (%)
1.	Produktif (<55)	73	73%
2.	Tidak Produktif (>55)	27	27%
Jumlah		100	100%

Sumber : Data diolah oleh peneliti (2024)

Pada hasil penelitian ini, responden yang termasuk dalam kategori usia produktif adalah responden yang berusia ≤ 55 tahun, sedangkan yang masuk dalam kategori tidak produktif adalah responden yang berusia di atas 55 tahun. Penelitian yang dilakukan (Nugraha & Maliki, 2021) menunjukkan bahwa mayoritas konsumen sayuran daun berada pada kelompok usia produktif, yakni rentang usia 20-50 tahun, dengan konsentrasi tertinggi pada usia 20-30 tahun.

Karakteristik jenis kelamin responden menunjukkan distribusi antara laki-laki dan perempuan yang berbelanja di Pasar Sentral Kabupaten Sinjai. Data ini penting untuk memahami segmentasi pasar dan preferensi konsumen dari setiap kelompok jenis kelamin. Berdasarkan hasil penelitian, mayoritas responden adalah perempuan (89%), sementara laki-laki berjumlah 11%. Hal ini menunjukkan bahwa peran perempuan sangat dominan dalam kegiatan pembelian sayuran daun di pasar tradisional, yang mungkin mencerminkan peran tradisional dalam rumah tangga atau preferensi dalam berbelanja kebutuhan sehari-hari. Rincian jenis kelamin responden di Pasar Sentral Kabupaten Sinjai adalah sebagai berikut:

Tabel 2. Jenis Kelamin Konsumen Sayuran Daun di Pasar Sentral

No	Kualifikasi Jenis Kelamin	Konsumen	Presentase (%)
1.	Laki-Laki	11	11%
2.	Perempuan	89	89%
Jumlah		100	100%

Sumber : Data diolah oleh peneliti (2024)

Mayoritas responden perempuan dalam pembelian sayuran daun di Pasar Sentral Kabupaten Sinjai mencerminkan peran utama perempuan dalam kegiatan pengelolaan kebutuhan rumah tangga, terutama dalam pemilihan dan pembelian bahan pangan segar. Penelitian oleh (Miharja et al., 2024) mengungkapkan bahwa ibu rumah tangga mendominasi aktivitas pembelian sayuran karena peran sosialnya yang memegang tanggung jawab utama dalam pengelolaan konsumsi keluarga.

Karakteristik pekerjaan responden sangat penting untuk memahami profil ekonomi dan sosial konsumen yang berbelanja di Pasar Sentral Kabupaten Sinjai. Berdasarkan hasil penelitian, mayoritas responden adalah Ibu Rumah Tangga (IRT) dengan persentase 43%. Ini menunjukkan bahwa IRT memainkan peran sentral dalam pembelian sayuran daun untuk kebutuhan sehari-hari. Kelompok pekerjaan lainnya yang cukup signifikan adalah Mahasiswa (19%) dan Tidak Bekerja (15%). Proporsi ini memberikan gambaran bahwa pasar ini tidak hanya melayani kebutuhan rumah tangga, tetapi juga mahasiswa yang mungkin berbelanja untuk konsumsi pribadi. Rincian pekerjaan responden di Pasar Sentral Kabupaten Sinjai adalah sebagai berikut:

Tabel 3. Pekerjaan Konsumen Sayuran Daun di Pasar Sentral

No	Kualifikasi Jenis Kelamin	Konsumen	Presentase (%)
1.	Tidak Bekerja	15	15%
2.	Mahasiswa	19	19%
3.	IRT	43	43%
4.	Pensiunan	7	7%
5.	Guru	8	8%
6.	ASN	3	3%
7.	PNM	1	1%
8.	Wiraswasta	4	4%
Jumlah		100	100%

Sumber : Data diolah oleh peneliti (2024)

Tingginya jumlah IRT sebagai responden memperkuat temuan bahwa mereka adalah pengambil keputusan utama dalam pembelian bahan makanan. Dominasi Ibu Rumah Tangga (IRT) sebagai kelompok pekerjaan terbesar (43%) menegaskan peran mereka sebagai pengambil keputusan utama dalam pembelian kebutuhan rumah tangga sehari-hari. Selain itu, penelitian oleh (Yuklin, 2022), memperkuat peran perempuan dalam rantai pasok sayuran sebagai pedagang sekaligus pembeli. Dalam penelitian tersebut, perempuan pedagang sayuran memiliki kontribusi besar terhadap pendapatan keluarga, sekaligus menjalankan peran sosial dan ekonomi yang penting dalam komunitas pasar.

Informasi mengenai jenis sayuran daun yang paling sering dibeli oleh konsumen di Pasar Sentral Kabupaten Sinjai menunjukkan preferensi produk yang paling populer. Data ini sangat berguna bagi pedagang maupun petani untuk menentukan strategi penawaran produk dan pengelolaan stok. Berdasarkan hasil penelitian, Kangkung menjadi jenis sayuran daun yang paling sering dibeli oleh responden dengan persentase 40%. Diikuti oleh Kubis (21%), Bayam (20%), dan Sawi (19%). Dominasi Kangkung dalam pilihan konsumen bisa disebabkan oleh berbagai faktor, seperti harga yang terjangkau, ketersediaan yang melimpah, serta popularitasnya dalam masakan sehari-hari. Rincian jenis sayuran daun yang paling sering dibeli responden di Pasar Sentral Kabupaten Sinjai adalah sebagai berikut:

Tabel 4. Jenis Sayuran Daun Konsumen Sayuran Daun Di Pasar Sentral

No	Jenis Sayuran Daun	Konsumen	Presentase (%)
1.	Kangkung	40	40%
2.	Bayam	20	20%
3.	Sawi	19	19%
4.	Kubis	21	21%
Jumlah		100	100%

Sumber : Data diolah oleh peneliti (2024)

Tingginya preferensi konsumen terhadap jenis sayuran daun seperti kangkung, kubis, bayam, dan sawi di Pasar Sentral Kabupaten Sinjai menunjukkan pola permintaan yang jelas bagi pedagang dan petani dalam menentukan strategi penawaran produk dan pengelolaan stok.

Perilaku Konsumen

Perilaku pembelian konsumen terhadap pembelian sayuran daun di pasar sentral Kabupaten Sinjai meliputi frekuensi pembelian sayuran daun dan jumlah jenis pembelian sayuran daun. Frekuensi pembelian sayuran daun dan jumlah jenis pembelian sayuran daun berturut-turut dapat dilihat pada Tabel 10 berikut:

Tabel 5. Frekuensi Pembelian Sayuran Daun di Pasar Sentral Kabupaten Sinjai.

No	Frekuensi pembelian (kali/bulan)	Jumlah (Orang)	Presentase (%)
1.	<5	13	13%
2.	5-10	37	37%
3.	11-15	42	42%
4.	>15	8	8%
Jumlah		100	100%

Sumber : Data diolah oleh peneliti (2024)

Berdasarkan Tabel 5, menunjukkan bahwa frekuensi pembelian sayuran daun terbanyak yang dilakukan selama satu bulan oleh konsumen terletak pada rentang 11-15 kali/bulan sebanyak 42 orang dengan persentase 42%. Frekuensi pembelian yang tinggi ini mengindikasikan

bahwa sebagian besar responden adalah konsumen loyal yang secara rutin berbelanja sayuran daun di pasar tradisional.

Frekuensi pembelian sayuran daun yang tinggi di Pasar Sentral Kabupaten Sinjai merupakan indikator kuat dari loyalitas konsumen serta pola konsumsi yang terbentuk secara rutin dan berkelanjutan. Konsumen yang melakukan pembelian 11-15 kali dalam sebulan menunjukkan adanya kebutuhan yang intensif terhadap produk segar dan berkualitas, yang umumnya diperlukan untuk konsumsi harian atau mingguan. Pola pembelian seperti ini menekankan pentingnya pasar tradisional sebagai sumber utama penyedia bahan makanan segar bagi masyarakat sekitar, yang mengandalkan kemudahan akses lokasi dan memastikan ketersediaan produk. Hal ini sesuai dengan pendapat (Syah, 2024) yang menyatakan bahwa lokasi pasar yang strategis dan ketersediaan produk yang konsisten menjadi faktor utama yang mendorong konsumen untuk melakukan pembelian berulang dan membentuk loyalitas pada pasar tradisional. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Pramana et al., 2021) bahwa sayuran seperti kangkung, bayam, dan sawi secara konsisten menjadi pilihan utama konsumen di pasar tradisional karena sifatnya yang ekonomis, mudah didapat, dan mudah diolah dalam masakan lokal.

Analisis Fishbein

Analisis evaluasi atau tingkat kepentingan atribut sayuran daun bertujuan untuk mengetahui tingkat kecenderungan atribut dari sayuran yang dianggap paling penting oleh konsumen sayuran daun di Pasar Sentral Kabupaten Sinjai. Hal ini ditunjukkan oleh analisis evaluasi (ei) yang berada pada skala rata-rata mendekati 5 (sangat penting) menurut konsumen di pasar tersebut. Maka, hasil perhitungan analisis kepentingan atribut menunjukkan bahwa atribut yang paling penting adalah kesegaran, kebersihan, harga, dan tekstur, secara berurutan.

Tabel 6. Analisis Tingkat Kepentingan (*Evaluations*) Konsumen Terhadap Atribut Sayuran Daun di Pasar sentral Kabupaten Sinjai.

Atribut	Evaluasi Kepentingan (ei)	Kategori Nilai
Kesegaran	4.66	Sangat Segar
Kebersihan	4.61	Sangat Bersih
Harga	4.33	Terjangkau
Tekstur	4.22	Baik

Sumber : Data diolah oleh peneliti (2024)

Berdasarkan tabel 6 menunjukkan bahwa tingkat kepentingan konsumen terhadap atribut sayuran daun di Pasar Sentral Kabupaten Sinjai. Nilai kepentingan yang paling tinggi adalah atribut Kesegaran dengan nilai rata-rata 4,66, yang tergolong dalam kategori Sangat Penting. Kedua, atribut Kebersihan memiliki nilai rata-rata 4,61, juga tergolong dalam kategori Sangat Penting. Ketiga, atribut Harga dengan nilai rata-rata 4,33, tergolong dalam kategori Penting. Dan yang terakhir, atribut Tekstur dengan nilai rata-rata 4,22, juga tergolong dalam kategori Penting. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan (Oktaviani et al., 2024) yang hasil penelitiannya menunjukkan bahwa tingkat kebersihan sayuran semen/ceciwis merupakan salah satu atribut yang sangat dipertimbangkan oleh konsumen dalam melakukan sebuah keputusan pembelian.

Kepercayaan adalah keseluruhan pengetahuan dan keyakinan yang dimiliki oleh konsumen mengenai objek, atribut, dan manfaat produk. Dalam konteks pembelian sayuran daun, perilaku konsumen sangat dipengaruhi oleh keyakinan atau kepercayaan terhadap atribut produk tersebut yang mempengaruhi sikap dan keputusan pembelian. Setiap atribut sayuran, seperti kesegaran, kebersihan, tekstur, dan harga, menjadi faktor yang dievaluasi oleh konsumen berdasarkan tingkat kepercayaan mereka terhadap manfaat dan kualitas yang ditawarkan.

Menurut Penelitian terbaru oleh (Mufti et al., 2020) memperkuat pemahaman ini dengan menunjukkan bahwa kepercayaan konsumen terhadap kualitas sayuran daun secara signifikan mempengaruhi niat membeli dan keputusan pembelian di pasar tradisional. Kepercayaan ini berkembang dari pengalaman konsumen, informasi yang diterima, serta persepsi terhadap atribut produk fisik dan non-fisik. Dengan meningkatnya kepercayaan, konsumen cenderung memilih produk yang dianggap memenuhi standar kualitas dan keamanan yang diharapkan. Selain itu, studi oleh (Bekti Noviana Ulfa, 2023) mengungkapkan bahwa kepercayaan konsumen tidak hanya terbatas pada produk, tetapi juga kepada penjual atau sumber produk tersebut. Penjual yang terpercaya dan lingkungan pasar yang bersih serta transparan dapat meningkatkan keyakinan konsumen dan mendorong keputusan pembelian yang positif. Oleh karena itu, membangun dan menjaga kepercayaan konsumen menjadi kunci strategi dalam mengelola pasar sayuran daun, terutama di pasar tradisional.

Tabel 7. Analisis Tingkat Kepercayaan Konsumen Terhadap Atribut Sayuran Daun di Pasar sentral Kabupaten Sinjai.

Atribut	Kepercayaan (bi)	Kategori Nilai
Kesegaran	4.53	Sangat Segar
Kebersihan	4.48	Sangat Bersih
Harga	4.03	Terjangkau
Tekstur	4.1	Baik

Sumber : Data diolah oleh peneliti (2024)

Berdasarkan data pada tabel 12 menunjukkan bahwa tingkat kepercayaan konsumen terhadap atribut sayuran daun di Pasar Sentral Kabupaten Sinjai. Nilai kepercayaan yang paling tinggi adalah atribut Kesegaran dengan nilai rata-rata 4,53, yang tergolong dalam kategori Sangat Percaya. Kedua, atribut Kebersihan memiliki nilai rata-rata 4,48, juga tergolong dalam kategori Sangat Percaya. Ketiga, atribut Harga dengan nilai rata-rata 4,10, tergolong dalam kategori Percaya. Dan yang terakhir, atribut Tekstur dengan nilai rata-rata 4,03, juga tergolong dalam kategori Percaya.

Hasil perhitungan analisis Fishbein sayuran daun didapatkan dari penilaian perilaku konsumen terhadap tingkat kepentingan dan kepercayaan dari atribut-atribut sayuran daun di Pasar Sentral Kabupaten Sinjai.

Tabel 8. Preferensi Konsumen Terhadap Pembelian Sayuran Daun di Pasar sentral Kabupaten Sinjai.

Atribut	Evaluasi Kepentingan (ei)	Skor kepercayaan (bi)	Skor Preferensi Konsumen (Ao)
Kesegaran	4.53		Sangat Segar
Kesegaran	4.66	4.53	21.11
Kebersihan	4.61	4.48	20.65
Tekstur	4.22	4.03	17.01

Sumber : Data diolah oleh peneliti (2024)

Berdasarkan hasil analisis preferensi konsumen menggunakan metode Fishbein, teridentifikasi empat atribut utama yang memengaruhi keputusan pembelian sayuran daun, yaitu kesegaran, kebersihan, harga, dan tekstur. Keempat atribut ini memiliki skor evaluasi kepentingan dan skor kepercayaan yang berbeda, yang secara kumulatif menghasilkan skor preferensi (Ao) sebagai cerminan sikap konsumen. Analisis ini menunjukkan bahwa prioritas utama konsumen cenderung berfokus pada atribut kualitas fisik sayuran dan lingkungan penjualan, sementara faktor harga dan tekstur menjadi pertimbangan pendukung. Urutan peringkat atribut ini memberikan gambaran yang jelas mengenai karakteristik konsumen di Pasar Sentral Kabupaten Sinjai, di mana mereka mengutamakan mutu produk di atas faktor lainnya.

Atribut kesegaran memiliki skor preferensi tertinggi (21,11), dengan evaluasi kepentingan (4,66) dan kepercayaan (4,53) yang sangat tinggi. Ini menunjukkan bahwa konsumen sangat memprioritaskan kesegaran sebagai indikator utama kualitas, nilai gizi, dan keamanan pangan, yang menjadi pendorong dominan dalam keputusan pembelian mereka.

Kebersihan menempati posisi kedua dalam preferensi (20,65), dengan evaluasi kepentingan (4,61) dan kepercayaan (4,48) yang tinggi. Konsumen mengasosiasikan kebersihan produk dan lingkungan pasar dengan keamanan dan higienitas, yang penting untuk menumbuhkan rasa aman dan mendorong keputusan pembelian.

Atribut harga berada di posisi ketiga (17,75), dengan evaluasi kepentingan (4,33) dan kepercayaan (4,10). Ini menunjukkan bahwa meskipun kualitas fisik menjadi prioritas, konsumen di Pasar Sentral Sinjai tetap sensitif terhadap harga yang wajar dan kompetitif, yang berperan penting dalam keputusan pembelian.

Tekstur memiliki skor preferensi terendah (17,01), dengan evaluasi kepentingan (4,22) dan kepercayaan (4,03). Meskipun tetap diperhitungkan, atribut ini kurang dominan dan sering dianggap sebagai bagian dari kesegaran itu sendiri, menjadi faktor pendukung yang memengaruhi pengalaman sensoris konsumen.

Preferensi konsumen, yang diukur melalui evaluasi atribut seperti kesegaran dan kebersihan, secara fundamental mendorong keputusan pembelian. Kesegaran dan kebersihan yang menempati peringkat teratas memiliki hubungan langsung dengan keputusan pembelian karena konsumen sangat bergantung pada isyarat visual dan indra untuk jaminan kualitas. Meskipun harga dan tekstur memiliki preferensi lebih rendah, keduanya tetap berkontribusi. Dengan demikian, keputusan pembelian adalah hasil sintesis dari seluruh preferensi, di mana konsumen memprioritaskan kualitas utama sebelum mempertimbangkan faktor pendukung lainnya, membentuk pola pembelian multi-atribut yang khas di Pasar Sentral Kabupaten Sinjai. Penelitian oleh (Nanda & Dewati, 2025) menegaskan bahwa kesegaran dan kebersihan sayuran merupakan atribut utama yang berpengaruh langsung terhadap keputusan pembelian di pasar tradisional, karena kedua atribut ini memberikan jaminan kualitas, nilai gizi, dan keamanan pangan yang sangat diperhatikan konsumen.

KESIMPULAN

Preferensi konsumen terhadap keputusan pembelian sayuran daun di Pasar Sentral Kabupaten Sinjai sangat dipengaruhi oleh atribut kualitas fisik produk. Hasil perhitungan model Fishbein menunjukkan bahwa kesegaran dan kebersihan merupakan dua atribut dengan skor preferensi tertinggi. Hasil ini menegaskan bahwa konsumen di pasar tradisional memprioritaskan kualitas visual dan higienis sayuran sebagai faktor penentu utama, di atas pertimbangan lain seperti harga atau tekstur. Dengan demikian, keputusan pembelian konsumen bukanlah semata-mata didasarkan pada harga, melainkan pada persepsi terhadap nilai dan kualitas produk yang ditawarkan, yang tercermin secara langsung melalui tingkat kesegaran dan kebersihan sayuran.

DAFTAR PUSTAKA

- Al aziz, H. Y., Abadi, S., & Azzahra, F. (2024). Analisis Sikap Konsumen Pada Pembelian Sayuran di Pasar Tradisional Rawakalong Kecamatan Tambun Selatan Kabupaten Bekasi. *Paspalum: Jurnal Ilmiah Pertanian*, 12(1), 8.
- Ayun, Q., Kurniawan, S., & Saputro, W. A. (2020). Perkembangan Konversi Lahan Pertanian di Bagian Negara Agraris. *Vigor: Jurnal Ilmu Pertanian Tropika Dan Subtropika*, 5(2), 38–44.
- Bekti Noviana Ulfa, S. I. Santoso. W. D. P. (2023). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sayuran Secara Online di Kota Jakarta Selatan. *Januari, 2023*(1), 1223–1235.

- David Kahan. (2012). Farm management extension guides. In *International Journal of Agricultural Management* (Vol. 3, Issue 2).
- Miharja, dan, Sahilla Putri, A., Praptomo Sudjatkiko, D., & Lestari Miharja, D. (2024). Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Pembelian Sayuran Daun Di Pasar Tradisional Kota Mataram
Analysis of Consumer Preferences for Purchasing Leafy Vegetables in Traditional Market of Mataram City. *Agrimansion, X No. Y(c)*, 20.
- Mufti, Nurwati, N., & Zargustin, D. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Sayuran Organik dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di “Pasar Buah Pekanbaru” Kota Pekanbaru. *Agribisnis*, 22(Desember), 255–266.
- Nanda, L. P., & Dewati, R. (2025). Consumer Preference Towards Organic Vegetables in Sleman District. *Agrisaintifika: Jurnal Ilmu-Ilmu Pertanian*, 9(1), 119–127.
<https://doi.org/10.32585/ags.v9i1.6233>
- Nugraha, K. S. W., & Maliki, B. (2021). Peran Sensitivitas Harga dalam Memoderasi Minat Pembelian. *Widya Cipta: Jurnal Sekretari Dan Manajemen*, 5(1), 46–53.
<https://doi.org/10.31294/widyacipta.v5i1.9879>
- Oktaviani, A. D., Lidyana, N., & Leilasariyanti, Y. (2024). Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Atribut Sayuran Semen/Ceciwis Alias Daun Dari Tunas Bunga Kol Yang Sudah Dipanen (Studi Kasus di Kec. Sangkapura Kab. Probolinggo). *Jurnal Ilmiah Sosio Agribis (JISA)*, 24, 1–11.
- Pramana, H., Khoiriyah, N., & Sudjoni, M. N. (2021). Pola Konsumsi Rumah Tangga Terhadap Buah dan Sayur di Masa Pandemi Covid 19 di Kelurahan Tunggulwulung Kecamatan Lowokwaru Kota Malang. *SEAGRI: Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 9(5), 1–11.
- Syah, R. (2024). Faktor Penentu Terciptanya Loyalitas Konsumen Di Pasar Tradisional Asri Marindal Kecamatan Patumbak, Kabupaten Deli Serdang. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 9(204), 682–692.
- Yuklin, Y. (2022). *Peran dan Kontribusi Wanita Pedagang Sayuran Terhadap Pendapatan Keluarga di Pasar Gusher Kota Tarakan*.