

Faktor-Faktor yang Memengaruhi Frekuensi Pembelian Buah Pepaya California di Purwokerto Kabupaten Banyumas

Farah Vania Erdiana^{1*}, Irene Kartika Eka Wijayanti²

¹²Program Studi Magister Agribisnis, Pascasarjana, Universitas Jenderal Soedirman

*e-mail: farahvaniaerdiana@gmail.com

Abstrak

Pepaya California merupakan salah satu komoditas hortikultura yang banyak diminati konsumen. Namun demikian, pada tingkat konsumen masih terdapat variasi dalam pola pembelian, di mana sebagian konsumen membeli pepaya secara rutin sementara sebagian lainnya bersifat insidental. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi frekuensi pembelian pepaya California di Kabupaten Banyumas serta mengidentifikasi faktor yang paling dominan dalam memengaruhi pembelian secara rutin. Penelitian dilakukan di empat kecamatan di Kota Purwokerto dengan menggunakan metode survei. Pengambilan sampel dilakukan secara *accidental sampling* terhadap 100 responden. Analisis data menggunakan regresi logistik biner dengan variabel dependen berupa frekuensi pembelian (sering atau jarang) dan variabel independen meliputi pendapatan, rasa buah, dan harga buah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan pendapatan, rasa, dan harga berpengaruh signifikan terhadap frekuensi pembelian. Secara parsial, pendapatan dan rasa berpengaruh signifikan, sedangkan harga tidak berpengaruh. Penelitian ini memberikan kontribusi dalam memahami perilaku pembelian konsumen buah segar, khususnya menunjukkan bahwa atribut rasa menjadi faktor dominan dalam mendorong pembelian ulang pepaya California.

Abstract

California papaya is one of the horticultural commodities that is in high demand among consumers. However, at the consumer level, there are still variations in purchasing patterns, where some consumers buy papaya regularly while others do so incidentally. This study aims to analyze the factors that influence the frequency of California papaya purchases in Banyumas Regency and to identify the most dominant factor influencing regular purchases. The research was conducted in four subdistricts in Purwokerto City using a survey method. Sampling was conducted using *accidental sampling* on 100 respondents. Data analysis used binary logistic regression with the dependent variable being purchase frequency (frequent or infrequent) and the independent variables including income, fruit taste, and fruit price. The results of the study show that simultaneously, income, taste, and price have a significant effect on purchase frequency. Partially, income and taste have a significant effect, while price does not have a significant effect. This study contributes to understanding

Sejarah Artikel:

Diterima: 20 April 2026

Dipublikasi: 30 April 2026

Kata Kunci: pepaya California; frekuensi pembelian; regresi logistik biner

Ini adalah artikel Akses Terbuka:

<https://ejournal.unmus.ac.id/index.php/agri>

DOI:

<https://doi.org/10.35724/mujagri.v9i1.7328>

Penulis Korespondensi:

Farah Vania Erdiana

Article History:

Accepted: 20th April 2026

Published: 30th April 2026

Keywords: California pepaya; purchase frequency; binary logistic regression

This is an Open Access article

<https://ejournal.unmus.ac.id/index.php/agri>

DOI:

<https://doi.org/10.35724/mujagri.v9i1.7328>

Correspondence Author:

Farah Vania Erdiana

consumer purchasing behavior of fresh fruit, particularly showing that the attribute of taste is a dominant factor in encouraging repeat purchases of California papaya.

PENDAHULUAN

Konsumsi buah di Indonesia menunjukkan kecenderungan meningkat dalam beberapa tahun terakhir. Badan Pangan Nasional (2024) mencatat bahwa konsumsi buah nasional meningkat dari 85,2 gram per kapita per hari pada tahun 2022 menjadi 88,7 gram per kapita per hari pada tahun 2023. Peningkatan ini menunjukkan bahwa buah semakin berperan penting dalam pemenuhan kebutuhan gizi masyarakat. Di Kabupaten Banyumas, pepaya California (*Carica pepaya L.*) merupakan salah satu komoditas hortikultura yang cukup banyak dikonsumsi. Tingkat konsumsi buah pepaya di Kabupaten Banyumas mencapai 0,074 kg per kapita per minggu (BPS, 2023). Komoditas ini memiliki keunggulan berupa rasa yang manis, tekstur yang lembut, serta daya simpan yang relatif baik sehingga banyak diminati oleh konsumen (Zuraida *et al.*, 2024). Meskipun demikian, permintaan pepaya California di tingkat konsumen masih menunjukkan fluktuasi, terutama dalam frekuensi pembelian.

Konsumen dalam praktik pemasaran cenderung membeli pepaya secara tidak rutin atau bersifat incidental (Khafidah *et al.*, 2023). Pola pembelian yang tidak stabil tersebut dapat memengaruhi tingkat permintaan di pasar yang pada akhirnya berdampak pada fluktuasi harga serta ketidakpastian pendapatan bagi petani. Frekuensi pembelian menjadi salah satu indikator penting dalam memahami perilaku pembelian ulang konsumen serta intensitas transaksi yang dilakukan dalam periode waktu tertentu (Nabila *et al.*, 2025). Berbagai faktor diduga memengaruhi frekuensi pembelian tersebut, di antaranya faktor ekonomi seperti tingkat pendapatan dan harga, serta atribut kualitas produk seperti rasa yang menjadi pertimbangan konsumen dalam memilih buah (Repi *et al.*, 2021; Auliya *et al.*, 2025).

Sejumlah penelitian mengenai perilaku konsumen buah masih menitikberatkan pada keputusan pembelian tunggal, sementara kajian yang menelaah frekuensi pembelian sebagai representasi loyalitas konsumsi masih relatif terbatas. Kabupaten Banyumas menjadi lokasi penelitian yang relevan karena keberadaan ruko dan kios buah sebagai salah satu saluran pemasaran yang mempertemukan pedagang ritel dengan konsumen lokal. Kondisi tersebut memberikan peluang untuk mengamati pola pembelian konsumen secara lebih nyata melalui interaksi langsung dengan atribut fisik produk. Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh pendapatan, harga, dan rasa terhadap frekuensi pembelian pepaya California di Kabupaten Banyumas serta mengidentifikasi faktor yang paling dominan dalam memengaruhi frekuensi pembelian tersebut.

METODE

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei yang dilaksanakan di Kota Purwokerto, Kabupaten Banyumas. Penentuan lokasi dilakukan secara *purposive* dengan kriteria tempat yang menjual pepaya California. Pengambilan data menggunakan metode *accidental sampling*, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, di mana siapa saja yang secara tidak sengaja ditemui oleh peneliti dapat dijadikan responden apabila dinilai sesuai sebagai sumber data (Sugiono, 2019).

Besarnya populasi dalam penelitian ini tidak diketahui secara pasti, sehingga penentuan jumlah sampel dilakukan menggunakan rumus Lemeshow (Riyanto & Hatmawan, 2020), yaitu:

$$n = \frac{z^2 P(1-P)}{d^2} \dots \dots \dots (1)$$

$$n = \frac{(1,96^2) \times 0,5(1 - 0,5)}{0,1^2}$$

$$n = 96,04$$

Keterangan:

- n : Jumlah sampel yang diambil
- z^2 : Nilai standar normal = 1,96 (tingkat kepercayaan 95 persen)
- P : Maksimal estimasi = 50 persen = 0,5
- d : Kesalahan (*error*) yang dapat ditolerir = 10 persen = 0,1

Berdasarkan perhitungan dapat diketahui sampel yang digunakan dalam penelitian sebanyak 96 responden dibulatkan menjadi 100 responden.

Faktor yang memengaruhi frekuensi pembelian buah pepaya California pada penelitian ini di analisis dengan menggunakan metode regresi logistik yang menggunakan perangkat lunak IBM SPSS Statistics 27. Metode ini digunakan karena variabel dependen dalam penelitian bersifat dikotomis, yaitu kategori frekuensi pembelian konsumen. Fokus penelitian diarahkan pada tiga variabel utama, yaitu pendapatan, rasa, dan harga. Pemilihan variabel pendapatan dan harga didasarkan pada teori permintaan, di mana kemampuan daya beli serta nilai ekonomis produk merupakan faktor yang memengaruhi keterjangkauan konsumen. Sementara itu, variabel rasa dipilih sebagai atribut kualitas intrinsik yang berperan penting dalam menciptakan kepuasan konsumen terhadap produk hortikultura segar yang pada akhirnya dapat mendorong perilaku pembelian ulang. Secara sistematis model regresi logistik dituliskan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e \dots \dots \dots (2)$$

Keterangan

- Y : Frekuensi pembelian
 - 1 = jarang (Apabila konsumen melakukan pembelian 1 kali atau 2 kali per bulan)
 - 0 = sering (Apabila konsumen melakukan pembelian 3 kali atau lebih (>3) per bulan.)
- α : konstanta
- $\beta_1 - \beta_3$: Koefisien regresi
- X1 : Pendapatan
- X2 : Rasa buah
- X3 : Harga buah
- e : error

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Faktor-Faktor yang Memengaruhi Frekuensi Pembelian Konsumen Pepaya California

Frekuensi pembelian konsumen terhadap buah pepaya California di Kabupaten Banyumas, diduga merupakan akibat dari beberapa faktor penyerta. Faktor-faktor yang diduga berperan dalam memengaruhi keputusan konsumen untuk membeli pepaya California secara rutin dalam penelitian ini meliputi tingkat pendapatan, harga buah, dan rasa buah. Frekuensi pembelian konsumen dikategorikan menjadi dua kelompok, yaitu pembelian jarang dan

pembelian sering. Analisis untuk mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi frekuensi pembelian ini adalah menggunakan regresi logistik biner. Berikut disajikan hasil pengujian yang dilakukan menggunakan analisis regresi logistik.

a. Analisis Kelayakan Model (Uji *Likelihood Ratio*)

Uji ini yang dikenal sebagai uji-G merupakan pengujian simultan yang digunakan dalam menilai signifikansi parameter β secara keseluruhan pada beberapa variabel independen. Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan nilai *-2 log likelihood* pada tahap awal (*Block number* = 0) dengan nilai *-2 log likelihood* pada tahap akhir (*Block number* = 1). Perbandingan tersebut menunjukkan perubahan probabilitas antara model awal dan model akhir, yang digunakan untuk menilai kecocokan model regresi secara menyeluruh (Azrani *et al.*, 2023). Berikut hasil perhitungan uji-G yang dapat dilihat pada Tabel 1 dan 2:

Tabel 1. Nilai *-2 Log Likelihood (-2LL Awal)*

Iteration		-2 Log likelihood	Coefficients Constant
Step 0	1	138.269	-.120
	2	138.269	-.120

Sumber: Data Primer Diolah, 2025

Tabel 2. Nilai *-2 Log Likelihood (-2LL Akhir)*

Iteration		-2 Log likelihood	Constant	X1 (1)	X1 (2)	X1 (3)	X2	X3
Step 1	1	118.880	-5.411	1.451	.887	1.600	-.352	1.396
	2	118.047	-7.071	1.650	1.002	1.824	-.417	1.823
	3	118.032	-7.341	1.667	1.008	1.844	-.423	1.892
	4	118.032	-7.346	1.667	1.008	1.844	-.423	1.894
	5	118.032	-7.346	1.667	1.008	1.844	-.423	1.894

Sumber: Data Primer Diolah, 2025

Nilai *-2 Log Likelihood (-2LL)* mengalami penurunan dari 138,269 pada model awal menjadi 118,032 setelah variabel independen dimasukkan ke dalam model. Penurunan tersebut menunjukkan bahwa model regresi logistik yang diestimasi memiliki tingkat kecocokan yang lebih baik dibandingkan model awal yang hanya memuat konstanta. Dengan demikian, penambahan variabel pendapatan, harga buah, dan rasa buah secara simultan meningkatkan kemampuan model dalam menjelaskan variasi frekuensi pembelian buah pepaya California di Kabupaten Banyumas.

b. Menguji Kelayakan Model Regresi (*Hosmer and Lemeshow Test*)

Hosmer and Lemeshow Test merupakan uji *Goodness of Fit (GoF)* yang bertujuan untuk menilai kesesuaian antara distribusi data observasi dengan distribusi data teori (uji kesesuaian model). Kelayakan model diukur menggunakan nilai *Chi-Square* yang akan ditampilkan dalam Tabel hasil *Hosmer and Lemeshow Test* (Azrani *et al.*, 2023).

Tabel 3. *Hosmer and Lemeshow Test*

Step	Chi-square	df	Sig.
1	10,914	8	.207

Sumber: Data Primer Diolah, 2025

Berdasarkan hasil *Uji Hosmer and Lemeshow*, diperoleh nilai estimasi statistik *chi-square* sebesar 10,914 dengan nilai signifikansi (Sig.) sebesar 0,207, sesuai Tabel 3. Hal ini mengindikasikan bahwa model regresi logistik yang dibentuk memiliki ketepatan

prediksi yang baik dan layak digunakan untuk menjelaskan faktor-faktor yang memengaruhi frekuensi pembelian pepaya California. Ketepatan model ini sejalan dengan temuan Painenon *et al.* (2024) di mana nilai signifikansi yang lebih besar dari 0,05 menunjukkan bahwa variabel independen seperti rasa dan karakteristik fisik produk mampu menjelaskan variabel dependen secara akurat. Dengan demikian, model regresi logistik biner yang digunakan dianggap layak (fit) dan mampu menjelaskan hubungan antara variabel independen dan variabel dependen dalam penelitian ini. Hal ini menunjukkan bahwa model dapat digunakan untuk memprediksi faktor-faktor yang memengaruhi frekuensi pembelian buah pepaya California di Kabupaten Banyumas.

c. Coefficient of determination (Nagelkerke R Square)

Uji determinasi digunakan untuk mengetahui sejauh mana variabel-variabel independen mampu menjelaskan variabilitas variabel dependen. Semakin tinggi nilai *Nagelkerke R Square* atau semakin mendekati 1 (100 persen), maka semakin baik kemampuan model dalam menyesuaikan data (Charisah *et al.*, 2021). Pada Tabel 4 disajikan hasil pengujiannya:

Tabel 4. Nilai Cox and Snell R Square dan Nagelkerke R Square

Step	-2 Log likelihood	Cox & Snell R Square	Nagelkerke R Square
1	118.032 ^a	.183	.245

Sumber: Data Primer Diolah, 2025

Dari Tabel 4 dapat diketahui bahwa nilai dari *Nagelkerke R Square* sebesar 0,245. Nilai ini bisa menginterpretasikan bahwa variabel pendapatan, rasa, dan harga berpengaruh sebesar 24,5 persen terhadap frekuensi pembelian. Sisanya ada 75,5 dijelaskan oleh variabel lain.

d. Uji Signifikansi Pengaruh Parsial (Uji Wald)

Uji Wald digunakan untuk mengetahui apakah variabel-variabel independen berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen serta untuk menilai tingkat signifikansi dari setiap variabel independen (Ningsih, 2024). Hasil uji Wald disajikan dalam Tabel 5 berikut:

Tabel 5. Uji Signifikansi Efek Parsial

Variabel Konstanta	Koef. (B)	Wald	Sig.	Exp(B)
X1		8.222	.042	
X1 (1)	1.667	6.908	.009	5.295
X1 (2)	1.008	1.834	.176	2.740
X1 (3)	1.844	6.056	.014	6.323
X2	-.423	1.201	.273	.655
X3	1.894	9.710	.002	6.644

Sumber: Data Primer Diolah, 2025

Berdasarkan data pada Tabel 5 diperoleh sebuah persamaan regresi logistik sebagai berikut:

$$\ln \left(\frac{1-P}{P} \right) = -7,346 + 1,667 X1 (1) + 1,008 X1 (2) + 1,844 X1 (3) - 0,423 X2 + 1,894 X3$$

Hasil analisis regresi logistik biner menunjukkan bahwa variabel independen memberikan pengaruh yang berbeda terhadap keputusan konsumen dalam melakukan pembelian buah pepaya California.

Variabel pendapatan

Variabel pendapatan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,009 pada kategori pendapatan Rp1.500.000,00 sampai dengan Rp3.000.000,00 dan 0,014 pada kategori pendapatan >Rp4.500.000,00, dengan koefisien positif pada keduanya. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat pendapatan konsumen, semakin besar kecenderungan untuk membeli buah pepaya California secara lebih rutin. Peningkatan daya beli memungkinkan konsumen memenuhi kebutuhan konsumsi buah, baik untuk keperluan harian maupun sebagai bagian dari pola konsumsi yang lebih sehat. Temuan ini sejalan dengan Sitanggang *et al.* (2024), yang menyatakan bahwa peningkatan pendapatan berkaitan dengan meningkatnya konsumsi, dan didukung oleh Safitri *et al.* (2025), yang menunjukkan bahwa pendapatan berpengaruh terhadap permintaan produk pangan. Hasil ini juga konsisten dengan Nurdhaiyah *et al.* (2019) yang menegaskan bahwa faktor sosial ekonomi dan modal memiliki pengaruh signifikan terhadap tingkat pendapatan dalam aktivitas perdagangan komoditas hortikultura. Hal ini menunjukkan bahwa stabilitas pendapatan menjadi faktor penting yang memengaruhi kemampuan konsumen mengakses dan membeli produk hortikultura unggulan seperti pepaya California.

Variabel harga buah

Variabel harga buah (X2) menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,273 ($>0,05$). Hasil ini menunjukkan bahwa harga buah tidak berpengaruh terhadap frekuensi pembelian pepaya California oleh konsumen. Temuan ini sejalan dengan penelitian Muniarty *et al.* (2021) dan Susanti & Rohima (2023) yang menunjukkan bahwa harga tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan atau minat pembelian konsumen.

Variabel rasa buah

Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel rasa buah (X3) berpengaruh nyata terhadap frekuensi pembelian dengan nilai signifikansi sebesar 0,002 ($<0,05$) dan koefisien positif sebesar 1,894. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik rasa buah yang dirasakan konsumen, semakin besar kecenderungan konsumen untuk melakukan pembelian pepaya California secara lebih sering. Rasa buah yang manis dan memiliki tekstur yang baik dapat meningkatkan kepuasan konsumen sehingga mendorong pembelian kembali. Hasil penelitian ini sejalan dengan Vipriyanti *et al.* (2023) yang menyatakan bahwa atribut rasa berperan penting dalam memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Selain itu, Rangkuti *et al.* (2022) juga menyatakan bahwa perilaku konsumen dalam membeli produk hortikultura dipengaruhi oleh persepsi terhadap kualitas dan atribut produk yang ditawarkan. Oleh karena itu, kualitas rasa menjadi salah satu faktor penting yang perlu diperhatikan dalam upaya meningkatkan minat dan frekuensi pembelian konsumen terhadap buah pepaya California.

Nilai $Exp(B)$ atau odds ratio

Berdasarkan nilai $Exp(B)$ atau *odds ratio* yang menggambarkan besarnya perubahan peluang pembelian akibat peningkatan satu satuan pada variabel bebas, diketahui bahwa rasa buah merupakan variabel yang memiliki pengaruh paling besar terhadap keputusan pembelian buah secara rutin. Semakin besar nilai $Exp(B)$, semakin besar pula pengaruh variabel tersebut terhadap variabel dependen karena nilai ini menunjukkan peningkatan peluang relatif terjadinya pembelian rutin. Variabel rasa buah memiliki nilai $Exp(B)$ tertinggi sebesar 6,644 dengan tingkat signifikansi 0,002. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen yang memberikan penilaian tinggi terhadap rasa buah memiliki peluang sekitar

6,6 kali lebih besar untuk melakukan pembelian buah pepaya secara rutin dibandingkan konsumen yang memberikan penilaian rendah terhadap rasa buah.

Sesuai dengan pendapat Putrinda *et al.*, (2017) yang menyatakan bahwa rasa buah merupakan atribut yang paling dominan dipertimbangkan oleh konsumen dalam keputusan pembelian buah untuk membeli kembali buah pepaya California. Hadi & Solihin, (2024) menegaskan bahwa kepuasan terhadap kualitas produk akan meningkatkan probabilitas loyalitas konsumen. Dominansi variabel rasa ini juga diperkuat oleh penelitian Asdhion *et al.* (2025), bahwa kualitas produk berperan penting dalam membentuk kepuasan dan loyalitas konsumen. Nilai *odds ratio* yang tinggi menunjukkan bahwa kualitas rasa yang baik dapat meningkatkan peluang konsumen untuk melakukan pembelian ulang sehingga mendorong terbentuknya loyalitas konsumen.

2. Dampak Penelitian dan Tantangan

Temuan penelitian ini memberikan implikasi praktis bagi pengembangan komoditas hortikultura, khususnya pepaya California. Hasil analisis menunjukkan bahwa atribut rasa merupakan faktor yang paling berpengaruh terhadap frekuensi pembelian konsumen. Hal ini mengindikasikan bahwa konsistensi kualitas rasa menjadi aspek penting dalam mendorong pembelian ulang dan membentuk loyalitas konsumen. Temuan ini sejalan dengan penelitian Asdhion *et al.* (2025), yang menyatakan bahwa kualitas produk memiliki peran penting dalam meningkatkan kepuasan dan loyalitas konsumen.

Dari sisi ekonomi, frekuensi pembelian yang stabil berpotensi menciptakan permintaan pasar yang lebih konsisten sehingga dapat mendukung keberlanjutan usaha petani. Kondisi tersebut dapat memberikan kontribusi terhadap stabilitas pendapatan petani dalam sektor hortikultura. Hal ini sejalan dengan penelitian Nurdhaiyah *et al.* (2019), yang menyatakan bahwa faktor sosial ekonomi dan permodalan berpengaruh terhadap keberlanjutan usaha dalam kegiatan agribisnis hortikultura.

Implikasi kebijakan dari penelitian ini menunjukkan pentingnya upaya peningkatan kualitas produksi pepaya California melalui penerapan standar budidaya seperti *Good Agricultural Practices* (GAP), peningkatan penanganan pascapanen, serta pembinaan kepada petani. Upaya tersebut penting untuk menjaga konsistensi kualitas buah sehingga dapat meningkatkan daya saing produk di pasar.

Meskipun demikian, pengembangan pepaya California masih menghadapi beberapa tantangan, seperti fluktuasi kualitas rasa akibat faktor lingkungan dan teknik budidaya. Selain itu, pepaya California memiliki daya simpan yang relatif singkat sehingga memerlukan penanganan pascapanen dan sistem distribusi yang baik agar kualitas buah tetap terjaga hingga sampai ke konsumen. Oleh karena itu, diperlukan kerja sama antara petani, pedagang, dan pemerintah untuk memperkuat sistem produksi dan distribusi dalam menjaga kualitas produk di pasar.

KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa frekuensi pembelian pepaya California di Kabupaten Banyumas secara simultan dipengaruhi oleh tingkat pendapatan, harga, dan rasa buah. Secara parsial, rasa buah menjadi faktor yang paling dominan, diikuti oleh tingkat pendapatan. Namun demikian, pengaruh tingkat pendapatan tersebut tidak berlaku merata pada seluruh tingkatan, khususnya pada kelompok konsumen dengan rentang pendapatan Rp3.000.001,00 – Rp4.500.000,00 di mana pendapatan terbukti tidak berpengaruh. Sementara itu, faktor harga terbukti tidak menjadi pertimbangan utama bagi konsumen dalam menentukan frekuensi pembelian. Oleh karena itu, strategi peningkatan dan keberlanjutan agribisnis pepaya

California sebaiknya diprioritaskan pada konsistensi kualitas rasa melalui manajemen budidaya dan penanganan pascapanen yang tepat.

DAFTAR PUSTAKA

- Asdhion, A., Badruddin, R., & Trisusilo, A. (2025). The Effect of Brand Image , Product Quality , and Price on Customer Loyalty Through Customer Satisfaction on Brand in the City of Bengkulu. *Musamus Journal of Agribusiness (Mujagri)*, 8(1), 15–28.
- Auliya, S., Fadhilah, Z., Winarno, S. T., & Wijayati, P. D. (2025). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Pendapatan Terhadap Minat Beli Sayuran Hidroponik di PT. Kebunsayur Surabaya the Effect of Price, Product Quality and Income on Consumer Buying Interest in Hydroponic Vegetables at PT Kebunsayur Surabaya Sulthan Auli. *Mimbar Agribisnis: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 11(1), 397–407.
- Azrani, U., Ayu, S. F., & Salmiah. (2023). Faktor-Faktor yang Dapat Mempengaruhi Keputusan Petani untuk Tetap Berusaha Tani Markisa di Kabupaten Karo, Sumatera Utara, Indonesia the Factors Influencing Farmer' s Decision to Keep Farming Passion Fruit: A Case Study in Karo Regency, North Sumate. *Agro Bali: Agricultural Journal*, 6(3), 806–814.
- Badan Pangan Nasional. (2024). *Situasi Konsumsi Pangan Nasional Tahun 2023*. Direktorat Penganekaragaman Pangan, Jakarta.
- Badan Pusat Statistik. (2023). *Rata-rata Konsumsi Perkapita Seminggu Menurut Kelompok Buah-Buahan Per Kabupaten/Kota (Satuan Komoditas), 2023*. Diakses dari <https://www.bps.go.id/id/statistics-table/2/MjEwMiMy/rata-rata-konsumsi-perkapita-seminggu-menurut-kelompok-buah-buahan-per-kabupaten-kota.html>
- Charisah, Z., Syakir, F., & Hindarti, S. (2021). Faktor-Faktor Sosial Ekonomi Yang Memengaruhi Pengambilan Keputusan Petani Sayur Organik Dalam Bermitra Dengan Perusahaan Sayuran Organik CV Kurnia Kitri Ayu Farm Malang. *Jurnal Sains Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 9(6), 1–12.
- Hadi, R., & Solihin, D. (2024). Sinergitas Kualitas Produk Buah-Buahan Terhadap Minat Pembelian Kembali Konsumen di Toko Berkah Buah Padalarang. *Jurnal Pelita Nusa: Sosial Dan Humaniora*, 4(2), 149–159.
- Khafidah, M., Marwanti, S., & Setyowati. (2023). Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Pembelian Buah Pepaya di Pasar Tradisional Kabupaten Kebumen. *AGRISTA*, 11(3), 47–55.
- Muniarty, P., Saputri, D., Aprianti, Arisandi, D., Putri Wahyu Ikasanti, & Wahyuni, T. (2021). Pengaruh Harga & Gaya Hidup Terhadap Minat Beli Masyarakat. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 14(1), 91–102. <https://doi.org/10.51903/e-bisnis.v14i1.370>
- Nabila, N., Wardhani, R. A. N., & Epriliyana, N. N. (2025). Pengaruh Diskon Dan Cashback Terhadap Frekuensi Pembelian Pada Aplikasi Shopeefood di Wilayah Kabupaten Jember. *Jurnal Partisipatoris*, 7(01), 1–13. <https://doi.org/10.22219/jp.v7i01.37134>
- Ningsih, K. (2024). Analisis Keputusan Petani Untuk Alih Pekerjaan Ke Non Pertanian (Studi Kasus di PT. Bawang Mas Group Desa Blumbungan Kecamatan Larangan Kabupaten Pamekasan). *CEMARA*, 21(2), 36–45.
- Nurdhaiyah, Simatupang, D. O., & Untari. (2019). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Peran

- Penjual Komoditas Hortikultura Oleh Kaum Ibu dalam Meningkatkan Ekonomi Keluarga di Pasar Wamanggu Kota Merauke. *Musamus Journal of Agribusiness (Mujagri)*, 1(2), 53–59.
- Painenon, C. N. A., Nubatonis, A., & Joka, U. (2024). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Konsumsi Pinang Kering di Kecamatan Biboki Anleu Kabupaten Timor Tengah Utara. *Musamus Journal of Agribusiness (Mujagri)*, 7(1), 1–8.
- Putrinda, H., Rahayu, E. S., & Ani, S. W. (2017). Analisis Preferensi Konsumen Dalam Pembelian Buah Mangga Gedong Gincu Di Pasar Tradisional Kota Cirebon, Jawa Barat. *Agrista*, 5(3), 152–161.
- Rangkuti, I., Leovita, A., & Dermawan, A. (2022). Pengaruh Perilaku Konsumen Dalam Membeli Sayur Hidroponik Non Pestisida di Kota Padang. *Musamus Journal of Agribusiness (Mujagri)*, 4(2), 46–57.
- Repi, M. I. M. P., Mangindaan, J. V., & Keles, D. (2021). Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Siap Saji di KFC Tomohon. *Productivity*, 2(2), 158–162.
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*. CV Budi Utama, Yogyakarta.
- Saputra, R. A., Evasari, A. D., & Kurniawa, E. (2025). Pengaruh Varian Menu, Cita Rasa, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Rumah Makan Cez-Ros. *Maeswara: Jurnal Riset Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 3(5), 275–287. <https://doi.org/10.61132/maeswara.v3i5.2254>
- Sartika, D. (2017). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang Produk YOU C 1000 Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen. *Jurnal Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*, 2(1), 10–21. <http://www.jpeb.dinus.ac.id>
- Sitanggang, K. G., Sinurat, N. N., Situmorang, N. R., Tambunan, R. M., Sitanggang, R. M., Rajagukguk, N. F., & Pratiwi, D. M. (2024). Pengaruh Pendapatan Rata-Rata Terhadap Tingkat Konsumsi di Sumatera Utara. *Maeswara: Jurnal Riset Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 2(3), 117–129. <https://doi.org/10.61132/maeswara.v2i3.897>
- Sugiono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. ALFABETA, Bandung.
- Safitri, D., Gultom, A., & Howara, D. (2025). Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Permintaan Konsumen Terhadap Pembelian Roti Tawar Rofa Bakery di Kota Palu. *Musamus Journal of Agribusiness (Mujagri)*, 8(2), 89–97.
- Susanti, N., & Rohima, D. (2023). Jurnal Ilmiah Swara MaNajemen (Swara Mahasiswa Manajemen). *Jurnal Ilmiah Swara Manajemen*, 3(2), 333–342.
- Vipriyanti, N. U., Arnawa, I. K., & Anul, A. (2023). Karakteristik dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen dalam Pembelian Buah Jeruk Lokal dan Impor di Denpasar Bali. *JIA (Jurnal Ilmiah Agribisnis): Jurnal Agribisnis Dan Ilmu Sosial Ekonomi Pertanian*, 8(5), 392–400. <https://doi.org/10.37149/jia.v8i5.644>
- Zuraida, Wahyuningsih, Y. M., & Wasdiyanta. (2024). Analisis Keuntungan Usahatani Pepaya California (*Carica pepaya L.*) di Desa Bati-Bati Kecamatan Bati-Bati Kabupaten Tanah Provinsi Kalimantan Selatan. *Jurnal Chlorophyl*, 17(02), 185–192.