

SKRIPSI

**ANALISIS PERBANDINGAN PREFERENSI PEMBELIAN
BUAH SEGAR PADA KONSUMEN MILENIAL
(STUDI KASUS PADA PASAR TRADISIONAL DAN
PASAR MODERN DI KOTA PALEMBANG)**

***COMPARATIVE ANALYSIS OF FRESH FRUIT PURCHASE
PREFERENCES OF MILLENNIAL CONSUMERS
(CASE STUDY OF TRADITIONAL MARKET AND MODERN
MARKET IN PALEMBANG CITY)***



**Shania Maharani
05011182126018**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
2025**

SUMMARY

SHANIA MAHARANI. Comparative Analysis Of Fresh Fruit Purchase Preferences Of Millennial Consumers (Case Study Of Traditional Market and Modern Market In Palembang City) (Supervised by **ELLY ROSANA**).

The differences in characteristics between traditional markets and modern markets affect consumer purchasing preferences, especially the millennial generation who have different lifestyles and consumption patterns from previous generations. The objectives of this study are: (1) Describe the characteristics of millennial consumers who buy fresh fruit at the 10 Ulu Palembang Traditional Market and Super Indo Ahmad Yani Modern Market, (2) Analyse millennial consumer preferences for market attributes on fresh fruit purchases at the 10 Ulu Palembang Traditional Market and Super Indo Ahmad Yani Modern Market, (3) Analyse the effect of millennial consumer characteristics on market selection preferences for fresh fruit at the 10 Ulu Palembang Traditional Market and Super Indo Ahmad Yani Modern Market. This research was conducted at 10 Ulu Palembang Traditional Market and Super Indo Ahmad Yani Modern Market, Palembang City, South Sumatra in December 2024-February 2025. The research method used in this study was purposive sampling method. Data collection was conducted through a survey method with the help of questionnaires and field observations. The data was analysed using Microsoft Excel and SPSS. The study involved 60 consumers as respondents. Data processing uses descriptive methods, Likert scale analysis and comparison methods. The results showed that traditional market consumers are dominated by women aged 29-32 years with high school education and income of IDR 2,500,000-Rp5,000,000, while modern market consumers have more Bachelor's degrees with jobs as private employees. The main factor in purchasing decisions in both markets is product quality, followed by price, location, service, and promotion. Statistical tests show that in traditional markets no variables have an effect on purchasing preferences, while in modern markets, the variables of income, age, and occupation have a significant effect.

Keyword : fresh fruit, millennial consumers, modern market, purchase preferences, traditional markets

RINGKASAN

SHANIA MAHARANI. Analisis Perbandingan Preferensi Pembelian Buah Segar Pada Konsumen Milenial (Studi Kasus Pada Pasar Tradisional dan Pasar Modern di Kota Palembang) (Dibimbing oleh **ELLY ROSANA**).

Perbedaan karakteristik antara pasar tradisional dan pasar modern mempengaruhi preferensi pembelian konsumen, terutama generasi milenial yang memiliki gaya hidup dan pola konsumsi yang berbeda dengan generasi sebelumnya. Tujuan dari penelitian ini adalah: (1) Mendeskripsikan karakteristik konsumen milenial yang membeli buah segar di Pasar Tradisional 10 Ulu Palembang dan Pasar Modern Super Indo Ahmad Yani, (2) Menganalisis preferensi konsumen milenial terhadap atribut pasar pada pembelian buah segar di Pasar Tradisional 10 Ulu Palembang dan Pasar Modern Super Indo Ahmad Yani, (3) Menganalisis pengaruh karakteristik konsumen milenial terhadap preferensi pemilihan pasar buah segar di Pasar Tradisional 10 Ulu Palembang dan Pasar Modern Super Indo Ahmad Yani. Penelitian ini dilakukan di Pasar Tradisional 10 Ulu Palembang dan Pasar Modern Super Indo Ahmad Yani, Kota Palembang, Sumatera Selatan pada bulan Desember 2024-Februari 2025. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode purposive sampling. Pengumpulan data dilakukan melalui metode survei dengan bantuan kuesioner dan observasi lapangan. Data dianalisis dengan menggunakan Microsoft Excel dan SPSS. Penelitian melibatkan 60 konsumen sebagai responden. Pengolahan data menggunakan metode deskriptif, analisis skala likert dan metode perbandingan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumen pasar tradisional didominasi oleh perempuan berusia 29–32 Tahun dengan pendidikan SMA dan pendapatan Rp2.500.000–Rp5.000.000, sementara konsumen pasar modern lebih banyak berpendidikan Sarjana dengan pekerjaan sebagai pegawai swasta. Faktor utama dalam keputusan pembelian di kedua pasar adalah kualitas produk, diikuti oleh harga, lokasi, pelayanan, dan promosi. Uji statistik menunjukkan bahwa di pasar tradisional tidak ada variabel yang berpengaruh terhadap preferensi pembelian, sedangkan di pasar modern, variabel pendapatan, umur, dan pekerjaan memiliki pengaruh yang signifikan.

Kata kunci : buah segar, konsumen milenial, pasar modern, pasar tradisional, preferensi pembelian

SKRIPSI

**ANALISIS PERBANDINGAN PREFERENSI PEMBELIAN
BUAH SEGAR PADA KONSUMEN MILENIAL
(STUDI KASUS PADA PASAR TRADISIONAL DAN
PASAR MODERN DI KOTA PALEMBANG)**

**Diajukan Sebagai Syarat untuk Mendapatkan Gelar
Sarjana Pertanian pada Fakultas Pertanian
Universitas Sriwijaya**



**Shania Maharani
05011182126018**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
2025**

LEMBARAN PENGESAHAN

ANALISIS PERBANDINGAN PREFERENSI PEMBELIAN BUAH SEGAR PADA KONSUMEN MILENIAL (STUDI KASUS PADA PASAR TRADISIONAL DAN PASAR MODERN DI KOTA PALEMBANG)

SKRIPSI

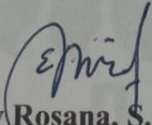
Sebagai Syarat untuk Mendapatkan Gelar Sarjana Pertanian
pada Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya

Oleh:

Shania Maharani
05011182126018

Indralaya, Juni 2025

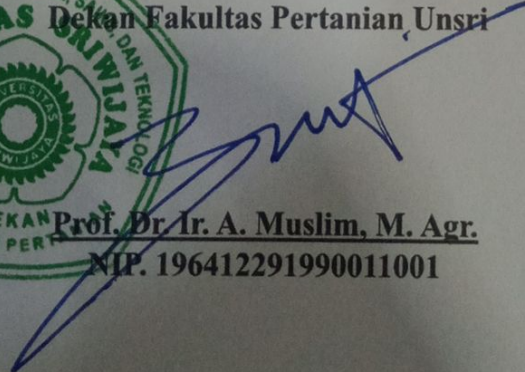
Pembimbing


Elly Rosana, S.P., M.Si.
NIP. 197907272003122003

Mengetahui

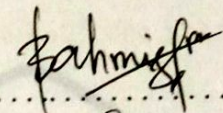
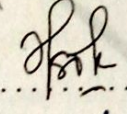
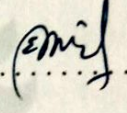


Dekan Fakultas Pertanian, Unsri


Prof. Dr. Ir. A. Muslim, M. Agr.
NIP. 196412291990011001

Skripsi dengan Judul “Analisis Perbandingan Preferensi Pembelian Buah Segar Pada Konsumen Milenial (Studi Kasus Pada Pasar Tradisional dan Pasar Modern di Kota Palembang)” oleh Shania Maharani telah dipertahankan di hadapan Komisi Penguji Skripsi Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya pada tanggal 02 Juni 2025 dan telah diperbaiki sesuai saran dan masukan tim penguji.

Komisi Penguji

- | | | |
|--|------------|---|
| 1. Dr. Khairul Fahmi Purba, S.P.
NIP 199509162024061001 | Panitia | () |
| 2. Dr. Selly Oktarina, S.P., M.Si.
NIP 197810152001122001 | Penguji | () |
| 3. Elly Rosana, S.P., M.Si.
NIP 197907272003122003 | Pembimbing | () |

Indralaya, Juni 2025

Ketua Jurusan

Sosial Ekonomi Pertanian



Dr. Dessy Adriani, S.P., M.Si.

NIP. 197412262001122001

PERNYATAAN INTEGRITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Shania Maharani

NIM : 05011182126018

Judul : Analisis Perbandingan Preferensi Pembelian Buah Segar Pada Konsumen Milenial (Studi Kasus Pada Pasar Tradisional dan Pasar Modern di Kota Palembang)

Menyatakan bahwa semua data dan informasi yang dimuat dalam laporan praktik lapangan ini merupakan hasil penelitian saya sendiri di bawah supervisi pembimbing, kecuali yang disebutkan dengan jelas sumbernya. Apabila kemudian hari ditemukan adanya unsur plagiasi dalam laporan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik dari universitas sriwijaya.

Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak mendapatkan paksaan dari pihak manapun.



Indralaya, Juni 2025



Shania
Shania Maharani

RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama Shania Maharani dan biasa dipanggil dengan sebutan Shania. Lahir pada tanggal 11 Juni 2003, di RSIA Sritina Jl. Raya Imam Bonjol, Sukadanau, Kecamatan Cikarang Barat, Kabupaten Bekasi, Jawa Barat. Penulis merupakan anak dari keluarga Bapak Yon Andrian dan Ibu Erni Yanti dan juga merupakan anak pertama dari dua bersaudara yaitu bernama Aidha Shafiatun Nazwa. Alamat penulis yaitu di Desa Lubuk Pandan, Kecamatan 2x11 VI Lingkung, Kabupaten Padang Pariaman, Provinsi Sumatera Barat.

Penulis memulai pendidikan di bangku Sekolah Dasar (SD) yaitu di SD Negeri 02 2x11 VI Lingkung, pada Tahun 2009 dan lulus pada Tahun 2015, setelah lulus dari SD, penulis melanjutkan ke Sekolah Menengah Pertama (SMP) di SMP Negeri 1 VI Lingkung pada Tahun 2015 dan lulus Tahun 2018. Setelah lulus SMP penulis melanjutkan pendidikan di bangku Sekolah Menengah Atas (SMA) di SMA Negeri 1 Lubuk Alung pada Tahun 2018 dan lulus Tahun 2021. Sekarang penulis melanjutkan pendidikan sebagai mahasiswa di Universitas Sriwijaya Fakultas Pertanian Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Program Studi Agribisnis di kampus Indralaya dan telah menjalani perkuliahan selama 6 semester. Saat ini penulis masih aktif dalam menyelesaikan studi di Universitas Sriwijaya.

Selama menjalani Pendidikan di Universitas Sriwijaya, penulis aktif mengikuti organisasi kemahasiswaan tingkat Fakultas yaitu BEM KM (Badan Eksekutif Mahasiswa Kemahasiswaan) Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya sebagai Sekretaris Umum periode 2023-2024, tingkat Jurusan penulis mengikuti HIMASEPERTA (Himpunan Mahasiswa Sosial Ekonomi Pertanian) sebagai staf Dinas Danus periode 2021-2022, dan juga penulis ikut serta dalam organisasi kedaerahan yaitu PERMATO (Persatuan Mahasiswa Tuah Sakato) sebagai Ketua Departemen Dana dan Usaha periode 2023-2024.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT, Karena rahmat dan hidayah- Nyalah penulis dapat menyelesaikan laporan praktik lapangan yang berjudul “Analisis Perbandingan Preferensi Pembelian Buah Segar Pada Konsumen Milenial (Studi Kasus: Pasar Tradisional dan Pasar Modern di Kota Palembang)”.

Pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih sebesar besarnya atas bantuan berupa dorongan, semangat serta bimbingan, penulis sampaikan kepada :

1. Allah SWT yang telah memberikan rahmat, nikmat, dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Kedua orang tua saya ayah Yon Andrian dan bunda Erni Yanti serta adik saya Aidha Shafiatun Nazwa yang senantiasa memberikan perhatian dan kasih sayang serta dukungan doa dan moril maupun material kepada penulis.
3. Kepada kakek saya Desfirman dan ibu Chandrawati serta saudara saya kakak Sylvia dan David yang selalu memberikan semangat dan juga dukungan kepada penulis selama menyusun skripsi ini.
4. Ibu Dr. Dessy Adriani, S.P., M.Si. sebagai Ketua Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian yang telah memberikan dukungan kepada penulis selama menyusun skripsi ini.
5. Ibu Elly Rosana, S.P., M.Si. sebagai dosen pembimbing akademik yang telah memberikan motivasi, bimbingan, serta arahan dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Seluruh dosen Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian, Fakultas Pertanian, Universitas Sriwijaya yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan bantuan kepada penulis.
7. Mbak Dian Oktavianis, S.Si., Kak Ikhsan Nawari, Kak Ari, dan Kak Adi yang selalu membantu penulis dalam hal administrasi.
8. Teman dekat penulis Febrian Herlambang, Tsaniatu Zahra, Afiffah Mulya, Asiah Nurrahmah, Frisca Oktaviani, Rini Alfa Hidayah, Dinda Putri Yogi Nurjanah,

Nurul Hasanah serta teman lainnya yang telah memberikan semangat, motivasi, dan dukungan kepada penulis.

9. Teman satu bimbingan Ghery Razuhri dan Muhammad Alvin yang selalu memberikan semangat dan bantuan kepada penulis.
10. Teman-teman Agribisnis A Indralaya 21 yang telah memberikan kehangatan dan momen yang sangat berharga selama masa perkuliahan.
11. Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada ot7 dan Army yang telah memberikan motivasi dan semangat bagi penulis selama proses penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan, untuk itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran dari semua pihak dalam rangka penyempurnaan tulisan ini dimasa yang akan datang. Akhir kata semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi kita semua.

Indralaya, Juni 2025

Shania Maharani

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	3
1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	3
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA.....	5
2.1. Konsepsi Buah Segar	5
2.2. Konsepsi Perilaku Konsumen	6
2.3. Konsepsi Konsumen Milenial	7
2.4. Konsepsi Preferensi Konsumen	8
2.5. Konsepsi Pasar	9
2.6. Kriteria Evaluasi.....	11
2.7. Keputusan Pembelian.....	15
2.8. Model Pendekatan Penelitian.....	17
2.9. Hipotesis.....	17
2.10. Batasan Operasional.....	19
BAB 3. METODE PENELITIAN.....	21
3.1. Lokasi Penelitian.....	21
3.2. Metode Penelitian.....	21
3.3. Metode Penarikan Sampel.....	21
3.4. Metode Pengumpulan Data	22
3.5. Metode Pengolahan Data	23
3.5.1. Uji Asumsi Klasik	27
3.5.2. Uji Koefisien Determinasi.....	28
3.5.3. Uji F dan Uji T	29

	Halaman
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	31
4.1. Lokasi dan Wilayah Penelitian.....	32
4.1.1. Pasar Tradisional 10 Ulu.....	32
4.1.2. Pasar Modern Super Indo Ahmad Yani.....	34
4.2. Karakteristik Responden.....	38
4.2.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	38
4.2.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	40
4.2.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir.....	42
4.2.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	43
4.2.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	44
4.2.6. Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian.....	45
4.2.7. Data Minat Konsumen Milenial Terhadap Buah di Pasar Tradisional 10 Ulu dan Pasar Modern Super Indo Ahmad Yani.....	45
4.3. Sikap Konsumen Milenial Terhadap Preferensi Pembelian Buah Segar.....	46
4.4. Uji Asumsi Klasik.....	51
4.4.1. Uji Normalitas Pasar Tradisional 10 Ulu dan Super Indo Ahmad Yani.....	52
4.4.2. Uji Multikolinearitas.....	52
4.4.3. Uji Heteroskedastisitas.....	54
4.5. Hasil Uji Analisis Uji Model Regresi Linear Berganda.....	55
4.5.1. Uji Koefisien Determinasi.....	55
4.5.2. Uji F.....	56
4.5.3. Uji t.....	57
BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN.....	63
5.1. Kesimpulan.....	63
5.2. Saran.....	64
DAFTAR PUSTAKA.....	66
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1. Skala Pengukuran Penelitian	23
Tabel 3.2. Operasional Variabel	24
Tabel 3.3. Interval kelas untuk Mengukur Sikap Konsumen Milenial Terhadap Atribut-atribut yang ditawarkan Oleh Pasar Tradisional dan Modern.....	26
Tabel 4.1. Sarana dan Prasarana Tradisional 10 Ulu.....	32
Tabel 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	39
Tabel 4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur Responden	41
Tabel 4.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir.....	42
Tabel 4.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	43
Tabel 4.6. Karakteristik Responden Berdasarkan Rata-rata Pendapatan.....	44
Tabel 4.7. Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian.....	45
Tabel 4.8. Data Minat Konsumen Milenial Terhadap Buah di Pasar Tradisional 10 Ulu dan Pasar Modern Super Indo	45
Tabel 4.10. Skor Per-Pertanyaan Preferensi Pembelian Buah Segar	47
Tabel 4.11. Hasil Uji Normalitas Data Regresi Pasar Tradisional 10 Ulu ..	51
Tabel 4.12. Hasil Uji Normalitas Data Regresi Super Indo Ahmad Yani ...	51
Tabel 4.13. Hasil Uji Multikolinearitas Pasar Tradisional 10 Ulu	52
Tabel 4.14. Hasil uji Multikolinearitas Super Indo Ahmad Yani	52
Tabel 4.15. Hasil Uji Heteroskedastisitas Pasar Tradisional 10 Ulu.....	53
Tabel 4.16. Hasil Uji Heteroskedastisitas Pasar Super Indo Ahmad Yani ..	54
Tabel 4.17. Hasil Uji Koefisien Determinasi Pasar Tradisional 10 Ulu.....	54
Tabel 4.18. Hasil Uji Koefisien Determinasi Pasar Modern Super Indo Ahmad Yani.....	55
Tabel 4.19. Hasil Uji F Pasar Tradisional 10 Ulu	56
Tabel 4.20. Hasil Uji F Pasar Tradisional Super Indo Ahmad Yani	56
Tabel 4.21. Hasil Uji t-Statistik Pasar Tradisional 10 Ulu	57
Tabel 4.22. Hasil Uji t-Statistik Pasar Modern Super Indo Ahmad Yani	59

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Model Pendekatan Penelitian Secara Diagramatik	17
Gambar 4.1. Lokasi Pasar Tradisional 10 Ulu	32
Gambar 4.2. Struktur Organisasi Pasar Tradisional 10 Ulu	34
Gambar 4.3. Logo Super Indo Ahmad Yani	37
Gambar 4.4. Struktur Organisasi Super Indo Ahmad Yani	38

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran.1. Identitas Responden Pasar Tradisional 10 Ulu	71
Lampiran 2. Identitas Responden Pasar Modern Super Indo Ahmad Yani	72
Lampiran 3. Rincian Skala Likert (Kualitas Produk Pasar Tradisional 10 Ulu)	73
Lampiran 4. Rincian Skala Likert (Kualitas Produk Pasar Modern Super Indo Ahmad Yani)	74
Lampiran 5. Hasil Skala Likert (Indikator Harga Pasar Tradisional 10 Ulu).....	75
Lampiran 6. Hasil Skala Likert (Indikator Harga Pasar Modern Super Indo Ahmad Yani).....	76
Lampiran 7. Hasil Skala Likert (Indikator Lokasi Pasar Tradisional 10 Ulu).....	77
Lampiran 8. Hasil Skala Likert (Indikator Lokasi Pasar Modern Super Indo Ahmad Yani).....	78
Lampiran 9. Hasil Skala Likert (Indikator Pelayanan Pasar Tradisional 10 Ulu)	79
Lampiran 10. Hasil Skala Likert (Indikator Pelayanan Pasar Modern Super Indo Ahmad Yani).....	80
Lampiran 11. Hasil Skala Likert (Indikator Promosi Pasar Tradisional 10 Ulu)	81
Lampiran 12. Hasil Skala Likert (Indikator Promosi Pasar Modern Super Indo Ahmad Yani).....	82
Lampiran 13. Karakteristik Konsumen Milenial Pasar Tradisional 10 Ulu	83
Lampiran 14. Karakteristik Konsumen Milenial Pasar Modern Super Indo Ahmad Yani)	84
Lampiran 15. Data Minat Konsumen Milenial Terhadap Buah di Pasar ModernSuper Indo Ahmad Yani	85
Lampiran 16. Data Minat Konsumen Milenial Terhadap Buah di Pasar Modern Super Indo Ahmad Yani	86
Lampiran 17. Hasil Uji Normalitas Pasar Tradisional 10 Ulu	87
Lampiran 18. Hasil Uji Normalitas Pasar Modern Super Indo Ahmad Yani	88
Lampiran 19. Hasil Uji Multikolinearitas Pasar Tradisional 10 Ulu	89
Lampiran 20. Hasil Uji Multikolinearitas Pasar Modern Super Indo	

	Halaman
Ahmad Yani	90
Lampiran 21. Hasil Uji Heteroskedastisitas Pasar Tradisional 10 Ulu	91
Lampiran 22. Hasil Uji Heteroskedastisitas Pasar Modern Super Indo Ahmad Yani.....	92
Lampiran 23. Hasil Uji R Square Pasar Tradisional 10 Ulu	93
Lampiran 24. Hasil Uji R Square Pasar Modern Super Indo Ahmad Yani .	94
Lampiran 25. Hasil Uji F Pasar Tradisional 10 Ulu.....	95
Lampiran 26. Hasil Uji F Pasar Modern Super Indo Ahmad Yani.....	96
Lampiran 27. Hasil Uji t Pasar Tradisional 10 Ulu.....	97
Lampiran 28. Hasil Uji t Pasar Modern Super Indo Ahmad Yani.....	98
Lampiran 29. Proses Pengambilan Data	99
Lampiran 30. Tampilan Buah di Pasar Tradisional 10 Ulu dan Pasar Modern Super Indo Ahmad Yani.....	100

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Buah merupakan produk hortikultura yang memiliki kandungan vitamin mineral, dan serat yang tinggi sehingga menjadikan buah dijadikan sebagai pilihan makanan sehat yang dapat membantu menjaga tekanan darah, kadar gula darah dan kadar kolesterol dalam batas normal. Pada buah-buahan juga terdapat serat yang berperan penting dalam menjaga kesehatan sistem pencernaan dan mencegah masalah obesitas (Kementerian Kesehatan Republik Indonesia, 2023).

Konsumsi buah per kapita per minggu merupakan jumlah rata-rata buah yang dikonsumsi oleh setiap individu dalam satu minggu. Berdasarkan data BPS tahun 2024, rata-rata konsumsi buah per kapita per minggu di Kota Palembang mencapai 0,911 kg, lebih tinggi dibandingkan dengan rata-rata konsumsi nasional yang hanya sebesar 0,720 kg. namun angka ini masih berada di bawah standar yang direkomendasikan oleh World Health Organization (WHO) dan Food and Agriculture Organization (FAO), yang menetapkan bahwa konsumsi minimal buah per kapita seharusnya mencapai sekitar 1,4 kg per minggu. Dengan demikian, konsumsi buah masyarakat di Palembang baru mencapai sekitar 65 persen dari standar tersebut.

Generasi milenial, yang lahir antara Tahun 1980 hingga 1995, merupakan generasi yang berada di tengah-tengah generasi Z dan X yang juga merupakan kelompok usia produktif yang memiliki pengaruh signifikan terhadap pasar, terutama dalam konsumsi produk pangan (Andrea *et al.*, 2016). Generasi millennial menunjukkan perilaku konsumsi pangan yang berbeda dibandingkan generasi lainnya, seperti Gen Z dan Gen X. Studi oleh Apriliyani (2022) menyatakan bahwa Gen Z di Indonesia cenderung terpengaruh oleh media sosial, tetapi konsumsi sehat masih rendah karena minat pada makanan cepat saji. Penelitian Anggasari (2013) menunjukkan bahwa keputusan pembelian buah oleh milenial dipengaruhi kelompok sosial dan pencitraan gaya hidup sehat. Studi dari Dewi, A.D. (2022) menyebutkan bahwa generasi X menunjukkan sikap positif terhadap buah dan

sayuran terutama yang organik dan mengkonsumsinya setidaknya sekali dalam seminggu.

Kota Palembang merupakan salah satu kota besar yang berada di Provinsi Sumatera Selatan. Pola hidup masyarakat di Kota Palembang sudah mengalami perubahan seiring perkembangan zaman. Saat ini, masyarakat di Kota Palembang banyak mengikuti gaya hidup modern dan mengutamakan kemudahan, kenyamanan, dan keamanan dalam memenuhi kebutuhan hidup mereka. Hal ini terjadi akibat dampak dari semakin banyaknya pusat perbelanjaan modern atau supermarket yang ada di Kota Palembang. Sehingga dampak ini mempengaruhi masyarakat lebih menyukai berbelanja di pasar modern (Maharani *et.al.*, 2022).

Pasar modern yang dibangun di Kota Palembang salah satunya adalah Super Indo Ahmad Yani. Di Super Indo Ahmad Yani menawarkan berbagai macam produk seperti kebutuhan pokok dan kebutuhan lainnya dengan dilengkapi fasilitas yang memberikan kenyamanan terhadap konsumen untuk berbelanja. Lokasi Super Indo yang strategis dan tidak jauh dari pemukiman masyarakat menjadikan Super Indo sebagai salah satu tempat berbelanja modern yang diminati masyarakat.

Super Indo Ahmad Yani memiliki daya tarik tersendiri yakni jam operasionalnya lebih panjang dibanding dengan jam operasional di pasar tradisional 10 Ulu. Selain itu, pembayarannya yang mudah bisa menggunakan non tunai, Sehingga, adanya hal ini memberikan dampak terhadap pasar tradisional di sekitarnya seperti Pasar Tradisional 10 Ulu. Lokasi yang saling berdekatan memberikan persaingan yang ketat dalam merebut konsumen dalam berbelanja khususnya buah segar.

Pasar tradisional 10 Ulu memiliki peran penting dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari masyarakat sekitar, terutama untuk produk-produk segar seperti sayuran, buah-buahan, daging, dan ikan. Harga barang di Pasar 10 Ulu umumnya lebih terjangkau dibandingkan dengan pusat perbelanjaan modern, sehingga pasar ini menjadi tujuan utama konsumen yang kelas menengah dan bawah. Lokasi pasar tradisional 10 Ulu yang juga strategis memberikan keunggulan pasar tradisional 10 Ulu dalam menarik konsumen. Selain itu, pasar tradisional 10 mencerminkan budaya lokal yaitu adanya interaksi antara pedagang dan konsumen secara langsung sehingga memberikan kesan terhadap pengalaman konsumen dalam berbelanja (Effendi *et.al.*, 2021).

Pasar tradisional dan pasar modern memiliki karakteristik yang berbeda. Hal itulah yang membuat persaingan antara kedua pasar. Persaingan terjadi dengan adanya sikap konsumen yang membanding-bandingkan karakteristik yang dimiliki oleh masing-masing pasar. Sehingga dalam hal ini sikap dan perilaku konsumen memiliki pengaruh yang besar. Sikap konsumen mempengaruhi keputusan pembelian secara langsung dan juga mempengaruhi pengalaman pribadi mereka dalam berbelanja (Sumarwan, 2011) dalam (Waani *et.al.*, 2022). Konsumen memiliki kebebasan tersendiri dalam menentukan tempat untuk berbelanja produk yang dibutuhkan sesuai dengan preferensinya, khususnya pada kalangan generasi milenial. Generasi milenial sendiri memiliki karakteristik preferensi yang berbeda dari generasi sebelumnya dan generasi milenial juga lebih mengutamakan pengalaman dalam berbelanja produk (Utamanyu dan Darmastuti 2022).

Pemilihan pasar oleh konsumen milenial dalam berbelanja buah segar terdapat faktor penentu yang diperhatikan. Faktor-faktor tersebut diantaranya faktor kualitas produk, harga, lokasi, pelayanan dan promosi. Sehingga faktor tersebut penting diperhatikan oleh pedagang maupun produsen sebab hal inilah yang menjadi pertimbangan oleh konsumen milenial dalam berbelanja. Sehubungan dengan hal tersebut, peneliti tertarik melakukan penelitian untuk mengetahui perbandingan preferensi pembelian buah segar oleh konsumen milenial pada kedua pasar dan mengetahui faktor yang mendominasi adanya perbedaan preferensi pembelian buah di antara Pasar Tradisional 10 Ulu dan Pasar Modern Super Indo Ahmad Yani.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka rumusan masalah yang dapat diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana karakteristik konsumen milenial yang membeli buah di Pasar Tradisional 10 Ulu Palembang dan Pasar Modern Super Indo Ahmad Yani?
2. Bagaimana preferensi konsumen milenial terhadap atribut pasar pada pembelian buah segar di Pasar Tradisional 10 Ulu Palembang dan Pasar Modern Super Indo Ahmad Yani?

3. Bagaimana pengaruh karakteristik konsumen milenial terhadap preferensi pembelian buah segar di Pasar Tradisional 10 Ulu Palembang dan Pasar Modern Super Indo Ahmad Yani?

1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Mendeskripsikan karakteristik konsumen milenial yang membeli buah segar di Pasar Tradisional 10 Ulu Palembang dan Pasar Modern Super Indo Ahmad Yani.
2. Menganalisis preferensi konsumen milenial terhadap atribut pasar pada pembelian buah segar di Pasar Tradisional 10 Ulu Palembang dan Pasar Modern Super Indo Ahmad Yani.
3. Menganalisis pengaruh karakteristik konsumen milenial terhadap preferensi pembelian buah segar di Pasar Tradisional 10 Ulu Palembang dan Pasar Modern Super Indo Ahmad Yani.

Adapun kegunaan yang didapatkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi peneliti, digunakan sebagai sarana penulisan untuk menerapkan teori-teori yang telah dipelajari selama perkuliahan sehingga memperoleh pemahaman yang mendalam serta sebagai syarat untuk gelar sarjana.
2. Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan referensi terkait studi sikap konsumen terutama terhadap preferensi konsumen milenial dalam memilih tempat berbelanja buah segar baik di pasar tradisional maupun pasar modern.
3. Bagi pembaca dan pelaku usaha digunakan sebagai referensi tentang preferensi konsumen milenial dalam membeli buah segar sehingga dapat menyusun strategi pemasaran yang efektif dan menarik, baik pada pasar tradisional maupun modern.

DAFTAR PUSTAKA

- Adha, S. 2022. Faktor Revolusi Perilaku Konsumen Era Digital: Sebuah Tinjauan Literatur. *Jipis* 31 (2): 134–48.
- Andrea, B., Horváth C.G., and Juhász T. 2016. Y and Z Generations at Workplaces. *Journal of Competitiveness* 8 (3): 90–106.
- Anugrafianto, T. R. 2023. Analisis Dampak Media Digital Terhadap Pola Konsumsi Berita Generasi Milenial Di Indonesia ABSTRAK. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora* 3 (3): 21–25.
- Ardista, R., dan Arviana W. 2020. Analisis Pengaruh Harga, Lokasi Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian. *Value : Jurnal Manajemen Dan Akuntansi* 15 (2): 1–13.
- Cahyono, Y., Popong S., dan Nadya E. 2020. Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Vista Bangun Propertindo. *Journal of Industrial Engineering & Management Research (JIEMAR)* 1 (1): 1–23.
- Cesariana, C., Fadlan, J., dan Rohani, F. 2022. Model Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Konsumen Pada Marketplace. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial* 3 (1): 211–24.
- Damanik, S.W., dan Rakhmawati P. 2020. Pengaruh Kualitas Produk Dan Kenyamanan Terhadap Keinginan Berpindah Dari Pasar Tradisional Ke Pasar Modern. *Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis* 1 (2): 125.
- Dasipah, E., Budiyo, H., dan Juliaeni, M. 2010. Analisis Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Produk Sayuran di Pasar Modern Kota Bekasi. *CEFARS: Jurnal Agribisnis Dan Pengembangan Wilayah*, 1(2), 24-37.
- Dwicahyani, A. R., dan Muttaqin, B. I. A. 2019. Analisis segmentasi dan preferensi konsumen terhadap pasar tradisional dan pasar modern menggunakan binary logistic regression. *Journal of Advances in Information and Industrial Technology*, 1(1), 1-5.
- Effendi, D.R., Riche, F., Ash S.E., dan Romi, R.H. 2021. Pengaruh Persepsi Konsumen Mengenai Harga, Lokasi, Dan Kualitas Pasar Modern Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Ecogen* 4 (2): 188.
- Fatma, N., Nur, F.I., dan Ifah, F.L. 2021. Analisis Keputusan Pembelian Produk Menggunakan Persepsi Harga Dan Kualitas Produk. *SEIKO: Journal of Management & Business* 4 (2): 533–40.
- Fazli, RN, Amri, A., dan Apridar, A. 2022. Penentu Preferensi Masyarakat Dalam Berbelanja Ke Pasar Tradisional Di Kota Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah*

Mahasiswa Ekonomi Pembangunan , 7 (3), 209-220.

- Firmansyah, D., dan Dede. 2022. Teknik Pengambilan Sampel Umum Dalam Metodologi. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Holistik (JIPH)* 1 (2): 85–114.
- Fitriani, Ade, R., dan Suryanawati. 2018. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Terhadap Konsumsi Buah Jeruk Siam Dan Pepaya Di Kecamatan Baturaja Timur. *JASEP : Jurnal Agribisnis Dan Sosial Ekonomi Pertanian* 4 (2): 18–23.
- Ghafur, A. 2019. Mekanisme Pasar Perspektif Islam. *Iqtishodiyah: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam* 5: 1–19.
- Hartono, Hartono, Adit R, dan Fachrudny, A. 2020. Analisa Dampak Revitalisasi Pasar Tradisional Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar (Studi Pada Pasar Tradisional Desa Bulubrangsi Kec. Laren Kabupaten Lamongan). *PRIVE: Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan* 3 (2): 72–84.
- Hidayat, T. 2020. Analisis Pengaruh Produk, Harga, Promosi, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Makan Koki Jody Di Magelang. *Jurnal Ilmu Manajemen* 17 (2): 95–105.
- Hidayati, Dewi, A., Siti, H., dan Yuni, R. 2022. Strategi Bertahan Hidup Pedagang Pasar Tradisional di Masa Pandemi Covid-19 Studi Pada Pedagang Kecil Di Pasar Koga, Kecamatan Kedaton Kota Bandar Lampung. *SOSIOLOGI: Jurnal Ilmiah Kajian Ilmu Sosial Dan Budaya* 24 (1): 39–56.
- Jamlean, S., Saul R., dan Victor, R.,P. 2022. Pengaruh Lokasi Usaha Terhadap Minat Pembelian Konsumen. *Jurnal Administrasi Terapan* 1 (1): 151–56.
- Kementerian Kesehatan RI. 2023. *Berbagai Manfaat Buah-Buahan*. Yankes Kemenkes RI. 2023.
- Kementerian Pertanian. 2023. *Statistik Terkini Ekonomi Pertanian*. Pusdatin. Kementan : Jakarta. <https://satudata.pertanian.go.id/>.
- Kertayoga, Ipaw, Rini, D., Luluk, I., dan Kusmaria. 2023. Pengaruh Karakteristik Konsumen Terhadap Intensitas Pembelian Madu Suhita. *Journal of Food System and Agribusiness* 7 (1): 13–20.
- Khaidir, A.F., Mukhlis, H., Nasya, Z., Muhammad I., Daffa, M., Miftahul, C., dan Mia. L.,W. 2024. Analisis Komparatif Antara Probability Dan Nonprobability Dalam Penelitian Pemasaran. *Jurnal Pajak Dan Analisis Ekonomi Syariah* 1 (3): 108–20.
- Kusmiyati, D., Prapti, S., and Khairrudin. 2022. Penyuluhan Tentang Pentingnya Konsumsi Buah Untuk Menjaga Imunitas Tubuh. *Jurnal Pengabdian Magister Pendidikan IPA* 5 (4): 6–11.

- Maharani, R., Skamet, A., and Suhaeni. 2022. Karakteristik Konsumen Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhinya Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Sayuran Di Total Buah Segar Summarecon Bekasi. *Ilmiah Wahana Pendidikan* 8 (12) (12): 302–7.
- Mahdiana, M. Q., & Amin, M. N. 2020. Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan, dan Sales Growth Terhadap Tax Avoidance. *Jurnal Akuntansi Trisakti*, 7(1), 127-138.
- Maritha, R. F., Ningsih, P. R., Anindyastri, R., dan Dwi, D. 2021. Analisis Pengaruh Citra, Merek, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis*, 1(1).
- Maulana, Y. 2023. “Analisis Pengaruh Sektor Pertanian Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Kecamatan Way Sulan.” *Jurnal Az Zahra: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam* 1 (1): 761–70.
- Mujahid, A. 2023. Pengaruh Harga dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Ardha di Sampit. *Surplus: Jurnal Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 3(1), 34-42.
- Mukaromah, Fitria, N., dan Temmy, W. 2020. Pasar Persaingan Sempurna Dan Pasar Persaingan Tidak Sempurna Dalam Perspektif Islam. *PROFIT: Jurnal Kajian Ekonomi Dan Perbankan Syariah* 4 (2): 1–16.
- Nababan, D.F., dan Onan, M.S. 2022. Analisis Perilaku Konsumen Generasi Milenial Dalam Memutuskan Pembelian Secara Online Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Kota Medan. *Journal of Social Research* 1 (6): 545–55.
- Nengsih, Titin, A., dan Fani, K. 2021. Analisis Perbandingan Keputusan Membeli Di Pasar Tradisional Dan Modern. *IJIEB: Indonesian Journal of Islamic Economics and Business* 6 (1): 17–31.
- Nisantika, R., dan Maharani. S. 2021. Penyelesaian Sengketa Konsumen Oleh Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK).” *Jurnal Locus Delicti* 2 (1): 49–59.
- Nurlinda, M., Tuti, S. R., dan Syamsu, R. 2022. Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Tradisional (Studi Kasus Pedagang Pasar Sentral Pangkep Kabupaten Pangkajene Kepulauan). *Journal of Economic Education and Entrepreneurship Studies* 3 (2): 396–413.
- Permana, D. G. Y., Putra, I. P. D. S. S., dan Danendra, A. A. N. B. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keinginan Belanja Konsumen. *JIS SIWIRABUDA*, 2(1), 78-83.
- Pitaloka, D. 2020. Hortikultura: Potensi, Pengembangan Dan Tantangan. *Jurnal*

Teknologi Terapan: G-Tech 1 (1): 1–4.

- Priyambodo, Catur, S., Hary, S., dan Diah T. H. 2019. Analisis Preferensi Konsumen Buah Jeruk Di Pasar Keputran Utara, Surabaya. *Jurnal Ilmiah Sosio Agribis* 19 (1): 85–103.
- Putra, Yudha, D., Lisa., Sutarno, S., Dewi, A., dan Supriyanto. 2022. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di PT. Alam Bumi Lestari. *SOSMANIORA: Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora* 1 (2): 133–40.
- Putri, Anggita, C., Esther, K., dan Ester, D. L. 2024. “Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Buah Segar (Studi Kasus Pedagang Buah Pada Pasar Mardika Di Kota Ambon),” 86–95.
- Ragatirta, L. P., dan Erna, T. 2021. Pengaruh Atmosphere Store, Desain Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Di Rown Division Surakarta). *Excellent* 7 (2): 143–52.
- Renaningtyas, A.A., Aulia, D.W., dan Lita, O. 2022. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Konsumen : Promosi , Harga Dan Produk. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan* 3 (5): 522–29.
- Rinandiyana, Lucky, R., Ane K., dan Dian K. 2017. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Oleh Generasi Milenial Pada Industri Kuliner Di Kota Tasikmalaya. *Jurnal Ekonomi Manajemen* 3 (Mei): 18–27.
- Safitri, S. A., Saragih, F. P., dan Dalimunthe, A. G. 2023. Perilaku Konsumen Buah Pisang Kepok (*Musa paradisiaca* L.) di Kota Medan. *AGRICOLA*, 13(2), 70–77.
- Sasmaya, I., Indriani, Y., dan Gultom, D. T. 2020. Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Sayuran di Pasar Tradisional Kota Metro. *Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis: Journal of Agribusiness Science*, 7(3), 330–337.
- Sendianto, S., dan Saragih, B. E. 2024. Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Pembelian Produk Buah Mangga Gedong Gincu di Pasar Tradisional Bangkir Kabupaten Indramayu. *Equilibrium Point: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 7(1).
- Sibarani., Taruli, E, dan Nawary, S. 2022. Pengaruh Harga, Variasi Produk, Kualitas Produk Dan Fasilitas Terhadap Minat Beli Konsumen Di Pondok Indah Pasar Buah Tanjung Rejo Medan. *Seminar Nasional Manajemen Dan Akuntansi (SMA)* 1 NO 1: 260–69.
- Sudirjo, F. 2023. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Pembelian Konsumen Secara Lintas Budaya. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan West Science* 1 (03): 207–15. <https://doi.org/10.58812/jekws.v1i03.526>.

- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sukirno, F. S. 2017. *Pergeseran Gaya Hidup Masyarakat Sub Urban Area di Kota Mojokerto. Paradigma*, 5(1).
- Utamanyu, R.A., dan Rini D. 2022. Budaya Belanja Online Generasi Z dan Generasi Milenial di Jawa Tengah (Studi Kasus Produk Kecantikan Di Online Shop Beauty by ASAME). *Scriptura* 12 (1): 58–71. <https://doi.org/10.9744/scriptura.12.1.58-71>.
- Waani, N.C., Maryam, M., dan Yantje, U022. Perbedaan Sikap Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Niu Green Tea Dan Teh Botol Sosro (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UNSRAT). *Emba* 10 (1): 1004–13.
- Wahyudin., Melli, S., dan Redy. B. 2019. Customer Satisfaction Analysis of Modern Markets Service in Bengkulu City. *Jurnal AGRISEP : Kajian Masalah Sosial Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis* 18 (1): 153–64. <https://doi.org/10.31186/jagrisep.18.1.153-164>.
- Widiyanto, N., A. 2019. Preferensi Konsumen Terhadap Buah Apel (Studi Kasus Kota Malang Dan Kota Surabaya). *Agrosaintifika : Jurnal Ilmu-Ilmu Pertanian* 1 (1): 22–32.
- Wulandari, T. 2016. Analisis Proses Keputusan Pembelian Mahasiswa Melalui Ekuitas Merek Politeknik Perdana Mandiri Dan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Dan Bisnis (STIEB) Perdana Mandiri Purwakarta. *Program Studi Administrasi Bisnis Politeknik Perdana Mandiri*, 1–17.
- Yasmin, T.R., Wahyu, D.P., dan Migie, H. 2017. Analisis Konjoin Preferensi Konsumen Sayuran Hidroponik Agrofarm Bandungan Kabupaten Semarang. *Agrisocionomics: Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian* 1 (1): 85.
- Yuliastuti, E. R., Dwiastuti, R., dan Hanani, N. (2014). Analisis Dinamis Permintaan Buah-Buahan Di Indonesia: Pendekatan Model Error Correction-Linear Approximation Almost Ideal Demand System. *Agricultural Socio-Economics Journal*, 14(3), 238-238.