ZIRAA'AH, Volume 51 Nomor 2, Juni 2026 Halaman 491-499 p-ISSN 1412-1468 e-ISSN 2355-3545

PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP PEMBELIAN SAYURAN SEGAR BAYAM *(Amaranthus sp)* DI PASAR TRADISIONAL FLAMBOYAN KOTA PONTIANAK

(Consumer Preferences Towards Purchasing Fresh Spinach (Amaranthus sp) Vegetables At The Flamboyan Traditional Market In Pontianak City)

Sri Widarti [1*], Asti[1], Donna Youlla[1], Natalia Nela[1]
[1]Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, sains dan Teknologi
Universitas Panca Bhakti Pontianak
*Penulis koresponden: sriw221673@gmail.com

Naskah Diterima : 11-04-2026
Naskah Disetujui : 30-04-2026
Naskah Diterbitkan: 07-06-2026

This is an open-access article under the CC-BY 4.0 License. Copyright © 2023 by the authors

ABSTRACT

This study aims to analyze consumer preferences in purchasing spinach at the Flamboyan Traditional Market and to identify the attributes considered in spinach purchasing decisions. The sampling method used was accidental sampling, involving 100 respondents determined using the Lemeshow formula. Data were collected through structured interviews using questionnaires. The variables examined in this study include price, color, physical appearance, and packaging. Conjoint analysis was employed to assess consumer preferences in spinach purchasing, while descriptive analysis was used to identify the attributes considered in vegetable purchasing decisions. Consumer attitudes toward green spinach were further analyzed using cross-tabulation. The results indicate a high level of accuracy in measuring consumer preferences for spinach purchases. Among the attributes studied, physical appearance was found to be the most important factor influencing consumer purchasing decisions.

Keywords: *Consumer preference, Spinach, Fresh vegetables, Traditional market, Conjoint analysis*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis preferensi konsumen terhadap pembelian sayuran bayam di Pasar Tradisional Flamboyan dan mengetahui atribut yang dipertimbangkan terhadap pembelian sayuran bayam di Pasar Tradisional Flamboyan. Pengambilan sampel dilakukan secara *Accidental Sampling*, dengan jumlah responden sebanyak 100 orang, menggunakan rumus *lemeshow* melalui wawancara menggunakan kuesioner. Variabel yang diteliti meliputi harga, warna, fisik, dan kemasan. Untuk menganalisis preferensi konsumen dalam pembelian bayam, digunakan Analisis Konjoin, sedangkan untuk megetahui atribut yang menjadi pertimbangan dalam pembelian sayuran, digunakan analisis deskriptif. Penilaian sikap konsumen pada pembelian sayuran bayam hijau menggunakan analisis tabulasi silang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keakuratan yang signifikan pada preferensi konsumen terhadap pembelian sayuran bayam. Atribut yang dipertimabangkan dan dianggap penting oleh konsumen pada pembelian sayuran bayam adalah tampilan fisik.

ZIRAA'AH, Volume 51 Nomor 2, Juni 2026 Halaman 491-499 p-ISSN 1412-1468 e-ISSN 2355-3545

Kata Kunci: *Preferensi konsumen; Bayam, Sayuran segar, Pasar tradisional, Analisis konjoin*

PENDAHULUAN

Hortikultura merupakan bagian dari pertanian yang berkaitan dengan budidaya tanaman hortikultura, yaitu tanaman yang memiliki nilai ekonomi tinggi dan umumnya dibudidayakan untuk konsumsi manusia (Ni Made, 2016). Sektor hortikultura juga berperan besar dalam perekonomian, ketahanan pangan, dan pengembangan wilayah pedesaan (Kurniasih & Prihtani, 2019).

Sayuran merupakan menu yang selalu ada dalam hidangan sehari-hari masyarakat Indonesia (Sirait & Nuswantara, 2021). Ditinjau dari sisi konsumsi, sayuran memiliki peran penting baik dari aspek sosial maupun ekonomi. Sayuran dapat menjadi sumber pendapatan penting bagi petani mengingat perputaran pasar yang cepat karena sifatnya yang mudah rusak, sehingga mendorong aktivitas perdagangan harian. Selain itu, konsumsi sayuran mencerminkan adanya kesadaran pangan rumah tangga dan berperan dalam pemenuhan gizi penting yang mendukung kesehatan dan pencegahan penyakit. Sehingga tingkat konsumsinya menjadi indikator penting dalam menilai pola konsumsi pangan, kecukupan gizi, serta perubahan preferensi masyarakat dalam memilih bahan pangan.

Kota Pontianak merupakan salah satu daerah sentral produksi sayuran bayam yang cukup signifikan setiap tahunnya. Pada tahun 2021, jumlah produksi bayam sebesar 9.556 kwintal dan mengalami peningkatan hingga 16.815 kwintal pada tahun 2024. Namun konsumsi sayuran bayam di Kota Pontianak berfluktuasi dan cenderung menurun (Badan Pusat Statistik, 2023). Masyarakat Kota Pontianak sebagian besar mulai beralih ke pasar modern dengan mementingkan kualitas daripada harga. Namun, tak sedikit masyarakat masih memilih berbelanja sayuran dipasar tradisional. Pasar Flamboyan merupakan salah satu pasar induk tradisional terbesar di Pontianak yang menjadi pusat perbelanjaan paling favorite masyarakat dalam berbelanja kebutuhan pangan khususnya sayuran. Hasil wawancara pendahuluan menunjukkan terdapat berbagai pertimbangan konsumen dalam melakukan pembelian sayur bayam di Pasar Flamboyan diantaranya harga, warna, fisik dan kemasan. Kondisi ini mengindikasikan adanya dinamika dalam perilaku konsumen terkait perubahan preferensi dalam memilih sayuran.

Oleh karena itu penting dilakukan penelitian mengenai preferensi konsumen terhadap pembelian sayuran bayam di Pasar Tradisional Flamboyan untuk menentukan atribut yang dipertimbangkan terhadap pembelian sayuran bayam di Pasar Tradisional Flamboyan. Berbagai penelitian terdahulu telah mengkaji preferensi konsumen terhadap sayuran dan menemukan bahwa atribut fisik merupakan faktor dominan dalam preferensi konsumen sayuran, diikuti oleh warna dan kesegaran (Sutarni *dkk.*, 2019) (Lestari dan Karsiningsih, 2023)(Yasmin, Prastiwi dan Handayani, 2017). Namun masih berfokus pada komoditas sayuran dengan diferensiasi tinggi seperti sayuran organik dan hidroponik dan dilakukan pada pasar modern. Penelitian ini dilakukan dengan mengintegrasikan perilaku pembelian, sikap konsumen, dan preferensi dalam satu kerangka analisis yang komprehensif.

METODE PENELITIAN

Penelitian dilaksanakan di Pasar Tradisional Flamboyan Kota Pontianak pada Bulan Mei – Juni 2025. Metode Pengambilan sampel dilakukan secara *Accidental Sampling,* Teknik ini merupakan metode penentuan sampel yang didasarkan pada faktor kebetulan, yaitu siapa saja yang secara tidak sengaja bertemu dengan peneliti dapat dijadikan sebagai sampel, asalkan orang

ZIRAA'AH, Volume 51 Nomor 2, Juni 2026 Halaman 491-499 p-ISSN 1412-1468 e-ISSN 2355-3545

tersebut dianggap cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2016).

Jumlah sampel dapat dihitung menggunakan Rumus *Lemeshow* Suryana Budi (2017) dengan total populasi yang tidak diketahui sebagai berikut:

Rumus **:** $n = \frac{Z^2 XP=(1-p)}{d^2}$

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

$$= \frac{3{,}8416\ (0{,}25)}{0{,}01}$$

$$= 96{,}04$$

$$= 96$$

Keterangan :

n = Sampel yang di cari

p = Porposi populasi yang tidak diketahui maksimal estimasi 5 % = 0,5

Adapun sampel yang diambil dan dianggap mewakili responden menurut Fraenkel dan Wallen (2012), menyarankan besar sampel minimum untuk penelitian deskriptif sebanyak 100. Maka, berdasarkan teori tersebut sampel yang menjadi acuhan oleh peneliti sebanyak 100 responden.

Adapun Variabel untuk menganalisis Preferensi konsumen terhadap pembelian sayuran segar bayam dengan atribut harga, warna, fisik, dan kemasan (Yasmin, Prastiwi dan Handayani, 2017)(Dwi Destiani, Nurdiana Widjayanti dan Martha Muliasari, 2023)(Pramono dan Prabawani, 2017). Analisis data yang digunakan pada penelitian ini menggunakan analisis konjoin untuk menganalisis preferensi konsumen terhadap pembelian sayuran bayam, analisis deskriptif digunakan untuk mengetahui atribut yang dipertimbangkan konsumen terhadap pembelian sayuran bayam. Untuk menentukan penilaian perilaku dan sikap konsumen pada pembelian sayuran bayam hijau menggunakan Skala Likert (Sugiyono, 2018). Setiap jawaban pengukuran dari responden dengan kriteria penilaian skor sebagai berikut:

a. Sangat Setuju : 3
b. Cukup : 2
c. Tidak Setuju : 1

Teknik skoring untuk menentukan penilaian pada sikap konsumen terhadap atribut bayam dengan perhitungan skor minimal yaitu 1 dan skor maksimal yaitu 3 dirumuskan sebagai berikut (Santika, 2023):

- Menghitung total minimal
  Total Minimal = $Skor\ minimal\ \times total\ pertanyaan$
  Total Minimal = $1 \times 4 = 4$
- Menghitung total maksimal
  Total Maksimal = $Skor\ maksimal\ \times total\ pertanyaan$
  Total Maksimal = $3 \times 4 = 12$
- Menentukan rentang (range)
  Range = $total\ maksimal - total\ minimal$
  Range = $12 - 4 = 8$
- Menghitung nilai kelas interval *(p)*

$$\frac{8}{3} = 2{,}6$$

Kriteria responden dapat dilihat dari skor nilai yang diperoleh sebagai berikut (Santika *dkk.*, 2023) :

Tabel 1. Penentuan Skor Kelas Interval

Skor	Kelas Interval *(p)*	Kategori
4-12	10 - 12	Sangat Setuju
	7 - 9	Cukup
	4 - 6	Tidak Setuju

ZIRAA'AH, Volume 51 Nomor 2, Juni 2026 Halaman 491-499 p-ISSN 1412-1468 e-ISSN 2355-3545

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perilaku Pembelian Konsumen Sayuran Bayam Hijau

Perilaku pembelian konsumen merupakan gambaran tahapan yang dilakukan oleh individu atau rumah tangga dalam upaya menentukan pilihan, membeli suatu produk memenuhi kebutuhan sesuai keinginan mereka. Dalam hal pembelian sayuran bayam hijau, perilaku ini menunjukkan bagaimana konsumen membuat keputusan terkait pembelian sayuran tersebut. Berikut merupakan data perilaku pembelian konsumen sayuran bayam hijau.

Tabel 2. Perilaku Pembelian Konsumen Sayuran Bayam Hijau

No	Perilaku	Jumlah Responden	Presentase (%)
1	Apa alasan Anda mengkonsumsi sayuran bayam?		
	a. Harga terjangkau	32	32%
	b. Mudah didapat	22	22%
	c. Manfaat kesehatan	46	46%
	Total	100	100%
2	Berapa kali Anda membeli sayuran bayam?		
	a. Setiap hari		
	b. Seminggu sekali	-	
	c. Dua minggu sekali	56	56%
		44	44%
	Total	100	100%
3	Apa pertimbangan Anda dalam berbelanja sayuran bayam di Pasar Tradisional Flamboyan?		
	a. Sayuran selalu tersedia	52	52%
	b. Banyak pilihan	17	17%
	c. Lebih dekat dari rumah	31	31%
	Total	100	100%
4	Berapa jumlah pembelian sayuran bayam?		
	a. 1 ikat/kilo		
	b. 2 ikat/kilo	20/ikat	20%
	c. > 3 ikat/kilo	59/ikat	59%
		21/ikat	21%
	Total	100%	100%
5	Berapa jarak antara tempat tinggal anda dengan Pasar Tradisonal Flamboyan?		
	a. < 1 km	58	58%
	b. 2-3 km	32	32%
	c. > 3 km	10	10%
	Total	100	100%

Sumber: Data Primer Diolah, 2025

Perilaku konsumen pada pembelian sayuran bayam hijau diketahui bahwa alasan yang paling utama konsumen membeli sayuran bayam hijau dengan alasan manfaat kesehatan dengan jumlah responden 46 orang (46%). Hal ini menunjukkan bahwa preferensi konsumen lebih pada kesadaran akan kesehatan, yang menjadi faktor

ZIRAA'AH, Volume 51 Nomor 2, Juni 2026 Halaman 491-499 p-ISSN 1412-1468 e-ISSN 2355-3545

dominan dalam keputusan pembelian sayuran bayam hijau di Pasar Tradisional Flamboyan. Konsumen membeli sayuran bayam hijau seminggu sekali dengan jumlah jumlah responden 56 orang (56%). Frekuensi pembelian sayuran bayam juga menunjukkan perilaku yang cukup rutin bahwa sayuran bayam merupakan bagian penting dari konsumsi rumah tangga.

Sikap Konsumen Pada Keputusan Pembelian Sayuran Bayam Hijau

Hasil analisis Deskriptif yakni sikap konsumen pada atribut sayuran bayam hijau menunjukkan bahwa atribut yang paling dipertimbangkan oleh responden ketika membeli sayuran bayam dari skor yang paling tertinggi sampai terendah dengan kategori sangat setuju, cukup, dan tidak setuju adalah fisik, warna, harga dan kemasan.

Tabel 3. Sikap Konsumen Terhadap Atribut Bayam (Keyakinan dan Kepentingan)

No	Sikap	Total Skor	Keputusan	Presentase
1	Keyakinan	10 – 12	Sangat setuju	74 %
		7 - 9	Cukup	26 %
2	Kepentingan	10 – 12	Sangat setuju	55 %
		7-9	Cukup	45 %

Sumber: Data Primer Diolah, 2025

Penentuan sikap konsumen pada keyakinan memiliki nilai dengan skor 10 – 12 mengatakan sangat setuju sebanyak 74 orang (74 %), total skor 7 – 9 dengan kategori cukup sebanyak 26 orang (26%). Atribut yang memperoleh nilai rata-rata tertinggi adalah fisik sebesar 2,71, sementara atribut dengan rata-rata terendah adalah kemasan sebesar 1,93. Sedangkan penilaian sikap konsumen pada kepentingan memiliki nilai dengan skor 10 – 12 mengatakan sangat setuju sebanyak 54 orang (55 %), total skor 7 – 9 dengan kategori cukup sebanyak 45 orang (45%). Atribut yang dianggap penting oleh konsumen yakni atribut fisik dengan nilai rata-rata tertinggi 2,7 sesuai keinginan konsumen, sementara nilai rata-rata terendah 1,73 mengatakan atribut kemasan tidak begitu diperhatikan pada pembelian sayuran bayam hijau. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa atribut fisik merupakan atribut dengan nilai tertinggi dalam membentuk sikap dan kepentingan konsumen dalam membeli sayuran Bayam di Pasar Flamboyan. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian (Arsyad, Yusdiarti dan Miftah, 2019)(Pratisia dan Nuswantara, 2021)(Lestari dan Karsiningsih, 2023) (Larasati dan Sajali, 2025) yang menyatakan bahwa konsumen cenderung menilai sayuran berdasarkan kesegaran, warna, dan kondisi fisik produk.

Preferensi konsumen Terhadap Sayuran Bayam Hijau

Hasil analisis konjoin (*Utility Estimate dan Importance Value*) pada penelitian ini adalah preferensi konsumen terhadap keputusan pembelian sayuran bayam hijau di Pasar Tradisional Flamboyan Kota Pontianak sangat dipengaruhi oleh kombinasi beberapa atribut utama. Dari keempat atribut yang dianalisis, yaitu fisik, harga, warna, dan kemasan, diketahui bahwa setiap atribut memiliki pengaruh yang berbeda terhadap keputusan pembelian, yang ditunjukkan melalui nilai *Utility Estimate* dan *Importance Value.*

Tabel *Utilities* menjelaskan bahwa tampilan fisik sayuran bayam hijau memiliki nilai *Utility Estimate* 0.599 dan Nilai *Importance value* sebesar 51,864. Semua indikator fisik memiliki *utility estimate* yang tinggi dan positif, dengan indikator daun tidak berlubang karena ulat (0,599) sebagai yang paling disukai, diikuti daun memiliki bercak (0,589), daun tidak ada bercak

ZIRAA'AH, Volume 51 Nomor 2, Juni 2026 Halaman 491-499 p-ISSN 1412-1468 e-ISSN 2355-3545

(0,569), dan daun berlubang (0,579). Atribut Fisik menjadi pilihan utama konsumen dalam membeli sayuran bayam hijau. Konsumen lebih memilih sayuran bayam hijau dengan daun tidak berlubang karena ulat dan tampilan yang segar, yang menandakan bahwa tampilan fisik menjadi indikator utama dalam menilai tampilan sayuran.

Tabel 4. Hasil Analisis Konjoin (Utility Estimate dan Importance Value)

Atribut	Indikator	Utility Estimate	Std. Error	Importance Value
Harga	1. = Rp. 3000/ikat	0,474	0,175	31,430
	2. > Rp. 3000/ikat	0,006	0,175	
	3. = Rp. 12.000/kilo	-0,171	0,175	
	4. > Rp. 12.000/kilo	-0,309	0,175	
Warna	1. Hijau muda cerah	0,134	0,101	10,586
	2. Hijau tua matang	-0.134	0,101	
Fisik	1. Daun berlubang	0,579	0,175	51,864
	2. Daun tidak berlubang karena ulat	0,599 0,589	0,175 0,175	
	3. Daun memiliki bercak	0,569	0,175	
	4. Daun tidak ada bercak			
Kemasan	1. Ikat	0,018	0,101	6,120
	2. Kiloan	-0,018	0,101	
(Constant)		2.291	0,101	

Sumber: Data Diolah, 2025 SPSS Versi 26

Harga merupakan atribut kedua yang di anggap penting oleh konsumen dalam memilih sayuran bayam hijau. Harga memiliki nilai *Utility Estimate* sebesar 0,474 dan nilai *Importance Value* sebesar 31.430. Nilai *utility estimate*, harga sebesar Rp. 3.000 per ikat merupakan pilihan yang paling disukai oleh konsumen, ditunjukkan dengan nilai utilitas tertinggi sebesar 0,474. Sebaliknya, harga lebih dari Rp. 12.000 per kilogram memperoleh nilai utilitas paling rendah (-0,309). Preferensi konsumen pada atribut sayuran bayam dengan harga = Rp.3000/ikat, yang mencerminkan bahwa harga tetap menjadi pertimbangan penting, meskipun tidak melebihi penilaian terhadap tampilan fisik. Hal ini tidak berbeda dengan hasil penelitian (Hasan, Muis dan Christoporus, 2019) bahwa atribut harga menjadi salah satu faktor yang berpengaruh dalam keputusan pembelian sayuran.

Warna merupakan pilihan ketiga konsumen pada keputusan pembelian sayuran bayam hijau. Terdapat dua indikator, yaitu hijau muda cerah (0,134) dan hijau tua matang (-0,134). Konsumen lebih menyukai bayam hijau dengan warna hijau muda cerah dengan nilai *Utility Estimate* sebesar 0.134 dan nilai *Importance value* sebesar 10.586. Preferensi konsumen pada atribut sayuran bayam dengan warna hijau muda cerah yang dominan dengan kesegaran lebih baik. Berbeda dengan (Arsyad, Yusdiarti dan Miftah, 2019) yang menemukan bahwa kesegaran dan warna daun adalah atribut yang dianggap sangat penting dalam keputusan pembelian sayur bayam sedangkan atribut lainnya dianggap penting.

Atribut kemasan menjadi atribut yang tidak di anggap penting oleh konsumen pada pembelian sayuran bayam hijau. Konsumen sedikit lebih menyukai bayam yang dikemas dalam bentuk ikatan nilai *Utility Estimate*

ZIRAA'AH, Volume 51 Nomor 2, Juni 2026 Halaman 491-499 p-ISSN 1412-1468 e-ISSN 2355-3545

0,018 nilai *importance Value* sebesar 6.120 dibandingkan dengan kiloan -0,018. kemasan menunjukkan baik dalam bentuk ikatan maupun kiloan tidak terlalu menjadi pertimbangan utama bagi konsumen di Pasar Tradisional, yang umumnya lebih fokus pada kualitas dan harga produk. Hal ini sejalan dengan penelitian (Larasati dan Sajali, 2025) yang menyatakan bahwa kemasan hanya berperan sebagai atribut pendukung, bukan faktor utama dalam keputusan pembelian sayuran. Lebih lanjut menurut (Sumarwan, 2011) pada produk pangan segar konsumen cenderung lebih memprioritaskan atribut intrinsik seperti kualitas fisik dan tingkat kesegaran dibandingkan atribut ekstrinsik seperti kemasan.

Tabel 6. Hasil uji Correlation Value

	Value	Sig
Pearson's R	0,929	0,000
Kendall's tau	0,633	0,000

Sumber: Data Diolah, 2025 SPSS Versi 26

Berdasarkan hasil uji korelasi Value pada tabel. 15 diatas dapat dilihat bahwa nilai korelasi value *Person's* sebesar 0,929 dan *Kendall Tau* sebesar 0,633. Nilai uji korelasi tersebut menunjukan keakuratan dari analisis konjoin terdapat hubungan antara variabel yang digunakan semakin kuat apabila nilai korelasi Value mendekati 1 yang mencerminkan tingkat kesesuaian yang tinggi . Selain itu, pada nilai signifikan antara nilai *Person's* 0,000 dan nilai *Kendall Tau* sebesar 0,000 < 0,005, artinya uji keakuratan pada analisis konjoin serta tingkat kesesuaian antara variabel dalam menggambarkan preferensi konsumen pada pembelian sayur bayam hijau di Pasar Tradisional Flamboyan. Hasil ini mengindikasikan bahwa model konjoin yang digunakan mampu merepresentasikan preferensi konsumen secara akurat, khususnya dalam menjelaskan peran masing-masing atribut dalam keputusan pembelian sayuran bayam hijau. Dengan demikian, tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara hasil estimasi model dengan kondisi preferensi nyata konsumen, dimana seluruh atribut yang dianalisis menunjukkan pola hubungan yang konsisten dan saling mendukung dalam membentuk preferensi konsumen. Hal ini sejalan dengan penelitian (Lestari dan Karsiningsih, 2023) yang menunjukkan bahwa hasil estimasi model konjoin memiliki tingkat kesesuaian yang tinggi dengan preferensi aktual konsumen, sehingga dapat digunakan untuk memprediksi perilaku pembelian secara valid. Selain itu, (Hasan, Muis dan Christoporus, 2019) juga menemukan bahwa nilai korelasi yang tinggi dalam analisis konjoin mencerminkan konsistensi antara atribut yang diuji dengan keputusan pembelian konsumen.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dari penelitian Preferensi Konsumen Terhadap Pembelian Sayuran Segar Bayam (*Amaranthus Sp*) di Pasar Tradisional Flamboyan Kota Pontianak dapat disimpulkan Preferensi konsumen terhadap pembelian sayuran bayam hijau menunjukkan bahwa kombinasi atribut yang paling disukai adalah bayam dengan kondisi fisik daun tidak berlubang akibat serangan ulat, harga sebesar Rp3.000 per ikat, warna hijau muda cerah, serta dikemas dalam bentuk ikatan. Kombinasi atribut ini mencerminkan bahwa konsumen cenderung memilih produk yang memiliki kualitas fisik baik, harga terjangkau, dan tampilan segar.

Atribut yang dipertimbangkan dalam keputusan pembelian menunjukkan bahwa atribut fisik menjadi faktor utama yang memengaruhi preferensi konsumen, khususnya indikator daun yang tidak berlubang sebagai tanda kualitas dan

ZIRAA'AH, Volume 51 Nomor 2, Juni 2026 Halaman 491-499 p-ISSN 1412-1468 e-ISSN 2355-3545

kesehatan produk. Selanjutnya, atribut harga menjadi pertimbangan kedua, diikuti oleh atribut warna yang mencerminkan kesegaran produk. Sementara itu, atribut kemasan menjadi faktor yang paling rendah tingkat kepentingannya, karena konsumen di pasar tradisional cenderung lebih mengutamakan kualitas dan harga dibandingkan bentuk kemasan yang praktis.

DAFTAR PUSTAKA

Badan Pusat Statistik. (2023). Kota Pontianak Dalam Angka. Badan Pusat Statistik Kota Pontianak.

Destiani, M. D., Widjayanti, F. N., & ... (2023). Analisis Preferensi Konsumen Sayuran Dalam Berbelanja Sayuran di Pasar Tradisional dan Pasar Modern Di Kota Jember. Agri Analytics …, 1(2).

Fraenkel, J. R., Wallen, N. E., & Hyun, H. H. (2012). *How to Design and Evaluate Research in Education* (8th ed.). McGraw-Hill Education.

Kurniasih, P., & Prihtanti, T. M. (2019). Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian sayuran organik di Kota Salatiga. *ZIRAA'AH MAJALAH ILMIAH PERTANIAN*, *44*(3), 347-356.

Ni Made., Yaktiworo Indriani Dan Teguh Endrarto Aggiasari, (2016) Sikap Dan Pengambilan Keputusan Pembelian Sayuran Organik Oleh Konsumen Di Kota Bandar Lampung. Bandar Lampung, Lampung: Universitas Lampung.

Sirait, m. B., & nuswantara, d. B. (2021). Analisis perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian singkong keju di argotelo salatiga (anaysis of consumer behavior on purchasing decisions of cassava cheese in argotelo salatiga). *Ziraa'ah*, *46*(3).

Sugiyono, (2013). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatifdan R&D. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono, (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D. Bandung, Indonesia/ Jawa Barat: Alfabeta.

Suryana, D., & Budi, R. (2017). *Metodologi Penelitian: Teori dan Aplikasi dalam Penelitian Sosial*. Bandung: Pustaka Setia.

Arsyad, E.F., Yusdiarti, A. dan Miftah, H. (2019) "ANALISIS PERSEPSI DAN PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP ATRIBUT KUALITAS SAYURAN KOMERSIAL DI PASAR MODERN," *JURNAL AGRIBISAINS*, 4(2). Tersedia pada: https://doi.org/10.30997/jagi.v4i2.1561.

Dwi Destiani, M., Nurdiana Widjayanti, F. dan Martha Muliasari, R. (2023) "Analisis Preferensi Konsumen Sayuran Dalam Berbelanja Sayuran di Pasar Tradisional dan Pasar Modern di Kota Jember ," *Agri Analytics Journal*, 1(2 SE-Articles), hal. 13–16. Tersedia pada: https://doi.org/10.47134/agri.v1i2.2017.

Hasan, H., Muis, A. dan Christoporus (2019) "PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP PEMBELIAN SAYURAN Organik di Kota Palu," *Jurnal Agroland*, 26(April), hal. 39–48.

Larasati, A.P. dan Sajali, C.U. (2025) "PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP BAYAM MERAH HIDROPONIK DI HPT FARM TULUNGAGUNG," *JAAS : Journal of Agribusiness and Agro-*

ZIRAA'AH, Volume 51 Nomor 2, Juni 2026 Halaman 491-499 p-ISSN 1412-1468 e-ISSN 2355-3545

Socioeconomics, 1(1 SE-Articles), hal. 32–37. Tersedia pada: https://journal.unita.ac.id/index.php/JAAS/article/view/1631.

Lestari, F. dan Karsiningsih, E. (2023) "Preferensi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sayuran Hidroponik Di Kota Sungailiat Kabupaten Bangka," *Paradigma Agribisnis*, 5(2), hal. 184–195. Tersedia pada: https://doi.org/https://doi.org/10.33603/jpa.v5i2.8301.

Pramono, F.F. dan Prabawani, B. (2017) "ANALISIS FAKTOR-FAKTOR PREFERENSI KONSUMEN YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN SAYURAN ORGANIK (STUDI KASUS : PELANGGAN SUPER INDO SEMARANG)," *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis; Vol 6, No 4 (2017)* [Preprint]. Tersedia pada: https://doi.org/10.14710/jiab.2017.17201.

Pratisia, D. dan Nuswantara, B. (2021) "ANALISIS KEPUTUSAN PEMBELIAN SAYUR DENGAN MEDIA ONLINE DI NYAYUR.ID KOTA SALATIGA (Analysis Of Vegetable Purchasing Decisions With Online Media Of Nyayur.Id In Salatiga City) Desi Pratisia dan Bayu Nuswantara," *ZIRAA'AH*, 46(3), hal. 327–335.

Santika, A.A. *dkk.* (2023) "Penerapan Skala Likert Pada Klasifikasi Tingkat Kepuasan Pelanggan Agen BRILink Menggunakan Random Forest Application Of Likert Scale On Classification Of Customer Satisfaction Level Of BRILink Agents Using Random Forest," *Jurnal Sistem dan Teknologi Informasi*, 11(3), hal. 405–411. Tersedia pada: https://doi.org/10.26418/justin.v11i3.

Sumarwan, U. (2011) *Perilaku konsumen*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Sutarni, S. *dkk.* (2019) "PROSES PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN SAYURAN HIDROPONIK DI KOTA BANDAR LAMPUNG," *Journal of Food System and Agribusiness*, 2(1 SE-). Tersedia pada: https://doi.org/10.25181/jofsa.v2i1.1107.

Yasmin, T.R., Prastiwi, W.D. dan Handayani, M. (2017) "Analisis Konjoin Preferensi Konsumen Sayuran Hidroponik Agrofarm Bandungan Kabupaten Semarang.," *Agrisocionomics: Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian; Vol 1, No 1 (2017): Mei 2017*, 1(1). Tersedia pada: https://doi.org/10.14710/agrisocionomics.v1i1.1643.