

Faktor-Faktor yang Memengaruhi Niat Pembelian Sayur Lokal di Kabupaten Kotawaringin Barat

Sarah Febrianti Sirait^{1*}, Juli Winando Lumban Toruan²

¹Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Darwan Ali

² Program Studi Agribisnis, Fakultas Agroteknopreneur dan Agraria, Universitas Nusa Bangsa

*Email Korespondensi: sarahfebriantisirait29@gmail.com

Abstrak

Sektor pertanian memiliki peranan penting dalam memenuhi kebutuhan pangan masyarakat. Meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap pola hidup sehat menjadikan konsumsi sayuran sebagai kebutuhan penting dalam kehidupan sehari-hari. Sayuran lokal di Kabupaten Kotawaringin Barat memiliki potensi untuk mendukung ketahanan pangan dan meningkatkan kesejahteraan petani, namun masih menghadapi persaingan dengan produk dari luar daerah. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh harga, kualitas produk, kesegaran produk, dan kemudahan mendapatkan terhadap niat beli konsumen serta mengidentifikasi variabel yang paling dominan memengaruhinya. Penelitian dilakukan di Kabupaten Kotawaringin Barat dengan melibatkan 125 responden yang dipilih menggunakan teknik accidental sampling. Analisis data menggunakan metode *structural equation modeling partial least square* (SEM-PLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga, kesegaran produk, dan kemudahan mendapatkan memengaruhi niat beli konsumen sayur lokal. Variabel kemudahan mendapatkan merupakan faktor yang paling dominan memengaruhi niat beli, sedangkan kualitas produk tidak berpengaruh terhadap niat beli konsumen terhadap sayuran lokal.

Kata kunci: Niat Pembelian, Sayur Lokal, SEM-PLS

Abstract

The agricultural sector plays a vital role in meeting the public's food needs. Growing public awareness of healthy lifestyles has made vegetable consumption an essential part of daily life. Local vegetables in West Kotawaringin Regency have the potential to support food security and improve farmers' welfare, but they still face competition from products from outside the region. This study aims to analyze the influence of price, product quality, product freshness, and availability on consumer purchase intent and to identify the most dominant variables affecting it. The research was conducted in West Kotawaringin Regency, involving 125 respondents selected using accidental sampling. Data analysis utilized the Structural Equation Modeling Partial Least Squares (SEM-PLS) method. The results indicate that price, product freshness, and availability influence consumers' purchase intentions for local vegetables. Availability is the most dominant factor influencing purchase intentions, whereas product quality does not affect consumers' purchase intentions for local vegetables.

Keywords: Purchase Intent, Local Vegetables, SEM-PLS

PENDAHULUAN

Perkembangan era global saat ini meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap pola hidup sehat, sehingga konsumsi sayuran menjadi kebutuhan penting dalam kehidupan sehari-hari. Data Kementerian Pertanian menunjukkan bahwa pengeluaran masyarakat Indonesia untuk komoditas sayuran mencapai 7,98% dari total pengeluaran pangan pada tahun 2024 (Kementan, 2025). Kondisi tersebut menyebabkan permintaan terhadap berbagai jenis sayuran, baik produk lokal maupun dari luar daerah, terus berkembang.

Di Kabupaten Kotawaringin Barat, sayuran lokal memiliki peran strategis dalam mendukung ketahanan pangan dan meningkatkan kesejahteraan petani. Sayuran lokal pada umumnya memiliki keunggulan berupa tingkat kesegaran yang lebih baik karena waktu distribusi yang relatif singkat, harga yang cenderung lebih terjangkau, serta ketersediaan yang cukup beragam di pasar tradisional maupun pada pedagang sayur setempat (Astuti *et al.*, 2024). Namun demikian, sayuran lokal masih menghadapi persaingan dengan produk dari luar daerah yang sering dianggap memiliki tampilan fisik lebih menarik oleh sebagian konsumen. Dalam kondisi persaingan tersebut, niat beli konsumen terhadap sayuran lokal menjadi aspek penting yang perlu diperhatikan. Tingginya niat beli dapat membantu meningkatkan penyerapan hasil produksi petani, sedangkan niat beli yang rendah berpotensi menghambat pemasaran dan berdampak pada pendapatan petani lokal (Swastha dan Irawan, 2001).

Salah satu faktor yang diduga memengaruhi niat beli konsumen adalah harga. Penelitian Marwanto *et al.*, (2022) menegaskan bahwa harga dan kualitas produk berkontribusi positif serta signifikan terhadap niat konsumen dalam melakukan pembelian produk segar. Sejalan dengan itu, penelitian Sihotang (2024) menunjukkan bahwa harga, variasi produk, kualitas produk, dan fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli sayuran dan buah-buahan, baik secara parsial maupun simultan. Selain harga, kualitas produk juga menjadi faktor penting dalam memengaruhi niat beli konsumen. Kualitas sayuran dapat dilihat dari kondisi fisik produk, seperti warna, bentuk, tingkat kebersihan, dan minimnya kerusakan pada produk. Annurdiansyah *et al.*, (2023) menyatakan bahwa preferensi konsumen terhadap sayuran dipengaruhi oleh berbagai faktor, antara lain kualitas produk, harga, ketersediaan, dan kesadaran akan manfaat. Lebih lanjut juga mengonfirmasi bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, yang pada gilirannya berdampak pada niat beli ulang. (Sirait *et al.*, 2024; J. W. L. Toruan *et al.*, 2024; J. winando L. Toruan *et al.*, 2023)

Kesegaran produk merupakan pertimbangan utama dalam pembelian sayuran. Sayuran yang segar umumnya memiliki warna yang baik, tekstur yang tidak layu, dan kandungan nutrisi yang relatif lebih terjaga. Astuti *et al.*, (2024) dalam penelitiannya menyatakan bahwa kesegaran sayuran menjadi salah satu faktor signifikan yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Annurdiansyah *et al.*, (2023) juga menyebutkan bahwa berdasarkan nilai utilitas, kesegaran sayuran kondisi 1–2 hari petik lebih disukai konsumen dibandingkan sayuran yang telah disimpan lebih lama. Faktor lain yang tidak kalah penting adalah kemudahan memperoleh produk. Hasil penelitian *et al.*, (2024) menunjukkan bahwa faktor akses atau lokasi pembelian berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sayuran. Produk yang mudah ditemukan dan tersedia secara konsisten cenderung memiliki peluang lebih besar untuk dipilih dibandingkan produk yang sulit diperoleh.

Meskipun sayuran lokal memiliki berbagai keunggulan, belum diketahui secara pasti bagaimana faktor harga, kualitas produk, kesegaran produk, dan kemudahan memperoleh produk memberikan pengaruh yang berbeda terhadap niat beli konsumen di Kabupaten Kotawaringin Barat. Berdasarkan kondisi tersebut, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah harga, kualitas produk, kesegaran produk, dan kemudahan memperoleh produk berpengaruh secara signifikan terhadap niat beli konsumen terhadap sayuran lokal di Kabupaten Kotawaringin Barat, serta untuk mengidentifikasi variabel yang memberikan pengaruh paling dominan di antara faktor-faktor tersebut.

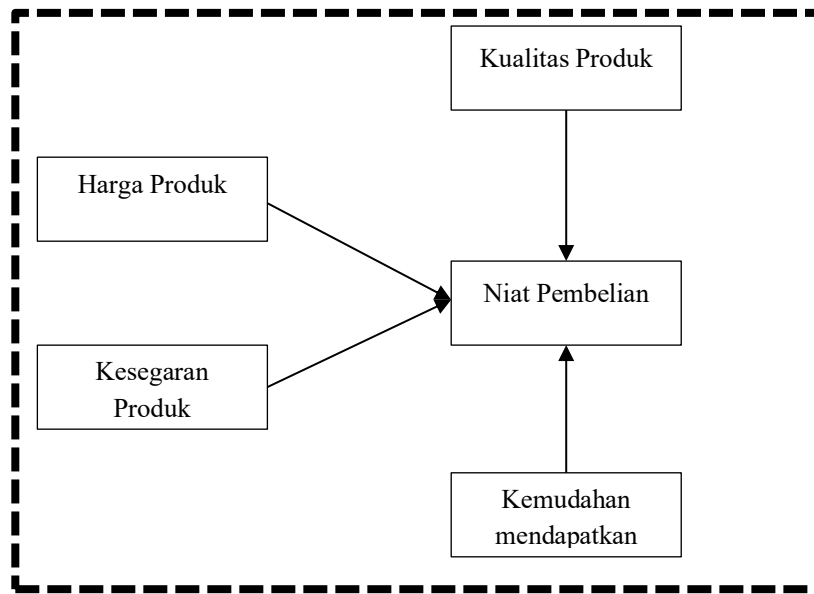
Oleh karena itu, penelitian mengenai faktor-faktor yang memengaruhi niat beli konsumen terhadap sayuran lokal di Kabupaten Kotawaringin Barat ini menjadi sangat penting untuk dilakukan. Secara spesifik, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh masing-masing variabel independen, yaitu harga, kualitas produk, kesegaran produk, dan kemudahan memperoleh produk, terhadap niat beli konsumen, sekaligus mengidentifikasi variabel yang paling dominan memengaruhi niat beli tersebut. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dan acuan ilmiah bagi petani, pedagang, serta pemerintah daerah dalam menyusun strategi pemasaran yang lebih efektif guna meningkatkan daya saing sayuran lokal di Kabupaten Kotawaringin Barat.

METODE

Penelitian dilaksanakan di Kabupaten Kotawaringin Barat, Kalimantan Tengah, mencakup pasar tradisional, pedagang sayur, dan tempat perbelanjaan yang menjual

sayuran lokal. Kabupaten Kotawaringin Barat dipilih sebagai lokasi penelitian karena daerah ini memiliki sektor pertanian yang cukup berkembang dan menjadi salah satu wilayah penghasil berbagai komoditas hortikultura, termasuk sayuran lokal. Waktu Pelaksanaan penelitian berlangsung selama dua bulan yaitu pada bulan Mei – Juni 2026. Pengambilan sampel penelitian diawali dengan melakukan survei lokasi penelitian yang menjual sayuran lokal pada bulan Mei 2026. Dari survei didapatkan dua kecamatan yang terdapat pasar besar dan tempat pembelanjaan yang menjual sayuran lokal, yaitu Kecamatan Pangkalan Banteng dan Kecamatan Pangkalan Lada Tiga. Dari dua kecamatan tersebut diambil masing-masing lima lokasi, yaitu dua pasar dan delapan tempat pembelanjaan sayur.

Pengambilan sampel penelitian menggunakan *accidental sampling*, yaitu konsumen yang secara kebetulan dijumpai di lokasi penelitian dan bersedia menjadi responden. Secara total, penelitian ini memperoleh 125 responden. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada responden secara *offline* dan *online*. Responden penelitian adalah seluruh konsumen yang pernah membeli atau berniat membeli sayuran lokal di Kabupaten Kotawaringin Barat. Penelitian ini menggunakan analisis *structural equation modelling partial least square* (SEM PLS) (Hair *et al.*, 2019). dengan menggunakan alat bantu Microsoft Excel dan Smart PLS 4.0. Dalam penelitian ini menggunakan faktor harga, kualitas produk, kesegaran, dan kemudahan mendapatkan yang diduga dapat memengaruhi niat pembelian sayur lokal. Kerangka konseptual dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1 Kerangka Konseptual

Hipotesis penelitian ini diduga dapat memengaruhi niat pembelian sayur lokal. Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

Hipotesis 1: Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen terhadap sayuran lokal di Kabupaten Kotawaringin Barat.

Hipotesis 2: Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen terhadap sayuran lokal di Kabupaten Kotawaringin Barat.

Hipotesis 3: Kesegaran produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen terhadap sayuran lokal di Kabupaten Kotawaringin Barat.

Hipotesis 4: Kemudahan mendapatkan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen terhadap sayuran lokal di Kabupaten Kotawaringin Barat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Faktor-faktor yang memengaruhi Niat Pembelian terhadap sayuran lokal di Kabupaten Kotawaringin Barat

Faktor-faktor yang memengaruhi niat pembelian terhadap sayuran lokal di Kabupaten Kotawaringin Barat di analisis menggunakan SEM-PLS. Terdapat dua tahap dalam pengukurannya yaitu outer model dan inner model. Tahap pertama pengukuran outer model digunakan untuk mengukur validitas dan reliabilitas untuk tiap konstruk. Dalam

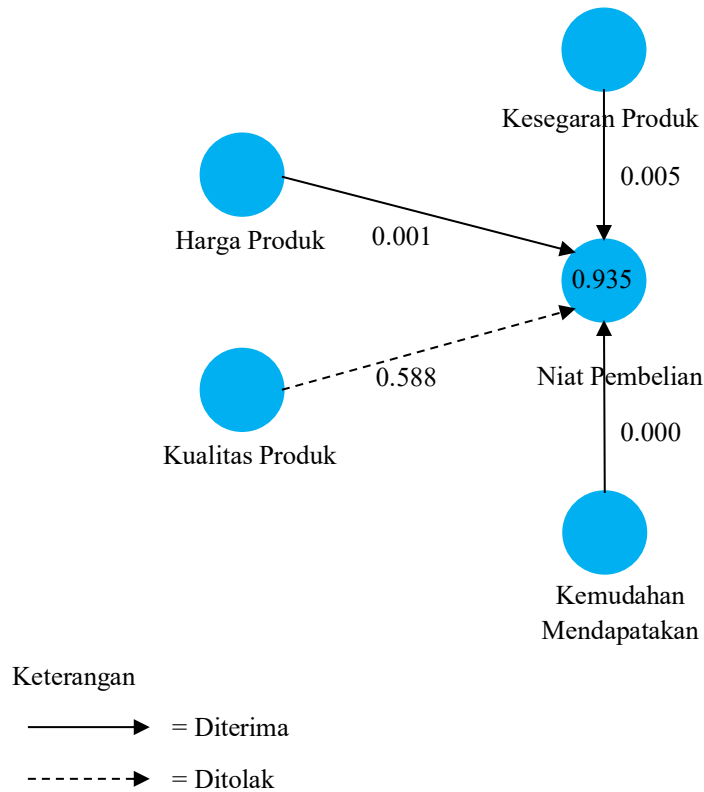
pengujian outer model terdapat pengukuran *convergent validity*, yaitu mengukur tiga komponen yaitu *reliability*, *loading factor*, dan *average variance extracted* (AVE).

Tabel 1. Hasil Evaluasi Outer Model

Variabel	Outer Loadings	CA	AVE	CR
Harga Produk		0.9484	0.8290	0.9604
X1.1	0.9349			
X1.2	0.9129			
X1.3	0.9064			
X1.4	0.8919			
X1.5	0.9060			
Kualitas Produk		0.9242	0.8128	0.9560
X2.1	0.9025			
X2.2	0.8879			
X2.3	0.9044			
X2.4	0.9044			
X2.5	0.9259			
Kesegaran Produk		0.9485	0.8293	0.9605
X3.1	0.9130			
X3.2	0.9090			
X3.3	0.9259			
X3.4	0.9138			
X3.5	0.8912			
Kemudahan Mendapatkan		0.9449	0.8194	0.9578
X4.1	0.9056			
X4.2	0.8946			
X4.3	0.8771			
X4.4	0.9097			
X4.5	0.9205			
Niat Pembelian		0.9451	0.8198	0.9579
Y1.1	0.8954			
Y1.2	0.9115			
Y1.3	0.9025			
Y1.4	0.9080			
Y1.5	0.9097			

Berdasarkan hasil outer model nilai *composite reliability*, *loading factor*, dan *average variance extracted* (AVE). Hasilnya didapatkan *composite reliability* memiliki nilai berkisar dari 0.9560 - 0.960 sehingga nilai ini lebih besar dari yang diharapkan yaitu >0.7 untuk semua konstruk (Pering 2021), artinya semua konstruk memenuhi kriteria dan reliabel untuk mengukur indikator-indikator yang digunakan pada variabel penelitian. Selanjutnya nilai *loading factor* 0.8771 - 0.9349 nilai ini lebih besar dari 0.6 (Hair *et al.*, 2019) artinya semua konstruk memenuhi kriteria dan reliabel untuk mengukur indikator-indikator yang digunakan. Nilai AVE berkisar 0.8128 - 0.8293, nilai ini lebih besar dari

0,05 (Sholihin, 2021) artinya konstruk memenuhi kriteria dan reliabel untuk mengukur indikator-indikator yang digunakan.



Gambar 2. Hasil Inner Model

Tahap kedua yaitu pengujian Inner model dengan melihat dari nilai R-squared (R^2) yaitu parameter statistik mengukur variasi dalam variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen. Hasilnya menunjukkan bahwa nilai R-squared yaitu 0.935 nilai tersebut sudah baik dalam menjelaskan variabel-variabel pada model penelitian.

Hasil uji selanjutnya dengan melihat hubungan antar konstruk atau arah pada jalur (β) menunjukkan bahwa niat pembelian sayuran lokal dipengaruhi oleh variabel harga, kualitas produk, kesegaran produk, dan kemudahan mendapatkan. Di antara keempat variabel tersebut, kemudahan mendapatkan merupakan faktor yang paling dominan terhadap niat pembelian sayuran lokal merupakan variabel yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap niat pembelian sayuran lokal ($\beta = 0,000$ $p > 0,01$) sehingga hipotesis diterima. Temuan ini menegaskan bahwa dalam konteks sayuran lokal, keputusan konsumen tidak hanya ditentukan oleh atribut produk, tetapi juga oleh seberapa mudah produk itu dijangkau saat dibutuhkan.

Hal ini sejalan dengan karakter sayuran lokal yang pada umumnya memiliki keunggulan berupa tingkat kesegaran yang lebih baik karena waktu distribusi yang relatif singkat, harga yang cenderung lebih terjangkau, serta ketersediaan yang cukup beragam di pasar tradisional maupun pedagang sayur setempat. Hasil penelitian ini juga konsisten dengan studi di Yogyakarta yang menunjukkan bahwa product availability membentuk perceived behavioral control dan akhirnya memengaruhi purchase intention sayur organik, serta studi pada sayuran segar di Surabaya yang menemukan purchase convenience berpengaruh positif dan signifikan terhadap purchase intention (Khaerunisa *et al.*, 2025; Pramana *et al.*, 2023).

Harga juga memiliki pengaruh positif terhadap niat pembelian sayuran lokal ($\beta = 0,001$ $p < 0,01$) sehingga hipotesis diterima. Hasil ini menunjukkan bahwa harga masih menjadi pertimbangan penting bagi responden dalam membeli sayur lokal, tetapi selama harga dianggap wajar dan sesuai kondisi ekonomi, niat beli tetap meningkat. Temuan ini didukung oleh penelitian di Palu yang menemukan bahwa price, physical performance, dan freshness merupakan faktor yang memengaruhi preferensi konsumen dalam membeli sayur organik, serta kajian tentang sayuran segar di Mataram yang menegaskan bahwa price dan availability adalah faktor utama yang membentuk persepsi kualitas dan memengaruhi keputusan pembelian. Dengan demikian, harga pada sayur lokal bukan sekadar soal murah atau mahal, tetapi soal apakah konsumen menilai harga tersebut sepadan dengan manfaat yang diperoleh (Azhari *et al.*, 2025; Hasan *et al.*, 2019).

Kesegaran produk juga memiliki pengaruh positif terhadap pembelian sayuran lokal ($\beta = 0,005$ $p < 0,01$) sehingga hipotesis diterima. Temuan ini menunjukkan bahwa kesegaran merupakan salah satu faktor pertimbangan utama konsumen ketika hendak membeli sayuran, karena konsumen cenderung menilai warna, tekstur, dan tampilan umum produk sebagai indikator utama kelayakan beli. Hal ini selaras dengan penelitian di Slovakia yang menunjukkan bahwa konsumen saat membeli sayuran segar paling dipengaruhi oleh freshness, taste, maturity, quality, dan general appearance, serta dengan kajian di Mataram yang kembali menempatkan freshness sebagai salah satu faktor utama yang memengaruhi keputusan pembelian (Azhari *et al.*, 2025; Šugrová, 2018), semakin segar sayur lokal yang ditawarkan, semakin besar kemungkinan konsumen berniat membelinya (J. W. L. Toruan *et al.*, 2025; Vinanda *et al.*, 2025).

Sementara itu, hasil menunjukkan bahwa kualitas produk tidak memengaruhi niat pembelian terhadap sayur lokal ($\beta=0,588$, $p > 0,01$) sehingga hipotesis ditolak. Temuan

ini menunjukkan bahwa kualitas produk belum menjadi faktor utama yang membedakan niat beli konsumen di Kabupaten Kotawaringin Barat, kemungkinan karena konsumen sudah menganggap mutu sayuran lokal relatif seragam atau kualitas telah menjadi syarat dasar yang harus dipenuhi. Hasil ini tidak sepenuhnya bertentangan dengan penelitian sebelumnya, hasil penelitian Sari *et al.*, (2019) menemukan bahwa product quality berpengaruh terhadap keputusan pembelian sayur organik, artinya kualitas memang tidak selalu konsisten dan sangat bergantung pada konteks pasar, persepsi konsumen, dan tingkat standar mutu yang sudah dianggap cukup oleh pembeli.

Secara praktis hasil penelitian ini menunjukkan bahwa upaya peningkatan niat pembelian sayur lokal di Kabupaten Kotawaringin Barat sebaiknya difokuskan pada tiga hal utama, yaitu memperluas akses dan ketersediaan produk, menjaga harga tetap kompetitif, dan mempertahankan kesegaran sampai ke tangan konsumen. Dengan demikian, petani, pedagang, dan pemerintah daerah perlu memperkuat distribusi, memperbaiki penanganan pascapanen, serta menjaga kontinuitas pasokan di titik penjualan yang mudah dijangkau agar sayur lokal lebih dipilih oleh konsumen.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa upaya peningkatan niat pembelian sayur lokal di Kabupaten Kotawaringin Barat sebaiknya difokuskan pada faktor-faktor yang terbukti berpengaruh signifikan, yaitu kemudahan mendapatkan produk, harga produk, dan kesegaran produk. Pertama, kemudahan mendapatkan produk menjadi faktor yang paling penting untuk diperhatikan. Oleh karena itu, petani, pedagang, dan pemerintah daerah perlu memperluas akses distribusi sayur lokal melalui pasar tradisional, minimarket lokal, kios sayur, maupun layanan penjualan daring. Ketersediaan produk yang mudah dijangkau akan meningkatkan peluang konsumen untuk membeli sayur lokal.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Niat beli konsumen terhadap sayur lokal di Kabupaten Kotawaringin Barat dipengaruhi oleh variabel kemudahan mendapatkan, harga produk, dan kesegaran produk. Variabel kemudahan mendapatkan memiliki pengaruh yang paling besar terhadap niat pembelian sayur lokal, sementara variabel kualitas produk tidak memengaruhi niat pembelian terhadap sayur lokal.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian dihasilkan saran untuk penelitian selanjutnya yaitu perlu dilakukan penelitian lebih lanjut tentang faktor apa saja yang memengaruhi niat

pembelian sayur lokal, atau dengan menambahkan komoditas lokal lainnya seperti buah-buahan lokal. Penelitian lebih lanjut bisa menggunakan pendekatan *extended theory of planned behaviour* (TPB) untuk memprediksi dan memahami perilaku manusia dengan lebih baik.

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat, hidayah, dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian yang berjudul “Faktor-Faktor yang Memengaruhi Niat Pembelian Sayur Lokal di Kabupaten Kotawaringin Barat” dengan baik.

Penulis menyadari bahwa penyusunan penelitian ini tidak terlepas dari bantuan, dukungan, serta doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh responden yang telah bersedia meluangkan waktu dan berpartisipasi dalam penelitian ini. Kontribusi yang diberikan sangat berarti dalam proses pengumpulan data dan penyelesaian penelitian ini.

Penulis juga menyampaikan apresiasi dan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah memberikan dukungan selama pelaksanaan penelitian. Ucapan terima kasih secara khusus disampaikan kepada panitia penyelenggara **Prosiding Seminar Nasional Pembangunan dan Pendidikan Vokasi Pertanian Manokwari** yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk mempublikasikan hasil penelitian ini. Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang pertanian dan agribisnis.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan demi perbaikan pada penelitian selanjutnya. Semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang agribisnis, serta menjadi referensi bagi penelitian yang akan datang.

DAFTAR PUSTAKA

- Astuti, E., Handayani, S., Angraini, N., Kusmaria, K., & Berliana, D. (2024). Karakteristik Konsumen Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Membeli Sayuran Hidroponik Di Swalayan Kota Bandar Lampung. *Jurnal Agristan*, 6(2), 396–407. <https://doi.org/10.37058/agristan.v6i2.12266>
- Azhari, R., Sjah, T., & Budastra, I. K. (2025). Analysis of Consumer Behavior towards Demand for Fresh Vegetables in Fresh Markets in Mataram City. *Formosa Journal of Science and Technology*, 4(11), 3683–3692. <https://doi.org/10.55927/fjst.v4i11.319>

- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European Business Review*, 31(1), 2–24. <https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203>
- Hasan, H., Muis, Abd., & Christoporus, C. (2019). *Preferensi Konsumen Terhadap Pembelian Sayuran Organik Di Kota Palu*. <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:202350023>
- Khaerunisa, A. C., Tinaprilla, N., & Purwono, J. (2025). Faktor–Faktor Yang Memengaruhi Purchase Intention Sayur Organik Pada Konsumen Mahasiswa Di Yogyakarta. *Forum Agribisnis*, 15(1), 64–75. <https://doi.org/10.29244/fagb.15.1.64-75>
- Latan H, Ghozali I. 2012. Partial Least Squares: Konsep, Teknik, dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 2.0 M3. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Marwanto, B., Welsa, H., & Kurniawan, I. S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan dan Dampaknya Terhadap Minat Beli Ulang (pada Konsumen Produk Sayuran Cv Tani Organik Merapi Pakem Sleman). *Jurnal Kolaboratif Sains*, 5(2), 120–128. <https://doi.org/10.56338/jks.v5i2.2251>
- Pering IMAA. 2021. Kajian Analisis Jalur dengan Structural Equation Modeling (SEM) SMART-PLS 3.0. *Jurnal Satyagraha*. 3(2)
- Pramana, M. Z. R., Winarno, S. T., & Amir, I. T. (2023). Analisis Perilaku Konsumen dalam Keputusan Pembelian Sayuran Melalui Pendekatan Theory of Planned Behavior (Studi Kasus di Pasar Modern Cirtaland, Surabaya). *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 23(1), 86. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v23i1.2853>
- Sari, R. K., Mondiana, Y. Q., & Zairina, A. (2019). The Effect of Product Quality on Organic Vegetable Purchase Decision-Making. *International Journal of Scientific and Research Publications (IJSRP)*, 9(7), p9115. <https://doi.org/10.29322/ijsrp.9.07.2019.p9115>
- Sholihin, M. (2021). *Analisis SEM-PLS dengan WarpPLS 7.0 untuk Hubungan Nonlinier dalam Penelitian Sosial dan Bisnis* (C. Mitak, Ed.; 2nd ed.). CV ANDI OFFSET.
- Sirait, S. F., Toruan, J. W. L., & Ismawati, I. (2024). Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen terhadap Produk Olahan Sayur Kangkung di Kota Medan. *Prosiding Seminar Nasional Pembangunan Dan Pendidikan Vokasi Pertanian*, 5(1), 14–21. <https://doi.org/10.47687/snppvp.v5i1.1013>
- Šugrová, M. (2018). Factors Influencing Slovak Consumer’s Actual Buying Behavior towards Fresh Vegetable. *International Scientific Days 2018. Towards Productive, Sustainable and Resilient Global Agriculture and Food Systems: Proceedings*, 706–718. <https://doi.org/10.15414/isd2018.s2-3.12>
- Toruan, J. W. L., Sirat, S. F., & Iswamati. (2024). The Role of E-Commerce in Increasing MSME Revenue (Case Study of Nayo Fruit Salad, Medan Area District, Medan City, Indonesian). *Prosiding Seminar Nasional Pembangunan Dan Pendidikan Vokasi Pertanian*, 1–13. <https://doi.org/10.47687/snppvp.v5i1.1012>
- Toruan, J. W. L., Suharno, S., & Yusalina, Y. (2025). Repurchase Intention of Dried Fruit Chips: An Application of the Extended Theory Of Planned Behaviour.

Agrisocionomics: Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian, 9(2), 352–367.
<https://doi.org/10.14710/agrisocionomics.v9i2.25166>

- Toruan, J. winando L., Noer, Z., & Ilvira, R. F. (2023). Preferensi Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Produk Olahan Buah di Food Delivery E-Commerce Kota Medan. *Prosiding Seminar Nasional Pembangunan Dan Pendidikan Vokasi Pertanian*, 4(1), 42–51. <https://doi.org/10.47687/snppvp.v4i1.629>
- Vinanda, G., Rahmawati, D. I., & Utami, P. (2025). Minat Beli Konsumen Terhadap Buah Melalui E-Commerce di Kota Bekasi Consumer Purchase Interest in Fruits through E-Commerce in Bekasi City. *Jurnal Manajemen Agribisnis Terapan*, 3(2), 70–79. <https://doi.org/10.25181/v3i2.4437>