

**ANALISIS PERBANDINGAN PENGELUARAN KONSUMEN
DALAM PEMBELIAN BUAH DAN SAYUR DI PASAR
OFFLINE DAN PASAR *ONLINE* DI KECAMATAN
MEDAN PETISAH KOTA MEDAN**

SKRIPSI

OLEH:

**NABILA SALMA IVANA PUTRI
188220131**



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2024**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 24/9/24

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)24/9/24

**ANALISIS PERBANDINGAN PENGELUARAN KONSUMEN
DALAM PEMBELIAN BUAH DAN SAYUR DI PASAR
OFFLINE DAN PASAR ONLINE DI KECAMATAN
MEDAN PETISAH KOTA MEDAN**

SKRIPSI

*Skripsi ini Disusun sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
di Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian
Universitas Medan Area*

Oleh:

**NABILA SALMA IVANA PUTRI
188220131**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2024**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Judul Skripsi : ANALISIS PERBANDINGAN PENGELUARAN
KONSUMEN DALAM PEMBELIAN BUAH DAN
SAYUR DI PASAR *OFFLINE* DAN PASAR *ONLINE* DI
KECAMATAN MEDAN PETISAH KOTA MEDAN

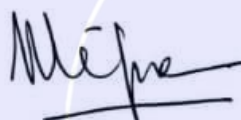
Nama : NABILA SALMA IVANA PUTRI

NPM : 188220131

Fakultas : PERTANIAN

Disetujui Oleh

Komisi Pembimbing

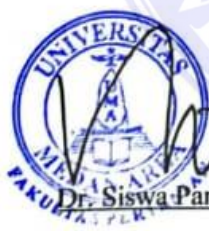


Mitra Musika Lubis, S.P.,M.Si
Pembimbing I



Ir. Gustami Harahap, M.P
Pembimbing II

Diketahui Oleh



Dr. Siswa Panjang Hernosa, S.P.,M.Si
Dekan



Marizha Nurcahyani, S.ST.,M.Sc
Ketua Program Studi

Tanggal Lulus : 01 April 2024

HALAMAN PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya saya sendiri Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma kaidah dan etika penulisan ilmiah

Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya dengan peraturan yang berlaku apabila di kemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.

Medan, 05 Februari 2024



Nabila Salma Ivana Putri
188220131

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMISI**

Sebagai civitas akademik Universitas Medan area, Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nabila Salma Ivana Putri

NIM : 188220131

Program Studi : Agribisnis

Fakultas : Pertanian

Jenis Karya : Skripsi

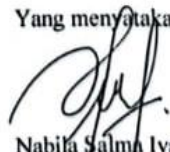
Dengan pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area **Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non- exclusive Royalty Free Right*)** atas karya saya yang berjudul pengaruh sosial media marketing Instagram terhadap permintaan sayuran organik di kota Medan kasus e-commerce sayuran organik di kota Medan beserta perangkat yang ada buka kurung jika diperlukan tutup kurung dengan hal bebas royalti non eksklusif ini Universitas Medan area berhak menyimpan mengalih media atau formatkan mengelola dalam bentuk pangkalan data atau database merawat dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan Nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat :Medan

Pada Tanggal :05 Februari 2024

Yang menyatakan



Nabila Salma Ivana Putri

RIWAYAT HIDUP

Nabila Salma Ivana Putri dilahirkan pada tanggal 14 April 2001 di Kecamatan Ipuh Kabupaten Mukomuko, Provinsi Bengkulu. Anak pertama dari tiga bersaudara dari pasangan Susilo dan Erna Susi Astuti.

Pendidikan Sekolah Dasar di SD Negeri 026 Kota Garo Kabupaten Kampar dan Sekolah Menengah Pertama (SMP) Swasta Yapendak Tinjowan Kabupaten Simalungun, selanjutnya pendidikan di Sekolah Menengah Atas (SMA) Negeri 2 Kisaran Kabupaten Asahan.

Pada bulan September 2018, menjadi mahasiswa pada Fakultas Pertanian Universitas Medan Area pada Program Studi Agribisnis.

Selama mengikuti perkuliahan, penulis melaksanakan Praktek Kerja Lapangan (PKL) di PT. MARA JAYA Kecamatan Bangun Purba Kabupaten Deli Serdang Tahun Ajaran 2021/2022. Selain itu, penulis mendapatkan prestasi sebagai berikut:

1. Program Kreativitas Mahasiswa bidang Pengabdian kepada Masyarakat (PKM-PM) pada tahun 2019 yang berjudul Pemanfaatan Limbah Ikan menjadi Pelet Ayam di Desa Belawan Bahari Kecamatan Medan Belawan.
2. Program Wira Desa pada tahun 2021 yang berjudul Pengembangan Unit Usaha Desa berbasis *Integrated Resources Management* untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Desa Gurusinga, Kecamatan Berastagi Kabupaten Karo.
3. Program Holistik Pembinaan dan Pemberdayaan Desa (PHP2D) pada tahun 2021 yang berjudul Pemberdayaan Masyarakat Desa Belawan dalam Pemanfaatan Sampah Plastik Untuk Belawan Bersih dan Sehat 2025.
4. Program Kreativitas Mahasiswa Artikel Ilmiah (PKM-AI) pada tahun 2023 yang berjudul Pemberdayaan pemuda karang taruna dalam pengelolaan obyek wisata deleng kutu berbasis digital di desa gurusinga, kecamatan Berastagi Kabupaten Karo.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor pada konsumen dalam membeli buah-buahan dan sayuran dan menganalisis perbandingan pengeluaran konsumen dalam pembelian buah-buahan dan sayuran di Kecamatan Medan Petisah Kota Medan. Metode pengambilan sampel menggunakan dengan *accidental sampling* dan *snowball sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 100 ibu rumah tangga sebagai konsumen. Data yang dikumpulkan merupakan merupakan data primer dan data sekunder. Metode analisis data yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif dan komparatif. Berdasarkan hasil penelitian menyatakan bahwa Faktor-faktor pada konsumen dalam membeli buah-buahan dan sayuran di pasar *Offline* dan pasar *Online* di Kecamatan Medan Petisah Kota Medan adalah harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan. Harga dan kualitas produk memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan tempat pembelian. Sedangkan kualitas pelayanan memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan tempat pembelian. Dan terdapat ada perbandingan pengeluaran konsumen dalam pembelian buah-buahan dan sayuran di pasar *Offline* dan pasar *Online* di Kecamatan Medan Petisah Kota Medan dengan jumlah rata-rata pengeluaran konsumen di pasar *Offline* sebesar Rp1.060.370, sementara untuk rata-rata pengeluaran konsumen di pasar *Online* sebesar Rp 1.436.725. Sehingga selisih rata-rata pengeluaran konsumen dari kedua pasar yaitu sebesar Rp 376.355.

Kata Kunci : Perbandingan, Pengeluaran Konsumen, Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Pasar *Offline* dan Pasar *Online*, Buah-buahan dan Sayuran.

ABSTRACT

This study aims to analyze the factors on consumers in buying fruits and vegetables and to analyze the comparison of consumer spending in purchasing fruits and vegetables in Medan Petisah District, Medan City. The sampling method used accidental sampling and snowball sampling with a total sample of 100 housewives as consumers. The data collected is primary data and secondary data. The data analysis method used is descriptive quantitative and comparative. Based on the results of the study stated that the factors for consumers in buying fruits and vegetables at the Offline market and Online market in Medan Petisah District, Medan City were price, product quality and service quality. Price and product quality have a negative and significant impact on purchasing decisions. Meanwhile, service quality has a negative and insignificant effect on the decision to place a purchase. And there is a comparison of consumer expenditure in purchasing fruits and vegetables at the Offline market and Online market in Medan Petisah District, Medan City with an average total consumer expenditure in the Offline market of IDR 1,060,370, while the average consumer expenditure in the Online market is IDR 1,436,725. So that the average difference in consumer spending from the two markets is IDR 376,355.

Keywords: *Comparison of Consumer Spending, Price, Product quality, Service quality, Offline Market and Online Market, Fruits and Vegetables*

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Perbandingan Pengeluaran Konsumen dalam Pembelian Buah dan Sayur di Pasar *Offline* dan Pasar *Online* di Kecamatan Medan Petisah Kota Medan”.

Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana di Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian, Universitas Medan Area. Dalam penulisan skripsi ini tentunya tidak lepas dari kekurangan. Semua ini didasarkan dari kemampuan dan keterbatasan yang dimiliki penulis. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Siswa Panjang Hernosa, SP, M.SiP selaku Dekan Fakultas Pertanian, Universitas Medan Area dan Ibu Marizha Nurcahyani, S.ST., M.Sc selaku Ketua Program Studi Agribisnis beserta seluruh dosen dan staf pegawai Fakultas Pertanian, Universitas Medan Area.
2. Ibu Mitra Musika Lubis, S.P, M.Si selaku Pembimbing I (satu) serta Bapak Ir. Gustami Harahap, M.P selaku Pembimbing II (dua) yang telah membimbing penulis dan banyak memberikan arahan dan saran kepada penulis.
3. Ibu Rika Fitri Ilvira, S.TP, M.Sc selaku Sekeretaris yang telah memberikan kritik dan saran dalam penyusunan skripsi ini.
4. Bapak Ir. Gustami Harahap, M.P selaku Dosen pembimbing akademik (PA) yang telah banyak memberi semangat serta arahan yang baik kepada penulis.
5. Ibunda Erna Susiastuti dan Ayahanda Susilo (Alm.) tercinta selaku orang tua yang telah banyak memberikan doa serta dorongan moril dan material serta

semangat kasih sayang kepada penulis dan terima kasih atas doa tulus yang diberikan.

6. Azmi Yuwanda Fadhli dan Vania Maisyarah Balqis selaku adik-adik terkasih yang senantiasa memberikan dukungan serta semangat kepada penulis.
7. Teman dekat penulis; Wicky Winansih Purba, SP., Putri Fahira Ruwaidah, SP., dan Putri Brizita Simorangkir yang telah memberikan semangat dan berjuang serta melalui proses bersama-sama dari awal kuliah sampai di tahap penulisan skripsi ini.
8. Serta teman-teman Fakultas Pertanian Stambuk 18 yang telah membantu dan memberikan dukungannya kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Terakhir, terima kasih kepada diri sendiri yang telah mampu berusaha keras dan berjuang sejauh ini. Mampu mengendalikan diri dari berbagai tekanan diluar keadaan dan memilih untuk melanjutkan daripada memutuskan menyerah, sesulit apapun proses yang dilalui dengan menyelesaikan sebaik dan semaksimal mungkin. Ini merupakan pencapaian yang harus dibanggakan untuk diri sendiri.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun demi kesempurnaan penulisan skripsi ini. Akhir kata penulis berharap agar skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca pada umumnya dan penulis pada khususnya.

Medan, April 2024

Penulis

DAFTAR ISI

| | Halaman |
|--|------------------------------|
| HALAMAN PENGESAHAN | Error! Bookmark not defined. |
| HALAMAN PERNYATAAN ORISINILITAS | iv |
| HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI | Error! Bookmark not defined. |
| RIWAYAT HIDUP | vi |
| ABSTRAK | vii |
| ABSTRACT | viii |
| KATA PENGANTAR | ix |
| DAFTAR ISI | xi |
| DAFTAR TABEL | xiii |
| DAFTAR GAMBAR | xv |
| DAFTAR LAMPIRAN | xvi |
| | |
| I. PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Perumusan Masalah..... | 7 |
| 1.3 Tujuan Penelitian | 7 |
| 1.4 Hipotesis Penelitian..... | 8 |
| 1.5 Manfaat Penelitian..... | 8 |
| 1.6 Kerangka Pemikiran..... | 8 |
| | |
| II. TINJAUAN PUSTAKA | 11 |
| 2.1 Perilaku Konsumen | 11 |
| 2.2 Konsumsi | 11 |
| 2.3 Pengeluaran Konsumsi Rumah Tangga..... | 12 |
| 2.4 Pasar | 13 |
| 2.4.1 Pasar <i>Offline</i> | 13 |
| 2.4.2 Pasar <i>Online</i> | 15 |
| 2.5 Buah dan Sayuran..... | 16 |
| 2.6 Keputusan pada Konsumen dalam Membeli Buah-buahan dan Sayuran..... | 17 |
| 2.7 Faktor-faktor pada Konsumen dalam membeli Buah-buahan dan Sayuran..... | 18 |
| 2.7.1 Harga | 18 |
| 2.7.2 Kualitas Produk..... | 20 |
| 2.7.3 Kualitas Pelayanan | 21 |
| 2.8 Penelitian Terdahulu..... | 22 |
| | |
| III. METODE PENELITIAN | 27 |
| 3.1 Tempat dan Waktu Penelitian | 27 |
| 3.2 Metode Penelitian..... | 27 |
| 3.3 Populasi dan Sampel | 28 |
| 3.4 Metode Pengumpulan Data..... | 32 |
| 3.5 Teknik Pengumpulan Data..... | 33 |
| 3.6 Metode Analisis Data | 35 |

| | |
|---|-----------|
| 3.6.1 Analisis Faktor-Faktor pada Konsumen dalam Membeli Buah-buahan dan Sayuran di Pasar <i>Offline</i> dan Pasar <i>Online</i> | 36 |
| 3.6.2 Analisis Perbandingan Pengeluaran Konsumen dalam Pembelian Buah dan Sayuran di Pasar <i>Offline</i> dan Pasar <i>Online</i> | 39 |
| 3.7 Definisi dan Batasan Operasional | 40 |
| IV. GAMBARAN LOKASI PENELITIAN | 45 |
| 4.1 Deskripsi Lokasi Penelitian | 45 |
| 4.1.1 Pusat Pasar Petisah | 45 |
| 4.1.2 Pasar Meranti | 46 |
| 4.1.3 Transmart Medan Fair | 46 |
| 4.1.4 Brastagi Supermarket Gatot Subroto..... | 47 |
| V. HASIL DAN PEMBAHASAN | 49 |
| 5.1 Hasil..... | 49 |
| 5.1.1 Karakteristik Responden..... | 49 |
| 5.1.2 Analisis Deskriptif Tanggapan Responden Terhadap Variabel Penelitian..... | 53 |
| 5.1.3 Uji Validitas dan Reliabilitas | 62 |
| 5.1.4 Analisis Regresi Logistik..... | 64 |
| 5.1.5 Analisis Independent Sample T-test..... | 71 |
| 5.2 Pembahasan..... | 74 |
| 5.2.1 Faktor-Faktor pada Konsumen dalam Membeli Buah-buahan dan Sayuran di Pasar <i>Offline</i> dan Pasar <i>Online</i> | 74 |
| 5.2.2 Perbandingan Pengeluaran Konsumen dalam Pembelian Buah-Buahan dan Sayuran | 80 |
| VI. PENUTUP | 88 |
| 6.1 Kesimpulan | 88 |
| 6.2 Saran | 89 |
| DAFTAR PUSTAKA | 90 |
| LAMPIRAN | 95 |

DAFTAR TABEL

| No | Keterangan | Halaman |
|-----|--|---------|
| 1. | Jumlah Rumah Tangga menurut kecamatan di Kota Medan tahun 2019 | 5 |
| 2. | Tipologi Klassen Pendapatan dan Pengeluaran Konsumsi Rumah Tangga Kecamatan di Kota Medan | 6 |
| 3. | Skala Likert | 35 |
| 4. | Pengembangan Item Kuesioner | 43 |
| 5. | Karakteristik Responden Berdasarkan Usia | 49 |
| 6. | Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan | 50 |
| 7. | Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan | 51 |
| 8. | Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Tanggungan | 51 |
| 9. | Karakteristik responden berdasarkan Rata-rata Pengeluaran Konsumsi Buah dan Sayuran dalam Satu Bulan | 52 |
| 10. | Harga Produk yang Dijual Terjangkau | 53 |
| 11. | Harga yang ditawarkan sesuai dengan mutu produk | 54 |
| 12. | Harga Produk dari tempat ini lebih terjangkau daripada kompetitornya | 55 |
| 13. | Potongan harga (<i>discount</i>) yang diberikan memuaskan | 55 |
| 14. | Produk yang Dijual Memiliki Daya Tahan Lama | 56 |
| 15. | Produk yang Ditawarkan Memiliki Banyak Variasi | 57 |
| 16. | Tampilan dari Produk yang Dijual Terlihat Segar | 58 |
| 17. | Kondisi Produk yang Ditawarkan dalam Keadaan Bersih | 58 |
| 18. | Pelayanan yang diberikan di pasar merespon dengan cepat dan tanggap | 59 |
| 19. | Penjual Produk memberikan pelayanan dengan sopan | 60 |
| 20. | Penjual mampu menjawab pertanyaan yang saya ajukan terkait produk yang dijual | 61 |
| 21. | Penjual memberikan informasi mengenai produk kepada saya dengan lengkap | 62 |
| 22. | Hasil Perhitungan Uji Validitas | 63 |
| 23. | Hasil Perhitungan Uji Reliabilitas | 64 |
| 24. | Uji -2 Log Likelihood (null model) | 65 |
| 25. | Uji -2 Log Likelihood (proposed model) | 65 |
| 26. | Hasil Uji Chi Square (Uji G) | 66 |
| 27. | Hasil Uji Nagelkerke R Square | 67 |
| 28. | Hasil Uji Hosmer and Lemeshow | 68 |
| 29. | Hasil Uji Wald Chi-Square | 69 |
| 30. | Variables in the Equation | 70 |
| 31. | Hasil Uji Perbandingan Data | 72 |
| 32. | Hasil Uji Independent Sample T-test | 73 |
| 33. | Perbandingan Harga Buah-buahan di Pasar <i>Offline</i> dan Pasar <i>Online</i> | 75 |
| 34. | Perbandingan Harga Sayuran di Pasar <i>Offline</i> dan Pasar <i>Online</i> | 76 |
| 35. | Distribusi perbandingan pembelian buah dan sayur di pasar <i>offline</i> dan di pasar <i>online</i> | 81 |
| 36. | Distribusi perbandingan pembelian buah dan sayur di pasar <i>offline</i> dan di pasar <i>online</i> | 81 |
| 37. | Perbandingan pengeluaran konsumen dalam pembelian buah-buahan di pasar <i>offline</i> dan di pasar <i>online</i> | 82 |

| | |
|--|----|
| 38. Perbandingan pengeluaran konsumen dalam pembelian sayuran di pasar <i>offline</i> dan di pasar <i>online</i> | 83 |
| 39. Frekuensi berdasarkan alasan konsumen dalam berbelanja | 84 |
| 40. Biaya pengeluaran konsumen lainnya dalam sebulan..... | 85 |



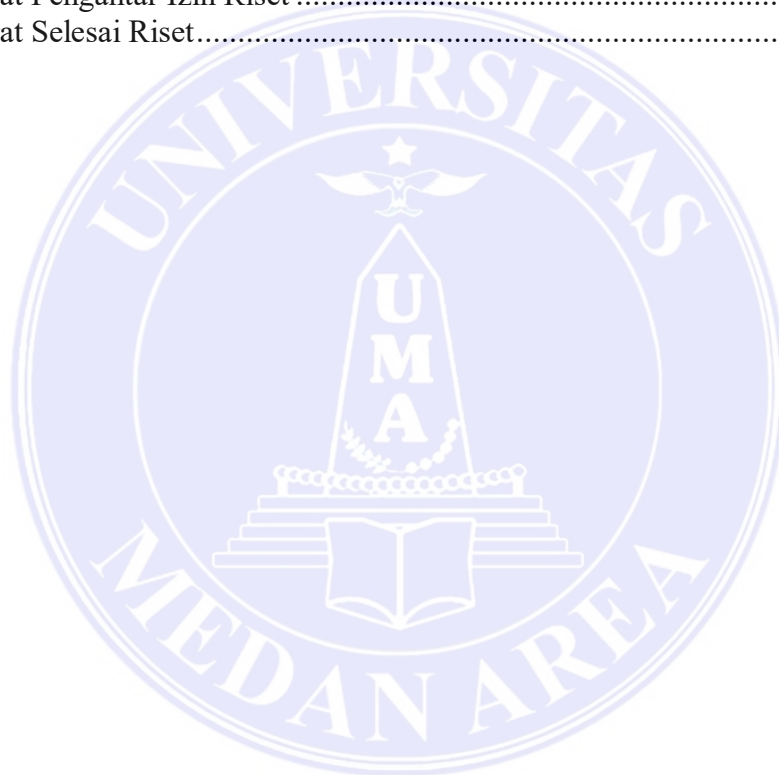
DAFTAR GAMBAR

| No | Keterangan | Halaman |
|----|--|---------|
| 1. | Kerangka Pemikiran..... | 10 |
| 2. | Menentukan sampel pasar <i>online</i> menggunakan <i>snowball sampling</i> | 30 |
| 3. | Perbandingan kualitas produk di pasar <i>offline</i> dan pasar <i>online</i> | 78 |
| 4. | Perbandingan kualitas pelayanan yang diberikan di pasar <i>offline</i> dan pasar <i>online</i> | 79 |



DAFTAR LAMPIRAN

| No | Keterangan | Halaman |
|-----|--|---------|
| 1. | Kuesioner <i>Offline</i> | 95 |
| 2. | Kuesioner <i>Online</i> | 99 |
| 3. | Tabulasi Data Kuesioner | 101 |
| 4. | Frekuensi Karakteristik Responden | 131 |
| 5. | Frekuensi Tanggapan Responden | 132 |
| 6. | Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner | 137 |
| 7. | Hasil Analisis Regresi Logistik | 140 |
| 8. | Hasil Analisis Independent Sample T-test | 142 |
| 9. | Tampilan Belanja <i>Online</i> | 143 |
| 10. | Dokumentasi Penelitian..... | 145 |
| 11. | Surat Pengantar Izin Riset | 147 |
| 12. | Surat Selesai Riset..... | 148 |



I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Salah satu sektor unggulan yang berperan besar dalam pertumbuhan ekonomi nasional adalah sektor pertanian. Dalam perekonomian nasional, dapat dilihat sektor pertanian berperan dalam penyediaan pangan, menciptakan lapangan pekerjaan, meningkatkan pendapatan masyarakat, pembentukan Produk Domestik Regional Bruto (PDRB), peningkatan devisa negara, serta menyediakan bahan baku industri. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), Produk Domestik Bruto (PDB) lapangan usaha pertanian Atas Dasar Harga Berlaku (ADHB) mencapai Rp2,25 kuadriliun sepanjang 2021. Nilai tersebut berkontribusi sebesar 13,28% terhadap PDB nasional.

Pada sektor pertanian terdapat beberapa sub sektor yaitu perkebunan, kehutanan, hortikultura, peternakan dan perikanan. Hortikultura merupakan salah satu komoditas pertanian yang menempati posisi yang penting sebagai produk pertanian yang berpotensi untuk dikembangkan. Karena memiliki prospek yang cerah sebagai salah satu sumber pertumbuhan perekonomian di sektor pertanian yang memiliki daya saing yang tinggi di pasar domestik maupun internasional. Komoditas hortikultura di Indonesia sangat beragam terdiri dari sayuran, buah-buahan, tanaman hias, dan tanaman obat. Dari berbagai komoditas sub sektor hortikultura di Indonesia, komoditas buah-buahan dan sayuran menjadi komoditas paling unggul dengan total produksi masing-masing mencapai 24,9 juta ton dan 17,4 juta ton. Sedangkan total produksi buah-buahan dan sayuran di Provinsi Sumatera Utara masing-masing mencapai 1,3 juta ton dan 1,2 juta ton (Badan Pusat Statistika, 2020). Dan kedua komoditas tersebut merupakan sumber gizi

yang dikonsumsi sebagai pelengkap makanan pokok yang berpengaruh terhadap kondisi kesehatan manusia.

Buah-buahan dan sayuran juga merupakan salah satu kelompok pangan yang berfungsi sebagai sumber vitamin dan mineral, sehingga kekurangan dalam mengonsumsinya berpengaruh negatif terhadap kondisi gizi. Pola konsumsi yang dimiliki setiap rumah tangga pasti berbeda-beda yang mencakup apa saja yang ingin dikonsumsi, jumlah yang ingin dikonsumsi, serta bagaimana mengonsumsinya. Rata-rata konsumsi buah-buahan dan sayuran per kapita dalam waktu seminggu di Kota Medan adalah masing-masing 681 kg dan 1.976 kg (Badan Pusat Statistika, 2020).

Buah-buahan dan sayuran di Kota Medan sangat mudah ditemukan di pasar manapun baik itu pasar *Offline* (tradisional) dan juga sudah tersedia di pasar *Online* (modern). Pasar *Offline* (tradisional) merupakan tempat melakukan sebuah transaksi jual beli dan umumnya menjadi pilihan utama sebagian besar masyarakat dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Namun, seiring berkembangnya teknologi dan meningkatnya jumlah penggunaan internet, masyarakat cenderung beralih dari sistem belanja konvensional menjadi belanja *Online*. Belanja *Online* di *e-commerce* merupakan salah satu cara berbelanja melalui alat komunikasi elektronik atau jejaring sosial yang digunakan dalam transaksi jual beli, dimana pembeli tidak perlu susah payah datang ke toko untuk melihat dan membeli apa yang mereka cari, hanya tinggal melihat barang yang diinginkan melalui internet kemudian memesan barang sesuai pilihan, kemudian mentransfer uangnya, dan barang tersebut akan dikirim oleh toko *Online* tersebut kerumah (Nusarika dan Purnami, 2015). Berdasarkan data statistik saat ini

menunjukkan bahwa pengguna internet di Indonesia terus meningkat setiap tahunnya, menurut survey yang diselenggarakan Asosiasi Penyelenggaraan Jasa Internet (APJII) mengungkapkan bahwa jumlah pengguna internet di Indonesia pada tahun 2019-2020 yaitu 196,71 juta jiwa dari total populasi Indonesia. Sementara pertumbuhan pengguna internet di Indonesia bertambah lagi menjadi 73,7 persen pada 2019 dibandingkan tahun 2018 sebesar 64,8 persen. Secara total, pengguna internet mencapai 196,71 juta pengguna dari populasi 266,91 juta jiwa. Sedangkan pengguna internet di wilayah Sumatera Utara juga mengalami peningkatan menjadi 11,7 juta jiwa (6,3 %) pada tahun 2019 dibandingkan tahun 2018 sebanyak 10,9 juta jiwa (5,8 %). Berdasarkan data perkembangan internet yang semakin meningkat maka terjadinya perubahan dalam kehidupan masyarakat. Salah satu perubahan itu adalah alternatif tempat berbelanja. Masyarakat tidak hanya berbelanja di toko *Offline* namun juga di toko *Online*.

Berbelanja di toko *Offline* tentunya memiliki kelebihan bagi konsumen yaitu adanya interaksi sosial secara langsung dengan penjual, mengenali langsung produk yang akan dibeli, dan tidak perlu melakukan pengiriman. Sementara itu, yang menjadi kekurangan konsumen dalam melakukan pembelian di toko *Offline* adalah tidak memiliki waktu luang untuk menempuh perjalanan ke lokasi pasar, produk yang tersedia juga terbatas, waktu operasi penjualan di toko *Offline* terbatas biasanya beroperasi 10-12 jam dalam sehari, serta adanya biaya operasional tak terduga yang dikeluarkan oleh konsumen.

Hanifah (2020), berpendapat bahwa pasar *Online* telah menjadi tren tempat berbelanja bagi masyarakat karena mempunyai keunggulan dalam efisiensi karena hanya dibutuhkan pulsa internet untuk dapat menjalankan operasi bisnisnya.

Belanja *Online* yang sedang diminati oleh masyarakat hingga saat ini yang dibuktikan banyaknya berbagai macam pasar *Online (e-commerce)*. Menurut Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemenkominfo), aktivitas belanja secara daring pada tahun 2020, yang bertepatan dengan Pandemi COVID-19, meningkat sebesar 400 persen atau empat kali lipatnya dan berbanding lurus dengan penggunaan transaksi digital.

Kecamatan Medan Petisah merupakan salah satu dari 21 kecamatan yang ada di Kota Medan, Provinsi Sumatera Utara. Luas wilayah Kecamatan Medan Petisah adalah 6,82 km² dengan jumlah penduduknya adalah 88.602 jiwa. Batas wilayah Kecamatan Medan Petisah yakni sebelah Barat berbatasan dengan Medan Helvetia, sebelah Timur berbatasan dengan Medan Barat, sebelah Selatan berbatasan dengan Medan Baru dan sebelah Utara berbatasan dengan Medan Barat.

Dengan luas wilayah 6,82 km² yang dimiliki Kecamatan Medan Petisah tentunya terdapat pusat perbelanjaan tradisional seperti Pasar Petisah, Pasar Meranti dan terdapat pasar modern yaitu Brastagi Supermarket dan Transmart Medan Fair yang menyediakan fitur belanja *Online* sehingga memudahkan Ibu Rumah Tangga untuk memenuhi kebutuhan mereka. Menurut Sari (2015), manfaat dari *Online shopping* adalah memberikan kemudahan bagi pelanggan karena dapat memesan produk dalam waktu 24 jam sehari di manapun pelanggan; adanya kejelasan informasi karena pelanggan dapat memperoleh beragam informasi komparatif tentang perusahaan, produk, dan pesaing tanpa meninggalkan harus pekerjaan yang dilakukan oleh pelanggan; dan tingkat

keterpaksaan yang lebih sedikit karena pelanggan tidak perlu menghadapi atau melayani bujukan dari faktor-faktor emosional.

Tabel 1. Jumlah Rumah Tangga menurut kecamatan di Kota Medan tahun 2019

| No. | Wilayah | Jumlah |
|-----------|----------------------|----------------|
| 1 | Medan Tuntungan | 20 544 |
| 2 | Medan Johor | 31 177 |
| 3 | Medan Amplas | 29 461 |
| 4 | Medan Denai | 33 159 |
| 5 | Medan Area | 22 743 |
| 6 | Medan Kota | 17 966 |
| 7 | Medan Maimun | 9 642 |
| 8 | Medan Polonia | 13 047 |
| 9 | Medan Baru | 11 252 |
| 10 | Medan Selayang | 28 862 |
| 11 | Medan Sunggal | 27 637 |
| 12 | Medan Helvetia | 34 125 |
| 13 | Medan Petisah | 15 963 |
| 14 | Medan Barat | 17 296 |
| 15 | Medan Timur | 26 525 |
| 16 | Medan Perjuangan | 23 561 |
| 17 | Medan Tembung | 31 574 |
| 18 | Medan Deli | 42 446 |
| 19 | Medan Labuhan | 26 804 |
| 20 | Medan Marelan | 37 045 |
| 21 | Medan Belawan | 22 268 |
| | Medan | 523 097 |

Sumber: BPS, 2019

Berdasarkan tabel diatas, jumlah rumah tangga yang berada di Kecamatan Medan Petisah yaitu sebanyak 15.963 rumah tangga yang memiliki pendapatan dan pengeluaran konsumsi lebih tinggi dibandingkan dengan rata-rata rasio pendapatan dan pengeluaran konsumsi di Kota Medan.

Tabel 2. Tipologi Kelas Pendapatan dan Pengeluaran Konsumsi Rumah Tangga Kecamatan di Kota Medan

| Kecamatan | Pendapatan (Rp) | Ratio Pendapatan (Rp) | Pengeluaran (Rp) | Ratio Pengeluaran (Rp) | Kuadran |
|---|-------------------|-----------------------|-------------------|------------------------|----------|
| Medan Petisah | 22.528.608 | 13.764.277 | 20.032.770 | 12.405.122 | I |
| Medan Sunggal | 9.631.467 | 867.135 | 7.266.271 | -361.377 | II |
| Medan Johor | 8.352.477 | -411.855 | 6.062.205 | -565.442 | IV |
| Medan Barat | 9.715.175 | 950.843 | 7.675.205 | 47.557 | I |
| Medan Baru | 10.247.059 | 1.482.727 | 8.574.850 | 947.202 | I |
| Medan Maimun | 4.842.759 | -3.921.572 | 3.338.074 | -4.289.574 | IV |
| Medan Perjuangan | 7.770.305 | -994.027 | 6.472.893 | -1.154.755 | IV |
| Medan Kota | 8.551.883 | -221.449 | 7.320.330 | -307.318 | IV |
| Medan Selayang | 14.759.639 | 5.995.307 | 13.648.988 | 6.021.340 | I |
| Medan Tuntungan | 5.962.000 | -2.802.332 | 4.884.951 | -2.742.696 | IV |
| Medan Denai | 7.590.992 | -1.173.340 | 6.707.577 | -920.071 | IV |
| Medan Amplas | 7.023.552 | -1.740.780 | 6.190.593 | -143.055 | IV |
| Medan Tembung | 9.966.254 | 1.201.922 | 9.220.091 | 1.592.443 | I |
| Medan Timur | 8.344.881 | -419.451 | 7.686.205 | 58.557 | III |
| Medan Helvetia | 7.387.441 | -1.376.891 | 6.732.990 | -894.658 | IV |
| Medan Marelan | 6.721.754 | -2.042.578 | 6.137.700 | -1.489.948 | IV |
| Medan Deli | 6.778.838 | -1.985.494 | 6.201.246 | -1.426.402 | IV |
| Medan Area | 10.585.817 | 1.821.485 | 10.028.504 | 2.400.856 | I |
| Medan Polonia | 6.021.594 | -2.742.738 | 5.477.180 | -2.150.467 | IV |
| Medan Belawan | 5.305.627 | -3.458.705 | 4.829.028 | -2.798.620 | IV |
| Medan Labuhan | 5.962.846 | -2.801.485 | 5.692.954 | -1.934.694 | IV |
| Ratio Pendapatan Rumah Tangga Rata-rata Kota Medan/bulan Rp 8.764.332 | | | | | |
| Ratio Pengeluaran Rumah Tangga Rata-rata Kota Medan/bulan Rp 7.627.648 | | | | | |

Sumber: Hasil Analisis Tipologi Kelas, 2020

Berdasarkan tabel hasil analisis tipologi kelas (2020) menunjukkan bahwa pengeluaran konsumsi rumah tangga di Kota Medan mengalami kenaikan dari tahun 2020 sebesar Rp 65.689.464 menjadi Rp 66.513.440 di tahun 2021 (BPS Medan, 2021). Berdasarkan tabel hasil analisis tipologi kelas pendapatan di Kota Medan bahwa Kecamatan Medan Petisah berada pada kuadran I yakni memiliki pertumbuhan ekonomi yang tumbuh dengan cepat dimana memiliki perbandingan pendapatan dan pengeluaran diatas rata-rata Kota Medan (Uswatun, 2020).

Berdasarkan uraian diatas, ada beberapa hal yang harus dipertimbangkan oleh konsumen dalam membeli buah-buahan dan sayuran di pasar *Offline* maupun pasar *Online* baik dari tingkat harga, segi kualitas maupun menghemat dalam segi biaya yang dikeluarkan oleh konsumen membuat saya tertarik untuk melakukan penelitian perbandingan pengeluaran konsumsi oleh konsumen yaitu dengan judul “Analisis Perbandingan Pengeluaran Konsumen dalam Pembelian Buah dan Sayur di Pasar *Offline* dan Pasar *Online* di Kecamatan Medan Petisah Kota Medan”.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka masalah penelitian ini dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Apakah yang menjadi faktor-faktor pada konsumen dalam membeli buah-buahan dan sayuran di pasar *Offline* dan pasar *Online* di Kecamatan Medan Petisah Kota Medan?
2. Apakah terdapat perbandingan pengeluaran konsumen dalam pembelian buah-buahan dan sayuran di pasar *Offline* dan pasar *Online* di Kecamatan Medan Petisah Kota Medan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis faktor-faktor pada konsumen dalam membeli buah-buahan dan sayuran di pasar *Offline* dan pasar *Online* di Kecamatan Medan Petisah Kota Medan.

2. Untuk menganalisis perbandingan pengeluaran konsumen dalam pembelian buah-buahan dan sayuran di pasar *Offline* dan pasar *Online* di Kecamatan Medan Petisah Kota Medan.

1.4 Hipotesis Penelitian

Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah:

1. Diduga faktor-faktor pada konsumen dalam membeli buah-buahan dan sayuran di pasar *Offline* dan pasar *Online* di Kecamatan Medan Petisah Kota Medan adalah harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan.
2. Diduga terdapat perbedaan pengeluaran konsumen dalam pembelian buah-buahan dan sayuran di pasar *Offline* dan pasar *Online* di Kecamatan Medan Petisah Kota Medan.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan manfaat bagi:

1. Sebagai bahan referensi dan informasi bagi masyarakat dalam melakukan pembelian buah dan sayur melalui pasar *Offline* (tradisional) dan pasar *Online*.
2. Sebagai sumber informasi dan referensi ilmiah bagi peneliti lainnya yang berhubungan dengan penelitian ini.
3. Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi di Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Medan Area.

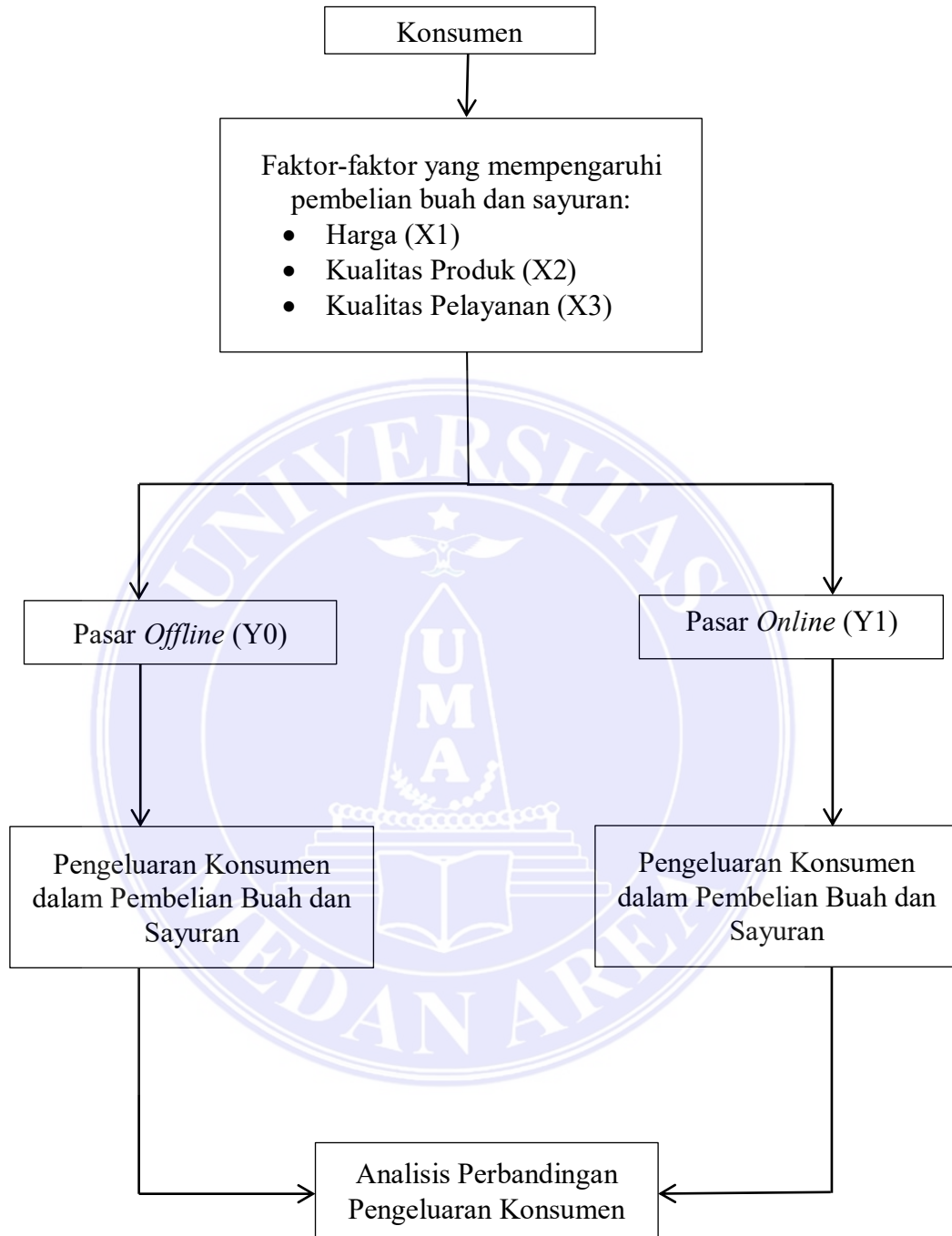
1.6 Kerangka Pemikiran

Konsumen adalah seseorang atau pelaku rumah tangga yang mengonsumsi produk berupa barang atau jasa yang dipasarkan. Buah dan sayuran merupakan produk segar pertanian yang dikonsumsi oleh masyarakat dalam memenuhi

kebutuhan gizi. Buah dan sayuran dapat ditemukan dengan mudah di pasaran, tidak hanya di pasar *Offline* (tradisional) namun dapat ditemukan di pasar modern maupun pasar *Online*. Beberapa pasar tersebut tentunya memiliki perbedaan signifikan yang dapat dilihat dari kelebihan maupun kekurangan dalam melakukan kegiatan berbelanja.

Besarnya pendapatan seseorang dalam suatu rumah tangga cenderung menjadi pertimbangan dalam memilih tempat berbelanja buah dan sayuran dengan kualitas lebih baik. Keputusan pada konsumen dalam membeli buah dan sayur di pasar *Offline* maupun pasar *Online* juga diukur berdasarkan harga produk, kualitas produk, dan kualitas pelayanan yang akan dianalisis menggunakan analisis regresi logistik.

Pengeluaran konsumsi pangan adalah biaya yang dikeluarkan untuk bahan makanan oleh suatu rumah tangga dalam sebulan. Dalam penelitian ini, peneliti akan menganalisis perbandingan terhadap biaya apa saja yang dikeluarkan oleh konsumen dalam pembelian buah dan sayur di pasar *Offline* maupun di pasar *Online* menggunakan analisis komparatif uji beda dua sampel bebas (*Independent sample t-test*). Kerangka berfikir dapat dilihat pada gambar berikut.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen merupakan studi tentang unit pembelian dan proses pertukaran yang melibatkan perolehan, konsumsi, dan pembuangan barang, jasa, pengalaman, serta ide-ide (Priansa, 2017). Wibowo (2013) juga menambahkan bahwa perilaku konsumen adalah perilaku konsumen dalam mencari, menukar, menggunakan, mengevaluasi dan mengatur barang atau jasa yang dianggap mampu memenuhi kebutuhannya.

Definisi perilaku konsumen selain mengenai tentang kualitas produk juga meliputi harga produk, promosi dan juga mengenai tempat dimana barang tersebut dijual. Shiffman dan Kanuk (2000) menyatakan bahwa perilaku konsumen adalah perilaku yang diperhatikan konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi produk, layanan, atau ide yang diinginkan bisa memenuhi kepuasan konsumen agar dapat memuaskan kebutuhannya dengan konsumsi produk atau layanan yang ditawarkan.

2.2 Konsumsi

Konsumsi dalam arti umum mengacu pada penggunaan barang hasil produksi. Secara ekonomi, konsumsi berarti aktivitas menggunakan, memakai, atau membuat produk untuk tujuan kinerja kebutuhan. Faktor penentu dalam jumlah pengeluaran konsumsi adalah pendapatan, semakin besar pendapatan maka semakin besar juga pengeluaran.

Istilah konsumsi juga diartikan sebagai penggunaan barang-barang dan jasa-jasa yang secara langsung akan memenuhi kebutuhan manusia (Rosyidi, 2011).

Perilaku orang yang membelanjakan sebagian pendapatannya untuk membeli

sesuatu disebut konsumsi. Konsumsi adalah fungsi dari pendapatan siap pakai (*disposable income*). Dengan kata lain, fungsi konsumsi mewakili hubungan antara tingkat konsumsi dan pendapatan siap pakai (Prasetyo, 2011).

2.3 Pengeluaran Konsumsi Rumah Tangga

Menurut BPS (2017), pengeluaran konsumsi akhir rumah tangga (PK-RT) merupakan pengeluaran atas barang dan jasa oleh rumah tangga untuk tujuan konsumsi. Rumah tangga didefinisikan sebagai individu atau kelompok individu yang tinggal bersama dalam suatu bangunan tempat tinggal. Mereka mengumpulkan pendapatan, memiliki harta dan kewajiban, serta mengkonsumsi barang dan jasa secara bersama-sama utamanya kelompok makanan dan perumahan.

Menurut Sukirno (Utami, 2017), pengeluaran konsumsi rumah tangga adalah nilai belanja yang dilakukan oleh rumah tangga untuk membeli berbagai jenis kebutuhannya dalam periode waktu tertentu. Tidak semua transaksi yang dilakukan oleh rumah tangga digolongkan sebagai konsumsi (rumah tangga). Kegiatan rumah tangga untuk membeli rumah digolongkan investasi. Seterusnya sebagai pengeluaran mereka, seperti membayar asuransi dan mengirim uang kepada orang tua (atau anak yang sedang bersekolah) tidak digolongkan sebagai konsumsi karena ia tidak melakukan pembelanjaan terhadap barang atau jasa yang dihasilkan dalam perekonomian (Alfian D, 2016).

Besarnya pengeluaran konsumsi sebuah rumah tangga dipengaruhi oleh besar penghasilan, maka tingkat konsumsi cenderung meningkat dengan proporsi tertentu. Sedangkan jika penghasilannya turun, maka keluarga tersebut akan mengurangi pengeluaran konsumsinya, namun proporsi penurunan konsumsinya

lebih rendah dibandingkan dengan proporsi kenaikan pengeluaran konsumsi jika penghasilan naik (Munandar, 2014).

2.4 Pasar

Menurut W.J. Stanton dalam buku Muhammad Abdul Halim (2018), Pasar adalah sekelompok orang yang ingin memuaskan kebutuhannya, membelanjakan uangnya dan memiliki kemauan ingin membelanjakannya, sehingga dapat disebut pasar jika memiliki tiga syarat utama, yaitu: sekelompok orang, daya beli (uang) dan keinginan untuk membeli barang atau jasa. Pasar termasuk dalam jenis pasar persaingan sempurna yaitu pasar dengan jumlah penjual dan pembeli yang sangat banyak dan produk yang dijual bersifat homogen. Barang dan jasa yang dijual di pasar ini bersifat homogen dan tidak dapat dibedakan dimana semua produk terlihat identik.

2.4.1 Pasar *Offline*

Pasar *Offline* bisa juga disebut sebagai pasar tradisional yang dimana penjual dan pembeli dapat bertransaksi secara langsung. Barang dagangan adalah barang yang berupa produk pokok masyarakat, termasuk hasil pertanian berupa sayur-sayuran dan buah-buahan. Seiring berjalannya waktu, organisasi perdagangan buah dan sayur berkembang secara luas dan modern. Salah satunya adalah pasar modern yang mempengaruhi hasil ekonomi pasar tradisional. Saat ini, pasar tradisional secara bertahap digantikan oleh pasar modern seperti pasar rakyat. Pasar modern menawarkan banyak kemudahan kepada konsumen, seperti kedekatan dengan area perumahan, fasilitas yang nyaman dan bersih, pengurangan harga untuk produk tertentu, layanan pengiriman, dan jam buka toko yang diperpanjang (Christine, 2016).

Pasar tradisional merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli untuk berbisnis, namun struktur pasar saat ini masih sangat sederhana, kinerja dan spesialisasinya rendah, lingkungan fisiknya kotor, dan pola arsitekturnya padat. (Aryani, 2011). Menurut Aryani (2011) beberapa ciri pasar Tradisional, yaitu :

1. Kemampuan pasar Tradisional dalam menyerap komoditi lokal dari kawasan sekitarnya.
2. Berfungsi sebagai supplier untuk berbagai input pertanian, perumahan, serta kebutuhan pokok masyarakat secara luas.
3. Pasar Tradisional memiliki segmentasi pasar tersendiri, yang membedakannya dari pasar modern.
4. Para pedagang yang beroperasi di pasar umumnya kaum wanita sehingga sangat bermanfaat bagi peningkatan kesempatan berusaha untuk kaum wanita, dalam arti wanita umumnya memiliki keunggulan dibandingkan dengan pria dalam melayani konsumen.
5. Potensi pasar akan semakin penting karena market turn over yang cukup cepat dengan sistem pembayaran tunai. Kekuatan pasar Tradisional dapat dilihat dari beberapa aspek. Aspek-aspek tersebut diantaranya harganya yang lebih murah dan bisa ditawar, dekat dengan permukiman, dan memberikan banyak pilihan produk yang segar. Kelebihan lainnya adalah pengalaman berbelanja yang luar biasa, dimana kita bisa melihat dan memegang secara langsung produk yang umumnya masih sangat segar.

Pasar tradisional mempunyai banyak kekurangan dan kelemahan, seperti kumuh dan kotor, kemasan produk yang dijual kurang menarik (Yamato, 2011).

Kelemahan tersebut antara lain memiliki kesan bahwa pasar terlihat kusam dan

kotor, berbau tidak sedap, dan terlalu padat lalu lintas pembeli. Ada juga risiko bahwa kondisi sosial masyarakat yang berubah, karena perempuan sering berkarir di perkotaan dan hampir tidak punya waktu untuk berbelanja di pasar tradisional. (Cadillah. 2011).

2.4.2 Pasar *Online*

Pasar *online* yang dimaksud merupakan pasar modern yang menggunakan platform *Online* sebagai platform penjualannya. Platform ini menyederhanakan proses pembelian dan penjualan produk untuk semua orang yang terlibat. Produsen tidak perlu lagi mengeluarkan tenaga, waktu dan biaya terkait pemasaran dan promosi produk. Hal ini dapat dilakukan melalui media sosial atau platform *e-commerce*. Berbagai jenis produk dijual di platform *Online*, mulai dari pakaian hingga sembako hingga sembako. Internet dan media sosial membantu produk ini mendapatkan penerimaan di seluruh dunia dan basis pelanggan yang besar (Bulsara dan Trivedi, 2016).

Menurut Chandra (2017), beberapa peranan fitur *e-commerce* di dunia industri adalah: sebagai katalog *Online*, toko *Online*, membangun hubungan pelanggan dan laporan transaksi yang terperinci. Misalnya, pelanggan yang telah memutuskan untuk membeli barang di *e-commerce* dapat sekaligus meminta pengiriman barang melalui layanan pengiriman tanpa harus khawatir dengan kurir terpisah. Dengan demikian, hanya dua kebutuhan yang dapat dipenuhi dengan memasuki *e-commerce*.

Jual beli *Online* yang sudah menjadi trend memiliki beberapa alasan yaitu tersedianya informasi produk yang lebih detail, lebih mudah untuk membandingkan kualitas dan harga antar toko, proses pencarian dan informasi pembelian yang lebih nyaman, karena lebih mudah. selalu dan di mana saja

tersedia sedapat mungkin (Lestari, 2017). Meskipun adanya keuntungan tersebut, konsumen tetap memiliki pertimbangan untuk melakukan pembelian atau tidak melakukan pembelian secara *Online*. Seringkali belanja *Online* melalui *e-commerce* digunakan sebagai alternative baru untuk berbelanja sayur dan buah segar.

Perilaku belanja yang bergeser dari belanja fisik ke belanja *Online*, yang lebih mudah diakses kapan saja, di mana saja. Salah satu kebutuhan yang dapat dipenuhi oleh toko *Online* adalah kebutuhan sembako. Dari bahan pokok seperti buah dan sayuran hingga barang olahan, semuanya tersedia di berbagai platform *Online*. Idealnya, ketika membeli produk segar, orang mementingkan kualitas produk tersebut, termasuk sayuran, buah-buahan dan daging; Oleh karena itu, ketika berbelanja bahan makanan segar, masyarakat lebih memilih untuk membeli di toko tradisional. Kekhawatiran terbesar saat membeli buah dan sayuran secara *Online* adalah konsumen tidak dapat bersentuhan langsung dengan tempat di mana buah dan sayuran ini memiliki sifat yang mudah rusak (Bulsara & Trivedi, 2016).

2.5 Buah dan Sayuran

Buah-buahan dan sayuran adalah sumber serat makanan yang sangat mudah. Sayur merupakan salah satu menu yang hampir selalu ada dalam masakan sehari-hari, baik mentah (sayuran segar) maupun diolah dalam berbagai jenis masakan (Santoso, 2011). Sayuran merupakan bahan pangan yang esensial ditinjau dari kandungan mikronutriennya, yaitu vitamin dan mineral. Kedua kelompok zat gizi mikro tersebut merupakan zat yang tidak dapat dibuat sendiri oleh tubuh dan harus diperoleh dari makanan. Selain itu, sayuran juga merupakan sumber serat

yang sehat untuk saluran pencernaan. Vitamin, mineral dan serat umumnya dikenal sebagai nutrisi dan non-nutrisi yang berasal dari tumbuhan.

Peluang pemasaran sayuran saat ini adalah *supermarket*, *hypermarket* dan toko khusus layaknya pasar modern yang menjual sayuran segar dimana konsumen kelas menengah ke atas yang umumnya menjadi sasaran yang dituju dalam membeli kebutuhan sehari-hari berupa sayuran. Sayuran ini dijual dengan harga yang relatif lebih tinggi dibandingkan di pasar tradisional. Namun, beberapa konsumen lebih memilih untuk membeli sayuran di pasar modern dengan pendapatan, pengetahuan, perdagangan, dan motif pembelian lainnya yang lebih tinggi (Dasipah *et al.*, 2010).

2.6 Keputusan pada Konsumen dalam Membeli Buah-buahan dan Sayuran

Keputusan dapat diartikan sebagai pilihan dari dua tempat atau lebih alternatif pilihan yang ada (Schiffman, 2010). Dalam hal ini bisa disebutkan bahwa konsumen memilih sebuah tempat belanja antar retail *Offline* dan retail *Online*. Konsumen akan melalui lima tahap dalam pengambilan keputusan pembelian mulai dari pengenalan kebutuhan pembeli, dimana konsumen menyadari suatu masalah atau kebutuhan. Pencarian informasi merupakan tahap proses keputusan pembeli dimana konsumen ingin mencari informasi lebih banyak; konsumen mungkin hanya memperbesar perhatian atau melakukan pencarian informasi secara aktif. Evaluasi alternatif merupakan tahap proses keputusan pembeli dimana konsumen menggunakan informasi untuk mengevaluasi merek alternatif dalam sekelompok pilihan. Keputusan pembelian merupakan keputusan pembeli tentang merek mana yang paling disukai, tetapi dua faktor bisa berada antara niat pembelian dan keputusan pembelian. Perilaku

pasca pembelian Merupakan tahap proses keputusan pembeli dimana konsumen mengambil tindakan selanjutnya setelah pembelian, berdasarkan kepuasan atau ketidakpuasan mereka (Kotler & Amstrong, 2016). Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian merupakan kegiatan pemecahan masalah dari pemikiran konsumen tentang sebuah produk atau jasa yang dibutuhkan dipengaruhi oleh lingkungan budaya, keluarga dan sebagainya sehingga membentuk sikap kemudian melakukan pembelian.

Idris (2014) mengungkapkan bahwa keputusan pembelian adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasi sikap pengetahuan, untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif, dan memilih salah satu diantaranya serta terdapat aspek yang mempengaruhi berupa indikator. Menurut Kotler dan Keller (2012) keputusan pembelian sebagai tahap keputusan dimana konsumen secara aktual melakukan pembelian suatu produk.

2.7 Faktor-faktor pada Konsumen dalam membeli Buah-buahan dan Sayuran

2.7.1 Harga

Untuk benar-benar menjual satu produk atau layanan pada satu waktu, perusahaan perlu menetapkan harga dengan tepat. Harga adalah satu-satunya unsur bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan untuk perusahaan dan tiga elemen lainnya (produk, distribusi, dan promosi) menyebabkan timbulnya biaya (pengeluaran). Selain itu, harga adalah bauran pemasaran yang memiliki karakteristik yang fleksibel, artinya dapat berubah dengan cepat. Dari perspektif pemasaran, harga adalah satuan moneter transaksi lain (termasuk barang dan jasa

lainnya) dipertukarkan agar memperoleh hak untuk memiliki atau penggunaan produk atau layanan (Tjiptono, 2012).

Jajat Kristanto (2011), mengatakan bahwa minimal ada 3 peran atau fungsi utama harga yaitu, pertama turut menentukan volume penjualan. Dengan mengacu pada kurva penawaran dan permintaan, kita mengetahui bahwa harga berbanding terbalik dengan volume penjualan, semakin tinggi harga sebuah produk maka volume penjualan semakin rendah.

Menurut Kotler dan Armstrong (2016), menjelaskan ada empat indikator yang mencirikan harga adalah keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, kesesuaian harga dengan manfaat, dan harga sesuai kemampuan atau daya saing. Berikut penjelasan indikator harga, yaitu :

1. Keterjangkauan harga

Konsumen bisa menjangkau harga yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Produk biasanya ada beberapa jenis dalam satu merek dan harganya juga berbeda dari termurah sampai termahal. Dengan harga yang ditetapkan para konsumen banyak yang membeli.

2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk

Harga sering dijadikan indikator kualitas bagi konsumen sering memilih harga yang lebih tinggi diantara dua barang karena mereka melihat adanya perbedaan kualitas. Apabila harga lebih tinggi maka konsumen cenderung beranggapan bahwa kualitasnya lebih baik.

3. Kesesuaian harga dengan manfaat

Konsumen memutuskan membeli suatu produk jika manfaat yang dirasakan lebih besar atau sama dengan yang telah dikeluarkan untuk

mendapatkannya. Jika konsumen merasakan manfaat produk lebih kecil dari uang yang di keluarkan maka konsumen akan beranggapan bahwa produk tersebut mahal dan konsumen akan berfikir dua kali untuk melakukan pembelian ulang.

4. Harga sesuai kemampuan atau daya saing harga

Konsumen sering membandingkan harga suatu produk dengan produk lainnya. Dalam hal ini mahal murahnya harga suatu produk sangat dipertimbangkan oleh konsumen pada saat akan membeli produk tersebut.

2.7.2 Kualitas Produk

Kualitas produk adalah salah satu faktor terpenting untuk konsumen dalam memilih terhadap suatu merek terutama di lingkungan pasar dimana tingkat persaingan dan persaingan harga yang ketat. Oleh karena itu, tingkat kesulitan yang tinggi untuk memenuhi harapan para konsumen pada kualitas produk dikarenakan pemahaman yang dimiliki berbeda dan tidak konsisten (Owusu, 2013).

Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melakukan fungsi – fungsinya, kemampuan itu meliputi daya tahan, kehandalan, keistimewaan yang dihasilkan, kemudahan dioperasikan dan diperbaiki atribut lain yang berharga pada produk secara keseluruhan, (2012). Indikator untuk variabel kualitas produk sebagai berikut:

a. Daya tahan produk

Daya tahan menunjukkan usia produk, yaitu jumlah pemakaian suatu produk sebelum produk itu digantikan atau rusak.

b. Keistimewaan produk

Persepsi konsumen terhadap keistimewaan atau keunggulan suatu produk.

c. Keandalan produk

Merupakan karakteristik operasi dan produk inti (*core product*) yang dibeli.

d. Kesesuaian dengan spesifikasi

Kesesuaian dengan spesifikasi yaitu sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar yang telah ditetapkan sebelumnya.

e. Estetika produk

Estetika produk yaitu daya tarik produk terhadap panca indera.

2.7.3 Kualitas Pelayanan

Secara emotologis, pelayanan berasal dari kata layan yang berarti membantu menyiapkan/mengurus apa-apa yang diperlukan seseorang, kemudian pelayanan dapat diartikan sebagai : Perihal/cara melayani; Service/jasa; Sehubungan dengan jual beli barang atau jasa (Poerwadarminta dalam Hardiansyah, 2011).

Malik (2012) mengungkapkan bahwa kualitas layanan adalah penilaian pandangan konsumen terhadap layanan pelanggan perusahaan secara keseluruhan. Pelayanan dalam hal ini diartikan sebagai pelayanan yang diberikan oleh pemilik jasa dalam hal kenyamanan, ketepatan waktu, hubungan, kompetensi dan keramahan, yang dititikberatkan pada sikap dan jenis pelayanan yang diberikan dalam rangka memuaskan pelanggan. Pelanggan (*service quality*) dapat ditentukan dengan membandingkan persepsi konsumen terhadap pelayanan yang sebenarnya mereka terima/peroleh dengan pelayanan yang mereka inginkan/harapkan berdasarkan karakteristik pelayanan perusahaan.

Tjiptono dan Chandra (2012) kualitas pelayanan mencerminkan perbandingan antara tingkat layanan yang disampaikan perusahaan dibandingkan ekspektasi pelanggan. Kualitas layanan diwujudkan melalui pemenuhan

kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian dalam mengimbangi atau melampaui harapan pelanggan. Parasuraman, et al. (1985) dalam Tjiptono dan Chandra (2012) mengidentifikasi ada 10 indikator kualitas pelayanan, yang dirangkum menjadi 5 indikator yaitu, Reliabilitas (*reliability*), Daya Tanggap (*responsiveness*), Jaminan (*assurance*), dan Empati (*empathy*), Bukti Fisik (*tangibles*).

2.8 Penelitian Terdahulu

Menurut penelitian Nurainun Annisa (2017), yang berjudul Keputusan Tempat Pembelian Konsumen terhadap Bahan Pokok di Kota Makassar (Studi Kasus Kelurahan Daya, Kecamatan Biringkanayya). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kecenderungan dan pertimbangan pemilihan tempat pembelian bahan pokok produk pertanian dan industri dan faktor-faktor yang mempengaruhi pemilihan tempat pembelian bahan pokok. Metode analisis data menggunakan analisis deskriptif kuantitatif dan analisis regresi logistik. Penelitian ini menemukan bahwa, konsumen cenderung (88,6%) berbelanja bahan pokok produk pertanian (beras, jagung, sayur & buah serta daging) di pasar tradisional, sedangkan untuk produk industri (susu, gula pasir, garam, minyak goreng dan gas) konsumen cenderung (84,1%) berbelanja di pasar modern. Hasil pendugaan faktor determinan tempat pembelian bahan pokok menggunakan regresi logistik, dimana variabel $Y=1$ untuk pasar modern; $Y=0$ untuk pasar tradisional, ditemukan bahwa variabel lama pendidikan dan pendapatan berpengaruh secara signifikan pada tingkat $\alpha = 0,05$, sementara variabel umur, jumlah tanggungan keluarga dan jarak tempat tinggal tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pemilihan

tempat berbelanja, dengan demikian semakin tinggi tingkat pendidikan dan pendapatan seseorang maka semakin cenderung berbelanja di pasar modern.

Pada penelitian Mayang Kurniawan (2016), dengan judul Analisis Perbandingan Perilaku Konsumen Yang Berbelanja Bahan Makanan Harian Di Pasar Modern dan Pasar Tradisional (Studi Kasus : Pasar Modern Hypermart dan Pasar Tradisional Tavip Binjai). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui perbedaan perilaku konsumen dan faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen yang berbelanja bahan makanan harian di pasar Modern Hypermart dan Tradisional Tavip. Hipotesis yang diajukan yaitu adanya perbedaan perilaku konsumen yang berbelanja bahan makanan harian di Pasar Modern dan Pasar Tradisional dan Adanya faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen yang berbelanja bahan makanan harian di Pasar Modern. Metode pengambilan sampel adalah (*Simple Random Sampling*) sampel acak sederhana. Responden dalam penelitian ini adalah konsumen yang berbelanja bahan makanan harian di Pasar Modern Hypermart dan Pasar Tradisional Tavip dan sampel yang diambil adalah sebanyak 72 responden. Data yang dikumpulkan adalah data primer dan data sekunder. Metode analisis yang digunakan adalah uji Mann-Whitney Test dan Regresi Ordinal dengan alat bantu perangkat lunak spss 18. Berdasarkan hasil uji data Mann-Whitney Test menunjukkan adanya perbedaan perilaku konsumen yang berbelanja bahan makanan harian di Pasar Modern dan Pasar Tradisional yang cukup signifikan dengan nilai Asymp. Sig 0,001 ($<0,005$), dimana Pasar Modern Hypermart memiliki skor yang lebih tinggi dibandingkan dengan Pasar Tradisional Tavip. Berdasarkan hasil pengujian data Regresi ordinal diperoleh bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku

konsumen yang berbelanja bahan makanan harian di Pasar Modern dan Pasar Tradisional adalah faktor harga, lokasi, kualitas produk, dan kepuasan konsumen. Sedangkan faktor individu dan informasi produk tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumen di Pasar Modern dan Pasar Tradisional.

Menurut penelitian Ayu Sartika Putri, *et al.* (2021), yang berjudul Analisis Keputusan Konsumen dalam Pembelian Buah di Pasar Modern secara *Online* dan *Offline* pada Masa Pandemi COVID-19 di Kota Palembang. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan karakter konsumen yang melakukan pembelian buah di pasar modern secara *online* dan *offline* pada masa pandemi COVID-19, dan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian buah di pasar modern online dan offline selama pandemi COVID-19. Penelitian ini menggunakan metode survey. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah metode *purposive sampling*. Data yang dikumpulkan terdiri dari data primer dan data sekunder. Metode pengolahan data yang digunakan adalah analisis deskripsi karakteristik konsumen dan regresi logistik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian buah di pasar modern secara online dan offline di masa pandemi COVID-19 adalah umur, harga dan lokasi.

Menurut penelitian Muhammad Afdal (2014), yang berjudul pengaruh harga dan pelayanan terhadap keputusan konsumen berbelanja buah-buahan (studi kasus pada giant supermarket alauddin makassar). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui karakteristik dari konsumen dan mengetahui pengaruh harga dan pelayanan dalam melakukan pembelian buah-buahan di perusahaan Giant Supermarket Alauddin Makassar. Pengambilan sampel dalam penelitian ini

menggunakan metode sensus dengan populasi sebanyak 30 orang. Analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah Regresi Linear Berganda. Data primer diperoleh dari kuesioner langsung oleh responden yaitu responden yang siapa saja sedang melakukan pembelian buah – buahan di Giant Supermarket Alauddin Makassar. Dari hasil analisis mengenai pengaruh harga dan pelayanan yang telah dilakukan di perusahaan Giant Supermarket Alauddin Makassar dalam keputusan konsumen berbelanja buah – buahan di pengaruhi oleh harga dan pelayanan. Dari seluruh harga dan pelayanan yang didapat setelah pengujian variabel ada variabel khusus yang dominan atau signifikan dalam keputusan konsumen berbelanja buah- buahan. ketika harga dan pelayanan secara bersamaan (simultan) merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam berbelanja buah – buahan di Giant Supermarket Alauddin Makassar.

Menurut penelitian Munirwan Zani, *et al.* (2019), yang berjudul Determinan Pengeluaran Pangan Rumah Tangga di Desa Budidaya Singkong di Sulawesi Tenggara. Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi pengeluaran konsumsi pangan pada rumah tangga petani singkong di Provinsi Sulawesi Tenggara, Indonesia. Penelitian ini menggunakan statistik deskriptif dan metode regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa rumah tangga menghabiskan persentase pengeluaran makanan yang sangat tinggi (89,84 persen) dibandingkan pengeluaran bukan makanan (10,16 persen). Pengeluaran pangan didominasi oleh bahan makanan pokok bertepung, ikan, dan telur, sedangkan pengeluaran untuk sayur, buah, dan susu rendah. Sebagian besar rumah tangga yang menanam singkong memiliki tingkat kesejahteraan yang rendah, dan konsumsi makanan mereka tidak memiliki keragaman dan kualitas

makanan. Pendapatan rumah tangga, tingkat pendidikan kepala rumah tangga, harga ikan, jumlah anggota keluarga, dan hasil singkong berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengeluaran konsumsi makanan. Pemerintah harus mengambil kebijakan dan program untuk meningkatkan pendapatan rumah tangga dan memberikan pendidikan gizi bagi rumah tangga untuk memasukkan diet seimbang dan beragam untuk hidup yang lebih sehat dan aktif.



III. METODE PENELITIAN

3.1 Tempat dan Waktu Penelitian

Tempat atau lokasi penelitian dilakukan di pasar *Offline* (tradisional) dan pasar *Online* (modern) yang berada di Kecamatan Medan Petisah Kota Medan. Kecamatan Medan Petisah memiliki 7 kelurahan dengan luas wilayah yang dimiliki yaitu 6,82 km². Pemilihan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan keberadaan pasar tradisional dan pasar modern yang menyediakan fitur *Online* terbesar dan terbanyak sebagai pilihan konsumen dalam pembelian buah dan sayur.

Pasar *Offline* (tradisional) yang dijadikan lokasi penelitian adalah pasar petisah dan pasar meranti. Sedangkan pasar *Online* yang dijadikan lokasi penelitian adalah transmart medan fair dan brastagi supermarket. Transmart medan fair memiliki akun instagram yaitu transmartmedanfair_official yang menyediakan fitur berbelanja *Online* melalui aplikasi grab dengan fitur grabmart dan brastagi supermarket memiliki 5 cabang yang berada di Gatot Subroto Medan, Cambridge City Square Medan, Tiara Convention Centre Medan, Manhattan Times Square Medan dan Rantau Prapat. Disini peneliti membatasi hanya melakukan di brastagi supermarket yang berada di Gatot Subroto Medan. Brastagi supermarket juga memiliki akun instagram yaitu brastagi_supermarket yang menyediakan fitur berbelanja *Online* melalui aplikasi whatsapp. Penelitian ini dilakukan pada bulan Juli-Agustus 2023.

3.2 Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Metode penelitian deskriptif kuantitatif adalah

metode yang bertujuan untuk membuat gambaran atau gambaran suatu keadaan dengan menggunakan angka-angka secara objektif, mulai dari pengumpulan data, interpretasi data, tata letak dan hasil (Arikunto, 2006). Secara lebih spesifik, pendekatan penelitian ini merupakan analisis deskriptif komparatif, yang bertujuan untuk mendeskripsikan perbandingan keputusan pada konsumen dalam membeli buah-buahan dan sayuran dan biaya pengeluaran konsumen di pasar *offline* dan pasar *online*.

Menurut Sugiyono (2017), metode penelitian deskriptif ini dilakukan untuk mengetahui adanya variabel bebas atau hanya pada satu atau lebih variabel (variabel bebas), tanpa membandingkan variabel itu sendiri dan tanpa mencari hubungan dengan variabel lain. Sedangkan analisis komparatif membandingkan keberadaan satu atau lebih variabel dalam dua sampel yang berbeda atau pada waktu yang berbeda.

3.3 Populasi dan Sampel

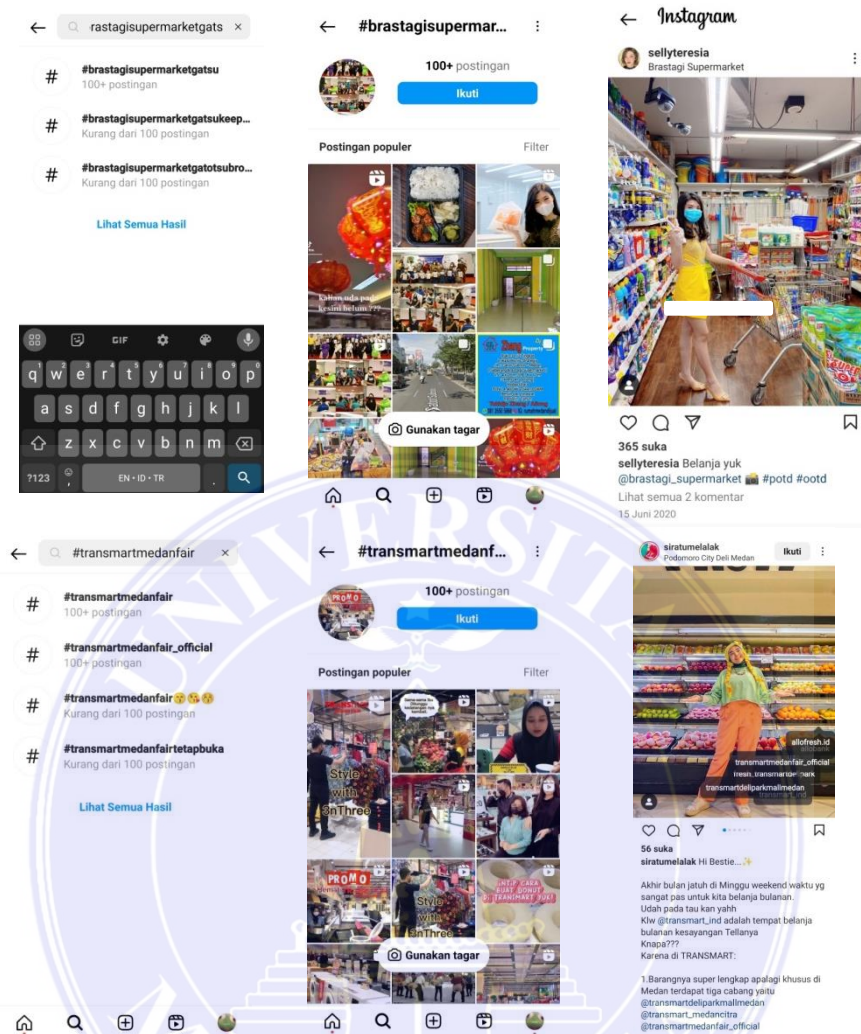
Populasi merupakan keseluruhan dari semua objek atau individu yang memiliki karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2008). Populasi dalam penelitian ini adalah jumlah rumah tangga yang berdomisili di Kecamatan Medan Petisah Kota Medan yaitu sebanyak 15.963 rumah tangga.

Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti (Arikunto, 2002). Sedangkan menurut Sugiyono (2008), sampel adalah sebagian dari populasi yang diambil melalui cara-cara tertentu yang juga memiliki karakteristik tertentu yang dianggap bisa mewakili populasi. Sampel dalam penelitian ini adalah ibu rumah

tangga yang pernah melakukan pembelian buah dan sayur di pasar *offline* pasar *online* di Kecamatan Medan Petisah Kota Medan.

Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non probability sampling* yaitu suatu metode pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Responden yang dijadikan sampel pada penelitian di pasar *Offline* (tradisional) ditentukan dengan teknik *accidental sampling* atau secara kebetulan, dikarenakan teknik tersebut memiliki kriteria syarat sampel yang sudah ditentukan dalam menemukan responden penelitian sehingga memudahkan peneliti. Dimana pengambilan responden yang dijadikan sampel penelitian di pasar *Offline* (tradisional) adalah ibu rumah tangga (konsumen) yang sedang atau telah membeli buah dan sayuran berdasarkan informasi dari pedagang buah dan sayuran sebagai informan kunci di pasar petisah dan pasar meranti untuk kemudian diminta kesediannya menjadi responden.

Untuk penentuan responden di pasar *Online* menggunakan *snowball sampling*. Menurut sugiyono (2014), *Snowball sampling* adalah metode untuk mengidentifikasi sampel yang kecil pada awalnya dan kemudian berkembang. Peneliti memilih teknik *snowball sampling* dikarenakan populasi yang melakukan pembelian buah dan sayuran sulit ditemukan sehingga peneliti dapat memilih satu atau dua orang saat memilih sampel sebagai sampel induk, namun karena data yang diperoleh dirasa kurang mencukupi maka peneliti mencari orang lain melalui informasi dari sampel induk untuk mengumpulkan data secara lengkap. Dapat dilihat pada gambar 2 berikut.



Gambar 2. Menentukan sampel pasar *online* menggunakan *snowball sampling*
Sumber : Dokumentasi Penelitian

Dapat dilihat pada gambar 2 dimana responden yang dijadikan sampel penelitian ini ditentukan dengan urutan sebagai berikut.

1. Peneliti mencari akun ibu rumah tangga (konsumen) melalui penanda (*tagar*) dari akun instagram perusahaan yaitu transmartmedanfair_official dan brastagi_supermarket. Dapat dilihat pada gambar 2 bahwa konsumen melakukan pembelian secara langsung (*offline*) di pasar modern tersebut.

2. Setelah itu, peneliti melakukan obrolan dengan pemilik akun melalui fitur *Direct Message* (DM) untuk pemeriksaan ulang apakah konsumen pernah melakukan pembelian buah dan sayur secara *online* di pasar tersebut. Jika responden memberikan jawaban “Pernah”, maka peneliti meminta kesediannya menjadi sampel.
3. Setelah selesai melakukan pengisian kuesioner dengan sampel sebelumnya sebagai sampel induk, peneliti mencari informasi responden lainnya dari sampel induk dan begitu seterusnya hingga jumlah sampel yang dibutuhkan mencukupi.

Lalu, Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 responden dengan masing-masing sebanyak 50 responden di pasar tradisional (masing-masing 25 responden di pasar petisah dan pasar meranti) dengan mengumpulkan data secara langsung (*Offline*) dan 50 responden di pasar *Online* (masing-masing 25 responden di brastagi supermarket dan transmart medanfair) yang akan diberikan link dari *google form* (*Online*). Data dikumpulkan secara langsung dari responden yang ditemui.

Dalam penelitian ini untuk penentuan jumlah sampel yang menggambarkan populasi, maka penentuan sampel penelitian ini menggunakan rumus slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi, dimana populasinya merupakan jumlah rumah tangga di Kecamatan Medan Petisah sebanyak 15.963 jiwa

1 = konstanta

e^2 = presisi/ perkiraan tingkat kesalahan pada umumnya digunakan 1%, 5%, 10%. Pada penelitian ini menggunakan perkiraan tingkat kesalahan sebesar 10%, karena sudah mencukupi untuk memenuhi sampel yang dibutuhkan.

maka, untuk perhitungan sampel dalam penelitian ini sebagai berikut:

$$n = N/1+Ne^2$$

$$n = 15.963/1+ 15.963 (0,01)$$

$$n = 99,377 \text{ dibulatkan menjadi } 100 \text{ sampel}$$

3.4 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Data Primer

Menurut Sugiyono (2018), data primer adalah sumber data yang memberikan data langsung kepada pengumpul data. Peneliti mengumpulkan data langsung dari sumber pertama atau di mana objek penelitian berada. Data primer untuk penelitian ini diperoleh langsung dari responden *Online* dan *Offline*.

2. Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2018), data sekunder adalah sumber data yang tidak memberikan data secara langsung kepada pengumpul data melainkan melalui orang atau catatan lain. Data ini digunakan untuk mendukung informasi primer dari bahan pustaka, literatur, penelitian sebelumnya, buku, dll. Dalam penelitian ini, peneliti memperoleh data sekunder dari Kantor PUD Pasar Kota Medan mengenai profil pasar terkait dan data yang diperlukan lainnya.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2018), Data dapat dikumpulkan di banyak lingkungan, dari banyak sumber dan dengan banyak cara. Berdasarkan dari settingnya, data dapat dikumpulkan pada setting alamiah, di laboratorium menggunakan metode eksperimental, dengan banyak responden di rumah, dalam seminar, diskusi, di jalan, dll. Jika dilihat dari sumber data, sumber primer dan sekunder. Selanjutnya, berdasarkan teknik pengumpulan data, maka metode pengumpulan data dapat menggunakan sumber primer dan sekunder. Selanjutnya jika dilihat dari metode pengumpulan data maka metode atau teknik pengumpulan data dapat dilakukan melalui observasi (pengamatan), wawancara (*interview*), angket (kuesioner), dokumen dan kombinasi dari keempatnya.

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara dan kuesioner.

1. Wawancara

Wawancara adalah melakukan percakapan dengan maksud tertentu yang dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (*interview*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu (Lexy, 2010). Ciri utama wawancara adalah kontak langsung dengan tatap muka antara pencari informasi dan sumber informasi. Dalam wawancara sudah disiapkan beberapa pertanyaan tetapi muncul berbagai pertanyaan lain saat meneliti. Teknik wawancara yang dilakukan adalah wawancara bebas terpimpin dimana pertanyaan yang dilontarkan tidak terpaku pada pedoman wawancara dan dapat diperdalam maupun dikembangkan sesuai dengan situasi dan kondisi lapangan. Wawancara dilakukan kepada konsumen

yang sedang atau telah melakukan pembelian buah dan sayuran di Pasar *Offline* Kecamatan Medan Petisah Kota Medan.

2. Kuesioner

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab, dapat diberikan secara langsung atau melalui pos atau internet. Arikunto (2010) menyatakan jika dilihat dari cara menjawabnya kuesioner (angket) dibedakan menjadi dua jenis yaitu kuesioner terbuka dan kuesioner tertutup. Kuesioner terbuka maksudnya memberikan kesempatan bagi responden untuk menjawab dengan kalimatnya sendiri sedangkan kuesioner (angket) tertutup maksudnya peneliti sudah menyediakan pilihan jawaban dan responden tinggal memilih yang sesuai dengan kondisi yang dialami. Pengumpulan data ini dilakukan secara langsung kepada responden yang sedang atau telah melakukan pembelian buah dan sayur di pasar tradisional (*Offline*) dan membagikan kuesioner menggunakan link melalui *google form* kepada responden yang pernah melakukan pembelian buah dan sayuran di pasar *Online (Online)* yang berisi pertanyaan dan pernyataan tertulis untuk memperoleh informasi mengenai pengeluaran dalam pembelian buah dan sayur di pasar *Offline* maupun di pasar *Online*.

Untuk mengukur pendapat responden, peneliti menggunakan dua alat pengukuran yaitu dengan metode *Dummy* dan skala likert. Berdasarkan jawaban yang diperoleh dari responden, dengan menggunakan metode *Dummy* maka diperoleh tingkatan skor “0” untuk jawaban Pasar *Offline* (Tradisional) dan “1” untuk jawaban Pasar *Online*. Dalam penelitian ini, nilai perhitungan variabel yang

menggunakan skala *Dummy* adalah variabel dependen yaitu Tempat Pembelian Buah dan Sayuran.

Menurut Sugiyono (2009), skala Likert digunakan dalam penelitian ini sebagai alat ukur variabel, dimana skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang mengenai fenomena sosial yang terjadi. Sehingga untuk mengetahui pengukuran jawaban responden dalam penelitian ini dapat menggunakan metode skala likert (*Likert's Summated Rating*) yang berisi lima tingkat preferensi jawaban dengan pilihan jawaban sebagai berikut:

Tabel 3. Skala Likert

| Simbol | Alternatif Jawaban | Nilai |
|--------|---------------------|-------|
| STS | Sangat Tidak Setuju | 1 |
| TS | Tidak Setuju | 2 |
| N | Netral | 3 |
| S | Setuju | 4 |
| SS | Sangat Setuju | 5 |

Sumber: Statistik untuk Penelitian (2004); Sugiyono

3.6 Metode Analisis Data

Data yang telah diperoleh dianalisis menggunakan analisis deskriptif, analisis regresi logistik dan analisis komparatif. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan Microsoft Excel dan aplikasi software SPSS (*Statistical Program for Social Scane*) versi 22.0 . Analisis deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul dari konsumen yang melakukan pembelian buah dan sayuran di pasar *Offline* dan pasar *Online* di Kecamatan Medan Petisah. Analisis regresi logistik digunakan untuk mengetahui faktor-faktor pada konsumen dalam memilih tempat berbelanja buah dan sayur di pasar *Offline* maupun pasar *Online* di Kecamatan Medan Petisah dan analisis komparatif digunakan untuk membandingkan pengeluaran konsumen dalam

pembelian buah dan sayur di pasar *Offline* dan pasar *Online* di Kecamatan Medan Petisah.

3.6.1 Analisis Faktor-Faktor pada Konsumen dalam Membeli Buah-buahan dan Sayuran di Pasar *Offline* dan Pasar *Online*

1. Analisis Regresi Logistik

Analisis regresi logistik yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis regresi logistik biner. Analisis regresi logistik adalah salah satu alat analisis yang digunakan untuk mengukur seberapa jauh pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, dalam hal ini variabel dependennya dalam bentuk variabel dummy (diantara 0 dan 1). Teknik ini digunakan karena variabel dependen dalam penelitian ini yaitu tempat pembelian bersifat dikotomis atau merupakan variabel dummy. Dalam penelitian ini, penggunaan analisis regresi logistik yang dimana, konsumen dihadapkan pada dua tempat berbelanja, membeli buah dan sayuran di pasar *Offline* (tradisional) ($Y=0$) atau membeli buah dan sayuran di pasar *online* (modern) ($Y=1$). Keputusan pembelian konsumen pada dua tempat pembelian tersebut dianggap sebagai variabel tak bebas atau variabel terikat yang diduga dipengaruhi oleh sejumlah variabel bebas yaitu Harga (X_1), Kualitas Produk (X_2), Kualitas Pelayanan (X_3). Teknik analisis regresi logistik dalam mengolah data tidak perlu melakukan uji normalitas dan uji asumsi klasik pada variabel bebasnya (Ghozali dan Ratmono, 2017). Dalam analisis regresi logistik tidak memerlukan uji asumsi klasik karena didalam analisis regresi logistik dihasilkan suatu analisis model fit yang menggambarkan apakah data dari penelitian ini baik untuk digunakan dalam penelitian. Uji yang dilakukan dalam uji regresi logistik adalah sebagai berikut:

a. Uji Keseluruhan Model (*Overall Fit Test*)

Uji Keseluruhan Model dilakukan untuk menunjukkan apakah model fit sesuai dengan data atau tidak. Penilaian ini dilakukan dengan membandingkan nilai $-2 \text{ Log Likelihood}$ pada awal (*Block Number 0*) dengan nilai $-2 \text{ Log Likelihood}$ pada akhir (*Block Number 1*). Menurut Ghozali (2018) mengatakan bahwa adanya pengurangan nilai antara $-2 \text{ Log Likelihood}$ awal (*initial -2 Log Likelihood function*) dengan nilai $-2 \text{ Log Likelihood}$ pada langkah berikutnya ($-2 \text{ Log Likelihood}$ akhir) menunjukkan bahwa model yang dihipotesakan fit dengan data.

b. Uji Chi Square (Uji G)

Uji Chi Square sama dengan uji secara simultan yang dilakukan guna mengetahui peranan variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen. Nilai chi square dapat dilihat pada tabel *Omnibus Test of Model Coefficients*. Jika nilai sig. chi square $< 0,05$, maka model regresi logistik dikatakan model yang baik. Artinya variabel independen berpengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen.

c. Uji Koefisien Determinasi

Pengujian koefisien determinasi pada regresi logistik dengan menggunakan *Nagelkerke R²*. Tujuan pengujian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar variabel independen mampu menjelaskan dan mempengaruhi variabel dependen. Pengujian ini dilihat dari besarnya nilai *Nagelkerke R²* pada regresi logistik. Nilai *Nagelkerke R²* bervariasi antara 1 dan 0. Menurut Ghozali (2018), mengatakan bahwa Semakin mendekati nilai 1 maka model dianggap semakin *goodness of fit* sementara semakin mendekati 0 maka model semakin tidak *goodness of fit*.

d. Menilai Kelayakan Model Regresi (*Hosmer and Lemeshow's Goodness of Fit Test*)

Uji Hosmer dan Lemeshow digunakan untuk menguji hipotesis nol bahwa data empiris cocok atau sesuai dengan model (tidak ada perbedaan antara model dengan data sehingga model dapat dikatakan fit). Jika nilai *Statistics Hosmer and Lemeshow Goodness of Fit Test* $\leq 0,05$ maka H_0 ditolak yang berarti ada perbedaan antara model dengan data (model tidak Fit). karena model tidak dapat memprediksi nilai observasinya. Jika nilai *Statistics Hosmer and Lemeshow Goodness of Fit Test* $> 0,05$ maka H_0 tidak dapat ditolak dan berarti model mampu memprediksi nilai observasinya atau dapat dikatakan model dapat diterima karena cocok dengan data observasinya.

e. Uji Matriks Klasifikasi (*Hit Ratio*)

Uji matriks klasifikasi menunjukkan kekuatan prediksi dari model regresi untuk memprediksi kemungkinan konsumen dalam membuat keputusan pemilihan tempat pembelian.

f. Pengujian Hipotesis Penelitian

Dalam pengujian hipotesis dilakukan untuk menguji berkaitan dengan ada atau tidak nya pengaruh setiap variabel independen (Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan) dengan variabel dependen (Keputusan Pembelian). Hipotesis akan diuji dengan cara membandingkan nilai probabilitas (sig) dengan tingkat signifikansi (α). Apabila nilai signifikansi lebih besar dari α (0,05) maka dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh yang nyata dari variabel independen, jika nilai signifikansi lebih kecil dari α (0,05) maka dapat dikatakan bahwa tidak terdapat pengaruh yang nyata dari variabel independen.

g. Model Regresi yang Terbentuk

Analisis regresi logistik ditunjukkan dengan melihat pengaruh harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian buah-buahan dan sayuran.

Adapun model regresi dalam penelitian ini adalah:

$$Y = \beta_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + \dots + b_nX_n + \varepsilon$$

Keterangan :

Y = Keputusan Pembelian (Y=0, Pasar *Offline*), (Y=1, Pasar *Online*)

X1 = Harga

X2 = Kualitas Produk

X3 = Kualitas Pelayanan

B = Intersep/Konstanta

B_{1-n} = Koefisien Regresi

E = Error.

3.6.2 Analisis Perbandingan Pengeluaran Konsumen dalam Pembelian Buah dan Sayuran di Pasar *Offline* dan Pasar *Online*

Perbandingan pengeluaran konsumen dalam pembelian buah dan sayuran di pasar *Offline* dan pasar *Online* menggunakan Uji Beda Dua Sampel Bebas (*Independent Sample t-Test*). Uji Independent Sample T-Test jika diterjemahkan dalam Bahasa Indonesia maka berarti uji t sampel tidak berhubungan atau berpasangan (sampel bebas). Kata "*Independent*" sendiri memiliki arti "Bebas" yang memiliki makna tidak berhubungan atau tidak berkaitan antara dua sampel yang akan dianalisis menggunakan uji *independent sampel t-test* ini. Dengan demikian maka kita dapat merumuskan definisi umum bahwa uji *independent*

sampel t-test merupakan uji analisis statistik yang bertujuan untuk membandingkan antara dua sample yang tidak berpasangan. Dengan rumus sebagai berikut:

$$t = \frac{\bar{X}_1 - \bar{X}_2}{\sqrt{\frac{(n_1-1)S_1^2 + (n_2-1)S_2^2}{n_1+n_2-2} \left(\frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2}\right)}}$$

Keterangan :

\bar{X}_1 = Jumlah rata-rata pengeluaran konsumen di pasar *Offline* (Rupiah)

\bar{X}_2 = Jumlah rata-rata pengeluaran konsumen di pasar *Online* (Rupiah)

n_1 = Jumlah sampel konsumen yang berbelanja di pasar *Offline*

n_2 = Jumlah sampel konsumen yang berbelanja di pasar *Online*

S_1^2 = Varian pengeluaran konsumen di pasar *Offline* (Rupiah)

S_2^2 = Varian pengeluaran konsumen di pasar *Online* (Rupiah)

Dimana:

- a) Apabila nilai sig. 2-tailed $> \alpha$; maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya tidak terdapat perbedaan pengeluaran konsumen dalam pembelian buah dan sayuran di pasar *Offline* dan pasar *Online*.
- b) Apabila nilai sig. 2-tailed $< \alpha$; maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya terdapat perbedaan pengeluaran konsumen dalam pembelian buah dan sayuran di pasar *Offline* dan pasar *Online*.

3.7 Definisi dan Batasan Operasional

a. Definisi Operasional

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Variabel dibedakan menjadi

variabel dependen dan variabel independen. Variabel dependen sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia disebut variabel terikat. Variabel Independen adalah variabel ini sering disebut sebagai variabel stimulus, prediktor, antecedent. Dalam bahasa Indonesia disebut variabel bebas (Sugiyono, 2013).

Definisi operasional variabel adalah definisi yang diberikan bagi variabel dengan cara memberi arti sehingga dapat memberikan gambaran tentang bagaimana variabel tersebut dapat diukur. Adapun definisi operasional variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Pengeluaran Konsumen dalam penelitian ini adalah total seluruh pengeluaran yang dilakukan konsumen dalam pembelian buah-buahan dan sayuran yang dikeluarkan dalam satu bulan. Variabel ini diukur dalam satuan rupiah.
2. Pendapatan adalah total seluruh penghasilan keluarga (ayah dan ibu) yang diperoleh dari hasil kerja selama satu bulan untuk memenuhi kehidupan secara langsung maupun tidak langsung. Variabel ini diukur dengan satuan rupiah.
3. Harga merupakan persepsi dari konsumen terhadap keterjangkauan harga produk yang ditawarkan.
4. Kualitas produk merupakan persepsi dari konsumen terhadap produk yang ditawarkan secara fisik.
5. Kualitas pelayanan merupakan persepsi dari konsumen mengenai layanan yang diberikan oleh penjual.

6. Keputusan Pembelian adalah keputusan pada konsumen dalam membeli buah-buahan dan sayur di pasar *offline* dan pasar *online*.
7. Pasar *Offline* (Tradisional) adalah tempat bertemunya penjual dan pembeli yang umumnya didirikan oleh pemerintah dan ditandai dengan adanya transaksi penjual dan pembeli secara langsung yang memungkinkan adanya proses tawar menawar, serta bangunan biasanya terdiri dari kios-kios atau gerai, los dan dasaran terbuka yang dibuka oleh penjual maupun suatu pengelola pasar.
8. Pasar *Online* adalah suatu sarana atau sebuah toko/pasar sebagai tempat untuk menawarkan/menjual barang ataupun jasa lewat dunia maya atau internet
9. Buah dan Sayuran merupakan sumber serat pangan yang sangat mudah ditemukan dalam bahan makanan.

Variabel yang digunakan dalam mengidentifikasi faktor-faktor pada konsumen dalam memilih belanja buah dan sayuran di pasar *Offline* (tradisional) dan pasar *Online* di Kecamatan Medan Petisah Kota Medan yaitu harga, kualitas produk, kualitas pelayanan dan keputusan memilih tempat berbelanja. Pengembangan item kuesioner yang disajikan pada Tabel 4.

Tabel 4. Pengembangan Item Kuesioner

| No. | Variabel | Indikator | Item Pertanyaan |
|-----|--------------------|--|---|
| 1 | Harga | 1. Keterjangkauan harga 2. Kesesuaian harga dengan mutu produk 3. Daya saing harga | 1. Harga produk yang dijual terjangkau. 2. Mutu produk yang dijual tidak sesuai dengan harga yang ditawarkan. 3. Harga produk dari tempat ini lebih terjangkau daripada kompetitornya. 4. Potongan harga (<i>discount</i>) yang diberikan memuaskan. |
| 2 | Kualitas Produk | 1. Kualitas produk. 2. Variasi produk 3. Kepuasan. | 1. Produk yang dijual memiliki daya tahan yang lama. 2. Produk yang ditawarkan bervariasi. 3. Tampilan dari produk yang dijual terlihat segar. 4. Kondisi produk yang ditawarkan dalam keadaan bersih. |
| 3 | Kualitas Pelayanan | 1. Pelayanan atas produk yang dijual. 2. Pelayanan yang diberikan kepada konsumen. | 1. Pelayanan produk yang diberikan di pasar dengan cepat dan tanggap. 2. Penjual produk memberikan pelayanan dengan sopan. 3. Penjual mampu menjawab pertanyaan-pertanyaan terkait produk yang dijual. 4. Penjual memberikan informasi mengenai produk kepada saya dengan lengkap. |

Sumber: Data diolah penulis

b. Batasan Operasional

1. Penelitian dilakukan di pasar *offline* dan pasar *online* yang berada di Kecamatan Medan Petisah Kota Medan.

2. Pasar *offline* yang dijadikan tempat penelitian yaitu pasar petisah dan pasar meranti. Sedangkan pasar *online* yang dijadikan tempat penelitian yaitu brastagi supermarket dan transmart medanfair.
3. Kriteria sampel yang digunakan yaitu Ibu Rumah Tangga dan berdomisili di Kecamatan Medan Petisah Kota Medan.
4. Sampel sebanyak 100 responden dengan masing-masing sebanyak 50 responden di pasar *offline* yang dipilih menggunakan teknik *accidental sampling* dan 50 responden di pasar *online* dipilih menggunakan teknik *snowball sampling*.
5. Pendapatan keluarga berasal dari total penghasilan ayah dan ibu selama satu bulan.
6. Buah dan sayuran yang dibeli oleh konsumen guna dikonsumsi sehari-hari.

VI. PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai analisis perbandingan pengeluaran konsumen dalam pembelian buah-buahan dan sayuran di Pasar *Offline* dan Pasar *Online* Kecamatan Medan Petisah Kota Medan dapat disimpulkan bahwa:

1. Faktor-faktor pada konsumen dalam membeli buah-buahan dan sayuran di pasar *Offline* dan pasar *Online* di Kecamatan Medan Petisah Kota Medan adalah harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan. Dari ketiga faktor tersebut, faktor-faktor yang signifikan mempengaruhi keputusan pada konsumen dalam membeli buah-buahan dan sayuran di pasar *Offline* dan pasar *Online* di Kecamatan Medan Petisah Kota Medan adalah faktor harga dan kualitas produk.
2. Pada penelitian ini diperoleh adanya perbandingan pengeluaran konsumen dalam pembelian buah-buahan dan sayuran di pasar *Offline* dan pasar *Online* di Kecamatan Medan Petisah Kota Medan dengan jumlah rata-rata pengeluaran konsumen di pasar *Offline* dalam waktu satu bulan yaitu sebesar Rp1.060.370, sementara untuk rata-rata pengeluaran konsumen di pasar *Online* dalam waktu satu bulan yaitu sebesar Rp 1.436.725. Dengan hal yang melatarbelakangi konsumen berbelanja di pasar *offline* yaitu karena jarak yang dekat dari rumah ke pasar sedangkan alasan konsumen yang melakukan belanja *online* sebagian besar dikarenakan akan menghemat waktu. Pengeluaran konsumen yang melakukan pembelian buah-buahan dan sayuran di pasar *Offline* lebih rendah daripada pengeluaran konsumen yang melakukan pembelian buah-buahan dan sayuran di pasar *Online* yang

dimana disebabkan oleh harga buah-buahan dan sayuran yang ditawarkan berbeda dan besarnya biaya pendukung lainnya yang dikeluarkan oleh konsumen tentu saja berbeda pada kedua pasar serta biaya transportasi maupun biaya pengiriman.

6.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dikemukakan, peneliti dapat memberikan beberapa saran yaitu:

1. Pedagang di pasar *offline* (tradisional) diharapkan tetap menjaga kesan kesederhanaan pasar tradisional, adanya tawar menawar, keramahan yang telah menjadi ciri khas dimiliki.
2. Pemerintah Kota Medan terutama PUD Pasar diharapkan adanya pembinaan dan pengawasan kepada pedagang pasar *offline* (tradisional) dalam menjaga kualitas produk dan kualitas pelayanan yang diberikan, serta harga buah dan sayur yang ditetapkan dapat bersaing dengan pasar *online* (modern).
3. Petani diharapkan mampu meningkatkan sistem pemasaran guna mempersingkat saluran pemasaran sehingga petani akan menjadi penentu harga (*price maker*) dalam pemasaran hasil pertaniannya dan dapat menentukan sendiri harga di tingkat konsumennya dan memperkecil margin pemasaran.
4. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat mengembangkan model penelitian mengenai pengeluaran pada konsumen yang berbelanja di pasar *Offline* dan *Online* serta faktor-faktor pada konsumen dalam memilih tempat pembelian buah-buahan dan sayuran berdasarkan faktor pribadi, psikologis, budaya maupun sosial.

DAFTAR PUSTAKA

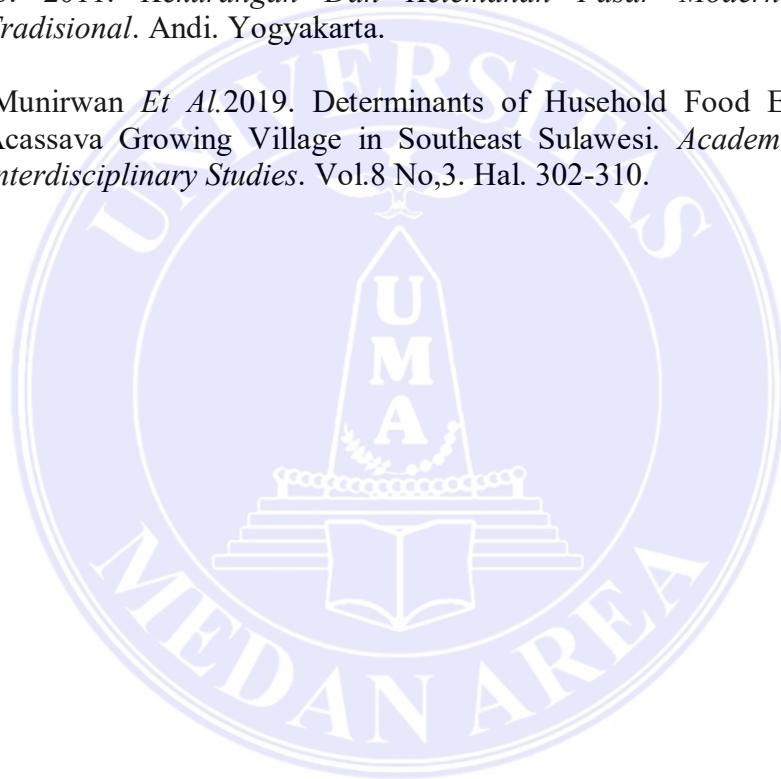
- Adrianto, Idris. 2014. Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Jenis Mpv Merek Toyota Kijang Innova Di Semarang. *Diponegoro Journal Of Management*. Volume 2, Nomor 3, Tahun 2013, Halaman 1-10.
- Afdal, Muhammad. 2014. Pengaruh Harga dan Pelayanan terhadap Keputusan Konsumen Berbelanja Buah-Buahan (Studi Kasus pada Giant Supermarket Alauddin Makassar). *Skripsi*. Makassar: Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Alfian D, Muh. 2016. Analisis Perbandingan Pola Konsumsi Pangan dan Non Pangan Rumah Tangga Kaya dan Miskin di Kota Makassar. *Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam*. Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.
- Anggita, R., & Ali, H. 2017. The influence of product quality, service quality and price to purchase decision of SGM bunda milk (Study on PT. Sarihusada Generasi Mahardika Region Jakarta, South Tangerang District). *A Multidisciplinary Journal*, 3(6), 261-272.
- Annisa, A Nurainun. 2017. Keputusan Tempat Pembelian Konsumen Terhadap Bahan Pokok Di Kota Makassar (Studi Kasus Kelurahan Daya, Kecamatan Biringkanayya). *Skripsi*. Universitas Hasanuddin.
- Arikunto. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta : PT. Rineka Cipta.
- Aryani, Dwinita. 2011. Efek Pendapatan Pedagang Tradisional dari Ramainya Kemunculan Minimarket di Kota Malang. *Jurnal Dinamika Manajemen*. Vol., No.2, Hal.169-180.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. 2020. *Hasil Survei Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia 2019-2020*. Jakarta: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia.
- Badan Pusat Statistika. 2017. *Pengeluaran Konsumsi Rumah Tangga*. Indonesia: Badan Pusat Statistika.
- Badan Pusat Statistika. 2019. *Jumlah Rumah Tangga menurut Kecamatan di Kota Medan pada Tahun 2019*. Medan: Badan Pusat Statistika.
- Badan Pusat Statistika. 2020. *Total Produksi Buah-buahan dan Sayuran di Sumatera Utara*. Sumatera Utara: Badan Pusat Statistika.
- Badan Pusat Statistika. 2021. *Rata-rata Pengeluaran per Kapita Makanan dan Bukan Makanan dalam Sebulan*. Sumatera Utara: Badan Pusat Statistika.

- Bulsara, H. P., & Trivedi, K. G. 2016. An Exploratory study of factors related to Consumer Behaviour towards purchase of Fruits and Vegetables from different Retail Formats. *Journal of Research in Marketing*, 6(1), 397-406.
- Christine, E. 2016. Pengaruh Gaya Hidup dan Demografi terhadap Preferensi Belanja Konsumen di Pasar Beringharjo. *Doctoral Dissertation*. Universitas Atma Jaya.
- Dasipah, Euis, dkk. 2010. Analisis Perilaku Konsumen dalam Pembelian Produk Sayuran di Pasar Modern Kota Bekasi. *Jurnal Agribisnis dan Pengembangan Wilayah*. Vol. 2, No. 2 Juli 2010.
- Dwi cahya, Agus, dkk. 2021. Pengaruh kualitas pelayanan dan harga keputusan pembelian (Studi Kasus Roti Bakar97). *Jurnal pendidikan ekonomi dan kewirausahaan (JPEK)*. Vol.5 No.1 Juni 2021, Hal.175-183.
- Firmansyah, A. 2018. *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta: Deepublish.
- Fayakun, Citra dan Setyowati, Endang. 2018. Pengaruh Kualitas Produk, persepsi harga, dan citra merek terhadap keputusan konsumen dalam pembelian sepatu converse (studi kasus pada mahasiswa di Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya). *Jurnal Ekonomi Manajemen (JEM17)*. Vol.3 No.1 Mei 2018 Hal 95-120.
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.
- Gunarsih, Cindy Magdalena. *Et Al*. 2021. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang. *Productivity*, Vol.2 No.1. Universitas Sam Ratulangi.
- Gusrita, Desy & Rahmidani, Rose. 2018. Pengaruh Marketing Mix dan Lingkungan Sosial Terhadap Keputusan Pembelian *Online* Pakaian Wanita di Kota Padang. *EcoGen*. Vol. 1 No.4 5 Desember 2018.
- Halim, Muh Abdul. 2018. *Teori Ekonomi Mikro*. Edisi 3. .hlm 84. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Hanifah, N., & Rahadi, D, R. 2020. Analisis Perilaku Konsumen dalam Memutuskan Pembelian secara *Online* pada Masa Pandemi Covid-19. *SULTANIST: Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 8(2), 112-122.
- Hardiansyah. 2011. *Kualitas Pelayanan Publik*. Yogyakarta: Gava Media.

- Hasanah, Uswatun., dkk. 2020. Disparitas Pendapatan Antar Kecamatan di Kota Medan. *Jurnal Kajian Ekonomi dan Kebijakan Publik*. Vol.5 No.1. Universitas Pembangunan Panca Budi: JEpa.
- Kotler Philip dan Kevin L. Keller, 2012. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 14, Global Edition. Pearson Prentice Hall.
- Kotler Philip dan Kevin L. Keller. 2016. *Marketing Management*. Edisi ke 15. Penerbit Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Amstrong, gary. 2016. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. *Jilid 1*. Erlangga.
- Kristanto, Jajat. 2011. *Manajemen Pemasaran Internasional: Sebuah Pendekatan Strategi*. Gelora Aksara Pratama.
- Kurniawan, Mayang. 2016. Analisis Perbandingan Perilaku Konsumen yang Berbelanja Bahan Makanan Harian di Pasar Modern dan Pasar Tradisional (Studi Kasus : Pasar Modern Hypermart dan Pasar Tradisional Tavip Binjai). *Skripsi*. Universitas Medan Area.
- Lalwani, D.2016. *Young Consumers Online and Offline Channel Purchase Behavior. Master Degree Thesis International Business Management- A Nordic Focus*.
- Lestari, SA. 2017. *Analisis Faktor-faktor yang Memengaruhi Keputusan Belanja Online: PVT Model*. Skripsi. Universitas Gadjah Mada. Yogyakarta
- Malik, Muhammad Ehsan., Ghafoor, Muhammad Mudasar., Iqbal, Hafiz Kashif. 2012. "Impact of Brand Image, Service Quality and price on customer satisfaction in Pakistan Telecommunication sector". *International Journal of Business and Social Science*, Vol. 3 No. 23, December 2012, 123-129.
- Moleong, Lexy J. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Munandar, I. A, 2014. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumsi Rumah Tangga Nelayan Di Kecamatan Banda Sakti Kota Lhokseumawe*. Skripsi. Universitas Syiah Kuala Banda Aceh.
- Nusarika, Luh Alviolita Kusuma dan Ni Made Purnami. 2015. "Pengaruh Persepsi Harga, Kepercayaan, dan Orientasi Belanja terhadap Niat Beli secara Online (studi pada produk Fashion Online di Kota Denpasar)". *E-jurnal Manajemen Unud*. Vol 4 No 8. Hal. 2380-2406.
- Owusu, Alfred. 2013. "Influences of Price And Quality On Consumer Purchase Of Mobile Phone In The Kumasi Metropolis In Ghana A Comparative

- Study". *European Journal of Business and Management*, Vol.5, No.1, 2013, 179-199.
- Polla, F. C., Mananeke, L., & Taroreh, R. N. (2018). Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Indomaret Manado Unit Jalan Sea. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(4), 3068–3077.
- Prasetyo, E. 2011. *Fundamental Ekonomi*. Yogyakarta: Back Offset.
- Priansa, Donni Juni. 2017. *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Edisi 1. Bandung:Alfabeta.
- Putranto, Agung Tri dan Qiyanto, Aris. 2020. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Transaksi Epulsa (Studi Kasus Di Indomaret Sudirman Tangerang). *Jurnal Disrupsi Bisnis*, Vol. 3, No. 2, Juli 2020. pp. 1 - 11.
- Rosyidi, Suherma.2011. *Pengantar Teori Ekonomi*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- Santoso, A. 2011. Serat Pangan (*Dietary Fiber*) Dan Manfaatnya Bagi Kesehatan. *Skripsi*. Unwidha Klaten.
- Sari, Chaca Andira. 2015. Perilaku Berbelanja *Online* di Kalangan Mahasiswa Antropologi di Universitas Airlangga. *Jurnal Antro Unair*:Vol.4 No.2.
- Sartika Sari, Ayu., Yulian & Agustian. 2021. Analisis Keputusan Konsumen dalam Pembelian Buah di Pasar Modern secara *Online* dan *Offline* pada Masa Pandemi COVID-19 di Kota Palembang. *Jurnal Agribisnis dan Pembangunan Pertanian (AGRIPTA)*. Vol. 16 No.1 hal.115-130. Universitas Sriwijaya.
- Schiffman, L., Kanuk, & Wisenblit, J. 2010. *Consumer behavior. 10th edition*. Pearson Prentice Hall.
- Silviana, Mellya. 2013. “Pengaruh Produk, Harga, Promosi, dan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Ice Cream Walls Pada Siswa SMP dan SMA di Kota Padang”. *Jurnal FE UNP*.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Bandung : Cv.Alfabeta.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Bandung : Cv.Alfabeta. Edisi 26.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. 2012. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta. Penerbit Andi.

- Utami, Jana Putri. 2017. *Pengeluaran Konsumsi Pangan dan Non Pangan Rumah Tangga di Kota Medan dan Faktor yang Mempengaruhinya*. Tesis Program Studi Magister Bisnis Fakultas Pertanian Universitas Sumatera Utara, Medan.
- Utomo, Danang Pudji & Imroatul Khasanah. 2018. Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Lokasi Pelanggan, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian, Vol 7 No 4, Semarang : Universitas Diponegoro.
- Wibowo, Sukarno dan Dedisupriadi. 2013. *Ekonomi Mikro Islam*. Bandung:CV. Pustaka Setia.
- Yamato. 2011. *Kekurangan Dan Kelemahan Pasar Modern Dan Pasar Tradisional*. Andi. Yogyakarta.
- Zani, Munirwan *Et Al.*2019. Determinants of Husehold Food Expenditure in Acassava Growing Village in Southeast Sulawesi. *Academic Journal Of Interdisciplinary Studies*. Vol.8 No,3. Hal. 302-310.



LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner *Offline*

KUESIONER PENELITIAN ANALISIS PERBANDINGAN PENGELUARAN KONSUMEN DALAM PEMBELIAN BUAH DAN SAYUR DI PASAR *OFFLINE* DAN PASAR *ONLINE* DI KECAMATAN MEDAN PETISAH KOTA MEDAN

No. Kuesioner:

Tanggal :

I. Pengantar

Sebelumnya saya sampaikan terima kasih atas ketersediaan ibu untuk menjadi responden dalam penelitian ini. Daftar pertanyaan ini dibuat dengan maksud mengumpulkan data dan informasi dalam penyusunan skripsi yang berjudul Analisis Perbandingan Pengeluaran Konsumen Dalam Pembelian Buah Dan Sayur di Pasar *Offline* dan Pasar *Online* di Kecamatan Medan Petisah Kota Medan.

Petunjuk Pengisian:

1. Isilah identitas Anda secara lengkap
2. Baca pertanyaan dengan cermat lalu isi sesuai dengan keadaan Anda sebenarnya.

II. Identitas Responden di Pasar Tradisional

1. Nama :
2. Alamat :
3. Usia :
4. Tingkat Pendidikan :
 - SMP
 - SMA
 - Sarjana
 - Magister
5. Pendapatan :Rp/ Bulan
6. Jumlah Tanggungan dalam Keluarga :.....
7. Berapa rata-rata pengeluaran konsumsi sayuran dan buah-buahan dalam satu bulan :
Rp.....

III. Item Pernyataan

Berilah tanda (√) untuk mengisi jawaban yang anda inginkan pada kolom dibawah ini.

| No | Pernyataan | STS | TS | N | S | SS |
|----------------------------------|---|-----|----|---|---|----|
| • HARGA (X1) | | | | | | |
| 1 | Harga produk yang dijual terjangkau | | | | | |
| 2 | Harga yang ditawarkan sesuai dengan mutu produk | | | | | |
| 3 | Harga produk dari tempat ini lebih terjangkau daripada kompetitornya | | | | | |
| 4 | Potongan harga (<i>discount</i>) yang diberikan memuaskan. | | | | | |
| • KUALITAS PRODUK (X2) | | | | | | |
| 1 | Produk yang dijual memiliki daya tahan lama | | | | | |
| 2 | Produk yang ditawarkan memiliki banyak variasi. | | | | | |
| 3 | Tampilan dari produk yang dijual terlihat segar. | | | | | |
| 4 | Kondisi produk yang ditawarkan dalam keadaan bersih | | | | | |
| • KUALITAS PELAYANAN (X3) | | | | | | |
| 1 | Pelayanan produk yang diberikan di pasar merespon saya dengan cepat dan tanggap. | | | | | |
| 2 | Penjual produk memberikan pelayanan dengan sopan. | | | | | |
| 3 | Penjual mampu menjawab pertanyaan-pertanyaan yang saya ajukan terkait produk yang dijual. | | | | | |
| 4 | Penjual memberikan informasi mengenai produk kepada saya dengan lengkap. | | | | | |

IV. Daftar Pertanyaan

1. Apakah anda mengonsumsi buah dan sayuran?

- Ya Tidak

2. Manakah pusat perbelanjaan yang anda tuju dalam pembelian buah dan sayuran?

- Pasar Meranti Pasar Petisah

3. Berapa kali anda berbelanja buah dan sayuran dalam satu bulan?

- Satu Kali Tiga Kali
 Dua Kali Empat Kali

4. Berapa jarak tempuh dari rumah Anda ke Pasar tradisional?

- 3 Km 7 Km
 5 Km 9 Km

Lainnya, Sebutkan:.....Km

5. Jenis transportasi apa yang anda gunakan?

- Kendaraan Pribadi Transportasi Umum

Sebutkan:.....

6. Berapa biaya transportasi yang anda keluarkan saat pergi berbelanja?

.....

7. Alasan anda membeli sayuran dan buah-buahan di pasar tradisional?

.....

8. Pengeluaran Konsumen dalam Pembelian Buah dalam satu bulan

| No. | Jenis Buah | Jumlah Pembelian (Kg) | Harga Pembelian (Rupiah) | Total Pembelian (Rupiah) |
|-----|------------|-----------------------|--------------------------|--------------------------|
| 1 | Jeruk | | | |
| 2 | Pisang | | | |
| 3 | Apel | | | |
| 4 | Pepaya | | | |
| 5 | Mangga | | | |
| 6 | Semangka | | | |
| 7 | Alpukat | | | |
| 8 | Pir | | | |
| 9 | Buah Naga | | | |
| 10 | Anggur | | | |

9. Pengeluaran Konsumen dalam Pembelian Sayuran dalam satu bulan

| No. | Jenis Sayuran | Jumlah Pembelian (Kg) | Harga Pembelian (Rupiah) | Total Pembelian (Rupiah) |
|-----|----------------|-----------------------|--------------------------|--------------------------|
| 1 | Brokoli | | | |
| 2 | Bayam | | | |
| 3 | Sawi | | | |
| 4 | Terong ungu | | | |
| 5 | Cabai | | | |
| 6 | Kentang | | | |
| 7 | Wortel | | | |
| 8 | Kacang panjang | | | |
| 9 | Bawang | | | |
| 10 | Tomat | | | |

Lampiran 2. Kuesioner Online

**KUESIONER PENELITIAN:
ANALISIS PERBANDINGAN
PENGELUARAN KONSUMEN
DALAM PEMBELIAN BUAH DAN
SAYUR DI PASAR OFFLINE DAN
PASAR ONLINE DI KECAMATAN
MEDAN PETISAH KOTA MEDAN**

Responden yang Terhormat,

Saya mahasiswa Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Medan Area mengharapkan kesediaan Ibu sebagai responden untuk mengisi kuesioner ini. Kuesioner ini adalah alat pengambilan data dalam penyusunan skripsi saya yang berjudul " **Analisis Perbandingan Pengeluaran Konsumen dalam Pembelian Buah dan Sayur di Pasar Offline dan Pasar Online di Kecamatan Medan Petisah Kota Medan**".

Saya sangat mengharapkan partisipasi anda dengan mengisi kuesioner penelitian ini serta memberikan jawaban atas pertanyaan-pertanyaan yang diajukan. Informasi yang seadanya Anda berikan sangat membantu kelancaran dalam penelitian ini. Peneliti akan menjaga kerahasiaan identitas Anda. Atas perhatian dan kesediaan partisipasi saudara untuk mengisi kuesioner ini, saya ucapkan **terima kasih** kesediaan partisipasi saudara untuk mengisi kuesioner ini, saya ucapkan terima kasih.

Peneliti,

Nabila Salma Ivana Putri

nabibasalmivanaputri@gmail.com Ganti email

* Menunjukkan pertanyaan yang wajib diisi

Email *

Rincikan alamat email sebagai email yang diartikan dengan respon saya

Pertanyaan Penyaring (Screening Question)

Apakah Anda seorang Ibu Rumah Tangga? *

Ya
 Tidak

Pernahkah Anda membeli buah-buahan dan sayuran melalui online? *

Ya
 Tidak

Jika jawaban Anda YA, Anda dapat melanjutkan untuk mengisi kuesioner ini. Namun jika terdapat jawaban TIDAK, pengisian kuesioner cukup sampai disini. Terima kasih.

Berikutnya Halaman 1 dari 4

**KUESIONER PENELITIAN:
ANALISIS PERBANDINGAN
PENGELUARAN KONSUMEN
DALAM PEMBELIAN BUAH DAN
SAYUR DI PASAR OFFLINE DAN
PASAR ONLINE DI KECAMATAN
MEDAN PETISAH KOTA MEDAN**

nabibasalmivanaputri@gmail.com Ganti akun

Alamat email Anda akan direkam saat formulir ini dikirimkan

* Menunjukkan pertanyaan yang wajib diisi

IDENTITAS RESPONDEN

Nama *

Jawaban Anda

Alamat *

Sesatukan Anda

Uusia *

Jawaban Anda

Tingkat Pendidikan *

SMP
 SMA
 Sarjana
 Magister

Pendapatan Per Bulan *

Jawaban Anda

Jumlah Tanggungan dalam Keluarga *

Jawaban Anda

Rata-rata Pengeluaran Konsumsi sayuran dan buah-buahan dalam satu bulan *

Jawaban Anda

Kembali Berikutnya Halaman 2 dari 4

Kembangkan formulir

Jangan pernah mengirimkan sandi melalui Google Formulir.

Konten ini tidak dibuat atau didukung oleh Google. [Laporkan Penyalahgunaan](#) - [Persyaratan Layanan](#) - [Kebijakan Privasi](#)

Google Formulir

**KUESIONER PENELITIAN:
ANALISIS PERBANDINGAN
PENGLUARAN KONSUMEN
DALAM PEMBELIAN BUAH DAN
SAYUR DI PASAR OFFLINE DAN
PASAR ONLINE DI KECAMATAN
MEDAN PETISAH KOTA MEDAN**

Alamat email Anda akan direkam saat formulir ini dikirimkan

* Menunjukkan pertanyaan yang wajib diisi

DAFTAR PERNYATAAN

Berilah tanda (✓) untuk mengisi jawaban yang anda inginkan pada kolom dibawah ini.

Keterangan:
STS : Sangat Tidak Setuju
TS : Tidak Setuju
N : Netral
S : Setuju
SS : Sangat Setuju

| HARGA (X1) | STS | TS | N | S | SS |
|---|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Harga produk yang dijual terjangkau | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Harga yang ditawarkan sesuai dengan harga produk | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Harga produk dari tempat ini lebih terjangkau daripada kompetitor | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Pembagian harga (diskon) yang diberikan memuaskan | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

| Kualitas Produk (X2) | STS | TS | N | S | SS |
|--|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Produk yang dijual memiliki daya tahan lama | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Produk yang ditawarkan memiliki banyak variasi | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Tampilan dan produk yang dijual terlihat segar | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Kondisi produk yang ditawarkan dalam k | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

| Kualitas Pelayanan (X3) | STS | TS | N | S | SS |
|--|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Pelayanan produk yang diberikan di pasar merespon anda dengan cepat dan langgah | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Pegawai produk memberikan pelayanan dengan sopan | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Pegawai mampu menjawab pertanyaan-pertanyaan yang anda ajukan terkait produk yang dijual | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Pegawai memberikan informasi mengenai produk kepada anda dengan lengkap | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

**KUESIONER PENELITIAN:
ANALISIS PERBANDINGAN
PENGLUARAN KONSUMEN
DALAM PEMBELIAN BUAH DAN
SAYUR DI PASAR OFFLINE DAN
PASAR ONLINE DI KECAMATAN
MEDAN PETISAH KOTA MEDAN**

Alamat email Anda akan direkam saat formulir ini dikirimkan

* Menunjukkan pertanyaan yang wajib diisi

DAFTAR PERTANYAAN

Apakah Anda mengonsumsi buah dan sayuran? *

Ya
 Tidak

Manakah pusat pembelian yang anda tuju dalam pembelian buah dan sayuran? *

Transmart Medan Fair
 Baskop Supermarket

Berapa kali Anda melakukan pembelian buah dan sayuran secara online dalam satu bulan? *

Satu Kali
 Dua Kali
 Tiga Kali
 Empat Kali

Platform apa yang Anda gunakan dalam berbelanja buah dan sayuran secara online? *

Shopee
 Tokopedia
 Lazada

Apakah ada fitur pengiriman saat anda melakukan pembelian buah dan sayuran secara online? *

Ya
 Tidak

Berapa biaya pengiriman yang Anda tanggung? *

Jawaban Anda

Berapa biaya kuota internet yang anda gunakan dalam satu bulan? *

Jawaban Anda

Apakah anda membeli sayuran dan buah-buahan melalui online? *

Jawaban Anda

Sebutkan jenis buah yang Anda konsumsi! *

Jarak
 Pisang
 Apel
 Pepaya
 Mangga
 Semangka
 Alpukat
 Pir
 Buah naga
 Anggur

Berapa banyak jumlah buah yang Anda beli dalam sebulan? *
*Silah dengan satuan Kg dan sesuai dengan jenis buah pilih Anda sebutkan

Jawaban Anda

Berapa harga buah yang Anda beli melalui online? *
*Silah dengan satuan Kg dan sesuai dengan jenis buah pilih Anda sebutkan

Jawaban Anda

Sebutkan jenis sayuran yang Anda konsumsi! *

Brokoli
 Bayam
 Buncis
 Terong ungu
 Cabai
 Kacang
 Wortel
 Kangkung
 Bawang
 Tomat

Berapa banyak jumlah sayuran yang Anda beli dalam sebulan? *
*Silah dengan satuan Kg dan sesuai dengan jenis sayuran pilih Anda sebutkan

Jawaban Anda

Berapa harga sayuran yang Anda beli melalui online? *
*Silah dengan satuan dan sesuai dengan jenis sayuran pilih Anda sebutkan

Jawaban Anda

Kembali

Jangan pernah mengirimkan sandi melalui Google Formulir.

Konten ini tidak dibuat atau didukung oleh Google. Lihatlah Kebijakan Privasi, Beryataan Layanan, Kebijakan Etika

Google Formulir

Lampiran 3. Tabulasi Data Kuesioner

Tabulasi Identitas Responden

| No | NAMA | ALAMAT | USIA | PENDIDIKAN TERAKHIR |
|----|----------------|------------------------------|------|---------------------|
| 1 | Lela | Jl. Bima Sakti | 43 | SMA |
| 2 | Fahrida | jl. Sekip | 34 | SARJANA |
| 3 | Ayu Ningsih | Jl. Mesjid | 35 | SARJANA |
| 4 | Arnida | Jl. Sultan Agung | 37 | SARJANA |
| 5 | Anggi Syah | Jl. Gelas | 33 | SARJANA |
| 6 | Putri Ayu | Jl. Sekip | 32 | SARJANA |
| 7 | Ade Risna | Jl. Sewindu Gg. Dame | 32 | SARJANA |
| 8 | Widia Sari | Jl. Sultan Agung | 34 | SMA |
| 9 | Erni Asih | Jl. Karya Bakti Gg. Sekata | 40 | SMA |
| 10 | Wati | Jl. Sejahtera Gg. Damai | 52 | SARJANA |
| 11 | Sucitra | Jl. Karya Bakti | 30 | SMA |
| 12 | Nisa Ramadhani | Jl. Titi Papan Gg. Persatuan | 32 | MAGISTER |
| 13 | Yuni | Jl. Rumbia | 30 | SARJANA |
| 14 | Isna Putri | Jl. Mesjid | 30 | SMA |
| 15 | Yanti | Jl. Kertas Gg. Pinang | 32 | SMA |
| 16 | Juriah | Jl. Sultan Agung | 38 | SARJANA |
| 17 | Larasati | Jl. Sekip Gg. Patimura | 36 | SMA |
| 18 | Nuri Wati | Jl. Bakau | 47 | SARJANA |
| 19 | Retno Wulan | Jl. Moh Idris Gg. Berdikari | 47 | SMA |
| 20 | Fitri | Jl. Pasundan | 37 | SMA |
| 21 | Inem | Jl. Notes | 32 | SARJANA |
| 22 | Fatimah | Jl. Sederhana | 46 | SARJANA |
| 23 | Jariyah | Jl. Jangka Gg. Atmo | 40 | SMA |
| 24 | Widuri | Jl. Jangka Gg. Sehat | 43 | SARJANA |
| 25 | Nikma | Jl. Sultan Agung | 50 | SMA |
| 26 | Nia Kirana | Jl. Sosial Gg. Gereja | 40 | SMA |
| 27 | Maysarah | Jl. Batu Tulis | 29 | SARJANA |
| 28 | Sarah | Jl. Sei Serapuh | 30 | SARJANA |
| 29 | Siti | Jl. Sekip | 31 | SMA |
| 30 | Tuti Nurlela | Jl. Sekip | 44 | SMA |
| 31 | Dila | Jl. Sewindu Gg. Dame | 33 | SARJANA |
| 32 | Marina | Jl. Sultan Agung | 35 | SARJANA |
| 33 | Eka Tirta | Jl. Karya Bakti Gg. Sekata | 33 | SMA |
| 34 | Nurmala | Jl. Sejahtera Gg. Damai | 36 | SARJANA |
| 35 | Henny | Jl. Agenda | 37 | SMA |
| 36 | Wiwid | Jl. Titi Papan Gg. Persatuan | 39 | SMA |
| 37 | Yanti | Jl. Rumbia | 40 | SARJANA |
| 38 | Jumiarti | Jl. Sei Serapuh | 42 | SMP |
| 39 | Mariati | Jl. Rejeki | 43 | SMA |
| 40 | Santi | Jl. Buku | 49 | SMP |

| No | NAMA | ALAMAT | USIA | PENDIDIKAN TERAKHIR |
|----|-------------------|---------------------------------|------|---------------------|
| 41 | Halima | Jl. Pabrik Tenun Gg. Subur | 28 | SARJANA |
| 42 | Dian Hamdani | Jl. Punak | 48 | SMA |
| 43 | Ilaya | Jl. Pasundan Gg. Sukses | 37 | SMA |
| 44 | Idah | Jl. Pasundan Gg. Becak | 35 | SARJANA |
| 45 | Sukma Wati | Jl. Sekip Gg. Patimura | 48 | SARJANA |
| 46 | Susi | Jl. Bakau | 32 | SMA |
| 47 | Susmiati | Jl. Moh Idris Gg. Berdikari | 44 | SARJANA |
| 48 | Indah Juli | Jl. Pasundan | 41 | SMA |
| 49 | Mutia | Jl. Mojopahit Dalam | 37 | SARJANA |
| 50 | Mila | Jl. Buku | 37 | MAGISTER |
| 51 | Jelita Nainggolan | Jl. Surau | 41 | SARJANA |
| 52 | Desma Erica | Jl. Agenda Gg. Sekolah | 40 | MAGISTER |
| 53 | Imelda | Jl. Sampul Gg. Penjalin | 33 | SMA |
| 54 | Astuti | Jl. Mistar | 36 | SMA |
| 55 | Rahma | Jl. Jangka Gg. Johar | 33 | SARJANA |
| 56 | Desi br. Saragih | Jl. Titi Papan Gg. Persatuan | 26 | SARJANA |
| 57 | Selly | Jl. Sejahtera | 28 | SARJANA |
| 58 | Ovy Rangkuti | Jl. Adil Gg. Rukun | 29 | SARJANA |
| 59 | Salsa | Jl. Kapten Muslim | 32 | MAGISTER |
| 60 | Bella Rizky | Jl. Kapten Muslim Gg. Saudara | 35 | MAGISTER |
| 61 | Jesi Indriana | Jl. Wijaya Kusuma Gg. Cempaka 2 | 36 | SMA |
| 62 | Lindayani | Jl. Harmonika | 46 | SMA |
| 63 | Kim Hoa | Jl. Bunga Ester | 42 | SARJANA |
| 64 | Muti Nur | Jl. Sei Bahorok | 29 | SMA |
| 65 | Nur Cahya | Jl. Rejeki | 26 | SARJANA |
| 66 | Aya Puspita | Jl. Bakau | 36 | SMA |
| 67 | Suri Ramadhani | Jl. Sei Bahorok | 37 | SMA |
| 68 | Devi Priska | Jl. Darussalam Gg. Selamat | 38 | SMA |
| 69 | Delia | Jl. Istiqomah Gg. Prbadi | 38 | SMP |
| 70 | Afifah | Jl. Brastagi | 31 | MAGISTER |
| 71 | Teti | Jl. Mistar Gg. Buntu 2 | 27 | SMA |
| 72 | Tyra | Jl. Kertas Gg. Mangga | 27 | SARJANA |
| 73 | Ayu Novrianti | Jl. Batu Tulis | 32 | SARJANA |
| 74 | Okta Septiani | Jl. Sei Bahorok | 36 | SARJANA |
| 75 | Dewi | Jl. Karya Dharma | 35 | MAGISTER |
| 76 | Ananda | Jl. Sei Asahan | 36 | SMA |
| 77 | Nurul Maulia | Jl. Periuk | 37 | SMA |
| 78 | Annisa | Jl. Tualang | 38 | SMA |
| 79 | Nely Aprilianti | Jl. Damar Gg. Patimura | 40 | SMA |
| 80 | Selly Teresia | Jl. Sultan Agung | 32 | SARJANA |

| No | NAMA | ALAMAT | USIA | PENDIDIKAN TERAKHIR |
|-----|-----------------|------------------------------|------|---------------------|
| 81 | Yeni | Jl. Karya Bakti Gg. Sekata | 42 | SMA |
| 82 | Liza Damayanti | Jl. Sejahtera Gg. Damai | 31 | SMP |
| 83 | Vivi | Jl. Damar Gg. Patimura | 27 | SARJANA |
| 84 | Miza | Jl. Titi Papan Gg. Persatuan | 29 | MAGISTER |
| 85 | Sabrina | Jl. A.Rivai | 30 | MAGISTER |
| 86 | Jemima | Jl. Linggar Jati | 40 | MAGISTER |
| 87 | Dini Latifa | Jl. H Misbah 2 | 39 | SARJANA |
| 88 | Dwika | Jl. Sei Belutu | 53 | SMA |
| 89 | Fery | Jl. Jangka Gg. Johar | 38 | SARJANA |
| 90 | Hani Sinaga | Jl. Kertas Gg. Mangga | 47 | SARJANA |
| 91 | Sylvia | Jl. Batu Tulis | 37 | MAGISTER |
| 92 | Tika | Jl. Sei Bahorok | 49 | SMP |
| 93 | Stella Nasution | Jl. Karya Dharma | 29 | SARJANA |
| 94 | Pita | Jl. Sei Asahan | 30 | SMA |
| 95 | Mulan Ratu | Jl. Mayang | 36 | SARJANA |
| 96 | Dinda Mariana | Jl. Tualang | 36 | SMA |
| 97 | Yura | Jl. Damar Gg. Patimura | 41 | MAGISTER |
| 98 | Sarahdilla | Jl. Waru | 38 | SMA |
| 99 | Asih | Jl. Sei Galang | 38 | SARJANA |
| 100 | Oktaviani | Jl. Sei Batang Serangan | 28 | SARJANA |

| No | PENDAPATAN/BULAN | | JUMLAH TANGGUNGAN | RATA-RATA PENGELUARAN KONSUMSI BUAH DAN SAYUR/BULAN | |
|----|------------------|-----------|-------------------|---|-----------|
| 1 | Rp | 4,000,000 | 4 | Rp | 1,200,000 |
| 2 | Rp | 6,000,000 | 3 | Rp | 1,000,000 |
| 3 | Rp | 6,500,000 | 3 | Rp | 1,400,000 |
| 4 | Rp | 6,000,000 | 4 | Rp | 1,200,000 |
| 5 | Rp | 3,500,000 | 3 | Rp | 1,200,000 |
| 6 | Rp | 4,000,000 | 2 | Rp | 1,300,000 |
| 7 | Rp | 3,500,000 | 3 | Rp | 1,300,000 |
| 8 | Rp | 3,500,000 | 2 | Rp | 1,000,000 |
| 9 | Rp | 6,500,000 | 3 | Rp | 1,200,000 |
| 10 | Rp | 8,000,000 | 2 | Rp | 1,300,000 |
| 11 | Rp | 3,500,000 | 3 | Rp | 1,200,000 |
| 12 | Rp | 7,500,000 | 3 | Rp | 1,100,000 |
| 13 | Rp | 6,500,000 | 3 | Rp | 1,000,000 |
| 14 | Rp | 5,000,000 | 2 | Rp | 1,300,000 |
| 15 | Rp | 5,500,000 | 3 | Rp | 1,200,000 |
| 16 | Rp | 6,500,000 | 4 | Rp | 1,400,000 |
| 17 | Rp | 5,000,000 | 3 | Rp | 1,200,000 |
| 18 | Rp | 8,000,000 | 3 | Rp | 1,000,000 |
| 19 | Rp | 5,000,000 | 4 | Rp | 1,100,000 |
| 20 | Rp | 4,500,000 | 3 | Rp | 1,200,000 |
| 21 | Rp | 6,000,000 | 3 | Rp | 1,200,000 |
| 22 | Rp | 8,000,000 | 4 | Rp | 1,000,000 |
| 23 | Rp | 3,500,000 | 2 | Rp | 1,000,000 |
| 24 | Rp | 8,000,000 | 4 | Rp | 1,000,000 |
| 25 | Rp | 6,500,000 | 1 | Rp | 800,000 |
| 26 | Rp | 5,500,000 | 2 | Rp | 800,000 |
| 27 | Rp | 5,000,000 | 1 | Rp | 700,000 |
| 28 | Rp | 6,000,000 | 2 | Rp | 900,000 |
| 29 | Rp | 3,500,000 | 2 | Rp | 700,000 |
| 30 | Rp | 4,500,000 | 3 | Rp | 1,200,000 |
| 31 | Rp | 6,500,000 | 2 | Rp | 1,000,000 |
| 32 | Rp | 6,500,000 | 1 | Rp | 800,000 |
| 33 | Rp | 5,000,000 | 2 | Rp | 900,000 |
| 34 | Rp | 7,000,000 | 2 | Rp | 1,000,000 |
| 35 | Rp | 5,000,000 | 2 | Rp | 800,000 |
| 36 | Rp | 5,000,000 | 3 | Rp | 1,000,000 |
| 37 | Rp | 6,500,000 | 2 | Rp | 1,000,000 |
| 38 | Rp | 3,500,000 | 1 | Rp | 900,000 |
| 39 | Rp | 5,000,000 | 2 | Rp | 650,000 |
| 40 | Rp | 3,500,000 | 3 | Rp | 1,000,000 |
| 41 | Rp | 7,000,000 | 1 | Rp | 800,000 |
| 42 | Rp | 6,500,000 | 3 | Rp | 1,000,000 |
| 43 | Rp | 4,000,000 | 2 | Rp | 1,000,000 |
| 44 | Rp | 7,000,000 | 2 | Rp | 1,000,000 |

| | | | | | |
|----|----|------------|---|----|-----------|
| 45 | Rp | 7,500,000 | 2 | Rp | 900,000 |
| 46 | Rp | 3,500,000 | 1 | Rp | 800,000 |
| 47 | Rp | 8,000,000 | 2 | Rp | 1,000,000 |
| 48 | Rp | 4,500,000 | 1 | Rp | 800,000 |
| 49 | Rp | 7,000,000 | 2 | Rp | 700,000 |
| 50 | Rp | 9,500,000 | 1 | Rp | 700,000 |
| 51 | Rp | 6,000,000 | 2 | Rp | 800,000 |
| 52 | Rp | 10,000,000 | 1 | Rp | 1,000,000 |
| 53 | Rp | 5,500,000 | 3 | Rp | 1,400,000 |
| 54 | Rp | 5,500,000 | 1 | Rp | 1,200,000 |
| 55 | Rp | 6,500,000 | 1 | Rp | 1,600,000 |
| 56 | Rp | 6,500,000 | 2 | Rp | 1,200,000 |
| 57 | Rp | 6,000,000 | 2 | Rp | 1,200,000 |
| 58 | Rp | 6,500,000 | 2 | Rp | 1,500,000 |
| 59 | Rp | 7,500,000 | 2 | Rp | 1,400,000 |
| 60 | Rp | 7,500,000 | 1 | Rp | 1,300,000 |
| 61 | Rp | 5,000,000 | 2 | Rp | 1,300,000 |
| 62 | Rp | 5,000,000 | 3 | Rp | 1,300,000 |
| 63 | Rp | 5,000,000 | 2 | Rp | 1,500,000 |
| 64 | Rp | 4,500,000 | 1 | Rp | 1,800,000 |
| 65 | Rp | 5,000,000 | 1 | Rp | 1,400,000 |
| 66 | Rp | 4,000,000 | 2 | Rp | 1,250,000 |
| 67 | Rp | 4,000,000 | 2 | Rp | 1,200,000 |
| 68 | Rp | 4,000,000 | 2 | Rp | 1,500,000 |
| 69 | Rp | 3,500,000 | 3 | Rp | 1,500,000 |
| 70 | Rp | 6,500,000 | 1 | Rp | 1,300,000 |
| 71 | Rp | 4,500,000 | 1 | Rp | 1,200,000 |
| 72 | Rp | 4,500,000 | 2 | Rp | 1,500,000 |
| 73 | Rp | 6,500,000 | 3 | Rp | 1,500,000 |
| 74 | Rp | 6,500,000 | 3 | Rp | 1,500,000 |
| 75 | Rp | 6,500,000 | 2 | Rp | 1,200,000 |
| 76 | Rp | 5,000,000 | 2 | Rp | 1,200,000 |
| 77 | Rp | 4,500,000 | 2 | Rp | 1,300,000 |
| 78 | Rp | 5,000,000 | 2 | Rp | 1,500,000 |
| 79 | Rp | 5,000,000 | 3 | Rp | 1,300,000 |
| 80 | Rp | 5,000,000 | 2 | Rp | 1,500,000 |
| 81 | Rp | 4,500,000 | 3 | Rp | 1,500,000 |
| 82 | Rp | 3,500,000 | 3 | Rp | 1,800,000 |
| 83 | Rp | 5,500,000 | 1 | Rp | 1,800,000 |
| 84 | Rp | 8,000,000 | 1 | Rp | 1,300,000 |
| 85 | Rp | 8,000,000 | 1 | Rp | 1,300,000 |

| No | PENDAPATAN/BULAN | | JUMLAH TANGGUNGAN | RATA-RATA PENGELUARAN KONSUMSI BUAH DAN SAYUR/BULAN | |
|-----|------------------|-----------|-------------------|---|-----------|
| 86 | Rp | 7,500,000 | 2 | Rp | 1,200,000 |
| 87 | Rp | 8,000,000 | 2 | Rp | 1,400,000 |
| 88 | Rp | 5,500,000 | 4 | Rp | 1,300,000 |
| 89 | Rp | 5,500,000 | 2 | Rp | 1,400,000 |
| 90 | Rp | 5,500,000 | 3 | Rp | 1,500,000 |
| 91 | Rp | 8,000,000 | 2 | Rp | 1,500,000 |
| 92 | Rp | 4,000,000 | 4 | Rp | 1,400,000 |
| 93 | Rp | 4,000,000 | 1 | Rp | 1,800,000 |
| 94 | Rp | 4,000,000 | 1 | Rp | 1,300,000 |
| 95 | Rp | 4,500,000 | 2 | Rp | 1,300,000 |
| 96 | Rp | 6,500,000 | 2 | Rp | 1,000,000 |
| 97 | Rp | 8,500,000 | 3 | Rp | 1,800,000 |
| 98 | Rp | 5,500,000 | 3 | Rp | 1,400,000 |
| 99 | Rp | 5,500,000 | 4 | Rp | 1,800,000 |
| 100 | Rp | 4,500,000 | 1 | Rp | 1,300,000 |

Tabulasi Data Likert Kuesioner

| No. Resp | Harga (X1) | | | | | Kualitas Produk (X2) | | | | | Kualitas Pelayanan (X3) | | | | |
|-------------|------------|------|------|------|-------|----------------------|------|------|------|-------|-------------------------|------|------|------|-------|
| | X1.1 | X1.2 | X1.3 | X1.4 | Total | X2.1 | X2.2 | X2.3 | X2.4 | Total | X3.1 | X3.2 | X3.3 | X3.4 | Total |
| 1 | 4 | 5 | 5 | 5 | 19 | 4 | 4 | 4 | 5 | 17 | 5 | 4 | 5 | 4 | 18 |
| 2 | 5 | 4 | 4 | 4 | 17 | 3 | 4 | 4 | 5 | 16 | 5 | 4 | 4 | 3 | 16 |
| 3 | 5 | 5 | 4 | 4 | 18 | 3 | 4 | 4 | 4 | 15 | 5 | 4 | 4 | 3 | 16 |
| 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 19 | 3 | 4 | 4 | 5 | 16 | 5 | 4 | 4 | 4 | 17 |
| 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 18 | 5 | 5 | 4 | 4 | 18 | 4 | 5 | 4 | 3 | 16 |
| 6 | 3 | 4 | 4 | 4 | 15 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 4 | 5 | 4 | 17 |
| 7 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 5 | 4 | 5 | 18 | 3 | 4 | 3 | 4 | 14 |
| 8 | 5 | 4 | 4 | 5 | 18 | 5 | 3 | 5 | 5 | 18 | 4 | 4 | 5 | 4 | 17 |
| 9 | 4 | 3 | 4 | 4 | 15 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 10 | 4 | 4 | 3 | 4 | 15 | 4 | 4 | 3 | 4 | 15 | 4 | 3 | 3 | 2 | 12 |
| 11 | 4 | 4 | 4 | 3 | 15 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 12 | 3 | 4 | 4 | 4 | 15 | 5 | 4 | 4 | 4 | 17 | 3 | 4 | 4 | 4 | 15 |
| 13 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 4 | 4 | 3 | 15 | 5 | 4 | 4 | 4 | 17 |
| 14 | 4 | 4 | 4 | 5 | 17 | 3 | 4 | 4 | 4 | 15 | 4 | 4 | 5 | 3 | 16 |
| 15 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 5 | 4 | 5 | 18 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 16 | 4 | 4 | 4 | 3 | 15 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 4 | 5 | 3 | 16 |
| 17 | 3 | 4 | 4 | 4 | 15 | 4 | 4 | 4 | 5 | 17 | 3 | 4 | 4 | 4 | 15 |
| 18 | 5 | 3 | 5 | 4 | 17 | 3 | 3 | 4 | 4 | 14 | 4 | 4 | 5 | 4 | 17 |
| 19 | 4 | 4 | 4 | 5 | 17 | 4 | 3 | 5 | 5 | 17 | 4 | 3 | 4 | 3 | 14 |
| 20 | 5 | 5 | 3 | 4 | 17 | 3 | 3 | 3 | 4 | 13 | 5 | 3 | 4 | 5 | 17 |
| 21 | 4 | 4 | 5 | 4 | 17 | 5 | 3 | 4 | 3 | 15 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 22 | 5 | 5 | 5 | 4 | 19 | 5 | 3 | 3 | 4 | 15 | 5 | 5 | 4 | 4 | 18 |
| 23 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 3 | 3 | 4 | 3 | 13 | 5 | 4 | 4 | 5 | 18 |
| 24 | 4 | 3 | 4 | 4 | 15 | 5 | 4 | 4 | 4 | 17 | 3 | 4 | 5 | 4 | 16 |
| 25 | 4 | 5 | 3 | 4 | 16 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 3 | 3 | 4 | 3 | 13 |
| 26 | 4 | 5 | 4 | 5 | 18 | 4 | 4 | 4 | 3 | 15 | 3 | 4 | 5 | 3 | 15 |
| 27 | 5 | 4 | 4 | 4 | 17 | 4 | 4 | 5 | 5 | 18 | 4 | 3 | 4 | 3 | 14 |
| 28 | 5 | 4 | 4 | 4 | 17 | 4 | 4 | 3 | 3 | 14 | 4 | 5 | 5 | 4 | 18 |
| 29 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 4 | 5 | 5 | 18 | 5 | 4 | 4 | 4 | 17 |
| 30 | 3 | 4 | 4 | 4 | 15 | 5 | 4 | 4 | 4 | 17 | 4 | 5 | 5 | 4 | 18 |
| 31 | 5 | 4 | 4 | 4 | 17 | 5 | 5 | 4 | 5 | 19 | 5 | 5 | 4 | 4 | 18 |
| 32 | 5 | 4 | 5 | 4 | 18 | 5 | 5 | 4 | 5 | 19 | 3 | 4 | 5 | 2 | 14 |
| 33 | 5 | 5 | 4 | 4 | 18 | 3 | 3 | 4 | 3 | 13 | 4 | 4 | 4 | 2 | 14 |
| 34 | 5 | 3 | 5 | 4 | 17 | 3 | 3 | 4 | 4 | 14 | 3 | 4 | 5 | 4 | 16 |
| 35 | 5 | 4 | 5 | 4 | 18 | 3 | 4 | 3 | 5 | 15 | 4 | 5 | 5 | 4 | 18 |
| 36 | 4 | 5 | 4 | 4 | 17 | 3 | 3 | 3 | 5 | 14 | 3 | 5 | 4 | 5 | 17 |
| 37 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 3 | 4 | 4 | 4 | 15 | 4 | 5 | 5 | 4 | 18 |
| 38 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 3 | 3 | 4 | 14 | 3 | 4 | 3 | 3 | 13 |
| 39 | 4 | 4 | 5 | 4 | 17 | 4 | 4 | 3 | 4 | 15 | 3 | 4 | 3 | 4 | 14 |

| No. Resp | Harga (X1) | | | | | Kualitas Produk (X2) | | | | | Kualitas Pelayanan (X3) | | | | |
|-------------|------------|------|------|------|-------|----------------------|------|------|------|-------|-------------------------|------|------|------|-------|
| | X1.1 | X1.2 | X1.3 | X1.4 | Total | X2.1 | X2.2 | X2.3 | X2.4 | Total | X3.1 | X3.2 | X3.3 | X3.4 | Total |
| 40 | 4 | 4 | 5 | 4 | 17 | 4 | 3 | 4 | 3 | 14 | 4 | 4 | 4 | 3 | 15 |
| 41 | 5 | 5 | 4 | 4 | 18 | 4 | 4 | 5 | 5 | 18 | 3 | 3 | 3 | 3 | 12 |
| 42 | 4 | 5 | 4 | 4 | 17 | 4 | 3 | 5 | 3 | 15 | 4 | 3 | 4 | 5 | 16 |
| 43 | 5 | 5 | 5 | 4 | 19 | 5 | 4 | 5 | 4 | 18 | 5 | 5 | 4 | 5 | 19 |
| 44 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 2 | 3 | 4 | 3 | 12 | 3 | 3 | 4 | 4 | 14 |
| 45 | 5 | 5 | 3 | 5 | 18 | 3 | 4 | 4 | 5 | 16 | 4 | 3 | 3 | 5 | 15 |
| 46 | 4 | 5 | 5 | 3 | 17 | 4 | 5 | 4 | 4 | 17 | 3 | 4 | 3 | 4 | 14 |
| 47 | 4 | 3 | 5 | 5 | 17 | 3 | 3 | 4 | 4 | 14 | 4 | 4 | 3 | 3 | 14 |
| 48 | 5 | 4 | 4 | 4 | 17 | 4 | 3 | 4 | 5 | 16 | 3 | 4 | 5 | 3 | 15 |
| 49 | 4 | 5 | 4 | 4 | 17 | 3 | 5 | 4 | 4 | 16 | 4 | 3 | 4 | 4 | 15 |
| 50 | 3 | 5 | 3 | 4 | 15 | 4 | 5 | 5 | 5 | 19 | 3 | 4 | 3 | 4 | 14 |
| 51 | 3 | 5 | 3 | 4 | 15 | 4 | 4 | 3 | 3 | 14 | 3 | 3 | 3 | 4 | 13 |
| 52 | 3 | 4 | 3 | 4 | 14 | 3 | 5 | 4 | 5 | 17 | 5 | 3 | 3 | 4 | 15 |
| 53 | 3 | 5 | 3 | 4 | 15 | 5 | 5 | 4 | 2 | 16 | 4 | 4 | 5 | 5 | 18 |
| 54 | 4 | 4 | 3 | 4 | 15 | 3 | 4 | 4 | 3 | 14 | 3 | 5 | 4 | 3 | 15 |
| 55 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 3 | 3 | 3 | 13 | 4 | 4 | 4 | 3 | 15 |
| 56 | 3 | 3 | 4 | 4 | 14 | 3 | 3 | 5 | 3 | 14 | 4 | 3 | 3 | 4 | 14 |
| 57 | 2 | 4 | 3 | 4 | 13 | 5 | 4 | 4 | 4 | 17 | 3 | 4 | 3 | 4 | 14 |
| 58 | 3 | 4 | 3 | 3 | 13 | 3 | 3 | 3 | 3 | 12 | 4 | 3 | 5 | 5 | 17 |
| 59 | 4 | 4 | 4 | 3 | 15 | 3 | 4 | 4 | 3 | 14 | 3 | 4 | 3 | 4 | 14 |
| 60 | 3 | 3 | 3 | 3 | 12 | 4 | 5 | 3 | 3 | 15 | 5 | 5 | 3 | 3 | 16 |
| 61 | 4 | 4 | 3 | 3 | 14 | 3 | 3 | 3 | 3 | 12 | 4 | 3 | 3 | 3 | 13 |
| 62 | 3 | 3 | 2 | 5 | 13 | 4 | 4 | 5 | 3 | 16 | 3 | 5 | 5 | 3 | 16 |
| 63 | 4 | 3 | 2 | 4 | 13 | 3 | 3 | 3 | 4 | 13 | 4 | 4 | 4 | 3 | 15 |
| 64 | 2 | 4 | 3 | 4 | 13 | 3 | 4 | 5 | 4 | 16 | 3 | 4 | 4 | 3 | 14 |
| 65 | 4 | 4 | 4 | 3 | 15 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 4 | 3 | 3 | 14 |
| 66 | 3 | 3 | 4 | 3 | 13 | 4 | 3 | 4 | 3 | 14 | 3 | 4 | 4 | 4 | 15 |
| 67 | 5 | 3 | 3 | 4 | 15 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| 68 | 4 | 3 | 4 | 2 | 13 | 4 | 4 | 5 | 3 | 16 | 3 | 4 | 4 | 4 | 15 |
| 69 | 3 | 3 | 3 | 4 | 13 | 4 | 5 | 4 | 4 | 17 | 4 | 5 | 5 | 4 | 18 |
| 70 | 4 | 4 | 4 | 3 | 15 | 4 | 3 | 4 | 3 | 14 | 3 | 4 | 4 | 3 | 14 |
| 71 | 3 | 4 | 3 | 4 | 14 | 5 | 4 | 4 | 4 | 17 | 4 | 4 | 3 | 5 | 16 |
| 72 | 4 | 3 | 3 | 3 | 13 | 4 | 4 | 3 | 3 | 14 | 3 | 4 | 4 | 4 | 15 |
| 73 | 3 | 4 | 4 | 2 | 13 | 3 | 4 | 4 | 3 | 14 | 4 | 4 | 3 | 3 | 14 |
| 74 | 4 | 3 | 3 | 3 | 13 | 4 | 4 | 3 | 3 | 14 | 4 | 4 | 4 | 3 | 15 |
| 75 | 3 | 3 | 4 | 3 | 13 | 3 | 3 | 4 | 4 | 14 | 4 | 4 | 3 | 3 | 14 |
| 76 | 4 | 3 | 4 | 3 | 14 | 4 | 4 | 3 | 5 | 16 | 5 | 4 | 5 | 3 | 17 |
| 77 | 3 | 3 | 3 | 4 | 13 | 5 | 3 | 3 | 4 | 15 | 3 | 3 | 3 | 3 | 12 |
| 78 | 4 | 4 | 3 | 3 | 14 | 3 | 4 | 4 | 4 | 15 | 3 | 4 | 3 | 3 | 13 |
| 79 | 3 | 4 | 3 | 3 | 13 | 3 | 4 | 5 | 5 | 17 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 80 | 3 | 3 | 4 | 4 | 14 | 5 | 3 | 4 | 3 | 15 | 4 | 3 | 4 | 3 | 14 |
| 81 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 3 | 3 | 3 | 13 | 4 | 3 | 3 | 4 | 14 |

| No. Resp | Harga (X1) | | | | | Kualitas Produk (X2) | | | | | Kualitas Pelayanan (X3) | | | | |
|-------------|------------|------|------|------|-------|----------------------|------|------|------|-------|-------------------------|------|------|------|-------|
| | X1.1 | X1.2 | X1.3 | X1.4 | Total | X2.1 | X2.2 | X2.3 | X2.4 | Total | X3.1 | X3.2 | X3.3 | X3.4 | Total |
| 82 | 3 | 4 | 4 | 3 | 14 | 4 | 4 | 4 | 3 | 15 | 5 | 4 | 4 | 4 | 17 |
| 83 | 3 | 3 | 3 | 4 | 13 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 3 | 3 | 3 | 3 | 12 |
| 84 | 2 | 5 | 5 | 2 | 14 | 4 | 4 | 4 | 3 | 15 | 3 | 4 | 4 | 5 | 16 |
| 85 | 3 | 4 | 4 | 3 | 14 | 3 | 4 | 3 | 5 | 15 | 4 | 4 | 3 | 5 | 16 |
| 86 | 4 | 4 | 3 | 4 | 15 | 4 | 4 | 5 | 4 | 17 | 4 | 3 | 4 | 4 | 15 |
| 87 | 3 | 4 | 4 | 4 | 15 | 4 | 4 | 4 | 5 | 17 | 4 | 3 | 3 | 3 | 13 |
| 88 | 4 | 4 | 3 | 3 | 14 | 4 | 3 | 4 | 4 | 15 | 5 | 3 | 4 | 4 | 16 |
| 89 | 3 | 3 | 3 | 2 | 11 | 5 | 4 | 5 | 3 | 17 | 4 | 5 | 3 | 4 | 16 |
| 90 | 4 | 3 | 4 | 4 | 15 | 4 | 3 | 4 | 3 | 14 | 4 | 5 | 4 | 4 | 17 |
| 91 | 4 | 3 | 4 | 4 | 15 | 4 | 3 | 5 | 4 | 16 | 4 | 5 | 5 | 4 | 18 |
| 92 | 3 | 3 | 4 | 3 | 13 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 3 | 5 | 3 | 3 | 14 |
| 93 | 4 | 4 | 4 | 3 | 15 | 4 | 5 | 4 | 5 | 18 | 4 | 5 | 4 | 4 | 17 |
| 94 | 4 | 3 | 4 | 3 | 14 | 3 | 5 | 5 | 4 | 17 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 95 | 3 | 4 | 4 | 3 | 14 | 4 | 5 | 4 | 5 | 18 | 5 | 5 | 4 | 5 | 19 |
| 96 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 3 | 3 | 4 | 14 | 3 | 5 | 3 | 4 | 15 |
| 97 | 4 | 4 | 4 | 5 | 17 | 3 | 4 | 4 | 4 | 15 | 4 | 3 | 4 | 4 | 15 |
| 98 | 4 | 5 | 4 | 4 | 17 | 4 | 3 | 4 | 4 | 15 | 4 | 4 | 5 | 4 | 17 |
| 99 | 3 | 3 | 3 | 2 | 11 | 5 | 5 | 5 | 3 | 18 | 4 | 5 | 4 | 4 | 17 |
| 100 | 4 | 4 | 4 | 3 | 15 | 5 | 4 | 5 | 4 | 18 | 4 | 5 | 4 | 4 | 17 |
| 84 | 4 | 5 | 5 | 5 | 19 | 4 | 4 | 4 | 5 | 17 | 5 | 4 | 5 | 4 | 18 |
| 85 | 5 | 4 | 4 | 4 | 17 | 3 | 4 | 4 | 5 | 16 | 5 | 4 | 4 | 3 | 16 |
| 86 | 5 | 5 | 4 | 4 | 18 | 3 | 4 | 4 | 4 | 15 | 5 | 4 | 4 | 3 | 16 |
| 87 | 5 | 5 | 5 | 4 | 19 | 3 | 4 | 4 | 5 | 16 | 5 | 4 | 4 | 4 | 17 |
| 88 | 4 | 5 | 4 | 5 | 18 | 5 | 5 | 4 | 4 | 18 | 4 | 5 | 4 | 3 | 16 |
| 89 | 3 | 4 | 4 | 4 | 15 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 4 | 5 | 4 | 17 |
| 90 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 5 | 4 | 5 | 18 | 3 | 4 | 3 | 4 | 14 |
| 91 | 5 | 4 | 4 | 5 | 18 | 5 | 3 | 5 | 5 | 18 | 4 | 4 | 5 | 4 | 17 |
| 92 | 4 | 3 | 4 | 4 | 15 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 93 | 4 | 4 | 3 | 4 | 15 | 4 | 4 | 3 | 4 | 15 | 4 | 3 | 3 | 2 | 12 |
| 94 | 4 | 4 | 4 | 3 | 15 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 95 | 3 | 4 | 4 | 4 | 15 | 5 | 4 | 4 | 4 | 17 | 3 | 4 | 4 | 4 | 15 |
| 96 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 4 | 4 | 3 | 15 | 5 | 4 | 4 | 4 | 17 |
| 97 | 4 | 4 | 4 | 5 | 17 | 3 | 4 | 4 | 4 | 15 | 4 | 4 | 5 | 3 | 16 |
| 98 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 5 | 4 | 5 | 18 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 99 | 4 | 4 | 4 | 3 | 15 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 4 | 5 | 3 | 16 |
| 100 | 3 | 4 | 4 | 4 | 15 | 4 | 4 | 4 | 5 | 17 | 3 | 4 | 4 | 4 | 15 |

Tabulasi Jawaban Kuesioner

- Pasar *Offline* (Tradisional)

| No | Konsumsi Buah & Sayur | Pasar <i>Offline</i> | Frekuensi Belanja (Kali) | Jarak ke Pasar (Km) | Jenis Transportasi | Biaya Transportasi (Rp) | Alasan Belanja ke Pasar <i>Offline</i> |
|----|-----------------------------|----------------------|--------------------------------|---------------------------|-----------------------|-------------------------------|---|
| 1 | Ya | Pasar Petisah | 2 | 1 | Pribadi | - | Dekat dari rumah |
| 2 | Ya | Pasar Meranti | 2 | 2 | Pribadi | 10,000 | Lebih Murah |
| 3 | Ya | Pasar Meranti | 2 | 1 | Pribadi | - | Dekat dari rumah |
| 4 | Ya | Pasar Petisah | 3 | 1 | Pribadi | - | Dekat dari rumah |
| 5 | Ya | Pasar Meranti | 3 | 2 | Umum | 10,000 | Ingin melihat langsung |
| 6 | Ya | Pasar Meranti | 2 | 1,5 | Pribadi | 8,000 | Dekat dari rumah |
| 7 | Ya | Pasar Petisah | 2 | 1 | Umum | 6,000 | Dekat dari rumah |
| 8 | Ya | Pasar Petisah | 4 | 2 | Umum | 6,000 | Dekat dari rumah |
| 9 | Ya | Pasar Petisah | 4 | 2 | Umum | 6,000 | Sudah terbiasa |
| 10 | Ya | Pasar Petisah | 3 | 1 | Umum | 6,000 | Dekat dari rumah |
| 11 | Ya | Pasar Petisah | 2 | 3 | Umum | 10,000 | Sudah terbiasa |
| 12 | Ya | Pasar Petisah | 2 | 3 | Umum | 10,000 | Sudah terbiasa |
| 13 | Ya | Pasar Meranti | 3 | 1 | Pribadi | 8,000 | Lebih Murah |
| 14 | Ya | Pasar Petisah | 4 | 2 | Umum | 5,000 | Ingin melihat langsung |
| 15 | Ya | Pasar Meranti | 3 | 2 | Umum | 5,000 | Ingin melihat langsung |
| 16 | Ya | Pasar Meranti | 2 | 2 | Umum | 6,000 | Ingin melihat langsung |
| 17 | Ya | Pasar Petisah | 2 | 2 | Umum | 5,000 | Ingin melihat langsung |
| 18 | Ya | Pasar Meranti | 3 | 3 | Pribadi | 8,000 | Ingin melihat langsung |
| 19 | Ya | Pasar Meranti | 2 | 1 | Pribadi | - | Dekat dari rumah |
| 20 | Ya | Pasar Petisah | 3 | 3 | Umum | 8,000 | Sudah terbiasa |

| No | Konsumsi Buah & Sayur | Pasar <i>Offline</i> | Frekuensi Belanja (Kali) | Jarak ke Pasar (Km) | Jenis Transportasi | Biaya Transportasi (Rp) | Alasan Belanja ke Pasar <i>Offline</i> |
|----|-----------------------|----------------------|--------------------------|---------------------|--------------------|-------------------------|--|
| 21 | Ya | Pasar Petisah | 2 | 1 | Umum | - | Dekat dari rumah |
| 22 | Ya | Pasar Petisah | 3 | 1 | Umum | 5,000 | Sudah terbiasa |
| 23 | Ya | Pasar Meranti | 2 | 2 | Pribadi | 12,000 | Lebih Murah |
| 24 | Ya | Pasar Meranti | 2 | 2 | Pribadi | 10,000 | Lebih Murah |
| 25 | Ya | Pasar Petisah | 3 | 2 | Pribadi | 10,000 | Lebih Murah |
| 26 | Ya | Pasar Petisah | 3 | 2 | Pribadi | 12,000 | Lebih Murah |
| 27 | Ya | Pasar Petisah | 2 | 2 | Pribadi | 10,000 | Lebih Murah |
| 28 | Ya | Pasar Meranti | 2 | 2 | Umum | 10,000 | Dekat dari rumah |
| 29 | Ya | Pasar Meranti | 3 | 2 | Umum | 8,000 | Dekat dari rumah |
| 30 | Ya | Pasar Petisah | 4 | 1 | Umum | 5,000 | Dekat dari rumah |
| 31 | Ya | Pasar Petisah | 3 | 2 | Umum | 6,000 | Dekat dari rumah |
| 32 | Ya | Pasar Meranti | 2 | 1 | Umum | - | Dekat dari rumah |
| 33 | Ya | Pasar Meranti | 2 | 3 | Pribadi | 10,000 | Lebih Murah |
| 34 | Ya | Pasar Meranti | 3 | 3 | Umum | 8,000 | Sudah terbiasa |
| 35 | Ya | Pasar Petisah | 1 | 2 | Pribadi | 10,000 | Lebih Murah |
| 36 | Ya | Pasar Petisah | 2 | 2 | Pribadi | 10,000 | Sudah terbiasa |
| 37 | Ya | Pasar Petisah | 2 | 2 | Pribadi | 10,000 | Sudah terbiasa |
| 38 | Ya | Pasar Meranti | 3 | 2 | Pribadi | 10,000 | Sudah terbiasa |
| 39 | Ya | Pasar Meranti | 1 | 2 | Umum | 8,000 | Lebih Murah |
| 40 | Ya | Pasar Petisah | 2 | 1,5 | Umum | 8,000 | Lebih Murah |
| 41 | Ya | Pasar Petisah | 3 | 2 | Umum | 8,000 | Lebih Murah |
| 42 | Ya | Pasar Meranti | 3 | 3 | Pribadi | 6,000 | Lebih Murah |
| 43 | Ya | Pasar Meranti | 2 | 1 | Pribadi | 10,000 | Ingin melihat langsung |

| No | Konsumsi Buah & Sayur | Pasar <i>Offline</i> | Frekuensi Belanja (Kali) | Jarak ke Pasar (Km) | Jenis Transportasi | Biaya Transportasi (Rp) | Alasan Belanja ke Pasar <i>Offline</i> |
|----|-----------------------|----------------------|--------------------------|---------------------|--------------------|-------------------------|--|
| 44 | Ya | Pasar Meranti | 3 | 3 | Umum | 5,000 | Dekat dari rumah |
| 45 | Ya | Pasar Petisah | 2 | 1 | Umum | - | Dekat dari rumah |
| 46 | Ya | Pasar Petisah | 2 | 1 | Umum | - | Dekat dari rumah |
| 47 | Ya | Pasar Meranti | 2 | 1 | Umum | - | Dekat dari rumah |
| 48 | Ya | Pasar Meranti | 2 | 2 | Umum | 10,000 | Lebih Murah |
| 49 | Ya | Pasar Petisah | 2 | 2 | Umum | 10,000 | Lebih Murah |
| 50 | Ya | Pasar Meranti | 1 | 2,5 | Pribadi | 12,000 | Sudah terbiasa |

- **Pasar *Online* (Modern)**

| No | Konsumsi Buah & Sayur | Pasar <i>Online</i> | Frekuensi Belanja (Kali) | Platform yang Digunakan | Biaya Kirim (Rp) | Biaya Internet (Rp) | Alasan Belanja <i>Online</i> |
|----|-----------------------|---------------------|--------------------------|-------------------------|------------------|---------------------|------------------------------|
| 1 | Ya | Brastagi | 2 | Whatsapp | 20,000 | 70,000 | Malas ke Pasar |
| 2 | Ya | Brastagi | 2 | Whatsapp | 20,000 | 95,000 | Lebih Praktis |
| 3 | Ya | Brastagi | 2 | Whatsapp | 20,000 | 75,000 | Lebih Praktis |
| 4 | Ya | Transmart | 4 | Grabmart | 20,000 | 100,000 | Sibuk |
| 5 | Ya | Transmart | 2 | Grabmart | 20,000 | 70,000 | Lebih Praktis |
| 6 | Ya | Brastagi | 3 | Whatsapp | 20,000 | 85,000 | Malas ke Pasar |
| 7 | Ya | Brastagi | 2 | Whatsapp | 20,000 | 85,000 | Hemat Waktu |
| 8 | Ya | Transmart | 2 | Grabmart | 20,000 | 70,000 | Lebih Praktis |
| 9 | Ya | Transmart | 4 | Grabmart | 20,000 | 100,000 | Sibuk |
| 10 | Ya | Transmart | 3 | Grabmart | 20,000 | 100,000 | Lebih Praktis |

| No | Konsumsi Buah & Sayur | Pasar <i>Online</i> | Frekuensi Belanja (Kali) | Platform yang Digunakan | Biaya Kirim (Rp) | Biaya Internet (Rp) | Alasan Belanja <i>Online</i> |
|----|--------------------------|------------------------|-----------------------------|----------------------------|---------------------|------------------------|---------------------------------|
| 11 | Ya | Transmart | 2 | Grabmart | 20,000 | 100,000 | Malas ke Pasar |
| 12 | Ya | Transmart | 2 | Grabmart | 20,000 | 100,000 | Hemat Waktu |
| 13 | Ya | Brastagi | 2 | Whatsapp | 20,000 | 100,000 | Hemat Waktu |
| 14 | Ya | Brastagi | 2 | Whatsapp | 20,000 | 70,000 | Hemat Waktu |
| 15 | Ya | Brastagi | 2 | Whatsapp | 20,000 | 70,000 | Hemat Waktu |
| 16 | Ya | Transmart | 3 | Grabmart | 20,000 | 120,000 | Hemat Waktu |
| 17 | Ya | Transmart | 2 | Grabmart | 20,000 | 80,000 | Hemat Waktu |
| 18 | Ya | Brastagi | 1 | Whatsapp | 20,000 | 70,000 | Malas ke Pasar |
| 19 | Ya | Brastagi | 2 | Whatsapp | 20,000 | 85,000 | Malas ke Pasar |
| 20 | Ya | Brastagi | 2 | Whatsapp | 20,000 | 85,000 | Malas ke Pasar |
| 21 | Ya | Brastagi | 2 | Whatsapp | 20,000 | 70,000 | Malas ke Pasar |
| 22 | Ya | Transmart | 4 | Grabmart | 20,000 | 120,000 | Sibuk |
| 23 | Ya | Brastagi | 2 | Whatsapp | 20,000 | 80,000 | Hemat Waktu |
| 24 | Ya | Brastagi | 2 | Whatsapp | 20,000 | 80,000 | Hemat Waktu |
| 25 | Ya | Transmart | 2 | Grabmart | 20,000 | 100,000 | Hemat Waktu |
| 26 | Ya | Transmart | 1 | Grabmart | 20,000 | 70,000 | Sibuk |
| 27 | Ya | Brastagi | 1 | Whatsapp | 20,000 | 70,000 | Sibuk |
| 28 | Ya | Brastagi | 2 | Whatsapp | 20,000 | 100,000 | Lebih Praktis |
| 29 | Ya | Transmart | 2 | Grabmart | 20,000 | 100,000 | Lebih Praktis |
| 30 | Ya | Transmart | 3 | Grabmart | 20,000 | 95,000 | Malas ke Pasar |
| 31 | Ya | Brastagi | 2 | Whatsapp | 20,000 | 75,000 | Lebih Praktis |
| 32 | Ya | Transmart | 3 | Grabmart | 20,000 | 120,000 | Sibuk |
| 33 | Ya | Brastagi | 2 | Whatsapp | 20,000 | 70,000 | Lebih Praktis |
| 34 | Ya | Transmart | 4 | Grabmart | 20,000 | 100,000 | Sibuk |

| No | Konsumsi Buah & Sayur | Pasar Online | Frekuensi Belanja (Kali) | Platform yang Digunakan | Biaya Kirim (Rp) | Biaya Internet (Rp) | Alasan Belanja Online |
|----|-----------------------|--------------|--------------------------|-------------------------|------------------|---------------------|-----------------------|
| 35 | Ya | Brastagi | 2 | Whatsapp | 20,000 | 100,000 | Malas ke Pasar |
| 36 | Ya | Transmart | 2 | Grabmart | 20,000 | 75,000 | Malas ke Pasar |
| 37 | Ya | Transmart | 2 | Grabmart | 20,000 | 70,000 | Malas ke Pasar |
| 38 | Ya | Transmart | 3 | Grabmart | 20,000 | 80,000 | Sibuk |
| 39 | Ya | Brastagi | 2 | Whatsapp | 20,000 | 160,000 | Lebih Praktis |
| 40 | Ya | Transmart | 2 | Grabmart | 20,000 | 70,000 | Lebih Praktis |
| 41 | Ya | Transmart | 3 | Grabmart | 20,000 | 70,000 | Sibuk |
| 42 | Ya | Brastagi | 2 | Whatsapp | 20,000 | 160,000 | Hemat Waktu |
| 43 | Ya | Brastagi | 2 | Whatsapp | 20,000 | 160,000 | Lebih Praktis |
| 44 | Ya | Brastagi | 2 | Whatsapp | 20,000 | 80,000 | Hemat Waktu |
| 45 | Ya | Brastagi | 2 | Whatsapp | 20,000 | 70,000 | Hemat Waktu |
| 46 | Ya | Transmart | 3 | Grabmart | 20,000 | 120,000 | Hemat Waktu |
| 47 | Ya | Transmart | 1 | Grabmart | 20,000 | 70,000 | Malas ke Pasar |
| 48 | Ya | Transmart | 4 | Grabmart | 20,000 | 120,000 | Sibuk |
| 49 | Ya | Transmart | 2 | Grabmart | 20,000 | 70,000 | Lebih Praktis |
| 50 | Ya | Transmart | 2 | Grabmart | 20,000 | 70,000 | Malas ke Pasar |

- **Pengeluaran Pembelian Buah-buahan dalam Sebulan**

| No | JERUK | | | PISANG | | | APEL | | | PEPAYA | | | MANGGA | | |
|----|----------|------------|------------|----------|------------|------------|----------|------------|------------|----------|------------|------------|----------|------------|------------|
| | JLH (Kg) | Harga (Rp) | Total (Rp) | JLH (Kg) | Harga (Rp) | Total (Rp) | JLH (Kg) | Harga (Rp) | Total (Rp) | JLH (Kg) | Harga (Rp) | Total (Rp) | JLH (Kg) | Harga (Rp) | Total (Rp) |
| 1 | 5 | 20,000 | 100,000 | 4 | 20,000 | 80,000 | 4 | 35,000 | 140,000 | 4 | 10,000 | 40,000 | 3 | 28,000 | 84,000 |
| 2 | 4 | 20,000 | 80,000 | 4 | 20,000 | 80,000 | 2 | 35,000 | 70,000 | 3 | 10,000 | 30,000 | 3 | 28,000 | 84,000 |
| 3 | 2 | 20,000 | 40,000 | 4 | 20,000 | 80,000 | 7 | 35,000 | 245,000 | 6 | 10,000 | 60,000 | 5 | 28,000 | 140,000 |
| 4 | 4 | 20,000 | 80,000 | 5 | 20,000 | 100,000 | 5 | 35,000 | 175,000 | 6 | 10,000 | 60,000 | 3 | 28,000 | 84,000 |
| 5 | 2 | 20,000 | 40,000 | 4 | 20,000 | 80,000 | 5 | 35,000 | 175,000 | 3 | 10,000 | 30,000 | 2 | 28,000 | 56,000 |
| 6 | 8 | 20,000 | 160,000 | 5 | 20,000 | 100,000 | 2 | 35,000 | 70,000 | 3 | 10,000 | 30,000 | 6 | 28,000 | 168,000 |
| 7 | 9 | 20,000 | 180,000 | 4 | 20,000 | 80,000 | 4 | 35,000 | 140,000 | 2 | 10,000 | 20,000 | 5 | 28,000 | 140,000 |
| 8 | 6 | 20,000 | 120,000 | 3 | 20,000 | 60,000 | 2 | 35,000 | 70,000 | 2 | 10,000 | 20,000 | 4 | 28,000 | 112,000 |
| 9 | 3 | 20,000 | 60,000 | 6 | 20,000 | 120,000 | 2 | 35,000 | 70,000 | 8 | 10,000 | 80,000 | 4 | 28,000 | 112,000 |
| 10 | 4 | 20,000 | 80,000 | 4 | 20,000 | 80,000 | 3 | 35,000 | 105,000 | 8 | 10,000 | 80,000 | 2 | 28,000 | 56,000 |
| 11 | 3 | 20,000 | 60,000 | 5 | 20,000 | 100,000 | 2 | 35,000 | 70,000 | 5 | 10,000 | 50,000 | 3 | 28,000 | 84,000 |
| 12 | 2 | 20,000 | 40,000 | 3 | 20,000 | 60,000 | 1 | 35,000 | 35,000 | 6 | 10,000 | 60,000 | 3 | 28,000 | 84,000 |
| 13 | 3 | 20,000 | 60,000 | 2 | 20,000 | 40,000 | 2 | 35,000 | 70,000 | 5 | 10,000 | 50,000 | 5 | 28,000 | 140,000 |
| 14 | 6 | 20,000 | 120,000 | 2 | 20,000 | 40,000 | 1 | 35,000 | 35,000 | 3 | 10,000 | 30,000 | 6 | 28,000 | 168,000 |
| 15 | 5 | 20,000 | 100,000 | 4 | 20,000 | 80,000 | 2 | 35,000 | 70,000 | 2 | 10,000 | 20,000 | 6 | 28,000 | 168,000 |
| 16 | 6 | 20,000 | 120,000 | 2 | 20,000 | 40,000 | 2 | 35,000 | 70,000 | 4 | 10,000 | 40,000 | 4 | 28,000 | 112,000 |
| 17 | 6 | 20,000 | 120,000 | 4 | 20,000 | 80,000 | 1 | 35,000 | 35,000 | 4 | 10,000 | 40,000 | 4 | 28,000 | 112,000 |
| 18 | 4 | 20,000 | 80,000 | 2 | 20,000 | 40,000 | 1 | 35,000 | 35,000 | 4 | 10,000 | 40,000 | 4 | 28,000 | 112,000 |
| 19 | 2 | 20,000 | 40,000 | 2 | 20,000 | 40,000 | 2 | 35,000 | 70,000 | 4 | 10,000 | 40,000 | 6 | 28,000 | 168,000 |
| 20 | 4 | 20,000 | 80,000 | 3 | 20,000 | 60,000 | 4 | 35,000 | 140,000 | 2 | 10,000 | 20,000 | 2 | 28,000 | 56,000 |
| 21 | 2 | 20,000 | 40,000 | 4 | 20,000 | 80,000 | 3 | 35,000 | 105,000 | 3 | 10,000 | 30,000 | 4 | 28,000 | 112,000 |
| 22 | 1 | 20,000 | 20,000 | 3 | 20,000 | 60,000 | 3 | 35,000 | 105,000 | 4 | 10,000 | 40,000 | 3 | 28,000 | 84,000 |
| 23 | 2 | 20,000 | 40,000 | 2 | 20,000 | 40,000 | 3 | 35,000 | 105,000 | 4 | 10,000 | 40,000 | 4 | 28,000 | 112,000 |
| 24 | 2 | 20,000 | 40,000 | 3 | 20,000 | 60,000 | 2 | 35,000 | 70,000 | 4 | 10,000 | 40,000 | 2 | 28,000 | 56,000 |
| 25 | 1 | 20,000 | 20,000 | 3 | 20,000 | 60,000 | 2 | 35,000 | 70,000 | 3 | 10,000 | 30,000 | 2 | 28,000 | 56,000 |

| No. | JERUK | | | PISANG | | | APEL | | | PEPAYA | | | MANGGA | | |
|-----|----------|------------|------------|----------|------------|------------|----------|------------|------------|----------|------------|------------|----------|------------|------------|
| | JLH (Kg) | Harga (Rp) | Total (Rp) | JLH (Kg) | Harga (Rp) | Total (Rp) | JLH (Kg) | Harga (Rp) | Total (Rp) | JLH (Kg) | Harga (Rp) | Total (Rp) | JLH (Kg) | Harga (Rp) | Total (Rp) |
| 26 | 2 | 20,000 | 40,000 | 2 | 20,000 | 40,000 | 2 | 35,000 | 70,000 | 3 | 10,000 | 30,000 | 2 | 28,000 | 56,000 |
| 27 | 4 | 20,000 | 80,000 | 4 | 20,000 | 80,000 | 0 | 35,000 | 0 | 1 | 10,000 | 10,000 | 4 | 28,000 | 112,000 |
| 28 | 2 | 20,000 | 40,000 | 4 | 20,000 | 80,000 | 4 | 35,000 | 140,000 | 1 | 10,000 | 10,000 | 4 | 28,000 | 112,000 |
| 29 | 2 | 20,000 | 40,000 | 2 | 20,000 | 40,000 | 1 | 35,000 | 35,000 | 2 | 10,000 | 20,000 | 2 | 28,000 | 56,000 |
| 30 | 2 | 20,000 | 40,000 | 2 | 20,000 | 40,000 | 2 | 35,000 | 70,000 | 3 | 10,000 | 30,000 | 5 | 28,000 | 140,000 |
| 31 | 3 | 20,000 | 60,000 | 5 | 20,000 | 100,000 | 2 | 35,000 | 70,000 | 2 | 10,000 | 20,000 | 5 | 28,000 | 140,000 |
| 32 | 3 | 20,000 | 60,000 | 4 | 20,000 | 80,000 | 0 | 35,000 | 0 | 2 | 10,000 | 20,000 | 4 | 28,000 | 112,000 |
| 33 | 1 | 20,000 | 20,000 | 3 | 20,000 | 60,000 | 3 | 35,000 | 105,000 | 1 | 10,000 | 10,000 | 3 | 28,000 | 84,000 |
| 34 | 1 | 20,000 | 20,000 | 3 | 20,000 | 60,000 | 2 | 35,000 | 70,000 | 2 | 10,000 | 20,000 | 3 | 28,000 | 84,000 |
| 35 | 2 | 20,000 | 40,000 | 2 | 20,000 | 40,000 | 0 | 35,000 | 0 | 3 | 10,000 | 30,000 | 2 | 28,000 | 56,000 |
| 36 | 1 | 20,000 | 20,000 | 2 | 20,000 | 40,000 | 3 | 35,000 | 105,000 | 4 | 10,000 | 40,000 | 4 | 28,000 | 112,000 |
| 37 | 4 | 20,000 | 80,000 | 3 | 20,000 | 60,000 | 2 | 35,000 | 70,000 | 3 | 10,000 | 30,000 | 5 | 28,000 | 140,000 |
| 38 | 6 | 20,000 | 120,000 | 2 | 20,000 | 40,000 | 2 | 35,000 | 70,000 | 2 | 10,000 | 20,000 | 4 | 28,000 | 112,000 |
| 39 | 2 | 20,000 | 40,000 | 3 | 20,000 | 60,000 | 0 | 35,000 | 0 | 2 | 10,000 | 20,000 | 3 | 28,000 | 84,000 |
| 40 | 5 | 20,000 | 100,000 | 2 | 20,000 | 40,000 | 1 | 35,000 | 35,000 | 4 | 10,000 | 40,000 | 4 | 28,000 | 112,000 |
| 41 | 4 | 20,000 | 80,000 | 0 | 20,000 | 0 | 1 | 35,000 | 35,000 | 2 | 10,000 | 20,000 | 4 | 28,000 | 112,000 |
| 42 | 3 | 20,000 | 60,000 | 2 | 20,000 | 40,000 | 2 | 35,000 | 70,000 | 0 | 10,000 | 0 | 5 | 28,000 | 140,000 |
| 43 | 1 | 20,000 | 20,000 | 1 | 20,000 | 20,000 | 2 | 35,000 | 70,000 | 1 | 10,000 | 10,000 | 5 | 28,000 | 140,000 |
| 44 | 3 | 20,000 | 60,000 | 2 | 20,000 | 40,000 | 2 | 35,000 | 70,000 | 1 | 10,000 | 10,000 | 6 | 28,000 | 168,000 |
| 45 | 4 | 20,000 | 80,000 | 1 | 20,000 | 20,000 | 2 | 35,000 | 70,000 | 0 | 10,000 | 0 | 4 | 28,000 | 112,000 |
| 46 | 3 | 20,000 | 60,000 | 2 | 20,000 | 40,000 | 2 | 35,000 | 70,000 | 0 | 10,000 | 0 | 2 | 28,000 | 56,000 |
| 47 | 3 | 20,000 | 60,000 | 1 | 20,000 | 20,000 | 2 | 35,000 | 70,000 | 3 | 10,000 | 30,000 | 2 | 28,000 | 56,000 |
| 48 | 6 | 20,000 | 120,000 | 1 | 20,000 | 20,000 | 0 | 35,000 | 0 | 1 | 10,000 | 10,000 | 3 | 28,000 | 84,000 |
| 49 | 1 | 20,000 | 20,000 | 2 | 20,000 | 40,000 | 1 | 35,000 | 35,000 | 1 | 10,000 | 10,000 | 0 | 28,000 | 0 |
| 50 | 3 | 20,000 | 60,000 | 1 | 20,000 | 20,000 | 2 | 35,000 | 70,000 | 3 | 10,000 | 30,000 | 2 | 28,000 | 56,000 |
| 51 | 0 | 24,000 | 0 | 0 | 22,000 | 0 | 0 | 44,000 | 0 | 0 | 14,500 | 0 | 4 | 35,000 | 140,000 |

| No. | JERUK | | | PISANG | | | APEL | | | PEPAYA | | | MANGGA | | |
|-----|----------|------------|------------|----------|------------|------------|----------|------------|------------|----------|------------|------------|----------|------------|------------|
| | JLH (Kg) | Harga (Rp) | Total (Rp) | JLH (Kg) | Harga (Rp) | Total (Rp) | JLH (Kg) | Harga (Rp) | Total (Rp) | JLH (Kg) | Harga (Rp) | Total (Rp) | JLH (Kg) | Harga (Rp) | Total (Rp) |
| 52 | 4 | 24,000 | 96,000 | 3 | 22,000 | 66,000 | 2 | 44,000 | 88,000 | 2 | 14,500 | 29,000 | 2 | 35,000 | 70,000 |
| 53 | 6 | 24,000 | 144,000 | 5 | 22,000 | 110,000 | 3 | 44,000 | 132,000 | 3 | 14,500 | 43,500 | 4 | 35,000 | 140,000 |
| 54 | 2 | 24,000 | 48,000 | 3 | 22,000 | 66,000 | 4 | 44,000 | 176,000 | 0 | 14,500 | 0 | 4 | 35,000 | 140,000 |
| 55 | 5 | 24,000 | 120,000 | 7 | 22,000 | 154,000 | 4 | 44,000 | 176,000 | 0 | 14,500 | 0 | 5 | 35,000 | 175,000 |
| 56 | 2 | 24,000 | 48,000 | 2 | 22,000 | 44,000 | 4 | 44,000 | 176,000 | 0 | 14,500 | 0 | 4 | 35,000 | 140,000 |
| 57 | 5 | 24,000 | 120,000 | 2 | 22,000 | 44,000 | 3 | 44,000 | 132,000 | 2 | 14,500 | 29,000 | 3 | 35,000 | 105,000 |
| 58 | 5 | 24,000 | 120,000 | 5 | 22,000 | 110,000 | 4 | 44,000 | 176,000 | 3 | 14,500 | 43,500 | 4 | 35,000 | 140,000 |
| 59 | 0 | 24,000 | 0 | 5 | 22,000 | 110,000 | 3 | 44,000 | 132,000 | 0 | 14,500 | 0 | 4 | 35,000 | 140,000 |
| 60 | 0 | 24,000 | 0 | 3 | 22,000 | 66,000 | 0 | 44,000 | 0 | 0 | 14,500 | 0 | 4 | 35,000 | 140,000 |
| 61 | 4 | 24,000 | 96,000 | 4 | 22,000 | 88,000 | 0 | 44,000 | 0 | 0 | 14,500 | 0 | 5 | 35,000 | 175,000 |
| 62 | 2 | 24,000 | 48,000 | 3 | 22,000 | 66,000 | 3 | 44,000 | 132,000 | 3 | 14,500 | 43,500 | 2 | 35,000 | 70,000 |
| 63 | 5 | 24,000 | 120,000 | 5 | 22,000 | 110,000 | 3 | 44,000 | 132,000 | 6 | 14,500 | 87,000 | 3 | 35,000 | 105,000 |
| 64 | 5 | 24,000 | 120,000 | 6 | 22,000 | 132,000 | 4 | 44,000 | 176,000 | 5 | 14,500 | 72,500 | 4 | 35,000 | 140,000 |
| 65 | 6 | 24,000 | 144,000 | 0 | 22,000 | 0 | 4 | 44,000 | 176,000 | 6 | 14,500 | 87,000 | 4 | 35,000 | 140,000 |
| 66 | 3 | 24,000 | 72,000 | 0 | 22,000 | 0 | 3 | 44,000 | 132,000 | 4 | 14,500 | 58,000 | 3 | 35,000 | 105,000 |
| 67 | 0 | 24,000 | 0 | 2 | 22,000 | 44,000 | 3 | 44,000 | 132,000 | 3 | 14,500 | 43,500 | 5 | 35,000 | 175,000 |
| 68 | 2 | 24,000 | 48,000 | 3 | 22,000 | 66,000 | 0 | 44,000 | 0 | 3 | 14,500 | 43,500 | 4 | 35,000 | 140,000 |
| 69 | 6 | 24,000 | 144,000 | 3 | 22,000 | 66,000 | 3 | 44,000 | 132,000 | 5 | 14,500 | 72,500 | 4 | 35,000 | 140,000 |
| 70 | 0 | 24,000 | 0 | 2 | 22,000 | 44,000 | 3 | 44,000 | 132,000 | 0 | 14,500 | 0 | 4 | 35,000 | 140,000 |
| 71 | 0 | 24,000 | 0 | 2 | 22,000 | 44,000 | 2 | 44,000 | 88,000 | 2 | 14,500 | 29,000 | 2 | 35,000 | 70,000 |
| 72 | 4 | 24,000 | 96,000 | 2 | 22,000 | 44,000 | 0 | 44,000 | 0 | 3 | 14,500 | 43,500 | 2 | 35,000 | 70,000 |
| 73 | 5 | 24,000 | 120,000 | 6 | 22,000 | 132,000 | 0 | 44,000 | 0 | 3 | 14,500 | 43,500 | 4 | 35,000 | 140,000 |
| 74 | 7 | 24,000 | 168,000 | 3 | 22,000 | 66,000 | 4 | 44,000 | 176,000 | 0 | 14,500 | 0 | 3 | 35,000 | 105,000 |
| 75 | 8 | 24,000 | 192,000 | 3 | 22,000 | 66,000 | 3 | 44,000 | 132,000 | 0 | 14,500 | 0 | 2 | 35,000 | 70,000 |
| 76 | 5 | 24,000 | 120,000 | 3 | 22,000 | 66,000 | 4 | 44,000 | 176,000 | 5 | 14,500 | 72,500 | 4 | 35,000 | 140,000 |
| 77 | 0 | 24,000 | 0 | 4 | 22,000 | 88,000 | 3 | 44,000 | 132,000 | 4 | 14,500 | 58,000 | 4 | 35,000 | 140,000 |

| No. | JERUK | | | PISANG | | | APEL | | | PEPAYA | | | MANGGA | | |
|-----|----------|------------|------------|----------|------------|------------|----------|------------|------------|----------|------------|------------|----------|------------|------------|
| | JLH (Kg) | Harga (Rp) | Total (Rp) | JLH (Kg) | Harga (Rp) | Total (Rp) | JLH (Kg) | Harga (Rp) | Total (Rp) | JLH (Kg) | Harga (Rp) | Total (Rp) | JLH (Kg) | Harga (Rp) | Total (Rp) |
| 78 | 2 | 24,000 | 48,000 | 4 | 22,000 | 88,000 | 4 | 44,000 | 176,000 | 2 | 14,500 | 29,000 | 4 | 35,000 | 140,000 |
| 79 | 4 | 24,000 | 96,000 | 0 | 22,000 | 0 | 3 | 44,000 | 132,000 | 4 | 14,500 | 58,000 | 3 | 35,000 | 105,000 |
| 80 | 3 | 24,000 | 72,000 | 4 | 22,000 | 88,000 | 3 | 44,000 | 132,000 | 6 | 14,500 | 87,000 | 0 | 35,000 | 0 |
| 81 | 2 | 24,000 | 48,000 | 3 | 22,000 | 66,000 | 4 | 44,000 | 176,000 | 3 | 14,500 | 43,500 | 0 | 35,000 | 0 |
| 82 | 6 | 24,000 | 144,000 | 5 | 22,000 | 110,000 | 3 | 44,000 | 132,000 | 6 | 14,500 | 87,000 | 5 | 35,000 | 175,000 |
| 83 | 8 | 24,000 | 192,000 | 5 | 22,000 | 110,000 | 4 | 44,000 | 176,000 | 0 | 14,500 | 0 | 4 | 35,000 | 140,000 |
| 84 | 3 | 24,000 | 72,000 | 2 | 22,000 | 44,000 | 3 | 44,000 | 132,000 | 3 | 14,500 | 43,500 | 3 | 35,000 | 105,000 |
| 85 | 0 | 24,000 | 0 | 4 | 22,000 | 88,000 | 4 | 44,000 | 176,000 | 3 | 14,500 | 43,500 | 3 | 35,000 | 105,000 |
| 86 | 0 | 24,000 | 0 | 4 | 22,000 | 88,000 | 3 | 44,000 | 132,000 | 0 | 14,500 | 0 | 2 | 35,000 | 70,000 |
| 87 | 2 | 24,000 | 48,000 | 5 | 22,000 | 110,000 | 3 | 44,000 | 132,000 | 4 | 14,500 | 58,000 | 4 | 35,000 | 140,000 |
| 88 | 0 | 24,000 | 0 | 4 | 22,000 | 88,000 | 4 | 44,000 | 176,000 | 0 | 14,500 | 0 | 4 | 35,000 | 140,000 |
| 89 | 0 | 24,000 | 0 | 0 | 22,000 | 0 | 3 | 44,000 | 132,000 | 2 | 14,500 | 29,000 | 5 | 35,000 | 175,000 |
| 90 | 2 | 24,000 | 48,000 | 0 | 22,000 | 0 | 4 | 44,000 | 176,000 | 2 | 14,500 | 29,000 | 5 | 35,000 | 175,000 |
| 91 | 0 | 24,000 | 0 | 3 | 22,000 | 66,000 | 3 | 44,000 | 132,000 | 5 | 14,500 | 72,500 | 4 | 35,000 | 140,000 |
| 92 | 0 | 24,000 | 0 | 0 | 22,000 | 0 | 5 | 44,000 | 220,000 | 4 | 14,500 | 58,000 | 5 | 35,000 | 175,000 |
| 93 | 4 | 24,000 | 96,000 | 6 | 22,000 | 132,000 | 4 | 44,000 | 176,000 | 6 | 14,500 | 87,000 | 4 | 35,000 | 140,000 |
| 94 | 3 | 24,000 | 72,000 | 4 | 22,000 | 88,000 | 3 | 44,000 | 132,000 | 2 | 14,500 | 29,000 | 3 | 35,000 | 105,000 |
| 95 | 3 | 24,000 | 72,000 | 4 | 22,000 | 88,000 | 2 | 44,000 | 88,000 | 3 | 14,500 | 36,250 | 2 | 35,000 | 70,000 |
| 96 | 4 | 24,000 | 96,000 | 2 | 22,000 | 44,000 | 4 | 44,000 | 176,000 | 0 | 14,500 | 0 | 0 | 35,000 | 0 |
| 97 | 5 | 24,000 | 120,000 | 4 | 22,000 | 88,000 | 4 | 44,000 | 176,000 | 4 | 14,500 | 58,000 | 6 | 35,000 | 210,000 |
| 98 | 0 | 24,000 | 0 | 4 | 22,000 | 88,000 | 3 | 44,000 | 132,000 | 6 | 14,500 | 87,000 | 0 | 35,000 | 0 |
| 99 | 5 | 24,000 | 120,000 | 6 | 22,000 | 132,000 | 5 | 44,000 | 220,000 | 6 | 14,500 | 87,000 | 5 | 35,000 | 175,000 |
| 100 | 1 | 24,000 | 24,000 | 4 | 22,000 | 88,000 | 2 | 44,000 | 88,000 | 3 | 14,500 | 43,500 | 3 | 35,000 | 105,000 |

| No | SEMANGKA | | | ALPUKAT | | | PEAR | | | BUAH NAGA | | | ANGGUR | | |
|----|----------|------------|------------|----------|------------|------------|----------|------------|------------|-----------|------------|------------|----------|------------|------------|
| | JLH (Kg) | Harga (Rp) | Total (Rp) | JLH (Kg) | Harga (Rp) | Total (Rp) | JLH (Kg) | Harga (Rp) | Total (Rp) | JLH (Kg) | Harga (Rp) | Total (Rp) | JLH (Kg) | Harga (Rp) | Total (Rp) |
| 1 | 3 | 10,000 | 30,000 | 4 | 18,000 | 72,000 | 0 | 30,000 | 0 | 4 | 20,000 | 80,000 | 0 | 50,000 | 0 |
| 2 | 4 | 10,000 | 40,000 | 4 | 18,000 | 72,000 | 2 | 30,000 | 60,000 | 6 | 20,000 | 120,000 | 0 | 50,000 | 0 |
| 3 | 3 | 10,000 | 30,000 | 4 | 18,000 | 72,000 | 3 | 30,000 | 90,000 | 5 | 20,000 | 100,000 | 1 | 50,000 | 50,000 |
| 4 | 4 | 10,000 | 40,000 | 3 | 18,000 | 54,000 | 2 | 30,000 | 60,000 | 3 | 20,000 | 60,000 | 2 | 50,000 | 100,000 |
| 5 | 3 | 10,000 | 30,000 | 2 | 18,000 | 36,000 | 3 | 30,000 | 90,000 | 3 | 20,000 | 60,000 | 3 | 50,000 | 150,000 |
| 6 | 2 | 10,000 | 20,000 | 3 | 18,000 | 54,000 | 2 | 30,000 | 60,000 | 2 | 20,000 | 40,000 | 2 | 50,000 | 100,000 |
| 7 | 2 | 10,000 | 20,000 | 5 | 18,000 | 90,000 | 3 | 30,000 | 90,000 | 4 | 20,000 | 80,000 | 2 | 50,000 | 100,000 |
| 8 | 3 | 10,000 | 30,000 | 4 | 18,000 | 72,000 | 0 | 30,000 | 0 | 2 | 20,000 | 40,000 | 2 | 50,000 | 100,000 |
| 9 | 4 | 10,000 | 40,000 | 3 | 18,000 | 54,000 | 3 | 30,000 | 90,000 | 3 | 20,000 | 60,000 | 3 | 50,000 | 150,000 |
| 10 | 3 | 10,000 | 30,000 | 2 | 18,000 | 36,000 | 3 | 30,000 | 90,000 | 5 | 20,000 | 100,000 | 2 | 50,000 | 100,000 |
| 11 | 2 | 10,000 | 20,000 | 2 | 18,000 | 36,000 | 2 | 30,000 | 60,000 | 6 | 20,000 | 120,000 | 3 | 50,000 | 150,000 |
| 12 | 2 | 10,000 | 20,000 | 5 | 18,000 | 90,000 | 3 | 30,000 | 90,000 | 5 | 20,000 | 100,000 | 2 | 50,000 | 100,000 |
| 13 | 3 | 10,000 | 30,000 | 5 | 18,000 | 90,000 | 2 | 30,000 | 60,000 | 6 | 20,000 | 120,000 | 1 | 50,000 | 50,000 |
| 14 | 3 | 10,000 | 30,000 | 2 | 18,000 | 36,000 | 3 | 30,000 | 90,000 | 6 | 20,000 | 120,000 | 2 | 50,000 | 100,000 |
| 15 | 3 | 10,000 | 30,000 | 2 | 18,000 | 36,000 | 2 | 30,000 | 60,000 | 4 | 20,000 | 80,000 | 3 | 50,000 | 150,000 |
| 16 | 4 | 10,000 | 40,000 | 6 | 18,000 | 108,000 | 6 | 30,000 | 180,000 | 3 | 20,000 | 60,000 | 3 | 50,000 | 150,000 |
| 17 | 4 | 10,000 | 40,000 | 4 | 18,000 | 72,000 | 4 | 30,000 | 120,000 | 3 | 20,000 | 60,000 | 2 | 50,000 | 100,000 |
| 18 | 2 | 10,000 | 20,000 | 4 | 18,000 | 72,000 | 2 | 30,000 | 60,000 | 6 | 20,000 | 120,000 | 2 | 50,000 | 100,000 |
| 19 | 2 | 10,000 | 20,000 | 4 | 18,000 | 72,000 | 4 | 30,000 | 120,000 | 3 | 20,000 | 60,000 | 1 | 50,000 | 50,000 |
| 20 | 3 | 10,000 | 30,000 | 2 | 18,000 | 36,000 | 2 | 30,000 | 60,000 | 5 | 20,000 | 100,000 | 2 | 50,000 | 100,000 |
| 21 | 2 | 10,000 | 20,000 | 4 | 18,000 | 72,000 | 3 | 30,000 | 90,000 | 2 | 20,000 | 40,000 | 3 | 50,000 | 150,000 |
| 22 | 2 | 10,000 | 20,000 | 2 | 18,000 | 36,000 | 3 | 30,000 | 90,000 | 3 | 20,000 | 60,000 | 2 | 50,000 | 100,000 |
| 23 | 2 | 10,000 | 20,000 | 2 | 18,000 | 36,000 | 3 | 30,000 | 90,000 | 2 | 20,000 | 40,000 | 2 | 50,000 | 100,000 |
| 24 | 3 | 10,000 | 30,000 | 3 | 18,000 | 54,000 | 2 | 30,000 | 60,000 | 3 | 20,000 | 60,000 | 2 | 50,000 | 100,000 |
| 25 | 3 | 10,000 | 30,000 | 1 | 18,000 | 18,000 | 3 | 30,000 | 90,000 | 4 | 20,000 | 80,000 | 0 | 50,000 | 0 |
| 26 | 3 | 10,000 | 30,000 | 4 | 18,000 | 72,000 | 2 | 30,000 | 60,000 | 2 | 20,000 | 40,000 | 1 | 50,000 | 50,000 |

| No | SEMANGKA | | | ALPUKAT | | | PEAR | | | BUAH NAGA | | | ANGGUR | | |
|----|----------|------------|------------|----------|------------|------------|----------|------------|------------|-----------|------------|------------|----------|------------|------------|
| | JLH (Kg) | Harga (Rp) | Total (Rp) | JLH (Kg) | Harga (Rp) | Total (Rp) | JLH (Kg) | Harga (Rp) | Total (Rp) | JLH (Kg) | Harga (Rp) | Total (Rp) | JLH (Kg) | Harga (Rp) | Total (Rp) |
| 27 | 2 | 10,000 | 20,000 | 2 | 18,000 | 36,000 | 0 | 30,000 | 0 | 3 | 20,000 | 60,000 | 0 | 50,000 | 0 |
| 28 | 4 | 10,000 | 40,000 | 3 | 18,000 | 54,000 | 0 | 30,000 | 0 | 4 | 20,000 | 80,000 | 1 | 50,000 | 50,000 |
| 29 | 2 | 10,000 | 20,000 | 3 | 18,000 | 54,000 | 0 | 30,000 | 0 | 2 | 20,000 | 40,000 | 1 | 50,000 | 50,000 |
| 30 | 2 | 10,000 | 20,000 | 3 | 18,000 | 54,000 | 5 | 30,000 | 150,000 | 6 | 20,000 | 120,000 | 2 | 50,000 | 100,000 |
| 31 | 2 | 10,000 | 20,000 | 2 | 18,000 | 36,000 | 2 | 30,000 | 60,000 | 2 | 20,000 | 40,000 | 1 | 50,000 | 50,000 |
| 32 | 3 | 10,000 | 30,000 | 0 | 18,000 | 0 | 3 | 30,000 | 90,000 | 4 | 20,000 | 80,000 | 1 | 50,000 | 50,000 |
| 33 | 2 | 10,000 | 20,000 | 4 | 18,000 | 72,000 | 2 | 30,000 | 60,000 | 3 | 20,000 | 60,000 | 1 | 50,000 | 50,000 |
| 34 | 3 | 10,000 | 30,000 | 2 | 18,000 | 36,000 | 5 | 30,000 | 150,000 | 2 | 20,000 | 40,000 | 2 | 50,000 | 100,000 |
| 35 | 2 | 10,000 | 20,000 | 3 | 18,000 | 54,000 | 2 | 30,000 | 60,000 | 2 | 20,000 | 40,000 | 1 | 50,000 | 50,000 |
| 36 | 2 | 10,000 | 20,000 | 1 | 18,000 | 18,000 | 5 | 30,000 | 150,000 | 0 | 20,000 | 0 | 1 | 50,000 | 50,000 |
| 37 | 2 | 10,000 | 20,000 | 1 | 18,000 | 18,000 | 4 | 30,000 | 120,000 | 0 | 20,000 | 0 | 1 | 50,000 | 50,000 |
| 38 | 3 | 10,000 | 30,000 | 1 | 18,000 | 18,000 | 3 | 30,000 | 90,000 | 1 | 20,000 | 20,000 | 1 | 50,000 | 50,000 |
| 39 | 2 | 10,000 | 20,000 | 0 | 18,000 | 0 | 0 | 30,000 | 0 | 2 | 20,000 | 40,000 | 1 | 50,000 | 50,000 |
| 40 | 4 | 10,000 | 40,000 | 3 | 18,000 | 54,000 | 4 | 30,000 | 120,000 | 3 | 20,000 | 60,000 | 0 | 50,000 | 0 |
| 41 | 2 | 10,000 | 20,000 | 0 | 18,000 | 0 | 0 | 30,000 | 0 | 3 | 20,000 | 60,000 | 1 | 50,000 | 50,000 |
| 42 | 2 | 10,000 | 20,000 | 2 | 18,000 | 36,000 | 2 | 30,000 | 60,000 | 5 | 20,000 | 100,000 | 0 | 50,000 | 0 |
| 43 | 2 | 10,000 | 20,000 | 2 | 18,000 | 36,000 | 3 | 30,000 | 90,000 | 4 | 20,000 | 80,000 | 2 | 50,000 | 100,000 |
| 44 | 3 | 10,000 | 30,000 | 2 | 18,000 | 36,000 | 6 | 30,000 | 180,000 | 2 | 20,000 | 40,000 | 2 | 50,000 | 100,000 |
| 45 | 2 | 10,000 | 20,000 | 2 | 18,000 | 36,000 | 3 | 30,000 | 90,000 | 3 | 20,000 | 60,000 | 1 | 50,000 | 50,000 |
| 46 | 3 | 10,000 | 30,000 | 2 | 18,000 | 36,000 | 2 | 30,000 | 60,000 | 3 | 20,000 | 60,000 | 2 | 50,000 | 100,000 |
| 47 | 2 | 10,000 | 20,000 | 3 | 18,000 | 54,000 | 4 | 30,000 | 120,000 | 2 | 20,000 | 40,000 | 3 | 50,000 | 150,000 |
| 48 | 4 | 10,000 | 40,000 | 2 | 18,000 | 36,000 | 2 | 30,000 | 60,000 | 1 | 20,000 | 20,000 | 2 | 50,000 | 100,000 |
| 49 | 2 | 10,000 | 20,000 | 3 | 18,000 | 54,000 | 2 | 30,000 | 60,000 | 4 | 20,000 | 80,000 | 1 | 50,000 | 50,000 |
| 50 | 2 | 10,000 | 20,000 | 0 | 18,000 | 0 | 2 | 30,000 | 60,000 | 3 | 20,000 | 60,000 | 1 | 50,000 | 50,000 |
| 51 | 0 | 9,500 | 0 | 0 | 23,000 | 0 | 0 | 30,000 | 0 | 3 | 23,500 | 70,500 | 2 | 50,000 | 100,000 |
| 52 | 0 | 9,500 | 0 | 0 | 23,000 | 0 | 0 | 30,000 | 0 | 4 | 23,500 | 94,000 | 2 | 50,000 | 100,000 |

| No | SEMANGKA | | | ALPUKAT | | | PEAR | | | BUAH NAGA | | | ANGGUR | | |
|----|----------|------------|------------|----------|------------|------------|----------|------------|------------|-----------|------------|------------|----------|------------|------------|
| | JLH (Kg) | Harga (Rp) | Total (Rp) | JLH (Kg) | Harga (Rp) | Total (Rp) | JLH (Kg) | Harga (Rp) | Total (Rp) | JLH (Kg) | Harga (Rp) | Total (Rp) | JLH (Kg) | Harga (Rp) | Total (Rp) |
| 53 | 4 | 9,500 | 38,000 | 4 | 23,000 | 92,000 | 4 | 30,000 | 120,000 | 3 | 23,500 | 70,500 | 0 | 50,000 | 0 |
| 54 | 3 | 9,500 | 28,500 | 0 | 23,000 | 0 | 5 | 30,000 | 150,000 | 4 | 23,500 | 94,000 | 2 | 50,000 | 75,000 |
| 55 | 5 | 9,500 | 47,500 | 4 | 23,000 | 92,000 | 3 | 30,000 | 90,000 | 3 | 23,500 | 70,500 | 2 | 50,000 | 75,000 |
| 56 | 4 | 9,500 | 38,000 | 0 | 23,000 | 0 | 4 | 30,000 | 120,000 | 4 | 23,500 | 94,000 | 2 | 50,000 | 100,000 |
| 57 | 4 | 9,500 | 38,000 | 0 | 23,000 | 0 | 2 | 30,000 | 60,000 | 6 | 23,500 | 141,000 | 0 | 50,000 | 0 |
| 58 | 5 | 9,500 | 47,500 | 3 | 23,000 | 69,000 | 6 | 30,000 | 180,000 | 3 | 23,500 | 70,500 | 2 | 50,000 | 100,000 |
| 59 | 5 | 9,500 | 47,500 | 4 | 23,000 | 92,000 | 4 | 30,000 | 120,000 | 6 | 23,500 | 141,000 | 2 | 50,000 | 100,000 |
| 60 | 4 | 9,500 | 38,000 | 5 | 23,000 | 115,000 | 5 | 30,000 | 150,000 | 5 | 23,500 | 117,500 | 2 | 50,000 | 100,000 |
| 61 | 2 | 9,500 | 19,000 | 5 | 23,000 | 115,000 | 6 | 30,000 | 180,000 | 0 | 23,500 | 0 | 2 | 50,000 | 100,000 |
| 62 | 4 | 9,500 | 38,000 | 4 | 23,000 | 92,000 | 4 | 30,000 | 120,000 | 0 | 23,500 | 0 | 2 | 50,000 | 100,000 |
| 63 | 5 | 9,500 | 47,500 | 5 | 23,000 | 115,000 | 3 | 30,000 | 90,000 | 3 | 23,500 | 70,500 | 2 | 50,000 | 100,000 |
| 64 | 2 | 9,500 | 19,000 | 6 | 23,000 | 138,000 | 4 | 30,000 | 120,000 | 5 | 23,500 | 117,500 | 3 | 50,000 | 150,000 |
| 65 | 4 | 9,500 | 38,000 | 0 | 23,000 | 0 | 3 | 30,000 | 90,000 | 6 | 23,500 | 141,000 | 2 | 50,000 | 100,000 |
| 66 | 2 | 9,500 | 19,000 | 3 | 23,000 | 69,000 | 4 | 30,000 | 120,000 | 6 | 23,500 | 141,000 | 2 | 50,000 | 100,000 |
| 67 | 3 | 9,500 | 28,500 | 0 | 23,000 | 0 | 4 | 30,000 | 120,000 | 5 | 23,500 | 117,500 | 2 | 50,000 | 75,000 |
| 68 | 0 | 9,500 | 0 | 3 | 23,000 | 69,000 | 3 | 30,000 | 90,000 | 6 | 23,500 | 141,000 | 4 | 50,000 | 200,000 |
| 69 | 3 | 9,500 | 28,500 | 4 | 23,000 | 92,000 | 3 | 30,000 | 90,000 | 4 | 23,500 | 94,000 | 2 | 50,000 | 75,000 |
| 70 | 3 | 9,500 | 28,500 | 4 | 23,000 | 92,000 | 3 | 30,000 | 90,000 | 5 | 23,500 | 117,500 | 2 | 50,000 | 100,000 |
| 71 | 2 | 9,500 | 19,000 | 2 | 23,000 | 46,000 | 2 | 30,000 | 60,000 | 6 | 23,500 | 141,000 | 4 | 50,000 | 200,000 |
| 72 | 2 | 9,500 | 19,000 | 3 | 23,000 | 69,000 | 4 | 30,000 | 120,000 | 6 | 23,500 | 141,000 | 2 | 50,000 | 100,000 |
| 73 | 0 | 9,500 | 0 | 3 | 23,000 | 69,000 | 3 | 30,000 | 90,000 | 5 | 23,500 | 117,500 | 3 | 50,000 | 150,000 |
| 74 | 3 | 9,500 | 28,500 | 4 | 23,000 | 92,000 | 3 | 30,000 | 90,000 | 4 | 23,500 | 94,000 | 3 | 50,000 | 150,000 |
| 75 | 0 | 9,500 | 0 | 2 | 23,000 | 46,000 | 0 | 30,000 | 0 | 5 | 23,500 | 117,500 | 2 | 50,000 | 100,000 |
| 76 | 0 | 9,500 | 0 | 0 | 23,000 | 0 | 0 | 30,000 | 0 | 3 | 23,500 | 70,500 | 2 | 50,000 | 75,000 |
| 77 | 0 | 9,500 | 0 | 3 | 23,000 | 69,000 | 0 | 30,000 | 0 | 4 | 23,500 | 94,000 | 3 | 50,000 | 150,000 |
| 78 | 0 | 9,500 | 0 | 6 | 23,000 | 138,000 | 3 | 30,000 | 90,000 | 5 | 23,500 | 117,500 | 1 | 50,000 | 50,000 |
| 79 | 0 | 9,500 | 0 | 3 | 23,000 | 69,000 | 3 | 30,000 | 90,000 | 6 | 23,500 | 141,000 | 1 | 50,000 | 50,000 |

| No | SEMANGKA | | | ALPUKAT | | | PEAR | | | BUAH NAGA | | | ANGGUR | | |
|-----|----------|------------|------------|----------|------------|------------|----------|------------|------------|-----------|------------|------------|----------|------------|------------|
| | JLH (Kg) | Harga (Rp) | Total (Rp) | JLH (Kg) | Harga (Rp) | Total (Rp) | JLH (Kg) | Harga (Rp) | Total (Rp) | JLH (Kg) | Harga (Rp) | Total (Rp) | JLH (Kg) | Harga (Rp) | Total (Rp) |
| 80 | 4 | 9,500 | 38,000 | 4 | 23,000 | 92,000 | 3 | 30,000 | 90,000 | 5 | 23,500 | 117,500 | 3 | 50,000 | 150,000 |
| 81 | 3 | 9,500 | 28,500 | 4 | 23,000 | 92,000 | 5 | 30,000 | 150,000 | 6 | 23,500 | 141,000 | 2 | 50,000 | 100,000 |
| 82 | 4 | 9,500 | 38,000 | 5 | 23,000 | 115,000 | 5 | 30,000 | 150,000 | 5 | 23,500 | 117,500 | 3 | 50,000 | 150,000 |
| 83 | 3 | 9,500 | 28,500 | 4 | 23,000 | 92,000 | 4 | 30,000 | 120,000 | 5 | 23,500 | 117,500 | 3 | 50,000 | 150,000 |
| 84 | 0 | 9,500 | 0 | 0 | 23,000 | 0 | 3 | 30,000 | 90,000 | 3 | 23,500 | 70,500 | 1 | 50,000 | 50,000 |
| 85 | 2 | 9,500 | 19,000 | 3 | 23,000 | 69,000 | 3 | 30,000 | 90,000 | 3 | 23,500 | 70,500 | 1 | 50,000 | 50,000 |
| 86 | 0 | 9,500 | 0 | 4 | 23,000 | 92,000 | 3 | 30,000 | 90,000 | 6 | 23,500 | 141,000 | 0 | 50,000 | 0 |
| 87 | 6 | 9,500 | 57,000 | 3 | 23,000 | 69,000 | 3 | 30,000 | 90,000 | 3 | 23,500 | 70,500 | 2 | 50,000 | 100,000 |
| 88 | 0 | 9,500 | 0 | 3 | 23,000 | 69,000 | 4 | 30,000 | 120,000 | 4 | 23,500 | 94,000 | 2 | 50,000 | 75,000 |
| 89 | 5 | 9,500 | 47,500 | 3 | 23,000 | 69,000 | 3 | 30,000 | 90,000 | 3 | 23,500 | 70,500 | 2 | 50,000 | 75,000 |
| 90 | 3 | 9,500 | 28,500 | 3 | 23,000 | 69,000 | 5 | 30,000 | 150,000 | 6 | 23,500 | 141,000 | 2 | 50,000 | 100,000 |
| 91 | 2 | 9,500 | 19,000 | 4 | 23,000 | 92,000 | 4 | 30,000 | 120,000 | 3 | 23,500 | 70,500 | 2 | 50,000 | 100,000 |
| 92 | 2 | 9,500 | 19,000 | 4 | 23,000 | 92,000 | 5 | 30,000 | 150,000 | 5 | 23,500 | 117,500 | 0 | 50,000 | 0 |
| 93 | 4 | 9,500 | 38,000 | 4 | 23,000 | 92,000 | 4 | 30,000 | 120,000 | 4 | 23,500 | 94,000 | 2 | 50,000 | 100,000 |
| 94 | 3 | 9,500 | 28,500 | 3 | 23,000 | 69,000 | 2 | 30,000 | 60,000 | 5 | 23,500 | 117,500 | 2 | 50,000 | 100,000 |
| 95 | 4 | 9,500 | 38,000 | 4 | 23,000 | 92,000 | 2 | 30,000 | 60,000 | 5 | 23,500 | 117,500 | 3 | 50,000 | 125,000 |
| 96 | 0 | 9,500 | 0 | 3 | 23,000 | 69,000 | 0 | 30,000 | 0 | 3 | 23,500 | 70,500 | 0 | 50,000 | 0 |
| 97 | 2 | 9,500 | 19,000 | 3 | 23,000 | 69,000 | 2 | 30,000 | 60,000 | 4 | 23,500 | 94,000 | 2 | 50,000 | 100,000 |
| 98 | 5 | 9,500 | 47,500 | 5 | 23,000 | 115,000 | 3 | 30,000 | 90,000 | 5 | 23,500 | 117,500 | 3 | 50,000 | 150,000 |
| 99 | 4 | 9,500 | 38,000 | 5 | 23,000 | 115,000 | 0 | 30,000 | 0 | 4 | 23,500 | 94,000 | 3 | 50,000 | 150,000 |
| 100 | 0 | 9,500 | 0 | 4 | 23,000 | 92,000 | 2 | 30,000 | 60,000 | 4 | 23,500 | 94,000 | 2 | 50,000 | 100,000 |

- **Pengeluaran Pembelian Sayuran dalam Sebulan**

-

| No | BROKOLI | | | BAYAM | | | SAWI | | | TERONG UNGU | | | CABAI | | |
|----|-------------|---------------|---------------|-------------|---------------|---------------|-------------|---------------|---------------|-------------|---------------|---------------|-------------|---------------|---------------|
| | JLH (Kg) | Harga (Rp) | Total (Rp) | JLH (Kg) | Harga (Rp) | Total (Rp) | JLH (Kg) | Harga (Rp) | Total (Rp) | JLH (Kg) | Harga (Rp) | Total (Rp) | JLH (Kg) | Harga (Rp) | Total (Rp) |
| 1 | 3 | 15,000 | 45,000 | 3 | 5,000 | 12,500 | 3 | 10,000 | 30,000 | 2 | 10,000 | 15,000 | 4 | 32,000 | 128,000 |
| 2 | 2 | 15,000 | 30,000 | 3 | 5,000 | 15,000 | 3 | 10,000 | 30,000 | 2 | 10,000 | 15,000 | 5 | 32,000 | 160,000 |
| 3 | 2 | 15,000 | 30,000 | 3 | 5,000 | 15,000 | 3 | 10,000 | 30,000 | 2 | 10,000 | 15,000 | 4 | 32,000 | 128,000 |
| 4 | 2 | 15,000 | 30,000 | 3 | 5,000 | 15,000 | 2 | 10,000 | 20,000 | 3 | 10,000 | 25,000 | 5 | 32,000 | 160,000 |
| 5 | 2 | 15,000 | 30,000 | 3 | 5,000 | 15,000 | 3 | 10,000 | 30,000 | 2 | 10,000 | 20,000 | 5 | 32,000 | 160,000 |
| 6 | 2 | 15,000 | 30,000 | 3 | 5,000 | 12,500 | 2 | 10,000 | 20,000 | 2 | 10,000 | 20,000 | 5 | 32,000 | 160,000 |
| 7 | 2 | 15,000 | 30,000 | 3 | 5,000 | 15,000 | 3 | 10,000 | 30,000 | 2 | 10,000 | 20,000 | 4 | 32,000 | 128,000 |
| 8 | 2 | 15,000 | 30,000 | 3 | 5,000 | 15,000 | 2 | 10,000 | 15,000 | 2 | 10,000 | 15,000 | 3 | 32,000 | 96,000 |
| 9 | 2 | 15,000 | 30,000 | 3 | 5,000 | 15,000 | 2 | 10,000 | 20,000 | 3 | 10,000 | 25,000 | 3 | 32,000 | 96,000 |
| 10 | 2 | 15,000 | 30,000 | 3 | 5,000 | 12,500 | 3 | 10,000 | 30,000 | 4 | 10,000 | 40,000 | 5 | 32,000 | 160,000 |
| 11 | 2 | 15,000 | 30,000 | 3 | 5,000 | 15,000 | 3 | 10,000 | 30,000 | 3 | 10,000 | 30,000 | 4 | 32,000 | 128,000 |
| 12 | 2 | 15,000 | 30,000 | 3 | 5,000 | 15,000 | 2 | 10,000 | 15,000 | 3 | 10,000 | 30,000 | 5 | 32,000 | 160,000 |
| 13 | 2 | 15,000 | 30,000 | 3 | 5,000 | 15,000 | 2 | 10,000 | 15,000 | 3 | 10,000 | 30,000 | 3 | 32,000 | 96,000 |
| 14 | 2 | 15,000 | 30,000 | 3 | 5,000 | 15,000 | 3 | 10,000 | 30,000 | 3 | 10,000 | 30,000 | 4 | 32,000 | 128,000 |
| 15 | 2 | 15,000 | 22,500 | 3 | 5,000 | 15,000 | 3 | 10,000 | 30,000 | 3 | 10,000 | 30,000 | 4 | 32,000 | 128,000 |
| 16 | 2 | 15,000 | 30,000 | 3 | 5,000 | 12,500 | 3 | 10,000 | 30,000 | 3 | 10,000 | 25,000 | 4 | 32,000 | 128,000 |
| 17 | 2 | 15,000 | 30,000 | 3 | 5,000 | 15,000 | 3 | 10,000 | 30,000 | 2 | 10,000 | 20,000 | 3 | 32,000 | 96,000 |
| 18 | 2 | 15,000 | 30,000 | 3 | 5,000 | 15,000 | 3 | 10,000 | 30,000 | 3 | 10,000 | 25,000 | 3 | 32,000 | 96,000 |
| 19 | 2 | 15,000 | 30,000 | 3 | 5,000 | 15,000 | 2 | 10,000 | 20,000 | 4 | 10,000 | 40,000 | 4 | 32,000 | 128,000 |
| 20 | 2 | 15,000 | 30,000 | 3 | 5,000 | 15,000 | 3 | 10,000 | 30,000 | 4 | 10,000 | 40,000 | 3 | 32,000 | 96,000 |
| 21 | 2 | 15,000 | 30,000 | 3 | 5,000 | 15,000 | 3 | 10,000 | 30,000 | 3 | 10,000 | 30,000 | 5 | 32,000 | 160,000 |
| 22 | 2 | 15,000 | 30,000 | 2 | 5,000 | 10,000 | 3 | 10,000 | 25,000 | 4 | 10,000 | 40,000 | 5 | 32,000 | 160,000 |
| 23 | 2 | 15,000 | 30,000 | 3 | 5,000 | 12,500 | 2 | 10,000 | 20,000 | 4 | 10,000 | 40,000 | 4 | 32,000 | 128,000 |
| 24 | 2 | 15,000 | 30,000 | 3 | 5,000 | 12,500 | 2 | 10,000 | 20,000 | 4 | 10,000 | 40,000 | 5 | 32,000 | 160,000 |
| 25 | 2 | 15,000 | 30,000 | 1 | 5,000 | 5,000 | 2 | 10,000 | 15,000 | 2 | 10,000 | 20,000 | 3 | 32,000 | 96,000 |

| No | BROKOLI | | | BAYAM | | | SAWI | | | TERONG UNGU | | | CABAI | | |
|----|----------|------------|------------|----------|------------|------------|----------|------------|------------|-------------|------------|------------|----------|------------|------------|
| | JLH (Kg) | Harga (Rp) | Total (Rp) | JLH (Kg) | Harga (Rp) | Total (Rp) | JLH (Kg) | Harga (Rp) | Total (Rp) | JLH (Kg) | Harga (Rp) | Total (Rp) | JLH (Kg) | Harga (Rp) | Total (Rp) |
| 26 | 2 | 15,000 | 30,000 | 1 | 5,000 | 5,000 | 2 | 10,000 | 15,000 | 2 | 10,000 | 20,000 | 3 | 32,000 | 96,000 |
| 27 | 2 | 15,000 | 30,000 | 1 | 5,000 | 5,000 | 1 | 10,000 | 10,000 | 2 | 10,000 | 20,000 | 3 | 32,000 | 96,000 |
| 28 | 2 | 15,000 | 30,000 | 1 | 5,000 | 5,000 | 1 | 10,000 | 10,000 | 2 | 10,000 | 20,000 | 3 | 32,000 | 96,000 |
| 29 | 2 | 15,000 | 30,000 | 1 | 5,000 | 5,000 | 2 | 10,000 | 15,000 | 2 | 10,000 | 20,000 | 3 | 32,000 | 96,000 |
| 30 | 2 | 15,000 | 30,000 | 3 | 5,000 | 15,000 | 2 | 10,000 | 20,000 | 3 | 10,000 | 25,000 | 4 | 32,000 | 128,000 |
| 31 | 2 | 15,000 | 30,000 | 3 | 5,000 | 15,000 | 2 | 10,000 | 20,000 | 2 | 10,000 | 15,000 | 5 | 32,000 | 160,000 |
| 32 | 2 | 15,000 | 22,500 | 3 | 5,000 | 15,000 | 2 | 10,000 | 20,000 | 2 | 10,000 | 15,000 | 3 | 32,000 | 96,000 |
| 33 | 2 | 15,000 | 30,000 | 3 | 5,000 | 15,000 | 2 | 10,000 | 20,000 | 2 | 10,000 | 20,000 | 3 | 32,000 | 96,000 |
| 34 | 2 | 15,000 | 30,000 | 3 | 5,000 | 15,000 | 2 | 10,000 | 20,000 | 3 | 10,000 | 30,000 | 4 | 32,000 | 128,000 |
| 35 | 2 | 15,000 | 30,000 | 2 | 5,000 | 7,500 | 2 | 10,000 | 20,000 | 2 | 10,000 | 15,000 | 5 | 32,000 | 160,000 |
| 36 | 3 | 15,000 | 37,500 | 3 | 5,000 | 15,000 | 2 | 10,000 | 20,000 | 2 | 10,000 | 20,000 | 5 | 32,000 | 160,000 |
| 37 | 2 | 15,000 | 30,000 | 3 | 5,000 | 15,000 | 2 | 10,000 | 20,000 | 3 | 10,000 | 30,000 | 5 | 32,000 | 160,000 |
| 38 | 2 | 15,000 | 30,000 | 3 | 5,000 | 15,000 | 2 | 10,000 | 15,000 | 2 | 10,000 | 20,000 | 4 | 32,000 | 128,000 |
| 39 | 2 | 15,000 | 30,000 | 3 | 5,000 | 15,000 | 2 | 10,000 | 20,000 | 2 | 10,000 | 20,000 | 3 | 32,000 | 96,000 |
| 40 | 2 | 15,000 | 22,500 | 3 | 5,000 | 15,000 | 2 | 10,000 | 20,000 | 3 | 10,000 | 30,000 | 5 | 32,000 | 160,000 |
| 41 | 2 | 15,000 | 30,000 | 3 | 5,000 | 15,000 | 2 | 10,000 | 20,000 | 2 | 10,000 | 20,000 | 5 | 32,000 | 160,000 |
| 42 | 2 | 15,000 | 22,500 | 2 | 5,000 | 7,500 | 2 | 10,000 | 20,000 | 3 | 10,000 | 30,000 | 4 | 32,000 | 128,000 |
| 43 | 2 | 15,000 | 30,000 | 3 | 5,000 | 15,000 | 2 | 10,000 | 15,000 | 2 | 10,000 | 20,000 | 5 | 32,000 | 160,000 |
| 44 | 2 | 15,000 | 30,000 | 3 | 5,000 | 15,000 | 2 | 10,000 | 20,000 | 3 | 10,000 | 30,000 | 4 | 32,000 | 128,000 |
| 45 | 2 | 15,000 | 30,000 | 2 | 5,000 | 7,500 | 2 | 10,000 | 20,000 | 2 | 10,000 | 20,000 | 3 | 32,000 | 96,000 |
| 46 | 2 | 15,000 | 30,000 | 1 | 5,000 | 5,000 | 2 | 10,000 | 20,000 | 2 | 10,000 | 20,000 | 3 | 32,000 | 96,000 |
| 47 | 2 | 15,000 | 30,000 | 3 | 5,000 | 12,500 | 2 | 10,000 | 15,000 | 3 | 10,000 | 30,000 | 5 | 32,000 | 160,000 |
| 48 | 2 | 15,000 | 30,000 | 3 | 5,000 | 15,000 | 2 | 10,000 | 20,000 | 2 | 10,000 | 15,000 | 3 | 32,000 | 96,000 |
| 49 | 2 | 15,000 | 30,000 | 3 | 5,000 | 15,000 | 2 | 10,000 | 20,000 | 3 | 10,000 | 30,000 | 3 | 32,000 | 96,000 |
| 50 | 1 | 15,000 | 15,000 | 2 | 5,000 | 7,500 | 1 | 10,000 | 10,000 | 3 | 10,000 | 30,000 | 3 | 32,000 | 96,000 |
| 51 | 2 | 28,000 | 56,000 | 2 | 5,500 | 11,000 | 2 | 11,500 | 23,000 | 3 | 12,000 | 36,000 | 4 | 39,000 | 156,000 |
| 52 | 2 | 28,000 | 56,000 | 2 | 5,500 | 11,000 | 2 | 11,500 | 17,250 | 2 | 12,000 | 24,000 | 3 | 39,000 | 117,000 |

| No | BROKOLI | | | BAYAM | | | SAWI | | | TERONG UNGU | | | CABAI | | |
|----|----------|------------|------------|----------|------------|------------|----------|------------|------------|-------------|------------|------------|----------|------------|------------|
| | JLH (Kg) | Harga (Rp) | Total (Rp) | JLH (Kg) | Harga (Rp) | Total (Rp) | JLH (Kg) | Harga (Rp) | Total (Rp) | JLH (Kg) | Harga (Rp) | Total (Rp) | JLH (Kg) | Harga (Rp) | Total (Rp) |
| 53 | 2 | 28,000 | 56,000 | 2 | 5,500 | 11,000 | 2 | 11,500 | 23,000 | 3 | 12,000 | 36,000 | 3 | 39,000 | 117,000 |
| 54 | 2 | 28,000 | 56,000 | 2 | 5,500 | 11,000 | 2 | 11,500 | 23,000 | 2 | 12,000 | 24,000 | 3 | 39,000 | 117,000 |
| 55 | 3 | 28,000 | 70,000 | 2 | 5,500 | 11,000 | 2 | 11,500 | 23,000 | 2 | 12,000 | 24,000 | 5 | 39,000 | 195,000 |
| 56 | 2 | 28,000 | 56,000 | 2 | 5,500 | 11,000 | 2 | 11,500 | 23,000 | 1 | 12,000 | 12,000 | 3 | 39,000 | 117,000 |
| 57 | 2 | 28,000 | 56,000 | 2 | 5,500 | 11,000 | 1 | 11,500 | 11,500 | 1 | 12,000 | 12,000 | 5 | 39,000 | 195,000 |
| 58 | 2 | 28,000 | 56,000 | 2 | 5,500 | 11,000 | 2 | 11,500 | 23,000 | 2 | 12,000 | 18,000 | 3 | 39,000 | 117,000 |
| 59 | 2 | 28,000 | 56,000 | 2 | 5,500 | 11,000 | 2 | 11,500 | 23,000 | 2 | 12,000 | 24,000 | 4 | 39,000 | 156,000 |
| 60 | 2 | 28,000 | 42,000 | 2 | 5,500 | 11,000 | 2 | 11,500 | 23,000 | 2 | 12,000 | 18,000 | 6 | 39,000 | 234,000 |
| 61 | 2 | 28,000 | 56,000 | 2 | 5,500 | 11,000 | 2 | 11,500 | 23,000 | 3 | 12,000 | 36,000 | 3 | 39,000 | 117,000 |
| 62 | 2 | 28,000 | 56,000 | 2 | 5,500 | 11,000 | 1 | 11,500 | 11,500 | 3 | 12,000 | 36,000 | 3 | 39,000 | 117,000 |
| 63 | 2 | 28,000 | 56,000 | 3 | 5,500 | 16,500 | 2 | 11,500 | 23,000 | 3 | 12,000 | 36,000 | 4 | 39,000 | 156,000 |
| 64 | 3 | 28,000 | 70,000 | 3 | 5,500 | 16,500 | 2 | 11,500 | 23,000 | 2 | 12,000 | 18,000 | 3 | 39,000 | 117,000 |
| 65 | 2 | 28,000 | 56,000 | 3 | 5,500 | 16,500 | 2 | 11,500 | 23,000 | 3 | 12,000 | 36,000 | 3 | 39,000 | 117,000 |
| 66 | 2 | 28,000 | 56,000 | 2 | 5,500 | 11,000 | 1 | 11,500 | 11,500 | 2 | 12,000 | 24,000 | 3 | 39,000 | 117,000 |
| 67 | 2 | 28,000 | 56,000 | 2 | 5,500 | 11,000 | 1 | 11,500 | 11,500 | 2 | 12,000 | 24,000 | 3 | 39,000 | 117,000 |
| 68 | 2 | 28,000 | 56,000 | 3 | 5,500 | 16,500 | 2 | 11,500 | 23,000 | 2 | 12,000 | 24,000 | 3 | 39,000 | 117,000 |
| 69 | 2 | 28,000 | 56,000 | 2 | 5,500 | 11,000 | 2 | 11,500 | 17,250 | 3 | 12,000 | 36,000 | 3 | 39,000 | 117,000 |
| 70 | 2 | 28,000 | 56,000 | 2 | 5,500 | 11,000 | 2 | 11,500 | 23,000 | 2 | 12,000 | 24,000 | 3 | 39,000 | 117,000 |
| 71 | 2 | 28,000 | 56,000 | 3 | 5,500 | 16,500 | 2 | 11,500 | 23,000 | 2 | 12,000 | 24,000 | 3 | 39,000 | 117,000 |
| 72 | 2 | 28,000 | 56,000 | 3 | 5,500 | 16,500 | 2 | 11,500 | 23,000 | 2 | 12,000 | 24,000 | 5 | 39,000 | 195,000 |
| 73 | 2 | 28,000 | 56,000 | 2 | 5,500 | 11,000 | 2 | 11,500 | 23,000 | 3 | 12,000 | 36,000 | 4 | 39,000 | 156,000 |
| 74 | 2 | 28,000 | 56,000 | 3 | 5,500 | 16,500 | 3 | 11,500 | 34,500 | 2 | 12,000 | 24,000 | 4 | 39,000 | 156,000 |
| 75 | 2 | 28,000 | 56,000 | 2 | 5,500 | 8,250 | 2 | 11,500 | 17,250 | 3 | 12,000 | 36,000 | 3 | 39,000 | 117,000 |
| 76 | 2 | 28,000 | 42,000 | 2 | 5,500 | 8,250 | 2 | 11,500 | 17,250 | 3 | 12,000 | 36,000 | 3 | 39,000 | 117,000 |
| 77 | 2 | 28,000 | 56,000 | 3 | 5,500 | 16,500 | 2 | 11,500 | 23,000 | 2 | 12,000 | 24,000 | 3 | 39,000 | 117,000 |
| 78 | 2 | 28,000 | 56,000 | 2 | 5,500 | 11,000 | 3 | 11,500 | 34,500 | 3 | 12,000 | 36,000 | 3 | 39,000 | 117,000 |
| 79 | 2 | 28,000 | 56,000 | 2 | 5,500 | 11,000 | 4 | 11,500 | 46,000 | 2 | 12,000 | 24,000 | 3 | 39,000 | 117,000 |

| No | BROKOLI | | | BAYAM | | | SAWI | | | TERONG UNGU | | | CABAI | | |
|-----|----------|------------|------------|----------|------------|------------|----------|------------|------------|-------------|------------|------------|----------|------------|------------|
| | JLH (Kg) | Harga (Rp) | Total (Rp) | JLH (Kg) | Harga (Rp) | Total (Rp) | JLH (Kg) | Harga (Rp) | Total (Rp) | JLH (Kg) | Harga (Rp) | Total (Rp) | JLH (Kg) | Harga (Rp) | Total (Rp) |
| 80 | 2 | 28,000 | 56,000 | 2 | 5,500 | 11,000 | 4 | 11,500 | 46,000 | 3 | 12,000 | 36,000 | 3 | 39,000 | 117,000 |
| 81 | 2 | 28,000 | 56,000 | 3 | 5,500 | 16,500 | 4 | 11,500 | 46,000 | 3 | 12,000 | 36,000 | 3 | 39,000 | 117,000 |
| 82 | 2 | 28,000 | 56,000 | 2 | 5,500 | 11,000 | 2 | 11,500 | 23,000 | 3 | 12,000 | 36,000 | 3 | 39,000 | 117,000 |
| 83 | 3 | 28,000 | 84,000 | 3 | 5,500 | 16,500 | 3 | 11,500 | 28,750 | 3 | 12,000 | 36,000 | 3 | 39,000 | 117,000 |
| 84 | 2 | 28,000 | 56,000 | 2 | 5,500 | 11,000 | 3 | 11,500 | 34,500 | 2 | 12,000 | 24,000 | 3 | 39,000 | 117,000 |
| 85 | 2 | 28,000 | 56,000 | 2 | 5,500 | 11,000 | 3 | 11,500 | 34,500 | 2 | 12,000 | 24,000 | 3 | 39,000 | 117,000 |
| 86 | 2 | 28,000 | 56,000 | 2 | 5,500 | 11,000 | 4 | 11,500 | 46,000 | 2 | 12,000 | 24,000 | 3 | 39,000 | 117,000 |
| 87 | 2 | 28,000 | 56,000 | 2 | 5,500 | 11,000 | 2 | 11,500 | 23,000 | 2 | 12,000 | 24,000 | 3 | 39,000 | 117,000 |
| 88 | 2 | 28,000 | 56,000 | 2 | 5,500 | 11,000 | 2 | 11,500 | 17,250 | 3 | 12,000 | 30,000 | 3 | 39,000 | 117,000 |
| 89 | 3 | 28,000 | 84,000 | 3 | 5,500 | 13,750 | 2 | 11,500 | 23,000 | 3 | 12,000 | 36,000 | 4 | 39,000 | 156,000 |
| 90 | 2 | 28,000 | 56,000 | 3 | 5,500 | 16,500 | 2 | 11,500 | 23,000 | 3 | 12,000 | 36,000 | 5 | 39,000 | 195,000 |
| 91 | 2 | 28,000 | 56,000 | 2 | 5,500 | 11,000 | 3 | 11,500 | 34,500 | 2 | 12,000 | 24,000 | 4 | 39,000 | 156,000 |
| 92 | 2 | 28,000 | 56,000 | 2 | 5,500 | 11,000 | 2 | 11,500 | 23,000 | 3 | 12,000 | 36,000 | 4 | 39,000 | 156,000 |
| 93 | 3 | 28,000 | 84,000 | 3 | 5,500 | 13,750 | 3 | 11,500 | 28,750 | 3 | 12,000 | 30,000 | 5 | 39,000 | 195,000 |
| 94 | 2 | 28,000 | 56,000 | 2 | 5,500 | 11,000 | 2 | 11,500 | 23,000 | 2 | 12,000 | 18,000 | 3 | 39,000 | 117,000 |
| 95 | 2 | 28,000 | 56,000 | 2 | 5,500 | 11,000 | 2 | 11,500 | 23,000 | 2 | 12,000 | 24,000 | 3 | 39,000 | 117,000 |
| 96 | 2 | 28,000 | 56,000 | 2 | 5,500 | 11,000 | 2 | 11,500 | 23,000 | 3 | 12,000 | 36,000 | 3 | 39,000 | 117,000 |
| 97 | 3 | 28,000 | 84,000 | 2 | 5,500 | 11,000 | 2 | 11,500 | 17,250 | 4 | 12,000 | 48,000 | 5 | 39,000 | 195,000 |
| 98 | 2 | 28,000 | 56,000 | 3 | 5,500 | 16,500 | 2 | 11,500 | 17,250 | 3 | 12,000 | 36,000 | 4 | 39,000 | 156,000 |
| 99 | 2 | 28,000 | 56,000 | 2 | 5,500 | 11,000 | 3 | 11,500 | 34,500 | 2 | 12,000 | 24,000 | 4 | 39,000 | 156,000 |
| 100 | 2 | 28,000 | 56,000 | 2 | 5,500 | 11,000 | 1 | 11,500 | 11,500 | 2 | 12,000 | 18,000 | 3 | 39,000 | 117,000 |

| No | KENTANG | | | WORTEL | | | KACANG PANJANG | | | BAWANG | | | TOMAT | | |
|----|----------|------------|------------|----------|------------|------------|----------------|------------|------------|----------|------------|------------|----------|------------|------------|
| | JLH (Kg) | Harga (Rp) | Total (Rp) | JLH (Kg) | Harga (Rp) | Total (Rp) | JLH (Kg) | Harga (Rp) | Total (Rp) | JLH (Kg) | Harga (Rp) | Total (Rp) | JLH (Kg) | Harga (Rp) | Total (Rp) |
| 1 | 4 | 16,000 | 64,000 | 2 | 12,000 | 24,000 | 3 | 15,000 | 37,500 | 4 | 30,000 | 105,000 | 2 | 12,000 | 24,000 |
| 2 | 3 | 16,000 | 48,000 | 2 | 12,000 | 24,000 | 3 | 15,000 | 37,500 | 3 | 30,000 | 75,000 | 2 | 12,000 | 24,000 |
| 3 | 3 | 16,000 | 48,000 | 2 | 12,000 | 24,000 | 3 | 15,000 | 37,500 | 4 | 30,000 | 120,000 | 2 | 12,000 | 24,000 |
| 4 | 4 | 16,000 | 64,000 | 2 | 12,000 | 24,000 | 3 | 15,000 | 37,500 | 4 | 30,000 | 120,000 | 2 | 12,000 | 24,000 |
| 5 | 3 | 16,000 | 48,000 | 2 | 12,000 | 24,000 | 3 | 15,000 | 37,500 | 4 | 30,000 | 105,000 | 2 | 12,000 | 24,000 |
| 6 | 4 | 16,000 | 56,000 | 2 | 12,000 | 24,000 | 3 | 15,000 | 37,500 | 4 | 30,000 | 120,000 | 2 | 12,000 | 24,000 |
| 7 | 3 | 16,000 | 40,000 | 2 | 12,000 | 24,000 | 3 | 15,000 | 37,500 | 4 | 30,000 | 105,000 | 2 | 12,000 | 24,000 |
| 8 | 2 | 16,000 | 32,000 | 2 | 12,000 | 24,000 | 2 | 15,000 | 22,500 | 3 | 30,000 | 90,000 | 2 | 12,000 | 24,000 |
| 9 | 4 | 16,000 | 64,000 | 2 | 12,000 | 24,000 | 3 | 15,000 | 37,500 | 3 | 30,000 | 90,000 | 2 | 12,000 | 24,000 |
| 10 | 4 | 16,000 | 64,000 | 2 | 12,000 | 24,000 | 3 | 15,000 | 37,500 | 4 | 30,000 | 105,000 | 2 | 12,000 | 24,000 |
| 11 | 3 | 16,000 | 40,000 | 2 | 12,000 | 24,000 | 3 | 15,000 | 37,500 | 3 | 30,000 | 90,000 | 2 | 12,000 | 24,000 |
| 12 | 3 | 16,000 | 40,000 | 2 | 12,000 | 24,000 | 3 | 15,000 | 37,500 | 3 | 30,000 | 90,000 | 2 | 12,000 | 24,000 |
| 13 | 3 | 16,000 | 40,000 | 2 | 12,000 | 24,000 | 3 | 15,000 | 37,500 | 3 | 30,000 | 90,000 | 2 | 12,000 | 24,000 |
| 14 | 4 | 16,000 | 64,000 | 2 | 12,000 | 24,000 | 3 | 15,000 | 37,500 | 4 | 30,000 | 120,000 | 2 | 12,000 | 24,000 |
| 15 | 3 | 16,000 | 40,000 | 2 | 12,000 | 24,000 | 3 | 15,000 | 37,500 | 3 | 30,000 | 90,000 | 2 | 12,000 | 24,000 |
| 16 | 4 | 16,000 | 64,000 | 2 | 12,000 | 24,000 | 3 | 15,000 | 37,500 | 4 | 30,000 | 120,000 | 2 | 12,000 | 24,000 |
| 17 | 3 | 16,000 | 40,000 | 2 | 12,000 | 24,000 | 3 | 15,000 | 37,500 | 4 | 30,000 | 105,000 | 2 | 12,000 | 24,000 |
| 18 | 3 | 16,000 | 40,000 | 2 | 12,000 | 24,000 | 3 | 15,000 | 37,500 | 3 | 30,000 | 90,000 | 2 | 12,000 | 24,000 |
| 19 | 4 | 16,000 | 64,000 | 2 | 12,000 | 24,000 | 3 | 15,000 | 37,500 | 3 | 30,000 | 90,000 | 2 | 12,000 | 24,000 |
| 20 | 4 | 16,000 | 64,000 | 2 | 12,000 | 24,000 | 3 | 15,000 | 37,500 | 3 | 30,000 | 90,000 | 2 | 12,000 | 24,000 |
| 21 | 4 | 16,000 | 64,000 | 2 | 12,000 | 24,000 | 3 | 15,000 | 37,500 | 4 | 30,000 | 105,000 | 2 | 12,000 | 24,000 |
| 22 | 4 | 16,000 | 64,000 | 2 | 12,000 | 24,000 | 2 | 15,000 | 30,000 | 3 | 30,000 | 90,000 | 2 | 12,000 | 24,000 |
| 23 | 4 | 16,000 | 64,000 | 2 | 12,000 | 24,000 | 3 | 15,000 | 37,500 | 3 | 30,000 | 90,000 | 2 | 12,000 | 24,000 |
| 24 | 4 | 16,000 | 64,000 | 2 | 12,000 | 24,000 | 3 | 15,000 | 37,500 | 3 | 30,000 | 90,000 | 2 | 12,000 | 24,000 |
| 25 | 3 | 16,000 | 40,000 | 2 | 12,000 | 24,000 | 2 | 15,000 | 22,500 | 3 | 30,000 | 90,000 | 1 | 12,000 | 12,000 |
| 26 | 3 | 16,000 | 40,000 | 2 | 12,000 | 24,000 | 2 | 15,000 | 22,500 | 3 | 30,000 | 90,000 | 2 | 12,000 | 24,000 |
| 27 | 2 | 16,000 | 32,000 | 2 | 12,000 | 24,000 | 2 | 15,000 | 22,500 | 2 | 30,000 | 60,000 | 1 | 12,000 | 12,000 |
| 28 | 2 | 16,000 | 32,000 | 2 | 12,000 | 24,000 | 2 | 15,000 | 22,500 | 2 | 30,000 | 60,000 | 1 | 12,000 | 12,000 |

| No | KENTANG | | | WORTEL | | | KACANG PANJANG | | | BAWANG | | | TOMAT | | |
|----|----------|------------|------------|----------|------------|------------|----------------|------------|------------|----------|------------|------------|----------|------------|------------|
| | JLH (Kg) | Harga (Rp) | Total (Rp) | JLH (Kg) | Harga (Rp) | Total (Rp) | JLH (Kg) | Harga (Rp) | Total (Rp) | JLH (Kg) | Harga (Rp) | Total (Rp) | JLH (Kg) | Harga (Rp) | Total (Rp) |
| 29 | 2 | 16,000 | 32,000 | 2 | 12,000 | 24,000 | 2 | 15,000 | 22,500 | 2 | 30,000 | 60,000 | 2 | 12,000 | 24,000 |
| 30 | 3 | 16,000 | 40,000 | 2 | 12,000 | 24,000 | 2 | 15,000 | 22,500 | 4 | 30,000 | 105,000 | 2 | 12,000 | 24,000 |
| 31 | 2 | 16,000 | 32,000 | 2 | 12,000 | 24,000 | 2 | 15,000 | 22,500 | 2 | 30,000 | 60,000 | 2 | 12,000 | 24,000 |
| 32 | 2 | 16,000 | 32,000 | 2 | 12,000 | 24,000 | 2 | 15,000 | 22,500 | 2 | 30,000 | 60,000 | 2 | 12,000 | 18,000 |
| 33 | 3 | 16,000 | 40,000 | 2 | 12,000 | 24,000 | 2 | 15,000 | 22,500 | 2 | 30,000 | 60,000 | 2 | 12,000 | 24,000 |
| 34 | 3 | 16,000 | 40,000 | 2 | 12,000 | 24,000 | 2 | 15,000 | 22,500 | 2 | 30,000 | 60,000 | 2 | 12,000 | 24,000 |
| 35 | 3 | 16,000 | 40,000 | 2 | 12,000 | 24,000 | 2 | 15,000 | 22,500 | 2 | 30,000 | 60,000 | 1 | 12,000 | 12,000 |
| 36 | 3 | 16,000 | 40,000 | 2 | 12,000 | 24,000 | 2 | 15,000 | 22,500 | 2 | 30,000 | 60,000 | 2 | 12,000 | 24,000 |
| 37 | 3 | 16,000 | 40,000 | 2 | 12,000 | 24,000 | 2 | 15,000 | 22,500 | 2 | 30,000 | 60,000 | 2 | 12,000 | 24,000 |
| 38 | 2 | 16,000 | 32,000 | 2 | 12,000 | 24,000 | 2 | 15,000 | 22,500 | 2 | 30,000 | 60,000 | 2 | 12,000 | 18,000 |
| 39 | 2 | 16,000 | 32,000 | 2 | 12,000 | 24,000 | 2 | 15,000 | 22,500 | 2 | 30,000 | 60,000 | 1 | 12,000 | 12,000 |
| 40 | 3 | 16,000 | 40,000 | 2 | 12,000 | 24,000 | 2 | 15,000 | 22,500 | 2 | 30,000 | 60,000 | 2 | 12,000 | 24,000 |
| 41 | 2 | 16,000 | 32,000 | 2 | 12,000 | 24,000 | 2 | 15,000 | 22,500 | 2 | 30,000 | 60,000 | 2 | 12,000 | 18,000 |
| 42 | 3 | 16,000 | 40,000 | 2 | 12,000 | 24,000 | 2 | 15,000 | 22,500 | 4 | 30,000 | 105,000 | 2 | 12,000 | 24,000 |
| 43 | 2 | 16,000 | 32,000 | 2 | 12,000 | 24,000 | 2 | 15,000 | 22,500 | 3 | 30,000 | 90,000 | 2 | 12,000 | 24,000 |
| 44 | 2 | 16,000 | 32,000 | 2 | 12,000 | 24,000 | 2 | 15,000 | 22,500 | 2 | 30,000 | 60,000 | 2 | 12,000 | 18,000 |
| 45 | 2 | 16,000 | 32,000 | 2 | 12,000 | 24,000 | 1 | 15,000 | 15,000 | 2 | 30,000 | 60,000 | 1 | 12,000 | 12,000 |
| 46 | 3 | 16,000 | 40,000 | 2 | 12,000 | 24,000 | 1 | 15,000 | 15,000 | 2 | 30,000 | 60,000 | 1 | 12,000 | 12,000 |
| 47 | 3 | 16,000 | 48,000 | 2 | 12,000 | 24,000 | 3 | 15,000 | 37,500 | 3 | 30,000 | 90,000 | 2 | 12,000 | 24,000 |
| 48 | 2 | 16,000 | 32,000 | 2 | 12,000 | 24,000 | 2 | 15,000 | 22,500 | 2 | 30,000 | 60,000 | 1 | 12,000 | 12,000 |
| 49 | 2 | 16,000 | 32,000 | 2 | 12,000 | 24,000 | 2 | 15,000 | 22,500 | 2 | 30,000 | 60,000 | 1 | 12,000 | 12,000 |
| 50 | 2 | 16,000 | 32,000 | 2 | 12,000 | 24,000 | 2 | 15,000 | 22,500 | 2 | 30,000 | 60,000 | 1 | 12,000 | 12,000 |
| 51 | 2 | 23,000 | 46,000 | 2 | 16,000 | 32,000 | 3 | 17,000 | 42,500 | 2 | 39,500 | 79,000 | 2 | 16,000 | 32,000 |
| 52 | 2 | 23,000 | 46,000 | 2 | 16,000 | 32,000 | 2 | 17,000 | 25,500 | 2 | 39,500 | 79,000 | 1 | 16,000 | 16,000 |
| 53 | 2 | 23,000 | 46,000 | 2 | 16,000 | 32,000 | 2 | 17,000 | 34,000 | 2 | 39,500 | 79,000 | 2 | 16,000 | 32,000 |
| 54 | 2 | 23,000 | 46,000 | 2 | 16,000 | 32,000 | 2 | 17,000 | 34,000 | 2 | 39,500 | 79,000 | 2 | 16,000 | 32,000 |
| 55 | 3 | 23,000 | 57,500 | 2 | 16,000 | 32,000 | 3 | 17,000 | 42,500 | 2 | 39,500 | 79,000 | 2 | 16,000 | 32,000 |

| No | KENTANG | | | WORTEL | | | KACANG PANJANG | | | BAWANG | | | TOMAT | | |
|----|----------|------------|------------|----------|------------|------------|----------------|------------|------------|----------|------------|------------|----------|------------|------------|
| | JLH (Kg) | Harga (Rp) | Total (Rp) | JLH (Kg) | Harga (Rp) | Total (Rp) | JLH (Kg) | Harga (Rp) | Total (Rp) | JLH (Kg) | Harga (Rp) | Total (Rp) | JLH (Kg) | Harga (Rp) | Total (Rp) |
| 56 | 2 | 23,000 | 46,000 | 2 | 16,000 | 32,000 | 2 | 17,000 | 25,500 | 2 | 39,500 | 79,000 | 1 | 16,000 | 16,000 |
| 57 | 2 | 23,000 | 46,000 | 2 | 16,000 | 32,000 | 2 | 17,000 | 25,500 | 2 | 39,500 | 79,000 | 1 | 16,000 | 16,000 |
| 58 | 2 | 23,000 | 46,000 | 2 | 16,000 | 32,000 | 2 | 17,000 | 34,000 | 2 | 39,500 | 79,000 | 2 | 16,000 | 32,000 |
| 59 | 3 | 23,000 | 57,500 | 2 | 16,000 | 32,000 | 2 | 17,000 | 34,000 | 2 | 39,500 | 79,000 | 2 | 16,000 | 32,000 |
| 60 | 2 | 23,000 | 46,000 | 2 | 16,000 | 32,000 | 3 | 17,000 | 42,500 | 2 | 39,500 | 59,250 | 2 | 16,000 | 32,000 |
| 61 | 2 | 23,000 | 46,000 | 2 | 16,000 | 32,000 | 3 | 17,000 | 42,500 | 2 | 39,500 | 79,000 | 2 | 16,000 | 32,000 |
| 62 | 2 | 23,000 | 46,000 | 2 | 16,000 | 32,000 | 2 | 17,000 | 25,500 | 2 | 39,500 | 59,250 | 1 | 16,000 | 16,000 |
| 63 | 3 | 23,000 | 57,500 | 2 | 16,000 | 32,000 | 2 | 17,000 | 34,000 | 2 | 39,500 | 79,000 | 2 | 16,000 | 32,000 |
| 64 | 3 | 23,000 | 57,500 | 2 | 16,000 | 32,000 | 3 | 17,000 | 42,500 | 2 | 39,500 | 79,000 | 2 | 16,000 | 32,000 |
| 65 | 3 | 23,000 | 57,500 | 2 | 16,000 | 32,000 | 2 | 17,000 | 25,500 | 2 | 39,500 | 79,000 | 1 | 16,000 | 16,000 |
| 66 | 3 | 23,000 | 57,500 | 2 | 16,000 | 32,000 | 1 | 17,000 | 17,000 | 2 | 39,500 | 79,000 | 1 | 16,000 | 16,000 |
| 67 | 2 | 23,000 | 46,000 | 2 | 16,000 | 32,000 | 2 | 17,000 | 34,000 | 2 | 39,500 | 59,250 | 1 | 16,000 | 16,000 |
| 68 | 2 | 23,000 | 46,000 | 2 | 16,000 | 32,000 | 2 | 17,000 | 34,000 | 2 | 39,500 | 59,250 | 1 | 16,000 | 16,000 |
| 69 | 3 | 23,000 | 57,500 | 2 | 16,000 | 32,000 | 2 | 17,000 | 34,000 | 2 | 39,500 | 59,250 | 2 | 16,000 | 32,000 |
| 70 | 3 | 23,000 | 57,500 | 2 | 16,000 | 32,000 | 2 | 17,000 | 34,000 | 2 | 39,500 | 59,250 | 2 | 16,000 | 32,000 |
| 71 | 3 | 23,000 | 57,500 | 2 | 16,000 | 32,000 | 2 | 17,000 | 34,000 | 1 | 39,500 | 39,500 | 2 | 16,000 | 24,000 |
| 72 | 3 | 23,000 | 57,500 | 2 | 16,000 | 32,000 | 2 | 17,000 | 34,000 | 2 | 39,500 | 59,250 | 1 | 16,000 | 16,000 |
| 73 | 3 | 23,000 | 57,500 | 2 | 16,000 | 32,000 | 2 | 17,000 | 34,000 | 2 | 39,500 | 59,250 | 2 | 16,000 | 32,000 |
| 74 | 3 | 23,000 | 69,000 | 2 | 16,000 | 32,000 | 2 | 17,000 | 34,000 | 2 | 39,500 | 59,250 | 2 | 16,000 | 32,000 |
| 75 | 3 | 23,000 | 57,500 | 2 | 16,000 | 32,000 | 2 | 17,000 | 34,000 | 2 | 39,500 | 59,250 | 2 | 16,000 | 24,000 |
| 76 | 3 | 23,000 | 57,500 | 2 | 16,000 | 32,000 | 2 | 17,000 | 34,000 | 2 | 39,500 | 59,250 | 2 | 16,000 | 32,000 |
| 77 | 3 | 23,000 | 69,000 | 2 | 16,000 | 32,000 | 2 | 17,000 | 34,000 | 2 | 39,500 | 59,250 | 2 | 16,000 | 32,000 |
| 78 | 3 | 23,000 | 69,000 | 2 | 16,000 | 32,000 | 2 | 17,000 | 34,000 | 2 | 39,500 | 59,250 | 2 | 16,000 | 32,000 |
| 79 | 3 | 23,000 | 69,000 | 2 | 16,000 | 32,000 | 2 | 17,000 | 34,000 | 2 | 39,500 | 59,250 | 2 | 16,000 | 32,000 |
| 80 | 3 | 23,000 | 69,000 | 2 | 16,000 | 32,000 | 2 | 17,000 | 34,000 | 2 | 39,500 | 59,250 | 2 | 16,000 | 32,000 |
| 81 | 4 | 23,000 | 92,000 | 2 | 16,000 | 32,000 | 2 | 17,000 | 34,000 | 2 | 39,500 | 59,250 | 2 | 16,000 | 32,000 |
| 82 | 3 | 23,000 | 69,000 | 2 | 16,000 | 32,000 | 2 | 17,000 | 34,000 | 2 | 39,500 | 59,250 | 2 | 16,000 | 32,000 |

| No | KENTANG | | | WORTEL | | | KACANG PANJANG | | | BAWANG | | | TOMAT | | |
|-----|----------|------------|------------|----------|------------|------------|----------------|------------|------------|----------|------------|------------|----------|------------|------------|
| | JLH (Kg) | Harga (Rp) | Total (Rp) | JLH (Kg) | Harga (Rp) | Total (Rp) | JLH (Kg) | Harga (Rp) | Total (Rp) | JLH (Kg) | Harga (Rp) | Total (Rp) | JLH (Kg) | Harga (Rp) | Total (Rp) |
| 83 | 4 | 23,000 | 92,000 | 2 | 16,000 | 32,000 | 3 | 17,000 | 42,500 | 2 | 39,500 | 59,250 | 2 | 16,000 | 32,000 |
| 84 | 3 | 23,000 | 69,000 | 2 | 16,000 | 32,000 | 2 | 17,000 | 25,500 | 2 | 39,500 | 59,250 | 1 | 16,000 | 16,000 |
| 85 | 3 | 23,000 | 69,000 | 2 | 16,000 | 32,000 | 2 | 17,000 | 34,000 | 2 | 39,500 | 59,250 | 1 | 16,000 | 16,000 |
| 86 | 3 | 23,000 | 69,000 | 2 | 16,000 | 32,000 | 2 | 17,000 | 25,500 | 2 | 39,500 | 59,250 | 1 | 16,000 | 16,000 |
| 87 | 3 | 23,000 | 69,000 | 2 | 16,000 | 32,000 | 2 | 17,000 | 34,000 | 2 | 39,500 | 59,250 | 2 | 16,000 | 24,000 |
| 88 | 3 | 23,000 | 69,000 | 2 | 16,000 | 32,000 | 2 | 17,000 | 25,500 | 2 | 39,500 | 59,250 | 2 | 16,000 | 32,000 |
| 89 | 3 | 23,000 | 69,000 | 2 | 16,000 | 32,000 | 3 | 17,000 | 42,500 | 2 | 39,500 | 79,000 | 2 | 16,000 | 32,000 |
| 90 | 4 | 23,000 | 92,000 | 2 | 16,000 | 32,000 | 2 | 17,000 | 34,000 | 2 | 39,500 | 59,250 | 2 | 16,000 | 32,000 |
| 91 | 4 | 23,000 | 92,000 | 2 | 16,000 | 32,000 | 3 | 17,000 | 42,500 | 2 | 39,500 | 59,250 | 2 | 16,000 | 32,000 |
| 92 | 4 | 23,000 | 92,000 | 2 | 16,000 | 32,000 | 2 | 17,000 | 25,500 | 2 | 39,500 | 59,250 | 2 | 16,000 | 32,000 |
| 93 | 4 | 23,000 | 92,000 | 2 | 16,000 | 32,000 | 2 | 17,000 | 34,000 | 2 | 39,500 | 79,000 | 2 | 16,000 | 32,000 |
| 94 | 3 | 23,000 | 69,000 | 2 | 16,000 | 32,000 | 2 | 17,000 | 25,500 | 2 | 39,500 | 59,250 | 2 | 16,000 | 24,000 |
| 95 | 3 | 23,000 | 69,000 | 2 | 16,000 | 32,000 | 2 | 17,000 | 34,000 | 2 | 39,500 | 59,250 | 2 | 16,000 | 24,000 |
| 96 | 3 | 23,000 | 69,000 | 2 | 16,000 | 32,000 | 2 | 17,000 | 34,000 | 2 | 39,500 | 59,250 | 2 | 16,000 | 32,000 |
| 97 | 5 | 23,000 | 115,000 | 2 | 16,000 | 32,000 | 2 | 17,000 | 34,000 | 2 | 39,500 | 59,250 | 2 | 16,000 | 32,000 |
| 98 | 4 | 23,000 | 92,000 | 2 | 16,000 | 32,000 | 2 | 17,000 | 34,000 | 2 | 39,500 | 79,000 | 2 | 16,000 | 24,000 |
| 99 | 4 | 23,000 | 92,000 | 2 | 16,000 | 32,000 | 2 | 17,000 | 34,000 | 2 | 39,500 | 79,000 | 2 | 16,000 | 24,000 |
| 100 | 4 | 23,000 | 92,000 | 2 | 16,000 | 32,000 | 2 | 17,000 | 25,500 | 2 | 39,500 | 59,250 | 1 | 16,000 | 16,000 |

Lampiran 4. Tabel Frekuensi Karakteristik Responden

| Statistics | | | | | | |
|------------|---------|------|------------|------------|-------------------|--------------------------------------|
| | | Usia | Pendidikan | Pendapatan | Jumlah Tanggungan | Rata-rata Pengeluaran Buah dan Sayur |
| N | Valid | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| | Missing | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |

| Usia | | | | | | |
|-------|-------------|-----------|---------|---------------|--------------------|--|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent | |
| Valid | 26-34 Tahun | 37 | 37,0 | 37,0 | 37,0 | |
| | 35-44 Tahun | 51 | 51,0 | 51,0 | 88,0 | |
| | 45-53 Tahun | 12 | 12,0 | 12,0 | 100,0 | |
| | Total | 100 | 100,0 | 100,0 | | |

| Pendidikan | | | | | | |
|------------|----------|-----------|---------|---------------|--------------------|--|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent | |
| Valid | SMP | 5 | 5,0 | 5,0 | 5,0 | |
| | SMA | 40 | 40,0 | 40,0 | 45,0 | |
| | SARJANA | 43 | 43,0 | 43,0 | 88,0 | |
| | MAGISTER | 12 | 12,0 | 12,0 | 100,0 | |
| | Total | 100 | 100,0 | 100,0 | | |

| Pendapatan | | | | | | |
|------------|----------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|--|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent | |
| Valid | 3.500.000-5.999.999 | 35 | 35,0 | 35,0 | 35,0 | |
| | 6.000.000-8.499.999 | 56 | 56,0 | 56,0 | 96,0 | |
| | 8.500.000-10.999.999 | 7 | 7,0 | 7,0 | 100,0 | |
| | Total | 100 | 100,0 | 100,0 | | |

| Jumlah Tanggungan | | | | | | |
|-------------------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|--|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent | |
| Valid | 1-2 | 62 | 62,0 | 62,0 | 62,0 | |
| | 3-4 | 38 | 38,0 | 38,0 | 100,0 | |
| | Total | 100 | 100,0 | 100,0 | | |

| Rata-rata Pengeluaran Buah dan Sayur | | | | | | |
|--------------------------------------|---------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|--|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent | |
| Valid | 500.000-1.100.000 | 36 | 36,0 | 36,0 | 36,0 | |
| | 1.200.000-1.800.000 | 64 | 64,0 | 64,0 | 100,0 | |
| | Total | 100 | 100,0 | 100,0 | | |

Lampiran 5. Frekuensi Tanggapan Responden

1. Pasar *Offline*

- Variabel Harga (X1)

X1.1

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|---------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid 3 | 5 | 10.0 | 10.0 | 10.0 |
| 4 | 26 | 52.0 | 52.0 | 62.0 |
| 5 | 19 | 38.0 | 38.0 | 100.0 |
| Total | 50 | 100.0 | 100.0 | |

X1.2

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|---------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid 3 | 5 | 10.0 | 10.0 | 10.0 |
| 4 | 27 | 54.0 | 54.0 | 64.0 |
| 5 | 18 | 36.0 | 36.0 | 100.0 |
| Total | 50 | 100.0 | 100.0 | |

X1.3

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|---------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid 3 | 5 | 10.0 | 10.0 | 10.0 |
| 4 | 31 | 62.0 | 62.0 | 72.0 |
| 5 | 14 | 28.0 | 28.0 | 100.0 |
| Total | 50 | 100.0 | 100.0 | |

X1.4

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|---------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid 2 | 8 | 16.0 | 16.0 | 16.0 |
| 3 | 16 | 32.0 | 32.0 | 32.0 |
| 4 | 20 | 40.0 | 40.0 | 48.0 |
| 5 | 6 | 12.0 | 12.0 | 100.0 |
| Total | 50 | 100.0 | 100.0 | |

- Variabel kualitas Produk (X2)

X2.1

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | 2 | 1 | 2.0 | 2.0 |
| | 3 | 15 | 30.0 | 32.0 |
| | 4 | 24 | 48.0 | 80.0 |
| | 5 | 10 | 20.0 | 100.0 |
| Total | 50 | 100.0 | 100.0 | |

X2.2

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | 3 | 16 | 32.0 | 32.0 |
| | 4 | 26 | 52.0 | 84.0 |
| | 5 | 8 | 16.0 | 100.0 |
| Total | 50 | 100.0 | 100.0 | |

X2.3

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | 3 | 12 | 24.0 | 24.0 |
| | 4 | 24 | 48.0 | 76.0 |
| | 5 | 14 | 28.0 | 100.0 |
| Total | 50 | 100.0 | 100.0 | |

X2.4

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | 3 | 9 | 18.0 | 18.0 |
| | 4 | 23 | 46.0 | 64.0 |
| | 5 | 18 | 36.0 | 100.0 |
| Total | 50 | 100.0 | 100.0 | |

- Variabel Kualitas Pelayanan (X3)

X3.1

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | 3 | 16 | 32.0 | 32.0 |
| | 4 | 23 | 46.0 | 78.0 |
| | 5 | 11 | 22.0 | 100.0 |
| Total | 50 | 100.0 | 100.0 | |

X3.2

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | 3 | 10 | 20.0 | 20.0 | 20.0 |
| | 4 | 31 | 62.0 | 62.0 | 82.0 |
| | 5 | 9 | 18.0 | 18.0 | 100.0 |
| | Total | 50 | 100.0 | 100.0 | |

X3.3

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | 2 | 5 | 10.0 | 10.0 | 10.0 |
| | 3 | 10 | 20.0 | 20.0 | 20.0 |
| | 4 | 26 | 52.0 | 52.0 | 82.0 |
| | 5 | 9 | 18.0 | 18.0 | 100.0 |
| | Total | 50 | 100.0 | 100.0 | |

X3.4

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | 2 | 3 | 6.0 | 6.0 | 6.0 |
| | 3 | 14 | 28.0 | 28.0 | 34.0 |
| | 4 | 27 | 54.0 | 54.0 | 88.0 |
| | 5 | 6 | 12.0 | 12.0 | 100.0 |
| | Total | 50 | 100.0 | 100.0 | |

2. Pasar Online
- Variabel Harga (X1)

X1.1

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | 2 | 3 | 6.0 | 6.0 | 6.0 |
| | 3 | 23 | 46.0 | 46.0 | 52.0 |
| | 4 | 23 | 46.0 | 46.0 | 98.0 |
| | 5 | 1 | 2.0 | 2.0 | 100.0 |
| | Total | 50 | 100.0 | 100.0 | |

X1.2

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | 3 | 16 | 32.0 | 32.0 | 32.0 |
| | 4 | 30 | 60.0 | 60.0 | 92.0 |
| | 5 | 4 | 8.0 | 8.0 | 100.0 |
| | Total | 50 | 100.0 | 100.0 | |

X1.3

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | 3 | 20 | 40.0 | 40.0 | 40.0 |
| | 4 | 26 | 52.0 | 52.0 | 92.0 |
| | 5 | 4 | 8.0 | 8.0 | 100.0 |
| | Total | 50 | 100.0 | 100.0 | |

X1.4

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | 2 | 5 | 10.0 | 10.0 | 10.0 |
| | 3 | 21 | 42.0 | 42.0 | 52.0 |
| | 4 | 22 | 44.0 | 44.0 | 96.0 |
| | 5 | 2 | 4.0 | 4.0 | 100.0 |
| | Total | 50 | 100.0 | 100.0 | |

- Variabel Kualitas Produk (X2)

X2.1

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | 3 | 15 | 30.0 | 30.0 | 30.0 |
| | 4 | 26 | 52.0 | 52.0 | 82.0 |
| | 5 | 9 | 18.0 | 18.0 | 100.0 |
| | Total | 50 | 100.0 | 100.0 | |

X2.2

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | 3 | 10 | 20.0 | 20.0 | 20.0 |
| | 4 | 27 | 54.0 | 54.0 | 74.0 |
| | 5 | 13 | 26.0 | 26.0 | 100.0 |
| | Total | 50 | 100.0 | 100.0 | |

X2.3

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | 3 | 13 | 26.0 | 26.0 | 26.0 |
| | 4 | 25 | 50.0 | 50.0 | 76.0 |
| | 5 | 12 | 24.0 | 24.0 | 100.0 |
| | Total | 50 | 100.0 | 100.0 | |

X2.4

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | 2 | 1 | 2.0 | 2.0 |
| | 3 | 22 | 44.0 | 46.0 |
| | 4 | 19 | 38.0 | 84.0 |
| | 5 | 8 | 16.0 | 100.0 |
| Total | 50 | 100.0 | 100.0 | |

- Variabel Kualitas Pelayanan (X3)

X3.1

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | 3 | 16 | 32.0 | 32.0 |
| | 4 | 27 | 54.0 | 86.0 |
| | 5 | 7 | 14.0 | 100.0 |
| Total | 50 | 100.0 | 100.0 | |

X3.2

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | 3 | 13 | 26.0 | 26.0 |
| | 4 | 23 | 46.0 | 72.0 |
| | 5 | 14 | 28.0 | 100.0 |
| Total | 50 | 100.0 | 100.0 | |

X3.3

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | 3 | 20 | 40.0 | 40.0 |
| | 4 | 22 | 44.0 | 84.0 |
| | 5 | 8 | 16.0 | 100.0 |
| Total | 50 | 100.0 | 100.0 | |

X3.4

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | 3 | 19 | 38.0 | 38.0 |
| | 4 | 24 | 48.0 | 86.0 |
| | 5 | 7 | 14.0 | 100.0 |
| Total | 50 | 100.0 | 100.0 | |

Lampiran 6. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner

- Variabel Harga (X1)

| | | Correlations | | | | |
|----------|---------------------|--------------|--------|--------|--------|----------|
| | | X1.1 | X1.2 | X1.3 | X1.4 | Total_X1 |
| X1.1 | Pearson Correlation | 1 | .236* | .377** | .331** | .747** |
| | Sig. (2-tailed) | | .018 | .000 | .001 | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| X1.2 | Pearson Correlation | .236* | 1 | .217* | .268** | .637** |
| | Sig. (2-tailed) | .018 | | .030 | .007 | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| X1.3 | Pearson Correlation | .377** | .217* | 1 | .110 | .634** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .030 | | .278 | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| X1.4 | Pearson Correlation | .331** | .268** | .110 | 1 | .642** |
| | Sig. (2-tailed) | .001 | .007 | .278 | | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| Total_X1 | Pearson Correlation | .747** | .637** | .634** | .642** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .762 | 5 |

Item-Total Statistics

| | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
|----------|----------------------------|--------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|
| X1.1 | 27.00 | 10.788 | .635 | .702 |
| X1.2 | 26.90 | 11.667 | .509 | .738 |
| X1.3 | 27.02 | 11.697 | .505 | .739 |
| X1.4 | 27.09 | 11.598 | .511 | .737 |
| Total_X1 | 15.43 | 3.642 | 1.000 | .582 |

- Variabel Kualitas Produk (X2)

Correlations

| | | X2.1 | X2.2 | X2.3 | X2.4 | Total_X2 |
|----------|---------------------|--------|--------|--------|--------|----------|
| X2.1 | Pearson Correlation | 1 | .205* | .150 | -.016 | .549** |
| | Sig. (2-tailed) | | .041 | .137 | .872 | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| X2.2 | Pearson Correlation | .205* | 1 | .202* | .281** | .689** |
| | Sig. (2-tailed) | .041 | | .044 | .005 | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| X2.3 | Pearson Correlation | .150 | .202* | 1 | .139 | .581** |
| | Sig. (2-tailed) | .137 | .044 | | .167 | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| X2.4 | Pearson Correlation | -.016 | .281** | .139 | 1 | .612** |
| | Sig. (2-tailed) | .872 | .005 | .167 | | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| Total_X2 | Pearson Correlation | .549** | .689** | .581** | .612** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

| Reliability Statistics | |
|------------------------|------------|
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| .725 | 5 |

Item-Total Statistics

| | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
|----------|----------------------------|--------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|
| X2.1 | 27.41 | 9.638 | .377 | .717 |
| X2.2 | 27.43 | 9.056 | .559 | .670 |
| X2.3 | 27.29 | 9.683 | .435 | .705 |
| X2.4 | 27.35 | 9.159 | .437 | .698 |
| Total_X2 | 15.64 | 2.960 | 1.000 | .425 |

- Variabel Kualitas Pelayanan (X3)

Correlations

| | | X3.1 | X3.2 | X3.3 | X3.4 | Total_X3 |
|----------|---------------------|--------|--------|--------|--------|----------|
| X3.1 | Pearson Correlation | 1 | .085 | .164 | .209* | .595** |
| | Sig. (2-tailed) | | .400 | .103 | .037 | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| X3.2 | Pearson Correlation | .085 | 1 | .287** | .124 | .603** |
| | Sig. (2-tailed) | .400 | | .004 | .221 | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| X3.3 | Pearson Correlation | .164 | .287** | 1 | .106 | .644** |
| | Sig. (2-tailed) | .103 | .004 | | .295 | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| X3.4 | Pearson Correlation | .209* | .124 | .106 | 1 | .596** |
| | Sig. (2-tailed) | .037 | .221 | .295 | | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| Total_X3 | Pearson Correlation | .595** | .603** | .644** | .596** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .727 | 5 |

Item-Total Statistics

| | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
|----------|----------------------------|--------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|
| X3.1 | 27.22 | 9.466 | .439 | .705 |
| X3.2 | 27.08 | 9.468 | .453 | .702 |
| X3.3 | 27.14 | 9.152 | .494 | .689 |
| X3.4 | 27.34 | 9.398 | .434 | .705 |
| Total_X3 | 15.54 | 2.958 | 1.000 | .437 |

Lampiran 7. Hasil Analisis Regresi Logistik

Uji -2 Log Likelihood (null model)

| Iteration History ^{a,b,c} | | | |
|------------------------------------|---|-------------------|--------------|
| Iteration | | -2 Log likelihood | Coefficients |
| | | | Constant |
| Step 0 | 1 | 138.629 | .000 |

a. Constant is included in the model.

b. Initial -2 Log Likelihood: 138.629

c. Estimation terminated at iteration number 1 because parameter estimates changed by less than .001.

Uji -2 Log Likelihood (proposed model)

| Iteration History ^{a,b,c,d} | | | | | | |
|--------------------------------------|---|-------------------|--------------|--------|-----------------|--------------------|
| Iteration | | -2 Log likelihood | Coefficients | | | |
| | | | Constant | Harga | Kualitas Produk | Kualitas Pelayanan |
| Step 1 | 1 | 66.328 | 15.726 | -.803 | -.212 | -.004 |
| | 2 | 49.430 | 27.790 | -1.403 | -.385 | -.016 |
| | 3 | 42.602 | 40.801 | -2.043 | -.586 | -.022 |
| | 4 | 40.433 | 52.627 | -2.634 | -.760 | -.027 |
| | 5 | 40.073 | 59.715 | -2.995 | -.856 | -.033 |
| | 6 | 40.058 | 61.511 | -3.087 | -.878 | -.035 |
| | 7 | 40.058 | 61.600 | -3.092 | -.879 | -.035 |
| | 8 | 40.058 | 61.601 | -3.092 | -.879 | -.035 |

a. Method: Enter

b. Constant is included in the model.

c. Initial -2 Log Likelihood: 138.629

d. Estimation terminated at iteration number 8 because parameter estimates changed by less than .001.

Hasil Uji Chi Square (Uji G)

| Omnibus Tests of Model Coefficients | | | | |
|-------------------------------------|-------|------------|----|------|
| | | Chi-square | Df | Sig. |
| Step 1 | Step | 98.571 | 3 | .000 |
| | Block | 98.571 | 3 | .000 |
| | Model | 98.571 | 3 | .000 |

Hasil Uji Nagelkerke R Square

| Model Summary | | | |
|---------------|---------------------|----------------------|---------------------|
| Step | -2 Log likelihood | Cox & Snell R Square | Nagelkerke R Square |
| 1 | 40.058 ^a | .627 | .836 |

a. Estimation terminated at iteration number 8 because parameter estimates changed by less than .001.

Hasil Uji Hosmer and Lemeshow

| Hosmer and Lemeshow Test | | | |
|--------------------------|------------|----|------|
| Step | Chi-square | df | Sig. |
| 1 | 2.139 | 8 | .976 |

Hasil Uji Matriks Klasifikasi (*Hit Ratio*)

| Classification Table ^a | | | | | | |
|-----------------------------------|--------------------|--------|----------------------------|---------------------|------------|------|
| Observed | | | Predicted | | | |
| | | | Keputusan Tempat Pembelian | | Percentage | |
| | | | Pasar <i>Offline</i> | Pasar <i>Online</i> | Correct | |
| Step 1 | Keputusan | Tempat | Pasar <i>Offline</i> | 43 | 7 | 86.0 |
| | Pembelian | | Pasar <i>Online</i> | 5 | 45 | 90.0 |
| | Overall Percentage | | | | 88.0 | |

a. The cut value is .500

Hasil Uji Wald (Uji t)

| Variables in the Equation | | | | | | | |
|---------------------------|--------------------|--------|--------|--------|----|------|-----------------------|
| | | B | S.E. | Wald | df | Sig. | Exp(B) |
| Step 1 ^a | Harga | -3.092 | .813 | 14.455 | 1 | .000 | .045 |
| | Kualitas Produk | -.879 | .318 | 7.625 | 1 | .006 | .415 |
| | Kualitas Pelayanan | -.035 | .215 | .027 | 1 | .869 | .965 |
| | Constant | 61.601 | 16.327 | 14.235 | 1 | .000 | 565997115047325400000 |
| | | | | | | | 000000.000 |

a. Variable(s) entered on step 1: Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan.

Lampiran 8. Hasil Analisis Independent Sample T-test

Hasil Uji Perbandingan Data

| Group Statistics | | | | | |
|-------------------|----------------------|----|------------|----------------|-----------------|
| | Tempat Pembelian | N | Mean | Std. Deviation | Std. Error Mean |
| Biaya Pengeluaran | Pasar <i>Offline</i> | 50 | 1060370.00 | 203050.255 | 28715.643 |
| Konsumen | Pasar <i>Online</i> | 50 | 1436725.00 | 202214.325 | 28597.424 |

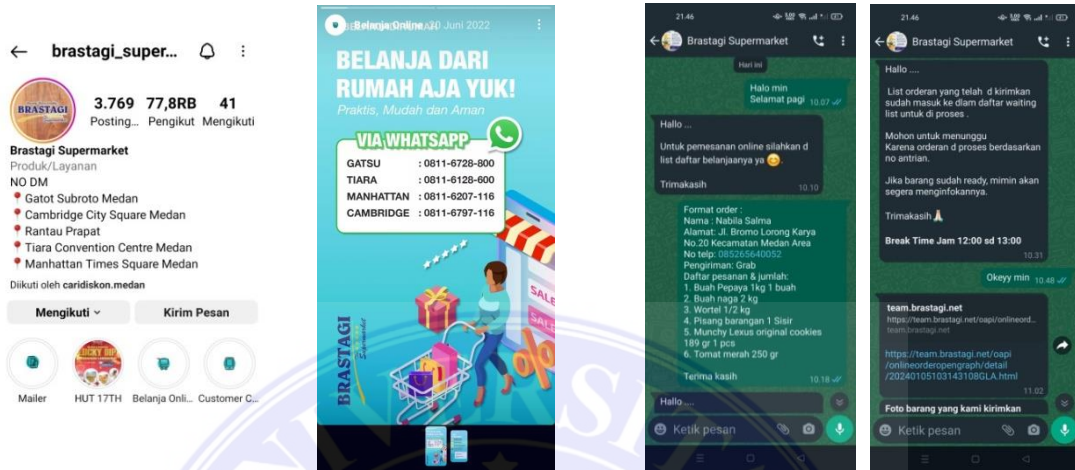
Hasil Uji Independent Sample T-test

| Independent Samples Test | | | | | | | |
|----------------------------------|--------------------------------------|---|------|------------------------------|--------|---------------------|--------------------|
| | | Levene's Test for Equality of Variances | | t-test for Equality of Means | | | |
| | | F | Sig. | t | df | Sig. (2- tailed) | Mean Difference |
| Biaya Pengeluaran Konsumen | Equal variances assumed | .172 | .679 | -9.287 | 98 | ,000 | -376355.000 |
| | Equal variances not assumed | | | -9.287 | 97.998 | ,000 | -376355.000 |

| Independent Samples Test | | | | | | | |
|----------------------------------|--------------------------------------|---|------|------------------------------|--|-------------|--|
| | | Levene's Test for Equality of Variances | | t-test for Equality of Means | | | |
| | | F | Sig. | Std. Error Difference | 95% Confidence Interval of the Difference | | |
| | | | | | Lower | Upper | |
| Biaya Pengeluaran Konsumen | Equal variances assumed | .172 | .679 | 40526.544 | -456778.608 | -295931.392 | |
| | Equal variances not assumed | | | 40526.544 | -456778.625 | -295931.375 | |

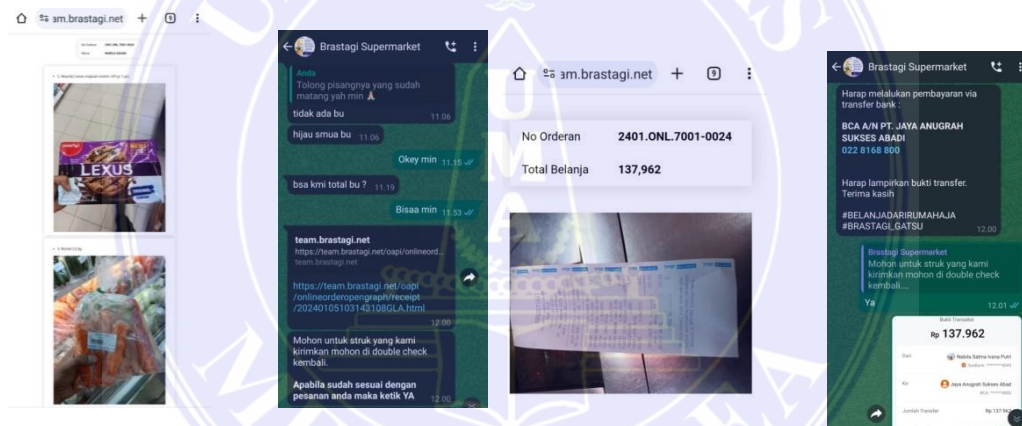
Lampiran 9. Tampilan Belanja Online

- Brastagi Supermarket



Info kontak admin di Instagram toko

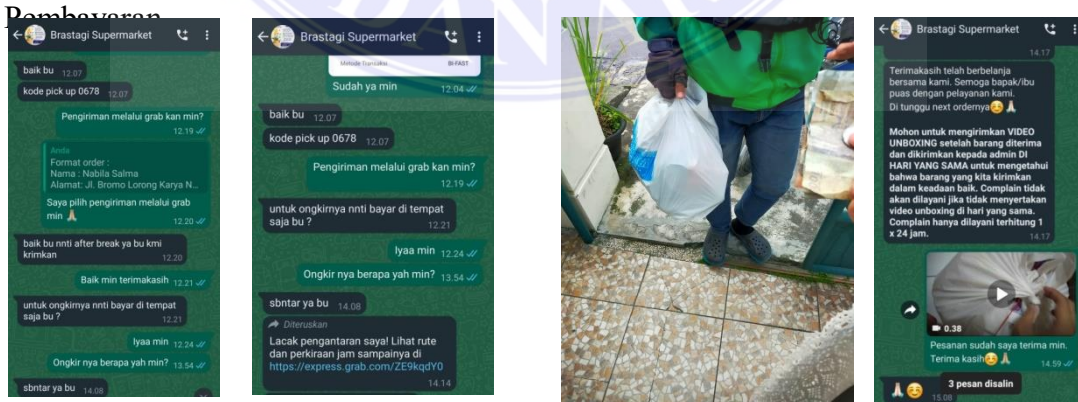
Menghubungi admin toko



Cek pesanan

Struk biaya belanjaan

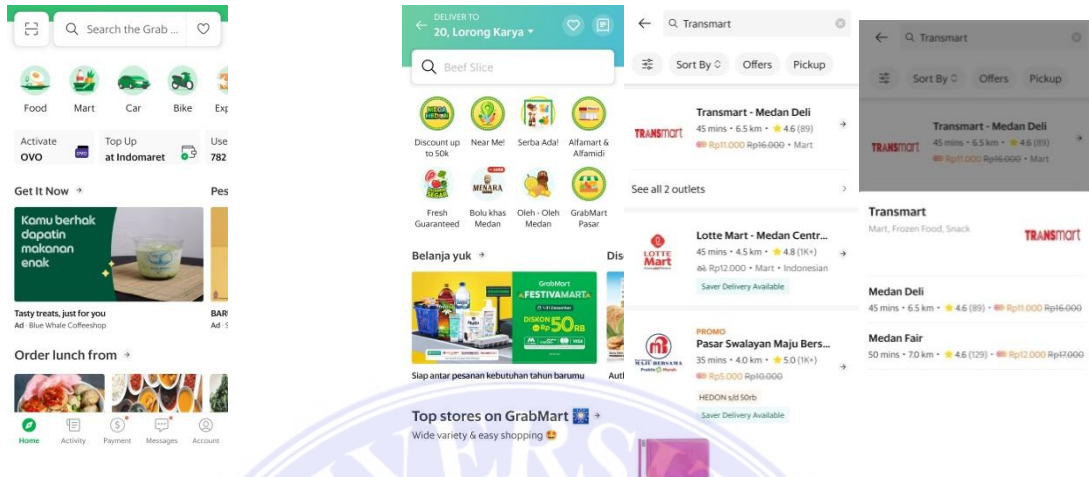
Transaksi



Pengiriman pesanan

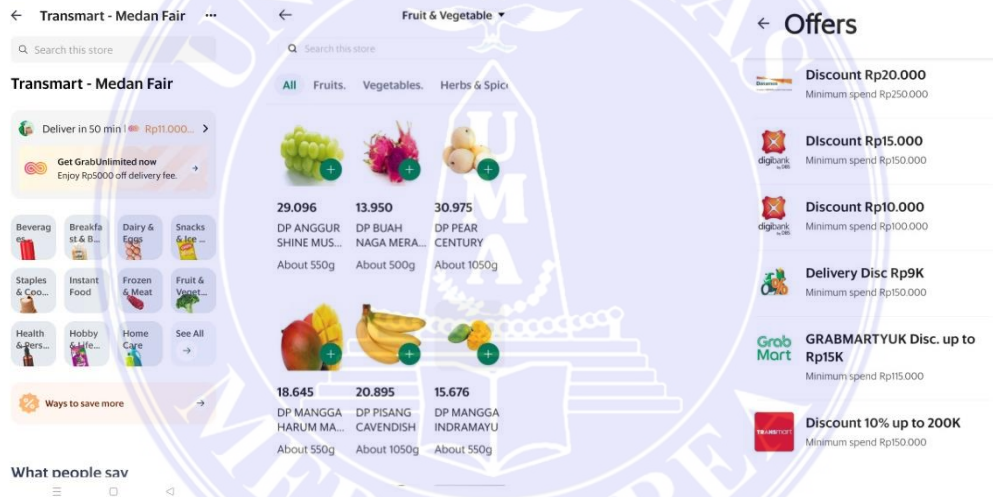
Pengiriman melalui Grab

- Transmart Medanfair



Klik fitur “Mart” di aplikasi Grab

Cari “Transmart” di kolom pencarian



Tersedia banyak kategori, pilih “Buah dan Sayur”

Promo diskon ongkir

Lampiran 10. Dokumentasi Penelitian



Pengambilan Data Sekunder Penelitian di PUD Pasar



Kondisi di Pasar Petisah



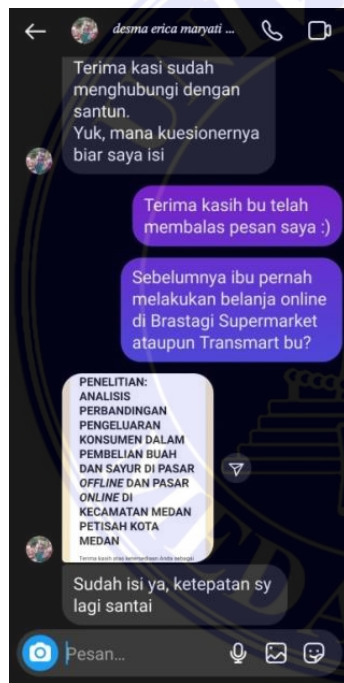
Pengambilan Data Primer pada Konsumen Pasar Petisah



Kondisi di Pasar Meranti




Pengambilan Data Primer pada Konsumen Pasar Petisah




Penyebaran Kuesioner *Online* pada Konsumen Pasar *Online*

Lampiran 11. Surat Pengantar Riset



PEMERINTAH KOTA MEDAN
PERUSAHAAN UMUM DAERAH PASAR
KOTA MEDAN

Jl. Razak Baru No. 1-A Pasar Petisah Lantai III Medan - 20212
@pd.pasarkotamedan | @pd.pasarmedan | pd.pasarkotamedan1@gmail.com



Medan, 11 Agustus 2023

Nomor : 071 / 333 / PUDPKM / 2023
Hal : Surat Keterangan Izin Riset

Kepada Yth :
Dekan Fakultas Pertanian
Universitas Medan Area
Di –
Medan


Dengan Hormat,
Berdasarkan Surat Saudara tentang Permohonan Riset atas nama sebagai berikut :

| No | N A M A | N I M | Ket |
|----|--------------------------|-----------|-----|
| 1. | Nabila Salma Ivana Putri | 188220131 | |

Dengan ini Direksi PUD Pasar Kota Medan memberikan Izin kepada Mahasiswa/i Saudara untuk melaksanakan Riset di PUD. Pasar Kota Medan dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Dalam melaksanakan Riset Mahasiswa/i harus tunduk dan taat kepada Peraturan dan Ketentuan yang berlaku di PUD. Pasar Kota Medan.
2. Dalam penulisan Laporan Mahasiswa/i terus bekerjasama dengan Pegawai PUD. Pasar Kota Medan agar tidak terjadi kesalahan data.
3. Surat Keterangan Izin Riset ini berlaku sejak tanggal Surat ini diterbitkan.

Demikian disampaikan untuk dipergunakan seperlunya



ABDUL HADI, SE
Direktur Pengembangan / SDM

Tembusan :

1. Kepala Bagian Kepegawaian.
2. Peringgal.

#KOLABORASI
#KOLABORASI

Dipindai dengan CamScanner

Lampiran 12. Surat Selesai Riset



PEMERINTAH KOTA MEDAN
PERUSAHAAN UMUM DAERAH PASAR
KOTA MEDAN

Jl. Razak Baru No. 1-A Pasar Petisah Lantai III Medan - 20212
☎ pud.pasarkotamedan 📘 pudpasarkotamedan 🐦 @pdpasarmedan
Email : pd.pasarkotamedan1@gmail.com



Medan, 19 September 2023

Nomor : 040/3849 / PUDPKM / 2023
Hal : Izin Selesai Riset

Kepada Yth :
Dekan Fakultas Pertanian
Universitas Medan Area
Di -
Medan

Dengan Hormat,

Bersama ini memberitahukan bahwa Mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Medan Area:

| No | N A M A | N I M | Ket |
|----|--------------------------|-----------|-----|
| 1. | Nabila Salma Ivana Putri | 188220131 | |

1. Adalah benar telah selesai melaksanakan Riset di PUD. Pasar Kota Medan dari Tanggal 11 Agustus 2023 s/d 12 September 2023 dengan Judul “ Analisis Perbandingan Pengeluaran Konsumen Dalam Pembelian Buah dan Sayur di Pasar Offline dan Online di Kecamatan Medan Petisah Kota Medan ”.

2. Demikian disampaikan agar dipergunakan sebagaimana mestinya.

DIREKSI PERUSAHAAN UMUM DAERAH
PASAR KOTA MEDAN



ABDUL HADI, SE
Direktur Pengembangan / SDM

Tembusan :

1. Kabag Kepegawaian PUD. Pasar Kota Medan.
2. Pertinggal.



CS Dipindai dengan CamScanner