

Perilaku Konsumen Terhadap Pembelian Cabai Rawit (*Capsicum frutescens L.*) di Pasar Sentral Sinjai Utara

Asnita, Fadilah Nurdin, Megawati*, Makmur

Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Muhammadiyah Sinjai, Sinjai, Indonesia

*EMAIL KORESPONDENSI

megawati.aisyah22@gmail.com

 **Open Access**

RIWAYAT ARTIKEL

Diterima:

27 Januari 2026

Direvisi:

4 April 2026

Diterbitkan:

20 April 2026

KATA KUNCI

Lembaga Petani;

Padi Sawah;

Kesejahteraan;

IPA;

CSI.

Hak Cipta © 2026 Penulis.



Artikel ini merupakan artikel akses terbuka yang didistribusikan berdasarkan ketentuan Lisensi Internasional Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumen dalam mengambil keputusan pembelian cabai rawit (*Capsicum frutescens L.*) di Pasar Pusat Kecamatan Sinjai Utara, Kabupaten Sinjai, dengan fokus pada variabel harga, kebutuhan, kualitas produk, dan preferensi keluarga. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Populasi penelitian terdiri dari konsumen rumah tangga yang membeli cabai rawit di Pasar Pusat Sinjai Utara. Sebanyak 50 responden dipilih sebagai sampel menggunakan rumus Slovin. Teknik pengumpulan data meliputi observasi, kuesioner, wawancara, dan dokumentasi. Data dianalisis menggunakan analisis deskriptif, uji validitas dan reliabilitas, serta regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan, harga, kebutuhan, kualitas produk, dan preferensi keluarga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumen dalam membeli cabai rawit. Secara parsial, kebutuhan, kualitas produk, dan preferensi keluarga memiliki pengaruh yang signifikan, sedangkan harga tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumen. Temuan ini menunjukkan bahwa keputusan pembelian lebih dipengaruhi oleh kebutuhan sehari-hari, kualitas produk yang baik, dan preferensi keluarga, daripada hanya oleh harga.

PENDAHULUAN

Indonesia adalah Negara agraris yang sebagian besar masyarakatnya menggantungkan hidup pada sektor pertanian. sektor ini memiliki peran krusial dalam keberlangsungan hidup masyarakat serta pengembangan ekonomi nasional, termasuk melalui subsektor hortikultura yang memiliki prospek tinggi untuk dikembangkan. Salah satu komoditas hortikultura yang strategis adalah cabai rawit (*Capsicum Frutescens L.*). komoditas ini bukan sekedar bumbu masakan sehari-hari, tetapi juga berkontribusi pada pendapatan petani dan sering menjadi pemicu infansi bahan pangan di Indonesia.

Cabai rawit merupakan salah satu komoditas hortikultura yang memiliki nilai ekonomi tinggi dan berperan penting dalam kehidupan masyarakat Indonesia. Baik sebagai bahan konsumsi maupun sebagai sumber pendapatan petani. Tingginya tingkat konsumen cabai rawit menyebabkan komoditas ini memiliki permintaan yang relatif stabil, namun sering mengalami fluktuasi harga akibat perubahan produksi cabai rawit di Kabupaten Sinjai, Berdasarkan data BPS mengalami penurunan dari 7.244 kuintal (2019) menjadi 4.032 kuintal (2020). Penurunan pasokan lokal ini memicu fluktuasi harga yang tajam di tingkat pengecer, yang pada akhirnya memengaruhi keputusan pembelian rumah tangga, baik dari segi frekuensi maupun kuantitas.

Pasar Tradisional, khususnya Pasar Sentral Sinjai Utara, memiliki peran penting sebagai pusat distribusi dan perdagangan komoditas hortikultura termasuk cabai rawit. Pasar ini menjadi tempat utama bagi masyarakat dalam memenuhi kebutuhan bahan pangan sehari-hari serta sebagai sarana pemasaran hasil pertanian dari petani lokal. Selain itu, keberadaan pasar modern yang berkembang

pesat di Kabupaten Sinjai menimbulkan persaingan baru bagi Pasar Tradisional dan berpotensi memengaruhi preferensi konsumen dalam memilih tempat berbelanja.

Perilaku konsumen dalam melakukan pembelian cabai rawit dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik faktor internal maupun eksternal. Faktor-faktor tersebut antara lain harga, kebutuhan, mutu produk, dan selera keluarga. Perubahan harga yang tidak stabil sering kali membuat konsumen menyesuaikan jumlah pembelian sesuai dengan kemampuan ekonomi dan kebutuhan rumah tangga. Oleh karena itu, pemahaman mengenai perilaku konsumen menjadi penting bagi pedagang maupun perilaku usaha untuk menentukan strategi pemasaran yang tepat.

Meskipun telah banyak penelitian mengenai perilaku konsumen cabai rawit di berbagai daerah, khusus mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian cabai rawit di Pasar Sentral Sinjai Utara masih terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengidentifikasi dan menganalisis pengaruh harga, kebutuhan, mutu produk, dan selera keluarga terhadap perilaku konsumen dalam pembelian cabai rawit di Pasar Sentral Sinjai Utara Kabupaten Sinjai. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan serta menjadi bahan pertimbangan bagi pedagang dan pemerintah dalam menjaga stabilitas Pasar.

METODE

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Pasar sentral Sinjai Utara Kabupaten Sinjai dengan rentang waktu penelitian Mei sampai Juli 2025

Jenis dan Sumber Data

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif. Penelitian deskriptif kuantitatif adalah mendeskripsikan, meneliti dan menjelaskan sesuatu yang dipelajari apa adanya, dan menarik kesimpulan dari fenomena yang dapat diamati dengan menggunakan angka-angka (Isnanto, 2023). Adapun sumber data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini yaitu observasi, wawancara dokumentasi dan penyebaran kuesioner. Observasi merupakan pengumpulan data dengan cara mengamati langsung keadaan yang terjadi guna untuk memperoleh data (primer) informasi sistem peranan kelompok tani, dengan melalui masyarakat petani secara langsung. Wawancara Pada penelitian ini, teknik wawancara yang digunakan yaitu wawancara terstruktur, pengumpul data telah menyiapkan instrumen penelitian berupa pertanyaan-pertanyaan tertulis yang alternatif jawaban telah disiapkan dan pertanyaan terbuka. Dokumentasi dalam penelitian ini berupa pengumpulan data yang berbentuk nyata di lapangan dengan diperoleh berdasarkan sistem pengelolaan data berupa pengambilan gambar, dokumen berupa buku, catatan, arsip, surat, majalah, surat kabar, jurnal, laporan penelitian, dan lain-lain serta Penyebaran kuesioner dilakukan kepada 87 responden yang tergabung kedalam kelompok tani.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen rumah tangga yang membeli cabai rawit (*Capsicum frutescens* L.) di Pasar Sentral Sinjai Utara. Populasi ditetapkan sebagai populasi terjangkau (accessible population), yaitu populasi yang benar-benar dijangkau oleh peneliti di lapangan (Sugiyono, 2019; Kuncoro, 201). Penentuan sampel pada penelitian ini menggunakan rumus slovin dengan batas error sebesar 10%:

$$n = \frac{N}{1 + N(e^2)}$$
$$n = \frac{N}{1 + N(e^2)}$$
$$n = \frac{100}{1 + 100(0,1)^2} = \frac{100}{2} = 50$$

Dari hasil perhitungan menggunakan rumus Slovin, diperoleh jumlah sampel untuk perilaku konsumen dalam pembelian cabai rawit di Pasar Sentral Sinjai Utara yang akan diteliti adalah 50 sampel dengan taraf kesalahan yaitu (e) = 10%. Jumlah sampel perilaku konsumen dalam pembelian cabai rawit adalah 50 sampel, mewakili populasi 100 konsumen pembelian cabai rawit.

Analisis Data

Sebelum melakukan analisis data, terlebih dahulu dilakukan uji instrumen yaitu uji validitas dan Uji realibilitas. Teknik analisis data menggunakan Analisis Deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini menggunakan kuesioner atau angket tertutup dalam bentuk skala likert, berupa pertanyaan atau pernyataan yang jawabannya berbentuk skala deskriptif. Analisis regresi linear berganda dihinakan untuk menganalisis pengaruh lebih dari satu variabel independen terhadap satu variabel dependen.

Rumus regersi linear berganda :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \varepsilon$$

Keterangan :

Y = Keputusan Pembelian (Variabel dependen)

X1 = Harga

X2 = Kebutuhan

X3 = Mutu Produk

X4 = Selera Keluarga

α = Konstanta

$\beta_1, \beta_2,$ = Kofisien regresi

ε = *Error* (galat)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Uji validitas adalah untuk mengetahui tingkat-tingkat kevalidan dari instrumen (kuesioner) yang digunakan dalam pengumpulan data. Uji validitas diperoleh dengan mengkorelasi setiap indikator dengan total skor indikator variabel, kemudian hasil korelasi dibandingkan dengan nilai kritis pada taraf signifikan 0.05. (Sanaky, 2021) Uji validitas dilakukan dengan metode korelasi *Pearson Product Moment* antara sektor setiap item pertanyaan dengan total skor variabelnya. Suatu item dinyatakan valid apabila nilai signifikan (Sig. 2-tailed) < 0,05 dan koefisien korelasi positif.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Item-Item Variabel

Item	Nilai r Hitung	Nilai r Tabel	Keterangan
X1.1	0.612	0.284	Valid
X1.2	0.604	0.284	Valid
X1.3	0.535	0.284	Valid
X2.1	0.545	0.284	Valid
X2.2	0.545	0.284	Valid
X2.3	0.594	0.284	Valid
X3.1	0.611	0.284	Valid
X3.2	0.744	0.284	Valid
X3.3	0.717	0.284	Valid
X4.1	0.716	0.284	Valid
X4.2	0.809	0.284	Valid
X4.3	0.439	0.284	Valid
Y1	0.843	0.284	Valid
Y2	0.796	0.284	Valid
Y3	0.557	0.284	Valid

Sumber: Data Primer diolah dengan SPSS, 2025

Uji Realibilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui konsistensi internal instrumen penelitian. Metode yang digunakan Cronbach's Alpha, dimana suatu variabel dikatakan realibel apabila memiliki nilai $\alpha > 0.60$ (Gozali, 2018). Dalam penelitian ini, jumlah responden adalah 50 orang. Berdasarkan hasil output SPSS pada uji realibilitas, diperoleh Cronbach's Alpha sebagai Harga (X1) sebesar 0,035, Kebutuhan

(X2) sebesar 0,647, Mutu Produk (X3) sebesar 0,768, Selera Keluarga (X4) sebesar 0,741 dan Perilaku Konsumen (Y) sebesar 0,793. Sebagian besar variabel (kebutuhan, mutu produk, selera keluarga dan perilaku konsumen) memiliki nilai Alpha di atas 0,60 sehingga dinyatakan realibel. Hanya variabel harga yang tidak realibel.

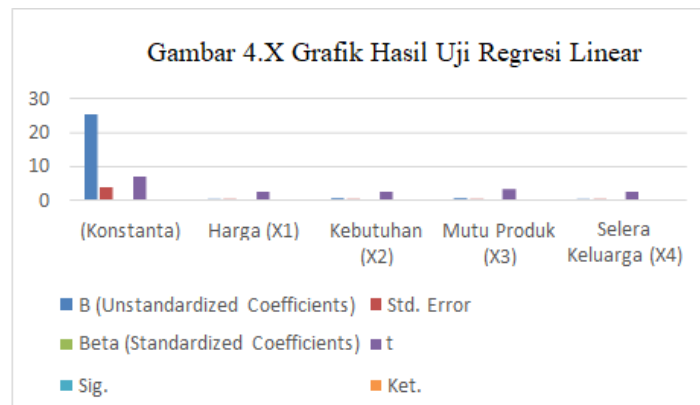
Tabel 2. Hasil Uji Realibilitas

No.	Indikator Pernyataan	Cronbach's Alpha	Jumlah Item
1.	Harga	0.035	3
2.	Kebutuhan	0.647	4
3.	Mutu Produk	0.768	4
4.	Selera Kluarga	0.741	4
5.	Perilaku Konsumen	0.793	4

Sumber: Data Primer diolah dengan SPSS, 2025

Regresi Linear Berganda

Hasil analisis regresi linear berganda yang menunjukkan pengaruh variabel harga, kebutuhan, mutu produk, dan selera keluarga terhadap keputusan pembelian cabai rawit dapat dilihat pada Gambar berikut. Grafik ini menampilkan nilai koefisien regresi, standar error, nilai t, dan tingkat signifikan dari masing-masing variabel penelitian.



Gambar 1. Grafik Hasil Uji Regresi Linear

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 25,161 + 0,277X1 + 0,303X2 + 0,378X3 + 0,256X4$$

Hasil ini menunjukkan bahwa seluruh variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumen, dengan nilai signifikan masing-masing variabel < 0,05. Variabel Harga (X1) memiliki koefisien positif sebesar 0,277, yang berarti setiap peningkatan persepsi positif terhadap harga akan meningkatkan Perilaku Konsumen sebesar 0,277 satuan. Variabel Kebutuhan (X2) berkofisien sebesar 0,030, menunjukkan bahwa semakin tinggi kesesuaian produk dengan kebutuhan konsumen, semakin tinggi pula Perilaku Konsumen. Variabel Mutu Produk (X3) memiliki koefisien sebesar, yaitu 0,378, yang membedakan bahwa mutu produk menjadi faktor paling dominan dalam mempengaruhi Perilaku Konsumen. Adapun Selera Keluarga (X4) dengan koefisien 0,256 juga menunjukkan pengaruh positif, di mana selera yang sesuai dengan preferensi keluarga dapat meningkatkan perilaku konsumen.

Perilaku Konsumen terhadap pembelian Cabai Rawit

Harga

Variabel harga (X1) berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumen dalam pembelian cabai rawit di Pasar Sentral Sinjai Utara. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi konsumen terhadap tingkat harga cabai rawit berperan penting dalam menentukan jumlah, frekuensi, dan keputusan pembelian.

Harga yang dianggap wajar dan sesuai dengan kualitas produk mendorong konsumen untuk melakukan pembelian, sedangkan harga yang terlalu tinggi cenderung menurunkan minat beli.

Kebutuhan

Variabel kebutuhan (X2) menunjukkan pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumen dalam pembelian cabai rawit di Pasar Sentral Sinjai Utara. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat kebutuhan konsumen terhadap cabai rawit, semakin besar kemungkinan konsumen melakukan pembelian.

Mutu Produk

variabel mutu produk (X3) menunjukkan pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumen dalam pembelian cabai rawit di Pasar Sentral Sinjai Utara. Hal ini menunjukkan oleh nilai signifikan lebih kecil dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa mutu produk merupakan salah satu faktor yang paling menentukan keputusan pembelian.

Selera Keluarga

variabel selera keluarga (X4) menunjukkan pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumen dalam pembelian cabai rawit di Pasar Sentral Sinjai Utara. Hal ini mengidentifikasi bahwa preferensi atau kesukaan anggota keluarga terhadap cabai rawit, khususnya dalam cita rasa masakan, menjadi salah satu pendorong utama keputusan pembelian.

KESIMPULAN

Seluruh variabel yang diteliti, yaitu harga, kebutuhan, mutu produk, dan selera keluarga, memiliki hubungan terhadap perilaku konsumen dalam pembelian cabai rawit di pasar sentral kecamatan Sinjai Utara. Dari keempat variabel tersebut, mutu produk, dan selera keluarga terbukti memberikan pengaruh yang lebih dominan dibandingkan harga dan kebutuhan. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen cenderung mempertimbangkan kualitas cabai rawit yang segar dan sesuai preferensi keluarga sebagai prioritas utama dalam keputusan pembelian, sementara harga dan kebutuhan sebagai faktor pendukung.

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini maka diharapkan pedagang cabai rawit lebih menjaga mutu produk dan menyesuaikannya dengan selera konsumen, karena kedua faktor ini paling memengaruhi keputusan pembelian. Pemerintah daerah juga perlu mengawasi kualitas dan kestabilan harga di pasar. Peneliti selanjutnya disarankan menambahkan variabel lain seperti pendapatan, promosi, dan lokasi pembelian agar hasil penelitian lebih lengkap.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiyoga, W. (2016). Faktor-faktor yang Memengaruhi Perilaku dan Keputusan Konsumen untuk Membeli Kentang, Bawang Merah, dan Cabai Merah. *Jurnal Hortikultura*, 21(3), 280. <https://doi.org/10.21082/jhort.v21n3.2011.p280-294>
- Afifah Fathiin, dkk. (2018). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Membeli Produk di Waroeng Spesial Sambal “SS” Condongcatur Timur. *Journal of Culinary Education and Technology*, Vol 7, No, 1–10. <https://journal.student.uny.ac.id/ojs/index.php/boga/article/view/13404>
- Akbar Habib, R. (2018). Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Buah Pepaya Impor Di Kota Medan. 21(2) DOI: <https://doi.org/10.30596/agrium.v21i2.1872>
- Arfani Aisyah, Salmiah, & Jufri M. (2016). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Sikap Konsumen Dalam Mengonsumsi Cabai Merah. *Journal of Agriculture and Agribusiness Socioeconomics*, 53(9), 1–11.
- Azwan, M., Hadi, N., & Vermila, C. W. (2022). Analisis Kepuasan Konsumen Dalam Pembelian Cabe Merah Di Pasar Benai Kecamatan Benai Kabupaten Kuantan Singingi. *Green Swarnadwipa*, 11(3), 433–444.

- Bambang Sunandar. (2020). Tingkat Adopsi Tanam Jajar Legowo 2:1 Pada Petani Padi Di Kabupaten Purwakarta. 274–282.
- BPS. (2023). Produksi Cabai Rawit Provinsi Sulawesi Selatan Menurut Kabupaten / Kota (Kuintal), 2018-2020 Butuh Bantuan? Butuh Bantuan? Selatan Lebih Mudah Dengan E-Data : <http://s.bps.go.id/EData> || BPS Prov . Sulawesi Selatan. 1–10.
- Edowai, D. N., Kairupan, S., & Rawung, H. (2017). Mutu Cabai Rawit (*Capsicum Frutescens* L) Pada Tingkat Kematangan Dan Suhu Yang Berbeda Selama Penyimpanan. *Agrointek*, 10(1), 12. <https://doi.org/10.21107/agrointek.v10i1.2021>
- Imsar, Khairina Tambunan, A. S. D. M. (2023). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Asuransi Jiwa (Studi Kasus PT. Mandiri Inhealth Cabang Sibolga). 3(3), 1–23.
- Marina, I., Andayani, S. A., & Nurjaman, J. (2022). Perilaku Konsumen Pada Pembelian Cabai Merah Besar. *Journal of Innovation and Research in Agriculture*, 1(1), 14–19. <https://doi.org/10.56916/jira.v1i1.98>
- Muhammad Aufa Abirafdi 1*, C. N. M. S. A. I. S., Hasil, T., Kh, U., & Hasbullah, A. W. (2024). Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Cabai Rawit Di Pasar Tradisional Citra Niaga Jombang Muhammad. 04(02), 133–139.
- Permata Sari, D. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian, Kualitas Produk, Harga Kompetitif, Lokasi (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(4), 524–533. <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i4.463>
- Qotrunnada, J. N., Surya, T., Rianti, M., Sari, D. K., Program, M., Agribisnis, S., Pertanian, F., Islam, U., Program, D., Agribisnis, S., Pertanian, F., Islam, U., Program, D., Agribisnis, S., Pertanian, F., & Islam, U. (2024). Perilaku konsumsi cabai rawit di kota malang. 12(04), 1–9.
- Rahmita, F., Purwaningsih, S., Sari, W. G., Rawati, M., & Effendy, Y. (2023). Teori Permintaan (Demand) Dan Substitusi Efek Dalam Ekonomi Islam. *Jurnal Riset Rumpun Ilmu Ekonomi*, 2(1), 246–258. <https://doi.org/10.55606/jurrie.v2i1.1390>
- Rasidin, R., Tanro, S. F., Ismail, I., & ... (2021). Analisis Efisiensi Pemasaran Cabai Merah (*Capsicum annum* L.) di Kecamatan Watang Pulu Kabupaten Sidenreng Rappang. *Jurnal Riset Agribisnis ...*, 6(2), 51–58.