

SKRIPSI

**ANALISIS KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM PEMBELIAN
BUAH DI PASAR MODERN SECARA *ONLINE* DAN *OFFLINE*
PADA MASA PANDEMI COVID-19 DI KOTA PALEMBANG**

***ANALYSIS OF CONSUMER DECISIONS IN FRUIT
PURCHASES IN MODERN MARKETS ONLINE AND OFFLINE
DURING THE COVID-19 PANDEMIC IN PALEMBANG CITY***



**Ayu Sartika Putri
05011281722062**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
2021**

SUMMARY

AYU SARTIKA PUTRI. Analysis of Consumer Decisions in Fruit Purchases in Modern Markets Online and Offline during the Covid-19 Pandemic in Palembang City. (supervised by **YULIAN JUNAIDI** and **AGUSTINA BIDARTI**).

At the end of 2019 to early 2021 Indonesia continued to increase positive cases of Covid-19. The increase in positive cases of Covid-19 affects many aspects. One of them is nutrition which is a basic need of life. During pandemics, fruit consumption behavior increases in society. Viruses that can spread in an instant cause people to be required to apply social distancing or physical distancing, so that buying and selling activities directly or face-to-face are attempted to be minimized and given other alternatives such as online services but can still be done offline. The purpose of this study is 1. Describes the character of consumers who make fruit purchases in modern markets online and offline during the Covid-19 pandemic, 2. Describing the process of making consumer decisions in fruit purchases in modern markets online and offline during the Covid-19 pandemic, and 3. Analyze the factors influencing consumer decisions in fruit purchases in modern markets online and offline during the Covid-19 pandemic. The researchers were conducted in May 2021. The research method used is the survey method. The data collection method used is the Purposive sampling method. The data collected consists of primary data and secondary data. The data processing methods used are descriptive analysis of consumer characteristics and decision-making processes, and logistic regression. The results showed that the factors that influence consumer decisions in fruit purchases in modern markets online and offline during the Covid-19 pandemic are age, price, and location.

Keywords: Covid-19 Pandemic, Purchasing Decisions, Online and Offline Fruit Purchases.

RINGKASAN

AYU SARTIKA PUTRI. Analisis Keputusan Konsumen dalam Pembelian Buah di Pasar Modern secara *Online* dan *Offline* pada Masa Pandemi Covid-19 di Kota Palembang. (dibimbing oleh **YULIAN JUNAIDI** dan **AGUSTINA BIDARTI**).

Pada akhir tahun 2019 hingga awal tahun 2021 Indonesia terus megalami peningkatan kasus positif Covid-19. Peningkatan kasus positif Covid-19 mempengaruhi banyak aspek. Salah satunya adalah gizi yang merupakan kebutuhan dasar hidup. Selama masa pandemi, perilaku konsumsi buah semakin meningkat pada masyarakat. Virus yang dapat menyebar dalam sekejap waktu menyebabkan masyarakat dituntut untuk harus menerapkan *social distancing* atau *physical distancing*, sehingga aktivitas jual beli secara langsung atau tatap muka diusahakan untuk diminimalisirkan dan diberi alternatif lain seperti layanan *online* namun masih bisa dilakukan secara *offline*. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah 1. Mendeskripsikan karakter konsumen yang melakukan pembelian buah di pasar modern secara *online* dan *offline* pada masa pandemi Covid-19, 2. Mendeskripsikan proses pengambilan keputusan konsumen dalam pembelian buah di pasar modern secara *online* dan *offline* pada masa pandemi Covid-19, dan 3. Menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian buah di pasar modern secara *online* dan *offline* pada masa pandemi Covid-19. Peneliti ini dilakukan pada bulan Mei 2021. Metode Penelitian yang digunakan adalah metode survei. Metode Pengumpulan Data yang digunakan adalah metode *Purposive Sampling*. Data yang dikumpulkan terdiri dari data primer dan data sekunder. Metode Pengolahan Data yang digunakan adalah analisis deskriptif pada karakteristik konsumen dan proses pengambilan keputusan, dan *regresi logistic*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian buah di pasar modern secara *online* dan *offline* pada masa pandemi Covid-19 adalah umur, harga, dan lokasi.

Kata Kunci: Pandemi Covid-19, Keputusan Pembelian, Pembelian buah secara *Online* dan *Offline*.

LEMBAR PENGESAHAN

ANALISIS KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM PEMBELIAN BUAH DI PASAR MODERN SECARA *ONLINE* DAN *OFFLINE* PADA MASA PANDEMI COVID-19 DI KOTA PALEMBANG

SKRIPSI

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

Oleh:

Ayu Sartika Putri
05011281722062

Pembimbing I

Indralaya, Desember 2021

Pembimbing II


Ir. Yulian Junaidi, M.Si.
NIP. 196507011989031005


Dr. Agustina Bidarti, S.P., M.Si.
NIP. 197708122008122001

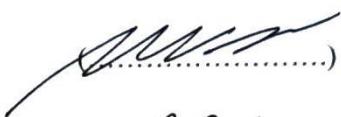


Skripsi dengan Judul "Analisis Keputusan Konsumen dalam Pembelian Buah di Pasar Modern secara *Online* dan *Offline* pada Masa Pandemi Covid-19 di Kota Palembang" oleh Ayu Sartika Putri telah dipertahankan di hadapan Komisi Pengaji Skripsi Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya pada tanggal 27 November 2021 dan telah diperbaiki sesuai saran dan masukan tim pengaji.

Komisi Pengaji

1. Ir. Yulian Junaidi, M.Si.
NIP. 196507011989031005

Ketua



2. Dr. Agustina Bidarti, S.P., M.Si.
NIP. 197708122008122001

Anggota




3. Muhammad Arby, S.P., M.Sc.
NIP. 197711022005011001

Anggota



Indralaya, Desember 2021
Ketua Jurusan
Sosial Ekonomi Pertanian



Dr. Ir. Maryadi, M.Si.
NIP.196501021992031001

SKRIPSI

ANALISIS KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM PEMBELIAN BUAH DI PASAR MODERN SECARA *ONLINE* DAN *OFFLINE* PADA MASA PANDEMI COVID-19 DI KOTA PALEMBANG

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mendapatkan Gelar Sarjana Pertanian
pada Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya



**Ayu Sartika Putri
05011281722062**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
2021**

PERNYATAAN INTEGRITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ayu Sartika Putri

Nim : 05011281722062

Judul : Analisis Keputusan Konsumen dalam Pembelian Buah di Pasar Modern secara *Online* dan *Offline* pada Masa Pandemi Covid-19 di Kota Palembang

Menyatakan bahwa semua data dan informasi yang dimuat di dalam proposal skripsi ini merupakan hasil penelitian saya sendiri di bawah supervisi pembimbing, kecuali yang disebutkan dengan jelas sumbernya. Apabila di kemudian hari ditemukan adanya unsur plagiasi dalam skripsi 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, Desember 2021



Ayu Sartika Putri

RIWAYAT HIDUP

Nama lengkap penulis adalah Ayu Sartika Putri, lahir pada tanggal 01 Juli 1999 di Palembang, Sumatera Selatan. Penulis merupakan anak kedua dari dua bersaudara, anak dari Dedi Rudianto dan Hairani.

Riwayat pendidikan penulis, diawali Pendidikan Taman Kanak-Kanak di TK Kartika II-4 Palembang, Sumatera Selatan dan lulus pada tahun 2005, kemudian Pendidikan Sekolah Dasar di SD Kartika II-2 Palembang, Sumatera Selatan dan lulus pada tahun 2011, melanjutkan Pendidikan Sekolah Menengah Pertama di SMP Negeri 10 Palembang, Sumatera Selatan dan lulus pada tahun 2014, melanjutkan Pendidikan Sekolah Menengah Atas di SMA Negeri 3 Palembang, Sumatera Selatan dan lulus pada tahun 2017, dan melanjutkan pendidikan kejenjang yang lebih tinggi yaitu Perguruan Tinggi Negeri di Sumatera Selatan pada tahun 2017 diterima di Program Studi Agribisnis, Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian, Fakultas Pertanian di Universitas Sriwijaya, yang sedang penulis jalani sekarang.

Penulis pernah aktif mengikuti organisasi kemahasiswaan di tingkat jurusan yaitu HIMASEPERTA (Himpunan Mahasiswa Sosial Ekonomi Pertanian) yang diamanahkan menjadi Sekretaris Dinas Minat dan Bakat.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis haturkan atas kehadiran Allah SWT, karena berkat rahmat dan karunia-Nya penulis diberikan kesempatan waktu, tenaga, dan pikiran sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul “Analisis Keputusan Konsumen dalam Pembelian Buah di Pasar Modern secara *Online* dan *Offline* pada Masa Pandemi Covid-19 di Kota Palembang”. Sholawat serta salam semoga tetap tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, beserta keluarga dan para sahabat-Nya yang telah membimbing kita menuju jalan kebenaran. Berkat limpahan rahmat dan karunia Nya lah, yang telah melancarkan segala urusan hingga penulis bisa menyelesaikan Skripsi ini yang ditujukan sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana pertanian. Penelitian dan penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Kedua orang tua penulis, Deddy Rudianto dan Hairani serta kedua kakak tersayang Bayu Andika Putra dan Gustin Riasari dan tidak lupa keponakan tersayang Akiko Alishba Shanum atas segala cinta dan kasih sayang, selalu memberi nasihat, dukungan dan pengorbanan, serta doa-doa yang tiada hentinya.
2. Bapak Dr. Ir. Maryadi, M.Si. selaku Ketua Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian, Bapak Ir. Yulian Junaidi, M.Si dan Ibu Dr. Agustina Bidarti, S.P., M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah memberi arahan dalam melakukan penelitian, memberi ilmu dan nasihat dalam menyusun skripsi, dan meluangkan banyak waktu dalam membantu mengurus menyelesaikan penelitian dan penyusunan skripsi ini.
3. Seluruh dosen Agribisnis dan Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya yang telah memberikan nasihat, bimbingan dan ilmu yang sangat bermanfaat selama perkuliahan.
4. Penyemangat dalam segala hal, Rafi Fahruddin atas cinta, sayang, perhatian, waktu yang sudah diluangkan untuk menemani serta membantu penulis, dan sudah menampung keluh kesah selama menyelesaikan skripsi ini.
5. Teman-teman seperjuangan selama kuliah (Memed, Caca, Anden, Bakwan,

- Desil, Ilak, Fadhil, Abiyyu, Erde, Fansyah, Adar dan Adjie) sudah banyak berbagi cerita suka duka selama kuliah, memberi canda tawa, memberi nasihat dan memberi doa, hingga pada akhirnya berpisah demi mewujudkan cita-cita.
6. Teman-teman SMA yang sampai sekarang masih berhubungan baik (Dey, Tasya, Bibin, Levia, Elya, Jihan) yang telah menghibur selama penulis menyelesaikan skripsi ini, serta doa dan nasihat yang diberikan.
 7. Seluruh pihak yang telah banyak membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata saya mengucapkan terimakasih, semoga Allah SWT memberikan balasan yang berlipat ganda kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan. Semoga Skripsi ini dapat memberikan informasi yang berguna kepada penulis maupun pembaca. Penulis menyadari masih banyak kekurangan yang perlu disempurnakan. Untuk itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun diberikan oleh pembaca akan sangat berguna bagi penulis kedepannya.

Indralaya, Desember 2021



Ayu Sartika Putri

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	6
1.3. Tujuan dan Kegunaan	6
BAB 2. KERANGKA PEMIKIRAN.....	7
2.1. Tinjauan Pustaka	7
2.1.1. Konsepsi Konsumen	7
2.1.1.1. Konsepsi Karakteristik Konsumen.....	7
2.1.1.2. Konsepsi Keputusan Konsumen	8
2.1.2.1. Konsepsi Konsepsi Proses Pengambilan Keputusan Konsumen	9
2.1.2.2. Konsepsi Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen.....	10
2.1.1.3. Konsepsi Pembelian.....	12
2.1.3.1. Konsepsi Pembelian secara <i>Online</i>	12
2.1.3.2. Konsepsi Pembelian secara <i>Offline</i>	13
2.1.1.4. Konsepsi Buah	14
2.1.1.5. Konsepsi Pasar Modern	15
2.1.5.1. Jenis-jenis Pasar Modern	16
2.1.5.2. Kelebihan dan Kekurangan Pasar Modern.....	17
2.1.6. Konsepsi Pandemi Covid-19.....	17
2.1.6.1. Awal mula pandemi Covid-19 masuk ke Indonesia	17
2.1.6.2. Dampak yang Terjadi dari Pandemi Covid-19.....	18
2.1.6.3. Upaya yang Dilakukan dalam Penangan Covid-19	18
2.2. Model Pendekatan.....	19
2.3. Hipotesis.....	20
2.4. Batasan Operasional.....	21

	Halaman
BAB 3. PELAKSANAAN PENELITIAN.....	23
3.1. Tempat dan Waktu	23
3.2. Metode Penelitian	23
3.3. Metode Penarikan Contoh.....	23
3.4. Metode Pengumpulan Data	24
3.5. Metode Pengolahan Data	24
3.5.1. Uji Validitas	26
3.5.2. Uji Reliabilitas	26
3.5.3. Model Regresi Logistik Biner.....	26
3.5.3.1. Uji Kesesuaian Model	29
3.5.3.2. Koefisien Determinasi (<i>Nagelkerke R Square</i>)	29
3.5.3.3. Uji Wald.....	30
3.5.3.4. Interpretasi Parameter	30
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN	31
4.1. Keadaan Umum Tempat Penelitian	31
4.1.1. Letak Geografi dan Batas Wilayah Administrasi	31
4.1.2. Keadaan Topografi.....	32
4.2. Pembelian Buah secara <i>Onlinedan Offline</i>	32
4.3. Karakteristik Pembeli Buah <i>Online</i> dan <i>Offline</i>	33
4.3.1. Umur Pembeli Buah.....	33
4.3.2. Jenis Kelamin Konsumen.....	34
4.3.3. Pekerjaan Konsumen.....	35
4.3.4. Pendapatan Konsumen	36
4.4. Proses Keputusan Pembelian Konsumen.....	37
4.4.1. Pengenalan Kebutuhan.....	37
4.4.1.1. Penyebab Terjadinya Pembelian Buah secara <i>Online</i>	38
4.4.1.2. Motivasi Pembelian Buah pada Masa Pandemi Covid-19	39
4.4.1.3. Manfaat Pembelian Buah pada Masa Pandemi Covid-19.....	40
4.4.1.4. Tingkat Kepentingan Pembelian pada Masa Pandemi Covid-19....	41
4.4.1.5. Akibat Tidak Konsumsi Buah pada Masa Pandemi Covid-19	42
4.4.2. Pencarian Informasi	42

	Halaman
4.4.2.1. Sumber Informasi Pembeli Buah	43
4.4.2.2. Fokus Perhatian Pembeli Buah	44
4.4.2.3. Promosi yang Mempengaruhi Pembelian	45
4.4.2.4. Pengaruh dari Promosi yang Mempengaruhi.....	46
4.4.3. Evaluasi Alternatif	46
4.4.4. Keputusan Pembelian.....	47
4.4.4.1. Jenis Buah yang di Konsumsi	49
4.4.4.2. Sumber Pengaruh Keputusan Pembeli	49
4.4.4.3. Alasan Membeli di Pasar Modern.....	50
4.4.4.4. Cara Memutuskan Pembelian	51
4.4.5. Perilaku Pasca Pembelian	52
4.4.5.1. Tindakan Buah Tidak Tersedia	53
4.4.5.2. Tingkat Kepuasan Membeli di Pasar Modern.....	54
4.4.5.3. Keinginan Membeli Ulang di Pasar Modern	55
4.4.5.4. Keinginan Membeli Ulang secara <i>Online</i> dan <i>Offline</i>	55
4.5. Uji Validitas	56
4.6. Uji Reliabilitas	57
4.7. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen.....	57
4.7.1. Uji Kesesuaian Model.....	58
4.7.2. Koefisien Determinasi (<i>Nagelkerke R Square</i>).....	58
4.7.3. Uji Wald	58
4.7.4. Interpretasi Parameter	59
BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN	61
5.1. Kesimpulan	61
5.2. Saran.....	61
DAFTAR PUSTAKA	63
LAMPIRAN	66

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. Perkembangan Kasus Covid-19 Menurut Kecamatan di Kota Palembang	2
Tabel 3.1. Interval Kelas	28
Tabel 4.1. Karakteristik berdasarkan Umur Pembeli Buah.....	33
Tabel 4.2. Karakteristik berdasarkan Jenis Kelamin Konsumen.....	34
Tabel 4.3. Karakteristik berdasarkan Pekerjaan Konsumen.....	35
Tabel 4.4. Karakteristik berdasarkan Pendapatan Konsumen.....	36
Tabel 4.5. Pengenalan Kebutuhan Konsumen Pembelian Buah di Pasar Modern secara Online dan Offline	37
Tabel 4.6. Penyebab Terjadinya Pembelian Buah secara Online.....	38
Tabel 4.7. Motivasi Pembelian Buah pada Masa Pandemi Covid-19	39
Tabel 4.8. Manfaat Pembelian Buah pada Masa Pandemi Covid-19.....	40
Tabel 4.9. Tingkat Kepentingan pada Masa Pandemi Covid-19.....	41
Tabel 4.10. Akibat Tidak Konsumsi pada Masa Pandemi Covid-19.....	42
Tabel 4.11. Pencarian Informasi Konsumen Pembelian Buah di Pasar Modern secara Online dan Offline.....	43
Tabel 4.12. Sumber Informasi Pembeli Pembeli Buah secara <i>Online</i> dan <i>Offline</i>	43
Tabel 4.13. Fokus Perhatian Pembeli Buah pada Pandemi Covid-19	44
Tabel 4.14. Promosi Mempengaruhi Pembelian Buah di Pasar Modern..	45
Tabel 4.15. Pengaruh dari Promosi yang Mempengaruhi Pembeli Buah di Pasar Modern	46
Tabel 4.16. Pemilihan Alternatif Konsumen Pembelian Buah di Pasar Modern secara Online dan Offline.....	47
Tabel 4.17. Keputusan Konsumen Pembelian Buah di Pasar Modern secara Online dan Offline	48
Tabel 4.18. Jenis Buah.....	49
Tabel 4.19. Sumber Pengaruh Keputusan Pembeli.....	50
Tabel 4.20. Alasan Membeli di Pasar Modern	50
Tabel 4.21. Cara Memutuskan Pembelian	51
Tabel 4.22. Perilaku Konsumen Pasca Pembelian Buah di Pasar Modern secara Online dan Offline	52

	Halaman
Tabel 4.23. Tindakan apabila Buah Tidak Tersedia	53
Tabel 4.24. Tingkat Kepuasan Membeli Buah di Pasar Modern	54
Tabel 4.25. Keinginan Membeli Ulang di Pasar Modern	55
Tabel 4.26. Keinginan Membeli Ulang secara Online dan Offline	55
Tabel 4.27. Uji Validitas	56
Tabel 4.28. Uji Wald.....	59

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1. Perkembangan Kasus Covid-19 di Kota Palembang	1
Gambar 2.1. Proses Pengambilan Keputusan	9
Gambar 2.2. Model Pendekatan	20

DAFTAR LAMPIRAN

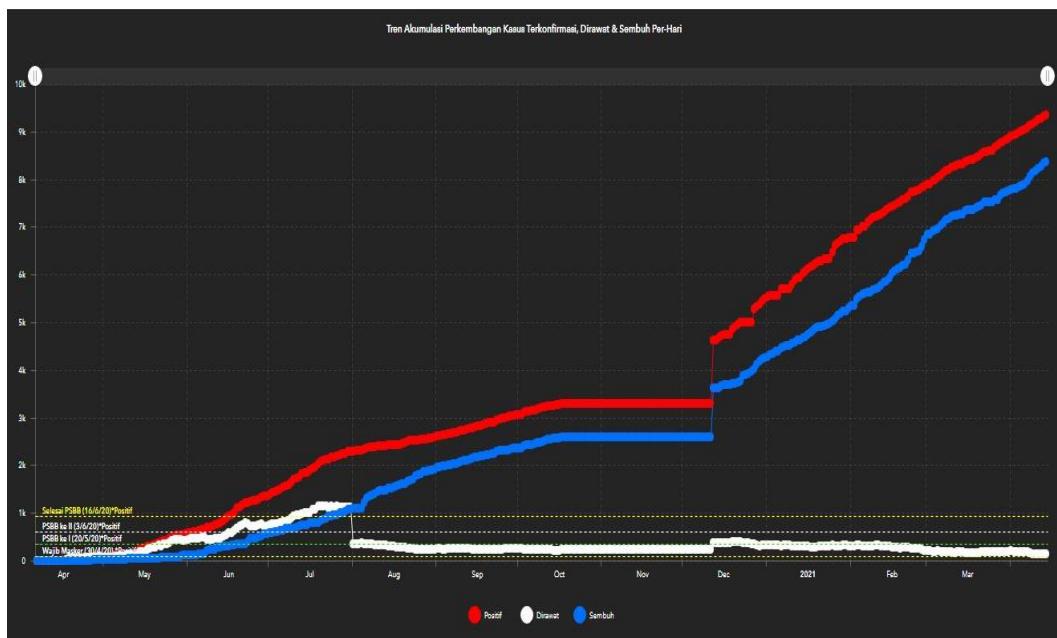
	Halaman
Lampiran 1. Peningkatan Kasus Positif Covid-19	67
Lampiran 2. Karakteristik Konsumen Buah.....	68
Lampiran 3. Proses Pengambilan Keputusan.....	69
Lampiran 4. Faktor Produk menggunakan Skala Likert	70
Lampiran 5. Faktor Harga menggunakan Skala Likert.....	78
Lampiran 6. Faktor Promosi menggunakan Skala Likert	79
Lampiran 7. Faktor Lokasi menggunakan Skala Likert.....	80
Lampiran 8. Faktor-faktor yang Mempengaruhi.....	81
Lampiran 9. Uji Validitas.....	82
Lampiran 10. Uji Reliabilitas	83
Lampiran 11. Uji Kesesuaian Model	84
Lampiran 12. Koefisien Determinasi	85
Lampiran 13. Uji Wald	86

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pada akhir tahun 2019 hingga awal tahun 2021 Indonesia terus mengalami peningkatan kasus positif Covid-19, dimana pada kasus ini menyebabkan masyarakat mengalami penurunan imun karena virus Corona sehingga sebagian besar masyarakat jatuh sakit dan masyarakat diharuskan untuk melakukan isolasi diri. Selama isolasi ini masyarakat diminta untuk menjalankan pola hidup sehat agar menghindari penularan virus kepada orang-orang sekitar. Adapun perkembangan kasus Covid-19 di Kota Palembang, dapat dilihat pada Gambar 1.1.



Sumber : Dashboard Pantau Covid Palembang, 2021

Gambar 1.1. Perkembangan Kasus Covid-19 di Kota Palembang

Palembang menjadi salah satu Kota yang terkena dampak virus Covid-19 sejak April 2020. Covid-19 tidak hanya membuat masyarakat jatuh sakit tetapi juga banyak menyebabkan kasus meninggal dunia karena virus tersebut. Hal ini pengawalannya disaat seorang pasien dinyatakan meninggal dunia di Rumah Sakit

Muhammad Hoesin dimana sebelumnya ia termasuk orang dalam pantauan (ODP). Hingga Juli 2021 saat ini, angka kasus positif Covid-19 di Kota Palembang semakin melonjak tinggi. Berdasarkan kecamatan di Kota Palembang, dapat dilihat pada Tabel 1.1.

Tabel 1.1. Perkembangan Kasus Covid-19 Menurut Kecamatan di Kota Palembang

Kecamatan	Suspek	Konfirmasi	Isolasi Mandiri	Rawat	Sembuh	Meninggal
Alang-alang Lebar	1.440	710	49	14	623	24
Bukit Kecil	735	225	7	5	200	13
Gandus	1.172	186	16	0	166	4
Ilir Barat I	3.252	1.344	57	19	1.217	51
Ilir Barat II	992	280	3	3	256	18
Ilir Timur I	863	595	42	3	371	34
Ilir Timur II	2.012	555	17	7	500	31
Ilir Timur III	863	424	16	3	371	34
Jakabaring	925	393	6	4	364	19
Kalidoni	2.050	784	45	3	714	22
Kemuning	1.389	629	30	6	554	39
Kertapati	727	166	7	4	147	8
Plaju	1.287	414	7	10	381	16
Sako	1.978	758	49	13	674	22
Sebrang Ulu I	1.495	228	9	0	200	19
Sebrang Ulu II	1.199	385	5	2	355	23
Sematang Borang	534	219	5	0	205	9
Sukarami	2.651	1.045	67	27	931	20

Sumber : Dashboard Pantau Covid Palembang, 2021

Peningkatan angka kasus positif Covid-19 membuat masyarakat memiliki keterbatasan dalam melakukan aktivitas sehari-hari seperti aktivitas belajar-mengajar, aktivitas perkantoran, dan aktivitas jual beli. Pemerintah berupaya menerapkan kebijakan untuk menekan penyebaran virus Covid-19 berawal dari Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) kemudian Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM).

Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) ini diharapkan dapat memberikan bantuan terkait dengan upaya pencegahan atas tersebarnya virus corona di Indonesia, dimana dalam kebijakan ini masyarakat diwajibkan untuk membatasi segala aktivitasnya agar virus ini penyebarannya tidak semakin parah. Sebelum diterapkannya kebijakan tersebut, pihak institusi kepemerintahan telah melaksanakan survei terlebih dahulu guna melakukan pertimbangan atas segala konsekuensi yang mungkin dapat terjadi. Pengakajian ini dilakukan dengan

mempertimbangkan aspek sosial serta perekonomiannya (Nasruddin, Rindam dan Islamul Haq. 2020). Akibat dari timbulnya kebijakan tersebut, orang-orang yang semulanya berkegiatan di luar rumah diwajibkan untuk melakukan segala aktivitasnya dari rumah, termasuk di dalamnya pegawai kantoran serta para pelajar (Nurjanah, Asih. 2020).

Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) merupakan kegiatan dimana pemerintah mengatur pelaksanaan kegiatan masyarakat mulai dari pembatasan jam operasional pada pusat perbelanjaan dan pembatasan kapasitas pengunjung sebesar 25 persen. Pengetatan pembatasan juga berlaku untuk fasilitas umum, tempat wisata, rapat, seminar dan kegiatan seni dan budaya selain di daerah zona merah diperbolehkan beroperasi dengan kapasitas 25 persen dari kapasitas normal dengan penerapan protokol kesehatan (Mashabi, Sania. 2021).

Menerapkan kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) dan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) dari pemerintah saja tidaklah cukup untuk mencegah perkembangan virus Covid-19, maka dari itu masyarakat diimbau untuk menerapkan pola hidup sehat. Makanan sehat diprediksi akan menjadi kebiasaan baru setelah masa pandemi Covid-19 ini berakhir. Kebiasaan masyarakat selama pandemi Covid-19 untuk mengonsumsi makanan sehat akan terus berlanjut sehingga konsumen akan lebih memilih makanan yang memiliki banyak manfaat untuk mempertahankan daya tahan tubuh dibandingkan dengan makanan lainnya. Pola hidup sehat dilakukan dengan mengkonsumsi makanan yang sehat dan bergizi, salah satunya dengan mengkonsumsi buah segar. Buah-buahan merupakan kelompok komoditas yang banyak menghasilkan vitamin dan mineral penting yang diperlukan untuk kesehatan. Masyarakat yang melakukan pembelian kebutuhan makanan seperti sayur, daging, dan buah di pasar atau toko terdekat secara langsung menimbulkan rasa waspada konsumen terhadap penjual dan lingkungan sekitar pasar dikarenakan masih banyak yang belum mematuhi protokol kesehatan dari pemerintah (Kamin, 2020).

Selama masa pandemi Covid-19, perilaku konsumsi buah semakin meningkat dikarenakan masyarakat semakin sadar bahwa buah memiliki banyak

kandungan vitamin guna meningkatkan daya tahan tubuh. Sejak diumumkannya kasus positif Covid-19 pertama kali pada awal Maret 2020, komoditas hortikultura khususnya permintaan sayur dan buah segar mengalami peningkatan (Lukman, 2020). Untuk menentukan pembelian atas suatu produk baik itu barang ataupun jasa, pihak akan mempunyai beberapa pertimbangan. Dimana tentunya setiap pertimbangan yang dimiliki oleh konsumen berbeda satu dengan yang lainnya. Dalam hal ini, biasanya perbedaan tersebut dapat dipengaruhi oleh beberapa hal, diantaranya ialah karena adanya faktor kebudayaan, sosial, individu itu sendiri, psikologisnya serta strategi pemasaran yang diterapkan oleh pihak penjual (Simamora, 2008). Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi suatu keputusan konsumen adalah penyebaran virus Covid-19 yang termasuk dalam faktor sosial. Pada kenyataannya, setiap orang dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal yang berbeda-beda dalam pembentukan perilaku konsumen. Perilaku konsumen adalah proses pengambilan keputusan yang penting dan konstan dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan membuang produk dan layanan (Valaskova et al., 2015).

Akibat pandemi Covid-19 masyarakat dituntut untuk menerapkan *social distancing* atau *physical distancing*, sehingga aktivitas jual beli secara langsung atau tatap muka diminimalisir dan diberi alternatif lain seperti layanan *online*. Rasa waspada konsumen juga menjadi faktor dipilihnya layanan *online* dalam menentukan lokasi dan cara pembelian kebutuhan bahan makanan (Azimah, Rizki Nor, 2020). Pembelian kebutuhan primer dan sekunder dapat dilakukan secara *online*. Hal tersebut dikarenakan dampak dari pandemi Covid-19 yang membuat semua hal harus dikerjakan dari rumah untuk meminimalisir penyebaran virus. Karena adanya pandemi Covid-19 pembelian buah dilakukan secara online demi mengurangi resiko paparan virus. Pembelian buah secara online juga sangat mudah dilakukan karena *e-commerce* dan social media semakin mudah diakses (Ritonga, 2021).

Pembelian secara *online* dapat dilakukan dengan pemesanan melalui aplikasi Whatsapp, Gojek, Tokopedia, Shopee, atau aplikasi pembelanjaan lainnya, biasanya terdapat tambahan biaya untuk upah pengiriman, namun ada beberapa toko yang tidak memberikan biaya pengiriman dengan adanya syarat

minimum pembelian. Pembayaran saat melakukan pembelian secara *online* bisa dilakukan dengan via *transfer* dan bayar ditempat atau *Cash On Delivery*. Dalam pembelian buah secara *online*, masyarakat tentu akan kesulitan dalam proses pemilihan buah, namun disetiap toko telah menerapkan S.O.P kepada karyawannya untuk menjaga amanah yang telah konsumen percayakan kepada toko tersebut. Namun tidak sedikit masyarakat yang kurang mengerti mengenai digitalisasi tersebut, sehingga tidak dapat dipungkiri bahwa pembelian secara *offline* atau pembelian secara langsung masih diminati oleh masyarakat.

Pasar Modern di Kota Palembang telah menerapkan sistem pembelian secara *Online*, dimana hal tersebut sangat membantu masyarakat selama masa pandemi Covid-19 untuk menerapkan *social distancing* atau *physical distancing*. Karena adanya *social distancing*, pedagang yang berjualan di pasar seperti pedagang sayur, buah, dan kebutuhan lainnya mengalami penurunan pendapatan yang signifikan (Purbawati, Christina et al, 2020). Beberapa Pasar Modern yang telah menerapkan sistem pembelian secara *Online* dan *Offline* yaitu Farmers Market, Hypermart, Diamond, Toko Buah Abak, Toko Buah Rumah Semangka, dan Toko Buah Segar Najwa Fruit.

Berdasarkan uraian diatas, penulis akan meninjau keputusan konsumen dalam pembelian buah di pasar modern di Kota Palembang. Penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan konsumen dalam membeli buah di pasar modern secara *online* atau *offline* pada masa pandemi covid-19 atau masa mendatang, serta implikasinya terhadap pasar modern di Kota Palembang. Selain itu, peneliti tertarik untuk meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen tersebut. dengan demikian, peneliti mengangkat judul “Analisis keputusan konsumen dalam pembelian buah di pasar modern secara *online* dan *offline* pada masa pandemi Covid-19”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka didapatkan beberapa rumusan masalah yang akan diteliti dalam penelitian ini, sebagai berikut:

1. Bagaimana karakteristik konsumen yang melakukan pembelian buah di pasar modern secara *online* dan *offline* pada masa pandemi Covid-19?
2. Bagaimana proses pengambilan keputusan konsumen dalam pembelian buah di pasar modern secara *online* dan *offline* pada masa pandemi Covid-19?
3. Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian buah di pasar modern secara *online* dan *offline* pada masa pandemi Covid-19?

1.3. Tujuan dan Kegunaan

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka didapatkan beberapa tujuan dan kegunaan dalam penelitian ini, sebagai berikut:

1. Mendeskripsikan karakter konsumen yang melakukan pembelian buah di pasar modern secara *online* dan *offline* pada masa pandemi Covid-19.
2. Mendeskripsikan proses pengambilan keputusan konsumen dalam pembelian buah di pasar modern secara *online* dan *offline* pada masa pandemi Covid-19
3. Menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian buah di pasar modern secara *online* dan *offline* pada masa pandemi Covid-19.

Berdasarkan tujuan dari penelitian, diharapkan kegunaan dari hasil penelitian adalah sebagai referensi untuk pembaca dan peneliti sejenis di masa yang akan datang, serta dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan konsumen dalam membeli buah di pasar modern secara *online* atau *offline* pada masa pandemi covid-19 atau pun pada masa pandemi lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Asih Nurjanah. 2020. Perubahan sosial-ekonomi akibat pandemi covid-19. <https://www.kompasiana.com/asihftrn177793/5e994497d541df77e05aad82/perubahan-sosial-ekonomiakibat-pandemi-covid-19>, diakses pada tanggal 15 September 2021.
- Badan Pusat Statistik. 2018. Produksi Buah-buahan Menurut Jenis Tanaman Menurut Kecamatan di Kota Palembang. Badan Pusat Statistik.
- Badan Pusat Statistik. 2019. Letak Geografis dan Batas Wilayah Kota Palembang.<https://palembangkota.bps.go.id/statictable/2017/11/14/86/letak-geografis-dan-batas-wilayah-kota-palembang.html> (Diakses pada tanggal 15 Juni 2021).
- Baskara, Isnain Putra dan Guruh Taufan Hariyadi. 2014. Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Kualitas Pelayanan dan Persepsi Akan Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Situs Jejaring Sosial (Social networking Websites). Jurusan Manajemen. Fakultas Ekonomi. Semarang: Universitas Dian Nuswantoro.
- Christina Purbawati, Lathifah Nurul Hidayah, Markhamah. (2020). Dampak Social Distancing Terhadap Kesejahteraan Pedagang di Pasar Tradisional Kartasura Pada Era Pandemi Corona. *Jurnal Ilmu Sosial, Politik, dan Humaniora*.
- Daryanto, L. H., dan Hasiholan, L. B. 2019. *The Influence Of Marketing Mix On The Decision To Purchase Martabak “Setiabudi”Pak Man*. Semarang. Journal of Management, Vol. 5, No. 5.
- Ghozali, I. 2011. Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Dipenogoro.
- Ghozali.2016. Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program IBM SPSS 23 Edisi 8 Cetakan ke VIII. Semarang: Badan Penerbit Universitas Dipenogoro.
- Griffith, O'Connell and Smith. 2016. "Shopping Around: How Households Adjusted Food Spending Over the Great Recession" *Economica*, 83(330), pp 247-280.
- Hardiawan, Anandia Cahya. 2014. "Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan dan Kualitas Informasi terhadap Keputusan Pembelian secara *Online*". Jurnal Teknologi. Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.
- Hosmer, D.W. dan Lemeshow, S. 2000. Applied Logistic Regression. Jhon dan Sons. New York.

- Huda, Nurul. 2008. Ekonomi Makro Islam: Pendekatan Teoritis, Kencana: Jakarta.
- Kamin, A. B. 2020. Wabah Virus Korona dan Momentum Evaluasi Rezim Ketahanan Pangan di Indonesia.*Jurnal Kependudukan Indonesia*.
- Kementerian Kesehatan RI. 2020. Panduan Gizi Seimbang pada masa Pandemi Covid-19 Lindungi Keluarga.
- Kilamase Damianus, M. Turukay dan Natelda. R. Timisela, 2016. “Analisis permintaan buah anggur (Vitis Sp) pada pasar modern di kota Ambon”. *Jurnal Agrilan*. 3 (3) : 223 – 236.
- Kotler dan Keller. 2012. Manajemen Pemasaran, Edisi Kedua Belas, jilid 1. Dialih bahasakan oleh Benyamin Molan. PT Indeks. Jakarta.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009).*Marketing management*. 1. vyd. Praha: Grada.
- Liang, T.P. dan Lai.H.J. 2002.*Effect of Store Design on Consumer Purchases: An Empirical Study of On-line Bookstores*. Information and Management Journal Vol. 39, No. 6, hal 431-444.
- Lukman, Liferdi. 2020. Pandemi Covid-19, Saatnya Buah Lokal Masuk ke Pasar. <http://ayocirebon.com/read/2020/04/09/5094/pandemi-covid-19-saatnya-buah-lokal-masuk-ke-pasar.html> (Diakses 21 Januari 2021)
- Mashabi, Sania. 2021. Mendagri: Tujuan PPKM Skala Mikro agar Masyarakat Patuh Protokol Kesehatan. <https://nasional.kompas.com/read/2021/06/23/11401641/mendagri-tujuan-ppkm-skala-mikro-agar-masyarakat-patuh-protokol-kesehatan?page=all>. (diakses 15 September 2021).
- Nasruddin, Rindam dan Islamul Haq. 2020. Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) dan Masyarakat Berpenghasilan Rendah. *Jurnal Sosial & Budaya Syar-i*. Jakarta: FSH UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Nugroho, T. A. (2010). Sukses Bisnis Toko *Online* Trik Melipatgandakan pasar untuk meraup untung lebih besar. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Nurmadina.2016. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Secara *Online* (Studi Kasus pada Konsumen Fashion *Online* di Kota Makassar.Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin.Makassar.
- Pindyck, R.S.dan Rubinfeld, D.L. 2001. Mikro Ekonomi. Pt. Indeks, Jakarta.
- Ratnasari, N. (2016). Pengaruh Social Media Marketing Dan Perilaku Konsumen *Online* Di Kota Subang Terhadap. *Jurnal Manajemen*. 13 (1), 47 -57
- Ritonga, R. P. 2021. Analisis Kesadaran Konsumen dalam Membeli Buah dan Sayur melalui E-Commerce di Masa Pandemi Covid-19. 53.

- Rizki Nor Azimah, I. N. 2020. Analisis Dampak Covid-19 terhadap Sosial Ekonomi Perdagangan di Pasar Klaten dan Wonogiri.Jurnal Ilmu Kesejahteraan Sosial.
- Rosa, E. 2014. Teori Pengambilan Keputusan. <http://repository.uinsuska.ac.id/6314/3/BAB%20II.pdf>. Diakses pada 27 Januari 2021.
- Selang, C. A. 2013. Bauran pemasaran (*marketing mix*) pengaruhnya terhadap loyalitas konsumen pada fresh mart Bahu Mall Manado. Jurnal EMBA:Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi Vol. 1, No. 3.
- Setiawan, E. 2020.Virus Korona Buat Stok Buah Impor Langka di Palembang, Harga Melambung.<https://sumsel.inews.id/berita/virus-korona-buat-stok-buah-impor-langka-di-palembang-harga-melambung>. (Diakses pada 20 Januari 2021)
- Simamora. 2008. Panduan Riset Perilaku Konsumen Cetakan Ketiga. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Solomon, M. R. 2016. *Consumer behavior: Buying, having and being (12th ed.)*. Pearson.
- Stanton ,W. J. 1997. Prinsip Pemasaran. Erlangga, Jakarta
- Sugarda, P dan Rifky, W. 2017. *Strengthening Indonesia's Economic Resilience through Regulatory Reforms in Banking, Investment and Competition Law*. Journal of Economic & Management Perspectives, 11(3).
- Sugiyono. 2010. Metode Penelitian Pendidikan. Bandung: Alfabeta.
- Valaskova, K., Kramarova, K., Bartosova, V. 2015. *Multi criteria models used in Slovak consumer market for business decision making*. Procedia Economics and Finance, 26, 174–182. [https://doi.org/10.1016/s2212-5671\(15\)00913-2](https://doi.org/10.1016/s2212-5671(15)00913-2).
- Wardoyo dan Intan Andini. 2017. Faktor-faktor yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Secara *Online* Pada Mahasiswa Universitas Gunadarma. Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya Vol. 19, No.1.
- Wolff, H. 2020. *Frequency of eating fruits during COVID-19 Indonesia 2020*.<https://www.statista.com/statistics/1177295/indonesia-fruit-consumption-during-covid-19/>. (Diakses pada 13 Februari 2021)