



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 4 Nomor 5 Tahun 2024 Page 2955-2965

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

## Analisis Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Produk Buah Buah Di Hypermart The Park Kota Kendari

Anastasya Riska Aprialti<sup>1✉</sup>, Abdul Gafaruddin<sup>2</sup>, Rosmawaty<sup>3</sup>

Universitas Halu oleo

Email: [anastasya24@gmail.com](mailto:anastasya24@gmail.com)<sup>1✉</sup>

### Abstrak

Indonesia, sebagai negara tropis, menawarkan beragam jenis buah-buahan yang penting untuk pemenuhan gizi dan dampak ekonomi serta sosial budayanya. Konsumsi buah dapat mengurangi risiko defisiensi gizi mikro dan penyakit tidak menular, namun rata-rata konsumsi masyarakat Indonesia masih di bawah angka kecukupan gizi yang dianjurkan. Dengan pertumbuhan ekonomi yang meningkat, masyarakat cenderung beralih ke pasar modern untuk membeli buah-buahan, seperti di Hypermart Mall The Park Kendari, yang baru beroperasi sejak Desember 2022. Penelitian ini bertujuan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian buah-buahan di Hypermart tersebut. Metode yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda dengan variabel independen meliputi pendapatan, produk, harga, lokasi, dan promosi, serta melibatkan 60 responden yang dipilih secara accidental sampling. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel pendapatan dan harga secara signifikan mempengaruhi keputusan pembelian, sementara variabel produk, lokasi, dan promosi tidak memiliki pengaruh signifikan secara parsial. Temuan ini mengindikasikan bahwa Hypermart The Park perlu meningkatkan aspek produk, lokasi, dan promosi untuk meningkatkan kepuasan konsumen dan keputusan pembelian. Penelitian lebih lanjut disarankan untuk mengidentifikasi variabel lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian di pasar modern..

Kata Kunci : *Pendapatan, Harga, Pasar Moderen*

## Abstract

Indonesia, as a tropical country, offers a variety of fruits that are important for nutritional fulfillment and its economic and socio-cultural impacts. Fruit consumption can reduce the risk of micronutrient deficiencies and non-communicable diseases, but the average consumption of Indonesian people is still below the recommended nutritional adequacy. With increasing economic growth, people tend to turn to modern markets to buy fruits, such as at Hypermart Mall The Park Kendari, which has only been operating since December 2022. This study aims to analyze the factors that influence consumer decisions in purchasing fruits at the Hypermart. The method used is multiple linear regression analysis with independent variables including income, product, price, location, and promotion, and involves 60 respondents selected by accidental sampling. The results of the study showed that income and price variables significantly influenced purchasing decisions, while product, location, and promotion variables did not have a significant effect partially. These findings indicate that Hypermart The Park needs to improve product, location, and promotion aspects to increase consumer satisfaction and purchasing decisions. Further research is recommended to identify other variables that can influence purchasing decisions in modern markets.

Keywords: *Income, Price, Modern Market*

## PENDAHULUAN

Indonesia adalah negara tropis yang memiliki beragam jenis buah buahan baik buah semusim maupun buah yang panen sepanjang tahun. Buah buahan memiliki peran yang strategis bagi masyarakat, antara lain berperan dalam pemenuhan kebutuhan gizi, dan dalam ekonomi maupun sosial budaya. Buah jika dikonsumsi dengan porsi yang dianjurkan, dapat mengurangi risiko defisiensi gizi mikro dan serangan penyakit tidak menular (Setyawati dan Hartini, 2018).

Menghadapi perubahan pasar yang semakin cepat, setiap perusahaan harus mampu bersaing dalam skala global. Untuk memenangkan persaingan, suatu perusahaan harus mampu memuaskan pelanggannya, misalnya dengan menyediakan produk dengan kualitas yang lebih baik, harga yang lebih murah, pengiriman produk yang lebih cepat dan pelayanan yang lebih baik dibandingkan pesaing (Saefullah dan Agustina, 2023). Saat ini, seiring dengan meningkatnya pertumbuhan ekonomi Indonesia, masyarakat mulai membeli buah di pasar modern. Pasar hasil pertanian, khususnya pasar buah-buahan, berkembang pesat seiring dengan peningkatan kesejahteraan Masyarakat (Fahrina et al., 2019).

Dalam hal konsumsi buah buahan, rata-rata konsumsi masyarakat Indonesia adalah 81,14 gram/orang/hari (BPS, 2021), namun jumlah tersebut hanya 54,09% dari angka

kecukupan gizi minimum, sehingga menurut Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) masih rendah ditingkatkan. Buah merupakan salah satu hasil pertanian yang dapat ditemukan di pasar tradisional dan pasar modern dengan harga dan tingkat kualitas yang berbeda. Proses pengambilan keputusan belanja menjadi sangat penting untuk memenuhi kebutuhan dan permintaan konsumen. Tentunya dalam hal ini konsumen ingin membeli produk di suatu tempat yang dapat memenuhi kebutuhan, selera dan kepuasannya. Memahami perilaku konsumen buah-buahan merupakan informasi pasar yang sangat penting bagi sektor agribisnis. Informasi ini diperlukan sebagai bahan masukan untuk merencanakan dan mengembangkan produk dan memasarkan buah-buahan dengan baik (Isnainingsih, 2019).

Kota Kendari yang berada Provinsi Sulawesi Tenggara banyak terdapat pusat pasar yang menjadi sarana atau tempat masyarakat dalam melakukan pembelian buah buahan diantaranya terdapat di pasar modern. Salah satu pasar modern yang ada di Kota Kendari yaitu Hypermart Mall The Park yang merupakan salah satu pusat perbelanjaan modern atau salah satu mall terbesar di Sulawesi Tenggara yang resmi beroperasi belum lama ini yaitu sejak bulan Desember tahun 2022. The Park Kendari menjadi salah satu mall dan pusat perbelanjaan yang dimiliki serta dikelola oleh NPWP Property atau NWP Retail.

Hypermart The Park khususnya bagian produk buah buahan yang belum lama buka ini membuat ketersediaan produk atau jenis produk buah buahan yang masih terbatas juga harga yang diberikan relatif mahal sehingga konsumen akan mencari alternatif lain yaitu berbelanja di tempat lain yang lebih lengkap. Dengan keadaan yang demikian, tentu konsumen ingin membeli suatu produk di tempat tertentu yang dapat memenuhi kebutuhan, selera dan kepuasannya. Keputusan pembelian oleh konsumen tersebut tentunya di pengaruhi oleh berbagai faktor. Banyak faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, apalagi jika mengingat perilaku setiap individu dalam proses pembelian berbeda beda. Oleh karena itu, penting bagi produsen untuk dapat lebih memahami perilaku konsumen dan untuk mencapai tujuan Perusahaan. Berdasarkan hal tersebut tujuan penelitian adalah, untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian produk buah-buahan di Hypermart The Park Kota Kendari.

## METODE PENELITIAN

Penelitian dilaksanakan di Hypermart The Park Kota Kendari. penentuan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (purposive) dengan pertimbangan bahwa Hypermart

The Park merupakan salah satu pasar modern atau pusat perbelanjaan modern terbesar di kota kendari yang belum lama beroperasi. penelitian ini dimulai pada bulan februari sampai maret 2024. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat yang sedang membeli buah-buahan di hypermart the park kota kendari. metode penentuan sampel dilakukan dengan accidental sampling dengan jumlah sampel 60 orang. Variabel dalam penelitian ini meliputi pendapatan, produk, harga, lokasi, dan promosi. penelitian ini menggunakan metode analisis linear berganda dengan program spss 23. Untuk persamaanya yaitu sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1x_1 + \beta_2x_2 + \beta_3x_3 + \beta_4x_4 + \beta_5x_5$$

dimana:

Y = keputusan pembelian konsumen

$\alpha$  = konstanta

$\beta$  = koefisien regresi

x1 = pendapatan (1: sangat tidak setuju, 2: tidak setuju, 3: ragu ragu, 4: setuju, 5: sangat setuju)

x2 = produk (1: sangat tidak setuju, 2: tidak setuju, 3: ragu ragu, 4: setuju, 5: sangat setuju)

x3 = harga (1: sangat tidak setuju, 2: tidak setuju, 3: ragu ragu, 4: setuju, 5: sangat setuju)

x4 = lokasi (1: sangat tidak setuju, 2: tidak setuju, 3: ragu ragu, 4: setuju, 5: sangat setuju)

x5 = promosi (1: sangat tidak setuju, 2: tidak setuju, 3: ragu ragu, 4: setuju, 5: sangat setuju).

Instrumen penelitian ini disusun menggunakan skala likert dibuat dalam bentuk checklist yang kemudian di analisis dengan menggunakan method of succesive interval menurut Sedarmayanti dan Syarifudin Hidayat (2011), uji validitas menurut Riyanto Dan Hatmawan (2020), uji reliabilitas menurut Darma (2021). Sebelum melakukan uji regresi linear berganda, peneliti terlebih dahulu melakukan uji asumsi klasik pada data penelitian menurut Riyanto Dan Hatmawan (2020) yang terdiri dari uji normalitas, uji heteroskedastisitas, dan uji multikolinearitas.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Gambaran Umum Responden

Identitas responden yang diteliti dalam penelitian ini meliputi umur, jumlah anggota keluarga, jenis kelamin, pendidikan terakhir, pekerjaan dan penghasilan perbulan. Tabulasi lengkap karakteristik responden penelitian disajikan pada Tabel 1

Tabel 1. Karasteristik Responden

Karakteristik		Jumlah (Jiwa)
Jenis Kelamin	Pria	13
	Wanita	47
Umur Responden (Tahun)	17-25	19
	26-35	23
	36-45	12
	46-55	5
	56-65	1
Jumlah Anggota Keluarga	Besar (>7)	5
	Sedang (5-6)	17
	Kecil (<4)	38
Pendidikan Terakhir	TK	-
	SD	-
	SMP	1
	SMA	16
	Perguruan Tinggi	43
Pekerjaan	Pelajar/Mahasiswa	2
	Ibu Rumah Tangga	14
	PNS	8
	Pegawai Kesehatan	5
	Karyawan	17
	Wiraswasta	11
	Lainnya	2
Penghasilan Perbulan	Belum berpenghasilan	8
	Berpenghasilan tidak tetap < Rp 1.000.000	9
	>Rp 1.500.000-2.500.000	9
	>Rp 2.500.000-3.500.000	15
	>Rp 3.500.000	21

Sumber: Data Primer Penelitian Tahun 2024

Jumlah responden yang membeli produk buah buahan di Hypermart The Park Kota Kendari didominasi oleh perempuan berjumlah 47 jiwa. Sedangkan laki-laki yang adalah 13 jiwa. Kelompok umur responden yang membeli buah buahan dimulai dari rentang usia 17 tahun hingga 65 tahun. Jumlah responden tertinggi adalah pada kelompok umur 26 sampai 35 tahun yaitu 23 jiwa. Responden dengan jumlah anggota keluarga yang paling banyak membeli buah buahan yaitu pada ukuran jumlah anggota keluarga kecil (<4)

dengan jumlah 38 jiwa. Sebagian besar responden di tingkat Pendidikan perguruan tinggi yaitu sebanyak 43 jiwa. Responden yang memiliki pekerjaan sebagai karyawan adalah terbanyak yaitu 17 jiwa. Jumlah responden tertinggi yaitu yang memiliki tingkat penghasilan perbulan lebih dari Rp 3.500.000 adalah 21 jiwa.

#### Uji Instrumen Penelitian

##### 1. Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidanya suatu kuisisioner penelitian yang dilakukan. Analisis validitas terhadap kuisisioner yang termaksud variabel pendapatan, produk, harga, lokasi, dan promosi yang merupakan variabel independen dan variabel dependent yaitu Keputusan Pembelian. Melalui bantuan SPSS 23 dengan dasar pengambilan keputusan yakni jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka pernyataan ialah valid namun jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka pernyataan tidak valid. Untuk  $r_{tabel}$  dapat dilihat pada tabel nilai-nilai  $r$  Product Moment yaitu dengan responden (N) sebanyak 60, maka  $r_{tabel} = 0.2542$  untuk  $r_{hitung}$  dapat dilihat pada kolom pearson correlation pada tabel item-Total Statistic. Pengujian dilakukan peritem pertanyaan dengan menggunakan aplikasi spss 23 dimana semua item pertanyaan dinyatakan valid.

##### 2. Uji Realibilitas

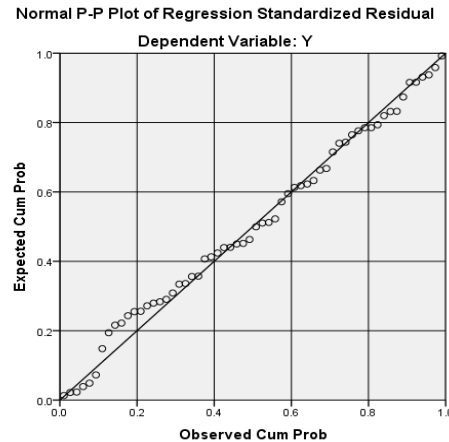
Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur kepercayaan instrumen kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk untuk mengetahui konsistensi alat ukur dan konsisten jika pengukuran tersebut diulang dari waktu ke waktu. Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menghitung besarnya nilai Cronbach's Alpha ( $\alpha$ ). Apabila nilai Cronbach's Alpha ( $\alpha$ ) lebih besar dari 0,60, maka jawaban dari responden pada kuesioner dinyatakan reliabel. Jika nilai Cronbach's Alpha ( $\alpha$ ) lebih kecil dari 0,60 maka jawaban dari responden pada kuesioner dinyatakan tidak reliabel. Pengujian dilakukan pervariabel dengan menggunakan aplikasi spss 23 dimana semua variabel dinyatakan reliabel.

#### Uji Asumsi Klasik

##### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan uji yang dilakukan untuk mengetahui apakah data residual yang didapatkan berdistribusi normal atau tidak. Model yang digunakan adalah Normal P-Plot dan grafik histogram. Pada Normal P-Plot distribusi data dikatakan normal apabila data menyebar di sekitar garis diagonal atau mengikuti garis diagonal. Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan alat bantu program SPSS, dimana data yang diperoleh telah menyebar di sekitar garis diagonal sehingga telah memenuhi kriteria normalitas

seperti pada gambar 1



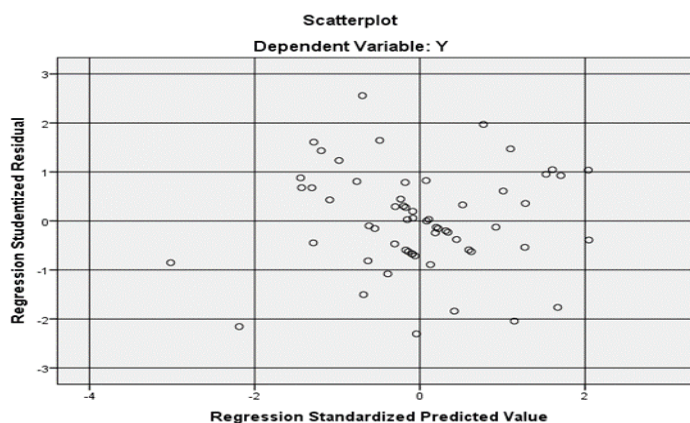
Gambar 1. Hasil Uji Normalitas P-Plot

## 2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolonieritas bertujuan menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Melalui bantuan SPSS 23 dengan dasar pengambilan keputusan yakni dengan melihat nilai tolerance dan VIF. Jika nilai tolerance  $> 0,10$  berarti tidak terdapat multikolinearitas pada data yang diuji. Jika nilai tolerance  $< 0,10$  berarti terdapat multikolinearitas pada data yang diuji. Dan jika nilai  $VIF < 10$ , berarti tidak terdapat multikolinearitas pada data yang diuji. Sedangkan jika nilai  $VIF > 10$ , berarti terdapat multikolinearitas pada data yang diuji. Berdasarkan output "coefficients" pada bagian "Collinearity Statistics" diketahui nilai Tolerance dan VIF telah memenuhi dasar pengambilan keputusan sehingga tidak terjadi gejala multikolonieritas dalam model regresi.

## 3. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas merupakan kondisi terjadinya perbedaan varians dan residual untuk semua model regresi. Dasar pengambilan keputusan dalam uji ini adalah Jika ada pola tertentu, seperti titik titik yang membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit) maka mengidentifikasi telah terjadi heteroskedastisitas. dari hasil pengujian heterokedastisitas dengan menggunakan scatterplot menunjukkan titik-titik yang menyebar di atas dan di bawah angka 0, tidak berkumpul di atas dan di bawah saja dan tidak membentuk pola tertentu. Dari hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini tidak terjadi masalah heterokedastisitas pada model regresi dalam penelitian seperti pada gambar 2.



Gambar 2. Hasil Uji Heteroskedastisitas

## Uji Kriteria Statistik

### 1. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Pengujian koefisien determinasi dilakukan untuk mengetahui besaran nilai coefficient yang menunjukkan besaran variasi variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independennya. Hasil analisis variabel bebas terhadap variabel terikat menunjukkan koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,560. Hal ini menunjukkan bahwa persentase pengaruh variabel pendapatan (X1), produk (X2), harga (X3), lokasi (X4), dan promosi (X5) terhadap keputusan pembelian (Y) adalah sebesar 56 %. Sedangkan sisanya 44 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian.

### 2. Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah keseluruhan variabel bebas (pendapatan, produk, harga, promosi dan lokasi) yang dimasukkan dalam model atau persamaan mempunyai pengaruh secara bersama-sama atau simultan terhadap variabel terikat (keputusan pembelian). Dasar pengambilan keputusan yaitu dengan melihat tingkat signifikansi menggunakan  $\alpha = 5\%$ , dengan ketentuan dikatakan signifikan apabila nilai sig  $< 0,05$ . Jika  $f_{hitung} > f_{Tabel}$  maka ada pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, dan sebaliknya jika  $f_{hitung} < f_{Tabel}$  maka tidak ada pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Untuk  $f_{tabel}$  dapat dilihat pada tabel nilai df yaitu dengan nilai pembilang df 5, untuk penyebut 54, maka  $f_{tabel} = 2,39$ . Dari hasil pengujian menggunakan SPSS 23 menunjukkan bahwa variabel pendapatan, produk, harga, lokasi dan promosi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan

### 3. Uji t

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas secara parsial berpengaruh terhadap variabel terikat. Dasar pengujian dilakukan dengan menggunakan tingkat signifikan sebesar 5% ( $\alpha = 0,05$ ). Adapun kriteria yang digunakan dalam uji t yaitu jika nilai

signifikansi uji t > 0,05 artinya tidak ada pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen. Sebaliknya jika nilai signifikansi uji t < 0,05, artinya terdapat pengaruh antara variabel independent terhadap dependen. Dari hasil pengujian diperoleh bahwa variabel yang berpengaruh secara parsial adalah variabel pendapatan dan harga seperti pada tabel 7.

Tabel 7. Hasil Uji t

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2726.821	2024.334		1.347	.184
	Pendapatan	.264	.079	.342	3.316	.002
	Produk	-.086	.094	-.099	-.916	.364
	Harga	.515	.107	.521	4.819	.000
	Lokasi	.046	.097	.048	.473	.638
	Promosi	.115	.077	.144	1.492	.142

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

#### Hasil Analisis Linear Berganda

Hasil analisis regresi linear berganda dengan menggunakan aplikasi spss 23 dapat dilihat pada Tabel 7. Berdasarkan hasil analisis data sebagaimana disajikan pada Tabel 7. maka diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5$$

$$Y = 2726.821 + 0.264X_1 + -0.086 X_2 + .0515X_3 + 0.046 X_4 + 0.115X_5.$$

Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa variabel (X1) pendapatan mempunyai nilai koefisien regresi sebesar 0.264 dan nilai t hitung sebesar 3.316 dengan tingkat signifikansi 0.002 sedangkan nilai t tabel sebesar 2.0048. Hal ini menunjukkan bahwa nilai t hitung (3.316) > t tabel (2.0048) serta tingkat signifikansi 0,002 yang < 0.05 sehingga dapat dikatakan bahwa variabel pendapatan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk buah buahan di Hypermart The Park Kota Kendari. Koefisien regresi produk (X2) sebesar -0.086 dan nilai t hitung -0.916 dengan tingkat signifikansi 0.364 sedangkan t Tabel sebesar 2.0048. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat t hitung -0.916 < t tabel (2.0048) serta nilai koefisien regresi produk (X2) yang bernilai negatif dan tingkat signifikansinya yang >0.05 sehingga dapat dikatakan bahwa variabel produk (X2) tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Hypermart The Park Kota Kendari. Koefisien regresi

harga (X3) sebesar 0.515 dan nilai t hitung 4.819 dengan tingkat signifikansi 0,000 sedangkan t Tabel sebesar 2.0048. Hal ini menunjukkan bahwa t hitung > t tabel (2.0048) serta nilai koefisien regresi yang bernilai positif dan tingkat signifikansinya yang <0.05 sehingga dapat dikatakan variabel harga (X3) berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Hypermart The Park Kota Kendari.

Nilai t hitung variabel lokasi (X4) 0,473 dengan tingkat signifikansi 0,638 sedangkan t tabel sebesar 2.0048. Hal ini menunjukkan bahwa t hitung < t Tabel (2.0048) tingkat signifikansinya yang > 0.05 sehingga dapat dikatakan variabel lokasi (X4) tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Hypermart The Park Kota Kendari. bahwa nilai t hitung variabel promosi (X5) 1.492 dengan tingkat signifikansi 0.142 sedangkan t Tabel sebesar 2.0048. Hal ini menunjukkan bahwa t hitung < t Tabel (2.0048) tingkat signifikansinya yang >0.05 sehingga dapat dikatakan variabel promosi (X5) tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Hypermart The Park Kota Kendari

#### SIMPULAN

Secara simultan atau bersama sama variabel pendapatan, produk, harga, lokasi dan promosi mempengaruhi keputusan pembelian produk buah buahan di Hypermart The Park Kota Kendari. Secara Parsial hanya variabel pendapatan (X1) dengan taraf signifikan 0.002 dan variabel harga (X3) dengan taraf signifikan 0.000 yang mempengaruhi keputusan pembelian produk buah buahan di Hypermart The Park Kota Kendari. Berbeda dengan variabel produk (X2) dengan taraf signifikan 0.364, lokasi (X4) dengan taraf signifikan 0,638 dan promosi (X5) dengan taraf signifikan 0.142 yang secara parsial tidak mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian produk buah buahan di Hypermart The Park Kota Kendari.

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah digunakan bagi pihak Hypermart The Park Kota Kendari agar senantiasa lebih meningkatkan dan memperhatikan variabel produk, variabel lokasi, dan variabel promosi, karena variabel tersebut belum mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian produk buah buahan sehingga dapat semakin tinggi keputusan pembelian di Hypermart The Park Kota Kendari. Dan bagi peneliti selanjutnya agar melakukan penelitian dengan variabel independen lain sehingga variabel yang mempengaruhi keputusan pembelian produk buah buahan dapat teridentifikasi lebih banyak.

## DAFTAR PUSTAKA

- Darma, B. (2021). *Statistika Penelitian Menggunakan Spss (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji T, Uji F, R<sup>2</sup>)*. Jawa Barat: Guepedia.
- Fahrina, CP., Teuku, M., dan Indra. 2019. Analisis Perbandingan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Pasar Modern dan Pasar Tradisional di Kota Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pertanian*. 4(4): 233-242.
- Isnainingsih, T. 2019. Pendidikan Kesehatan Melalui Media Booklet dan Audio Visual untuk Meningkatkan Pengetahuan Tentang Konsumsi Buah dan Sayur. *Indonesian Journal of Educational Science*, 2(1): 48-56.
- Riyanto, S., dan Hatmawan, AA. 2020. *Metode Riset Penelitian Kuantitatif: Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*. Yogyakarta: Deepublish.
- Saefullah, A., dan Agustina, I. 2023. Efektifitas Program Webinar Kewirausahaan Bagi Mahasiswa STIE Ganesha. *Jurnal Analisis*, 13(1):101-112.
- Sedarmayanti dan Hidayat S. 2011. *Metodologi Penelitian*. Bandung: Mandar Maju.
- Setyawati, VAV., Eko, H. 2018. *Buku Ajar Ilmu Gizi Kesehatan Masyarakat*. Yogyakarta: Deepublish.