

IDENTIFIKASI FAKTOR PRIBADI DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN KONSUMSI BUAH-BUAHAN DI KECAMATAN SUMBAWA KABUPATEN SUMBAWA

Novita Mulyani¹, Nila Wijayanti¹, Siti Nurwahidah¹

¹ Program Studi Pascasarjana Agribisnis, Universitas Samawa, Sumbawa Besar, Indonesia

Corresponding Author: ayasyafila@gmail.com

Artikel History	Abstrak
Received: 28 September 2026	Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi factor pribadi dalam keputusan pembelian dan konsumsi buah-buahan di Kecamatan Sumbawa, Kabupaten Sumbawa. Penelitian dilaksanakan selama 2 bulan, yaitu Bulan April-Mei 2026. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, dengan sumber data primer dan sekunder. Penentuan responden dilakukan secara sengaja (purposive). Sampel penelitian ini berjumlah 60 responden. Metode penentuan sampel menggunakan accidental sampling pada masing-masing toko buah tersebut. Metode analisis data dalam penelitian ini ialah deskriptif dengan menggunakan alat ukur skala likert. Hasil penelitian menemukan bahwa semua indicator yaitu pendapatan, usia, gaya hidup, kebiasaan dan selera dominan dalam keputusan konsumen dalam pembelian dan konsumsi buah-buahan di Kecamatan Sumbawa, Kabupaten Sumbawa.
Revised: 05 Oktober 2026	
Published: 15 Oktober 2026	
Kata Kunci: Faktor Pribadi; Pembelian; Konsumsi; Buah-Buahan;	

PENDAHULUAN

Permintaan terhadap buah-buahan terus meningkat seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya pola makan sehat dan bergizi. Buah-buahan tidak hanya dikonsumsi sebagai sumber vitamin dan mineral, tetapi juga dianggap sebagai simbol gaya hidup sehat yang banyak diminati berbagai lapisan masyarakat. Selain itu, peningkatan konsumsi buah-buahan juga tidak terlepas dari berbagai kampanye kesehatan yang dilakukan oleh pemerintah dan organisasi internasional. Kementerian Kesehatan Republik Indonesia melalui program Gerakan Masyarakat Hidup Sehat (GERMAS) mendorong masyarakat untuk mengonsumsi buah dan sayur secara rutin sebagai bagian dari pola hidup sehat. Anjuran konsumsi buah minimal 150 gram per hari menjadi indikator penting dalam menjaga kesehatan masyarakat.

Kecamatan Sumbawa merupakan salah satu wilayah dengan potensi besar dalam perdagangan dan produksi buah-buahan. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik Kabupaten Sumbawa (2024), produksi buah-buahan di wilayah ini meningkat dari

24.500 ton pada tahun 2023 menjadi 26.200 ton pada tahun 2024. Komoditas unggulan seperti pisang, mangga, dan pepaya mendominasi produk lokal. Perilaku konsumen dalam membeli buah-buahan tidak selalu sejalan dengan ketersediaan produk lokal di pasar. Konsumen cenderung mempertimbangkan kualitas, tampilan, daya simpan, serta prestise sosial saat memilih buah. Hal ini menyebabkan sebagian konsumen lebih memilih buah impor, meskipun harga buah lokal relatif lebih murah dan segar.

Fenomena ini menjadi penting untuk dikaji karena berpotensi memengaruhi daya serap pasar terhadap produk lokal, pendapatan petani, dan keberlanjutan agribisnis buah-buahan. Fenomena preferensi terhadap buah impor juga tidak terlepas dari pengaruh globalisasi dan perkembangan sistem distribusi pangan yang semakin terbuka. Kemudahan akses terhadap produk impor menyebabkan konsumen memiliki lebih banyak pilihan dalam memenuhi kebutuhannya. Di sisi lain, produk impor sering kali hadir dengan standar kualitas yang lebih seragam, kemasan yang lebih menarik, serta strategi pemasaran yang lebih agresif. Hal ini secara tidak langsung membentuk persepsi konsumen bahwa buah impor memiliki nilai lebih dibandingkan buah lokal. Namun demikian, kondisi ini juga menimbulkan tantangan bagi produk lokal, khususnya dalam hal peningkatan daya saing. Buah lokal yang sebenarnya memiliki keunggulan dari segi kesegaran dan harga sering kali kalah dalam aspek tampilan dan persepsi kualitas.

Meskipun terjadi peningkatan produksi, distribusi dan pemasaran buah lokal masih menghadapi berbagai kendala, seperti keterbatasan fasilitas penyimpanan, fluktuasi harga, serta ketergantungan pada pasar tradisional. Kondisi ini menyebabkan nilai tambah yang diperoleh petani dan pelaku usaha lokal belum optimal. Di sisi lain, masuknya buah impor melalui jaringan distribusi modern semakin memperketat persaingan di tingkat konsumen. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa peningkatan produksi saja tidak cukup untuk menjamin keberhasilan agribisnis buah-buahan. Diperlukan pendekatan yang lebih komprehensif, salah satunya melalui pemahaman terhadap perilaku konsumen sebagai pihak yang menentukan keberhasilan produk di pasar. Berdasarkan pengamatan awal, terdapat kecenderungan konsumen lebih memilih buah impor, seperti apel, pir, dan jeruk mandarin, yang dianggap memiliki kualitas lebih baik, tampilan menarik, daya simpan lebih lama, dan nilai prestise sosial. Sementara itu, sebagian besar buah lokal dijual dengan harga lebih murah, namun belum mampu bersaing dalam hal persepsi kualitas dan citra produk. Fenomena ini

menunjukkan adanya celah pasar (market gap) yang dapat memengaruhi rantai nilai agribisnis buah lokal.

Kecamatan Sumbawa memiliki keanekaragaman buah yang lebih tinggi dibanding kecamatan lain, serta jumlah penduduk yang besar, sehingga menjadi lokasi representatif untuk mengamati perilaku konsumen dan tren pembelian buah-buahan. Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini dilakukan untuk menggali secara mendalam mengenai faktor pribadi dalam pembelian dan konsumsi buah-buahan di Kecamatan Sumbawa, Kabupaten Sumbawa.

. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan masukan bagi pelaku usaha, petani, dan pemerintah daerah dalam menyusun strategi pemasaran yang efektif, meningkatkan daya serap pasar terhadap buah lokal, serta memperkuat rantai nilai agribisnis buah-buahan lokal.

METODOLOGI

Penelitian ini dilaksanakan selama 2 bulan yaitu Bulan April – Mei 2026. Penentuan lokasi penelitian dilakukan secara purposive sampling (sengaja), yaitu di tiga toko buah yang memiliki karakteristik khusus, diantaranya telah beroperasi selama ± 3 tahun, berskala besar, dan menjual berbagai jenis buah lengkap, 3 baik lokal maupun impor. Jenis penelitian ini merupakan penelitian dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Sumber data yang digunakan yaitu sumber data primer dan sekunder. Metode pengumpulan data dalam penelitian dilakukan dengan observasi lapangan, wawancara, dan dokumentasi. Sampel dalam penelitian ini terdiri dari 60 responden. Metode penentuan sampel menggunakan accidental sampling pada masing-masing toko buah tersebut. Sugiyono (2019), accidental sampling merupakan salah satu teknik dalam non-probability sampling yang digunakan ketika peneliti tidak memiliki kerangka sampel yang pasti, serta bertujuan untuk memperoleh data secara cepat dan praktis di lapangan. Metode analisis data dalam penelitian ini ialah deskriptif dengan menggunakan alat ukur skala likert. Likert, yaitu dengan memberikan sejumlah pernyataan kepada responden, kemudian responden diminta untuk memilih salah satu dari lima alternatif jawaban yang memiliki bobot nilai berbeda. Janti, (2014) mengutarakan bahwa skala Likert dapat digunakan untuk mengukur sikap, persepsi, dan pendapat individu terhadap suatu fenomena sosial. Adapun rentang skala yang

digunakan dalam penelitian ini adalah 1 sampai dengan 5. Hasil akhir yang didapat dari skala likert kemudian dimasukkan dalam rumus Weighted Means Score, (Siregar, 1981 dalam Wijayanti, 2020).

$$M = \frac{\sum fx}{n}$$

Keterangan:

- M = Interpretasi nilai/angka
- F = Frekuensi
- X = Weighting the score scale
- Σ = Jumlah
- N = Jumlah responden

Hasil yang didapat dari weighted means score kemudian diinterpretasikan hasilnya dengan menggunakan penghitungan interval. Penghitungan interval untuk kategorimenurut Sugiyono (2013) adalah dengan cara pengurangan skor tertinggi (5) dengan skor terendah (1), kemudian dibagi dengan jumlah dari kategori.

$$\frac{5 - 1}{5} = 0.8$$

Nilai interval yang didapat adalah 0.8, jadi interpretasi dari kategorinya adalah:

- 1) 1,00 - 1,80 = Sangat Tidak Dominan
- 2) 1,81 - 2,60 = Tidak Dominan
- 3) 2,61 - 3,40 = Cukup Dominan
- 4) 3,41 - 4,20 = Dominan
- 5) 4,21 - 5,00 = Sangat Dominan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Faktor pribadi merupakan salah satu determinan penting yang memengaruhi keputusan konsumen dalam memilih dan membeli suatu produk. Kotler dan Keller (2016) menyatakan bahwa keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh

karakteristik pribadi yang meliputi usia dan tahap siklus hidup, pekerjaan, kondisi ekonomi, gaya hidup, kepribadian, serta konsep diri. Karakteristik tersebut membentuk kebutuhan, preferensi, dan kemampuan konsumen dalam mengevaluasi alternatif produk sebelum menentukan pilihan pembelian. Wibisono dan Waluyo (2019) menyatakan bahwa keputusan pembelian yakni sebuah proses yang dilakukan konsumen dalam pemilihan sebuah produk serta menetapkan sebuah keputusan pembelian.

Keputusan pembelian buah-buahan oleh responden di Kecamatan Sumbawa disajikan sebagai berikut:

1. Tahap pengenalan kebutuhan

Pada tahap ini, pembeli mulai menyadari adanya masalah atau kebutuhan yang perlu dipenuhi. Pengenalan kebutuhan tersebut tercermin dari motivasi responden dalam mengonsumsi buah-buahan, yaitu untuk memperoleh asupan gizi dan vitamin yang dibutuhkan tubuh sehingga dapat mendukung kesehatan dan memenuhi kebutuhan nutrisi sehari-hari. Pemenuhan kebutuhan konsumen buah-buahan oleh sebagian besar responden, didasarkan oleh harga buah yang terjangkau sehingga dapat diupayakan dalam pemenuhan gizi. Upaya pembelian dalam rangka pelengkap menu, dengan harga terjangkau. Pemenuhan kebutuhan dapat dipengaruhi oleh kepentingan mengonsumsi buah-buahan. Sebagian besar responden menunjukkan bahwa cukup penting dalam mengonsumsi buah-buahan. Sebagian responden menyatakan bahwa mengonsumsi buah-buahan taitu sati kali dalam sehari. Jumlah konsumsi yang meningkat berdampak terhadap pemenuhan kebutuhan buah-buahan, sehingga dapat menghabiskan stok buah-buahan di rumah, sehingga hal tersebut menjadi pemicu pembelian buah-buahan berdasarkan kebutuhan.

2. Tahap pencarian informasi

Pada tahap kedua terdapat dua tingkatan dalam pencarian informasi yaitu tingkatan pertama konsumen melakukan pencarian informasi lebih ringan dinamakan dengan penguatan informasi, tingkatan kedua konsumen masuk dalam tahap mencari informasi aktif melalui pengalaman orang lain atau mengunjungi toko buah untuk mempelajari buah-buahan. Sebagian besar responden menunjukkan bahwa sumber informasi terpercaya dalam keputusan pembelian buah-buahan yaitu diri sendiri. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa harga buah pada tahap ini menjadi salah satu informasi penting untuk menentukan keputusan konsumen dalam membeli.

3. Tahap evaluasi alternatif

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar responden menggunakan lebih dari satu prosedur evaluasi yaitu evaluasi ketersediaan dan harga. Evaluasi ketersediaan buah-buahan yang dilakukan oleh responden yaitu dengan membeli buah alternatif yang tersedia. Kondisi harga yang tidak sesuai dengan keinginan responden akan mendorong untuk mencari buah-buahan jenis lain di toko yang sama.

4. Tahap keputusan pembelian

Tahap keputusan pembelian konsumen yaitu membeli buah-buahan yang menjadi kebutuhan. Pada tahap ini konsumen dihadapkan pada banyak alternatif, terkait pendapatan, usia, gaya hidup, kebiasaan, dan selera.

Dalam konteks konsumsi buah-buahan, faktor pribadi dapat tercermin melalui kesesuaian pilihan buah dengan usia dan kondisi kehidupan konsumen, tingkat pendapatan yang menentukan daya beli, pekerjaan yang berkaitan dengan pola aktivitas dan kebutuhan konsumsi, serta gaya hidup yang semakin memperhatikan aspek kesehatan dan kualitas. Dengan demikian, keputusan konsumen dalam membeli buah-buahan tidak hanya ditentukan oleh karakteristik fisik maupun harga produk, tetapi juga oleh kondisi dan karakteristik pribadi yang melekat pada masing-masing konsumen. Oleh karena itu, analisis faktor pribadi dalam penelitian ini diarahkan untuk mengidentifikasi aspek personal yang paling kuat memengaruhi keputusan pembelian buah-buahan serta menentukan faktor pribadi yang menjadi dominan dalam membentuk perilaku konsumen di Kecamatan Sumbawa. Indikator faktor pribadi dan konsumsi buah-buahan di Kecamatan Sumbawa, Kabupaten Sumbawa bisa dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Indikator Faktor Pribadi dalam Pembelian dan Konsumsi Buah-Buahan di Kecamatan Sumbawa, Kabupaten Sumbawa.

Indikator	STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)	Weighted Mean Score	Kategori
Pembelian dan konsumsi buah sesuai dengan pendapatan.	0	6	16	27	11	3,72	Dominan
Pembelian dan konsumsi buah sesuai dengan gaya hidup.	0	8	10	31	11	3,75	Dominan

Pembelian dan konsumsi buah sesuai dengan usia.	0	5	17	29	9	3,70	Dominan
Pembelian dan konsumsi buah sesuai dengan kebiasaan.	0	0	8	42	10	4,03	Dominan
Pembelian dan konsumsi buah sesuai dengan selera pribadi.	0	0	7	41	12	4,08	Dominan
Total						19,28	
Rata-rata						3,86	

Sumber: Data primer diolah (2026).

Keterangan:

- STS (Sangat Tidak Setuju) = 1
- TS (Tidak Setuju) = 2
- N (Netral) = 3
- S (Setuju) = 4
- SS (Sangat Setuju) = 5

Berdasarkan table 1 dapat dilihat bahwa Faktor Pribadi memperoleh nilai rata-rata (mean) sebesar 3,86. Nilai ini termasuk dalam kategori Dominan. Hal ini menunjukkan bahwa karakteristik pribadi konsumen, seperti pendapatan, gaya hidup, usia, kebiasaan dan selera memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap keputusan pembelian dan konsumsi buah-buahan di Kecamatan Sumbawa. Nilai rata-rata masing-masing indikator, dari mulai yang paling rendah yaitu usia dengan nilai rata-rata 3,70; pendapatan 3,72; gaya hidup 3,75; kebiasaan 4,03; dan selera 4,08. Semua indikator masuk dalam kategori dominan. Namun, nilai yang paling dominan ialah indikator selera dan kebiasaan. Selera serta kebiasaan merupakan indikator yang paling dominan dari konsumen dalam keputusannya dalam pembelian serta konsumsi buah-buahan.

Indikator pendapatan, usia, dan gaya hidup sama-sama mempengaruhi keputusan pembelian dan konsumsi buah-buahan dengan perolehan nilai rata-rata yaitu 3,70; 3,72; dan 3,75. Ketiga indikator ini nilainya lebih rendah dari indikator selera dan kebiasaan konsumen, namun sam-sama berada pada kategori Dominan. Hal tersebut menunjukkan bahwa seluruh indikator pada variabel faktor pribadi tetap memberikan kontribusi yang positif terhadap keputusan pembelian. Hal ini

menunjukkan bahwa karakteristik individu konsumen menjadi salah satu pertimbangan penting dalam proses pengambilan keputusan pembelian.

Faktor-faktor seperti kondisi ekonomi, gaya hidup, usia, pekerjaan, serta konsep diri konsumen turut menentukan preferensi terhadap produk yang dipilih. Konsumen cenderung membeli buah-buahan yang sesuai dengan kebutuhan, kemampuan finansial, serta pola hidup sehat yang mereka jalani. Semakin dominan kesadaran individu terhadap pentingnya konsumsi buah, semakin besar pula kecenderungan untuk melakukan pembelian. Faktor-faktor tersebut berperan dalam membentuk preferensi dan keputusan pembelian konsumen terhadap suatu produk. Selain itu, hasil penelitian ini juga memperkuat temuan berbagai penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa karakteristik pribadi memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk. Oleh karena itu, pelaku usaha buah-buahan perlu memahami karakteristik konsumennya agar dapat menyusun strategi pemasaran yang sesuai dengan kebutuhan, usia, gaya hidup, kemampuan ekonomi masyarakat, selera dan kebiasaan.

KESIMPULAN

Indikator faktor pribadi semuanya masuk dalam kategori dominan, yaitu pendapatan, usia, gaya hidup, kebiasaan, dan selera. Namun, selera dan kebiasaan merupakan factor yang paling dominan dengan nilai tertinggi dari factor pribadi konsumen dalam keputusan pembelian dan konsumsi buah-buahan.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik Kabupaten Sumbawa, 2024. Kabupaten Sumbawa dalam Angka 2024. BPS Kabupaten Sumbawa.
- Janti, 2014. Penggunaan skala Likert dalam penelitian sosial. *Jurnal Metodologi Penelitian*, Vol. 2(1), 45–53.
- Kotler, P., & K.L. Keller, 2016. *Marketing Management* (15th ed.). New Jersey: Pearson Education.
- Sugiyono, 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Wibisono, G. R., & H.D. Waluyo, 2019. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, Vol. 8 (3).
- Wijayanti, Nila (2020). *Manajemen Pemasaran dan Rantai Pasok Madu Hutan Sumbawa*, Provinsi NTB. Disertasi. Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.