

V. HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1 Identitas Responden

Identitas responden memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai karakteristik konsumen buah impor di Kota Makassar, penelitian ini menyajikan data identitas responden yang diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner kepada 219 konsumen, dimana penyebaran ini di tiga toko dan masing-masing toko memiliki 73 reponden. Identitas responden ini penting untuk diketahui karena dapat membantu memahami latar belakang sosial demografis konsumen yang pada akhirnya berpengaruh terhadap perilaku pembelian mereka.

Karakteristik responden dianalisis berdasarkan jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, dan pekerjaan. Keempat aspek ini dipilih karena dianggap relevan dalam mengungkap pola konsumsi buah impor. Jenis kelamin, misalnya, berhubungan dengan peran individu dalam rumah tangga, di mana perempuan seringkali lebih dominan dalam menentukan kebutuhan konsumsi pangan. Sementara itu, faktor usia berkaitan erat dengan pola hidup sehat, tingkat kesadaran terhadap gizi, serta kemampuan finansial dalam membeli buah impor. Pendidikan terakhir turut memengaruhi pengetahuan konsumen mengenai manfaat buah, sedangkan pekerjaan menggambarkan tingkat pendapatan yang pada akhirnya akan menentukan daya beli terhadap Buah buah impor.

Menampilkan distribusi responden pada masing-masing kategori tersebut, penelitian ini dapat memberikan gambaran awal mengenai profil konsumen yang menjadi dasar dalam menganalisis faktor internal maupun eksternal yang memengaruhi keputusan pembelian buah impor di Kota Makassar.

5.1.1 Karakteristik Responden Konsumen

Karakteristik responden penting untuk diketahui karena dapat memberikan gambaran umum mengenai latar belakang konsumen yang melakukan pembelian buah impor pada lokasi penelitian. Data Karakteristik responden diperoleh dari kuesioner yang diisi atau diberikan kepada konsumen di Toko Buah Diansa, Toko Plaza Buah dan Toko Buah Dapurqu di Kota Makassar.

5.1.1.1 Jenis Kelamin

Jenis kelamin responden merupakan salah satu aspek penting yang dapat memengaruhi perilaku konsumen dalam melakukan pembelian, termasuk dalam hal konsumsi buah impor. Data responden berdasarkan jenis kelamin bertujuan untuk menguraikan identitas responden berdasarkan jenis kelamin yang dijadikan sampel penelitian. Adapun karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin pada Toko Buah Diansa, Toko Plaza Buah dan Toko Buah Dapurqu, dapat dilihat dalam tabel dibawah ini.

Tabel 16. Karakteristik Responden (Konsumen) Berdasarkan Jenis Kelamin pada Toko Buah Diansa, Toko Plaza Buah dan Toko Buah Dapurqu

Jenis Kelamin	Toko Buah Diansa		Plaza Buah		Toko Buah Dapurqu	
	Responden (orang)	Persentase (%)	Responden (orang)	Persentase (%)	Responden (orang)	Persentase (%)
Laki-laki	2	2,7	3	4	2	2,7
Perempuan	71	97,3	70	96	71	97,3
Jumlah	73	100	73	100	73	100

Sumber: Lampiran 3, 4 dan 5, 2025

Berdasarkan Tabel 16 di atas, dapat diketahui bahwa mayoritas responden pada ketiga toko buah impor di Kota Makassar adalah perempuan. Pada Toko Buah Diansa, responden perempuan sebesar 97,3 % lebih banyak dibandingkan laki-laki sebesar 2,7 %. Di Plaza Buah, responden perempuan juga lebih tinggi, yaitu 96%,

sedangkan laki-laki 4%. Sementara itu, di Toko Buah Dapurqu, perempuan mencapai 97,3 % , dan laki-laki 2,7 %. Hal ini menunjukkan bahwa perempuan lebih dominan dalam melakukan pembelian buah impor dibandingkan laki-laki.

5.1.1.2 Usia

Usia merupakan salah satu faktor demografis yang berpengaruh terhadap pola konsumsi, preferensi, serta daya beli konsumen. Pada konteks pembelian buah impor, kelompok usia tertentu memiliki kecenderungan yang berbeda dalam hal motivasi, kebutuhan, dan kebiasaan membeli.

Tabel 17. Distribusi Responden Berdasarkan Usia di Toko Buah Diansa, Plaza Buah dan Toko Buah Dapurqu

Kelompok Usia (Tahun)	Jumlah Responden	Persentase (%)
Toko Buah Diansa		
29-39	28	38,36
40-50	36	49,31
51-59	9	12,33
Total	73	100
Minimum = 29 tahun		
Makimum = 59 tahun		
Rata-Rata = 42 tahun		
Toko Plaza Buah		
27-38	35	47,94
39-50	27	36,99
51-60	11	15,07
Total	73	100
Minimum = 27 tahun		
Maksimum = 60 tahun		
Rata-Rata = 41 tahun		
Toko Buah Dapurqu		
31-40	35	47,94
41-50	27	36,99
51-58	11	15,07
Total	73	100
Minimum = 31 tahun		
Maksimum = 58 tahun		
Rata-Rata = 42 tahun		

Sumber: Lampiran 3, 4 dan 5, 2025

Berdasarkan Tabel 17 di atas, dapat dilihat usia responden dari ketiga toko yang berbeda-beda. Pada toko buah Diansa rentan usia 40-50 tahun lebih banyak yang berbelanja di toko ini, di Toko Plaza Buah yang sering berbelanja yaitu rentan usia 27-38 tahun dan pada Toko Buah Dapurqu yang sering berbelanja yaitu rentan usia 31-40 tahun.

5.1.1.3 Pekerjaan

Pekerjaan merupakan salah satu faktor yang berpengaruh terhadap perilaku konsumsi masyarakat, termasuk dalam pembelian buah impor.

Tabel 18. Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan di Toko Buah Diansa, Toko Plaza Buah dan Toko Buah Dapurqu

Jenis Pekerjaan	Jumlah Responden	Persentase (%)
Toko Buah Diansa		
Wiraswasta/Pengusaha	20	27
Ibu Rumah Tangga	14	19
ASN/PNS	13	18
Karyawan Swasta	7	10
Guru/Dosen	7	10
Perawat/Bidan	6	8
Pegawai Bank	4	5
Pensiunan	2	3
Total	73	100
Toko Plaza Buah		
Pendidik (Dosen/Guru)	15	21
Pengusaha	13	18
Karyawan/Staff	12	16
Ibu Rumah Tangga	10	14
Tenaga Kesehatan	8	11
PNS	4	5
Pegawai Bank	3	4
Marketing/Digital	3	4
Pensiunan	3	4
Pegawai BUMN	2	3
Total	73	100

Lanjutan Tabel 18.

Jenis Pekerjaan	Jumlah Responden	Presentase (%)
Toko Buah Dapurqu		
Karyawan	16	22
Ibu RumahTangga	15	21
Wiraswasta	14	19
ASN	12	16
Guru	8	11
Tenaga Kesehatan	3	4
Pegawai Bank	2	3
Driver	1	1
Marketing	1	1
Pensiunan	1	1
Total	73	100

Sumber: Lampiran 3, 4 dan 5, 2025

Berdasarkan Tabel 18 di atas, dapat dilihat msyarakat yang lebih banyak berbelanja di Toko Buah Diansa adalah masyarakat yang bekerja sebagai wiraswasta/pengusaha sebanyak 20 orang atau 27% dari 73 responden. Kemudian di Toko Plaza Buah masyarakat yang berkunjung untuk berbelanja yaitu yang bekerja sebagai tenaga pendidik sebanyak 15 orang atau 21% dari 73 responden dan pada Toko Buah dapurqu masyarakat yang berkunjung lebih banyak yang bekerja sebagai karyawan dengan jumlah responden 16 atau 22% dari 73 responden.

5.2 Deskripsi Jenis Buah, Harga dan Volume Penjualan

Informasi ini bertujuan untuk memberikan gambaran mengenai jenis-jenis buah impor yang tersedia di masing-masing toko serta tingkat penjualannya dalam periode tertentu. Data mengenai jenis buah, harga per kilogram, dan volume penjualan diperoleh langsung dari pihak toko yang menjadi lokasi penelitian, yaitu Toko Buah Diansa, Plaza Buah, dan Toko Buah Dapurqu di Kota Makassar.

5.2.1 Deskripsi Pada Toko Buah Diansa

Toko Buah Diansa menjual berbagai jenis buah impor dan tentunya dengan harga yang berbeda- beda. Adapun jenis buah, harga per kg dan volume penjualan buah di Toko Buah Diansa dapat dilihat pada Tabel di bawah ini.

Tabel 19. Jenis, Harga dan Volume Penjualan Buah di Toko Buah Diansa

No	Jenis Buah	Harga (Rp/kg)	Jumlah Terjual (kg/bln)
1	Apel Fuji Size 100	40.000	193
2	Apel Fuji Size 88	45.000	257
3	Apel Fuji Blush Prime Size 54	60.000	59
4	Apel Fuji Blush Pohon Size 54	65.000	45
5	Apel Hijau Granny Smith	60.000	30
6	Apel Royal Gala New Zealand	65.000	29
7	Apel Envy Usa	75.000	15
8	Pir Century	33.000	372
9	Pir Golden	50.000	23
10	Pir Packham	55.000	45
11	Pir Xianglie	55.000	25
12	Jeruk Wogen	65.000	246
13	Jeruk Murcot Aussie	65.000	106
14	Jeruk Affourer Aussie	75.000	36
15	Jeruk Sunkist Navel Vitor Aussie	45.000	25
16	Lemon Aussie	55.000	12
17	Anggur Rgc	75.000	161
18	Anggur Hitam Autumn	100.000	94
19	Anggur Hijau Muscat	110.000	98
20	Anggur Hijau Muscat Mika	120.000	78
21	Anggur Crimson Mika	90.000	8,5
22	Lychee	100.000	14
23	Lychee Mika	55.000	12
24	Lengkeng/Longan	50.000	117
25	Lengkeng Freshco Mika	140.000	30
Total			2.130,5
Rata-Rata			85,22

Sumber: Lampiran 12, 2025

Berdasarkan Tabel 19 di atas, Toko Buah Diansa menjual 25 jenis buah impor dengan total penjualan perbulan sebanyak 2.130,5 kg dengan rata-rata 85,22.

5.2.2 Deskripsi Pada Toko Plaza Buah

Toko Plaza Buah menjual berbagai jenis buah impor dan tentunya dengan harga yang berbeda- beda. Adapun jenis buah, harga per kg dan volume penjualan buah di Toko Plaza Buah dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 20. Jenis, Harga dan Volume Penjualan Buah di Toko Plaza Buah

No	Jenis Buah	Harga (Rp/kg)	Jumlah Terjual (kg/bulan)
1	Apel Granit Smith	60.000	20
2	Apel Fuj Rosy	85.000	20
3	Apel Royal Gala	60.000	20
4	Apel Fuji RRC	55.000	29
5	Apel Sunmoon	85.000	20
6.	Apel Envy	120.000	20
7	Apel Wangshan	85.000	20
8	Apel Washington	60.000	20
9	Anggur Hitam Non Biji	135.000	15
10	Anggur Muscat	135.000	15
11	Anggur Merah RRC	85.000	15
12	Anggur Hijau	100.000	15
13	Jeruk Tang Gold	70.000	30
14	Jeruk Wokam	45.000	30
15	Jeruk Afourer	105.000	30
16	Jeruk Clemenville	28.000	30
17	Jeruk Murcot	78.000	30
18	Sunkist Navel RRC	35.000	30
19	Sunkist Valencia	50.000	30
20	Sunkist Navel	50.000	30
21	Pir Singo RRC	55.000	15
22	Pir Ya Lie	35.000	15
23	Pir Century	40.000	15
24	Lengkeng	40.000	10
25	Plum	50.000	10
Total			525
Rata-rata			21

Sumber: Lampiran 13, 2025

Berdasarkan Tabel 20 di atas, pada toko Plaza Buah Hertasning menjual 25 jenis buah impor dengan penjualan dalam 1 bulan mencapai 525kg

5.2.3 Deskripsi Pada Toko Buah Dapurqu

Toko Buah Dapurqu menjual berbagai jenis buah impor dan tentunya dengan harga yang berbeda- beda. Adapun jenis buah, harga per kg dan volume penjualan buah di Toko Buah Dapurqu dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 21. Jenis, Harga dan Volume Penjualan Buah Impor di Toko Dapurqu

No	Jenis Buah	Harga (kg)	Penjualan/Bulan (kg)
1	Pir Century	25.000	271
2	Pir Packham	42.000	20
3	Pir Xianglie	40.000	20
4	Apel fuji 88	38.000	200
5	Apel Fuji Honestman	40.000	100
6	Apel Fuji Wan Shan	65.000	15
7	Apel Fuji Blush Pohon	60.000	40
8	Apel Fuji Rosy	50.000	10
9	Apel Royal Gala	43.000	10
10	Apel Red Del USA	42.000	20
11	Apel Ambrosia	56.000	50
12	Apel Hijau	35.000	30
13	Jeruk Nadorcot	50.000	10
14	Jeruk Afourer Seedles	56.000	20
15	Jeruk Murcot Bluegum	60.000	20
16	Jeruk Murcot	50.000	100
17	Jeruk Wogan	52.000	30
18	Chetwindpark Citrus	32.000	2
19	Sunkist Navel Aussie	42.000	30
20	Sunkist Navel RRC	33.000	50
21	Lemon China Impor	70.000	20
22	Anggur Hijau Muscat	70.000	50
23	Anggur Merah RRC	50.000	100
24	Lengkeng Thailand	40.000	300
25	Kiwi Green RRC	50.000	10
26	Nanas Honi Non Crown	20.000	40
27	Delima	75.000	10
28	Jujube Dinofresh	100.000	5
Total			1.583
Rata-rata			56,53

Sumber: Lampiran 14, 2025

Berdasarkan Tabel 21 di atas, pada toko Buah Dapurqu menjual 28 jenis buah impor dengan penjualan dalam 1 bulan sebanyak 1.583 kg dengan rata-rata 56,53 kg.

5.3 Kategori Faktor Internal, Faktor Eksternal dan Keputusan Pembelian

Pada bagian ini memperlihatkan hasil tanggapan responden terhadap variabel penelitian yang meliputi faktor internal, faktor eksternal dan keputusan pembelian buah impor. Data tanggapan responden diperoleh melalui kuesioner yang telah disebarakan kepada konsumen pada tiga lokasi penelitian yaitu Toko Buah Diansa, Plaza Buah, dan Toko Buah Dapurqu di Kota Makassar.

5.3.1 Kategori Faktor Internal

Faktor internal merupakan faktor yang berasal dari dalam diri konsumen yang dapat mempengaruhi perilaku dan keputusan dalam melakukan pembelian suatu produk. Dalam penelitian ini, faktor internal terdiri dari beberapa indikator yaitu motivasi, persepsi, sikap, pengetahuan, dan gaya hidup.

1. Motivasi (X1)

Motivasi adalah dorongan psikologis dan kebutuhan dari dalam diri konsumen yang menggerakkan mereka untuk memilih dan membeli buah impor. Faktor ini bersifat personal, tidak terlihat secara fisik namun sangat menentukan Tindakan pembelian

Tabel 22. Distribusi Tanggapan Responden terhadap Variabel Motivasi (X1) pada Toko Buah Diansa

No	Pernyataan	TS (1)	KS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)	Total
1	Saya membeli buah impor untuk menjaga kesehatan.	0	0	3 (1)	192 (57)	75 (15)	270 (73)
2	Saya termotivasi untuk hidup sehat dengan mengonsumsi buah impor	0	0	6 (2)	240 (60)	55 (11)	301 (73)
Jumlah Skor							571
Jumlah Responden							73
Kategori							Setuju

Sumber: Lampiran 15, 2025

Berdasarkan Tabel 22 di atas, dapat diketahui bahwa total skor tanggapan dari 73 responden terhadap variabel motivasi pada Toko Buah Diansa sebesar 571 dengan kategori setuju. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden setuju membeli buah impor untuk menjaga kesehatan dan termotivasi hidup sehat dengan mengonsumsi buah impor.

Tabel 23. Distribusi Tanggapan Responden terhadap Variabel Motivasi (X1) pada Toko Plaza Buah

No.	Pernyataan	TS (1)	KS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)	Total
1	Saya membeli buah impor untuk menjaga kesehatan.	0	2 (1)	3 (1)	140 (35)	180 (36)	325 (73)
2	Saya termotivasi untuk hidup sehat dengan mengonsumsi buah impor	0	0	12 (4)	168 (42)	135 (27)	315 (73)
Jumlah Skor							640
Jumlah Responden							73
Kategori							Sangat Setuju

Sumber: Lampiran 16, 2025

Berdasarkan Tabel 23 di atas, dapat diketahui bahwa total skor tanggapan dari 73 responden terhadap variabel motivasi pada Toko Plaza Buah sebesar 640 dengan kategori setuju. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden

setuju membeli buah impor untuk menjaga kesehatan dan termotivasi hidup sehat dengan mengonsumsi buah impor.

Tabel 24. Distribusi Tanggapan Responden terhadap Variabel Motivasi Toko (X1) pada Buah Dapurqu

No.	Pernyataan	TS (1)	KS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)	Total
1	Saya membeli buah impor untuk menjaga kesehatan.	0	4 (2)	12 (4)	256 (64)	15 (3)	287 (73)
2	Saya termotivasi untuk hidup sehat dengan mengonsumsi buah impor	1 (1)	4 (2)	18 (6)	244 (61)	15 (3)	282 (73)
Jumlah Skor							569
Jumlah Responden							73
Kategori							Setuju

Sumber: Lampiran 17, 2025

Berdasarkan Tabel 24 di atas, dapat diketahui bahwa total skor tanggapan dari 73 responden terhadap variabel motivasi pada Toko Buah Dapurqu sebesar 569 dengan kategori setuju. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden setuju membeli buah impor untuk menjaga kesehatan dan termotivasi hidup sehat dengan mengonsumsi buah impor.

2. Persepsi (X2)

Persepsi adalah proses individu memilih dan mengatur informasi seperti rasa, tampilan, aroma dan harga untuk membentuk gambaran yang bermakna mengenai buah impor. Orang membeli buah impor bukan hanya karena buahnya, tapi karena mereka percaya (persepsi mereka) bahwa buah tersebut lebih sehat, lebih enak atau lebih bergengsi.

Tabel 25. Distribusi Tanggapan Responden terhadap Variabel Persepsi (X2) pada Toko Buah Diansa

No.	Pernyataan	TS (1)	KS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)	Total
1	Penampilan buah impor terlihat lebih segar dan berkualitas.	1 (1)	10 (5)	39 (13)	144 (36)	90 (18)	284 (73)
2	Saya percaya buah impor memiliki kualitas yang baik dari segi kesegaran.	2 (2)	13 (6)	36 (12)	140 (35)	90 (18)	269 (73)
3	Penampilan fisik buah impor menjadi pertimbangan utama saya dalam membeli.	2 (2)	12 (6)	36 (12)	136 (34)	95 (19)	281 (73)
Jumlah Skor							834
Jumlah Responden							73
Kategori							Setuju

Sumber: Lampiran 15, 2025

Berdasarkan Tabel 25 di atas, dapat diketahui bahwa total skor tanggapan dari 73 responden terhadap variabel persepsi pada Toko Buah Diansa sebesar 834 dengan kategori setuju.

Tabel 26. Distribusi Tanggapan Responden terhadap Variabel Persepsi (X2) pada Toko Plaza Buah

No.	Pernyataan	TS (1)	KS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)	Total
1	Penampilan buah impor terlihat lebih segar dan berkualitas.	2 (2)	10 (5)	33 (11)	144 (36)	95 (19)	284 (73)
2	Saya percaya buah impor memiliki kualitas yang baik dari segi kesegaran.	2 (2)	12 (6)	39 (13)	136 (34)	90 (18)	279 (73)
3	Penampilan fisik buah impor menjadi pertimbangan utama saya dalam membeli.	1 (1)	10 (5)	36 (12)	144 (36)	95 (19)	286 (73)
Jumlah							849
Jumlah Responden							73
Kategori							Setuju

Sumber: Lampiran 16, 2025

Berdasarkan Tabel 26 di atas, dapat diketahui bahwa total skor tanggapan dari 73 responden terhadap variabel persepsi pada Toko Plaza Buah sebesar 849 dengan kategori setuju. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden setuju membeli buah dengan pertimbangan melihat penampilan buah dan percaya buah impor memiliki kualitas yang baik.

Tabel 27. Distribusi Tanggapan Responden terhadap Variabel Persepsi (X2) pada Toko Buah Dapurqu

No.	Pernyataan	TS (1)	KS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)	Total
1	Penampilan buah impor terlihat lebih segar dan berkualitas.	2 (2)	12 (6)	36 (12)	140 (35)	90 (18)	280 (73)
2	Saya percaya buah impor memiliki kualitas yang baik dari segi kesegaran.	2 (2)	10 (5)	42 (14)	136 (34)	90 (18)	280 (73)
3	Penampilan fisik buah impor menjadi pertimbangan utama saya dalam membeli.	1 (1)	10 (5)	39 (13)	144 (36)	90 (18)	284 (73)
Jumlah Skor							844
Jumlah Responden							73
Kategori							Setuju

Sumber: Lampiran 17, 2025

Berdasarkan Tabel 27 di atas, dapat diketahui bahwa total skor tanggapan dari 73 responden terhadap variabel persepsi pada Toko Buah Dapurqu sebesar 844 dengan kategori setuju. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden setuju membeli buah dengan pertimbangan melihat penampilan buah dan percaya buah impor memiliki kualitas yang baik

3. Sikap (X3)

Sikap adalah kecenderungan atau perasaan yang relative konsisten suka atau tidak suka terhadap buah impor.

Tabel 28. Distribusi Tanggapan Responden terhadap Variabel Sikap (X3) pada Toko Buah Diansa

No.	Pernyataan	TS (1)	KS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)	Total
1	Saya tertarik untuk rutin mengonsumsi buah impor	1 (1)	8 (4)	39 (13)	144 (36)	95 (19)	287 (73)
2	Saya merasa puas setelah mengonsumsi buah impor	0	14 (7)	36 (12)	136 (35)	95 (19)	281 (73)
Jumlah Skor							568
Jumlah Responden							73
Kategori							Setuju

Sumber: Lampiran 15, 2025

Berdasarkan Tabel 28 di atas, dapat diketahui bahwa total skor tanggapan dari 73 responden terhadap variabel sikap pada Toko Buah Diansa sebesar 568 dengan kategori setuju. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden setuju untuk rutin membeli buah impor dan merasa puas setelah mengonsumsi buah impor.

Tabel 29. Distribusi Tanggapan Responden terhadap Variabel Sikap (X3) pada Tok Plaza Buah

No.	Pernyataan	TS (1)	KS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)	Total
1	Saya tertarik untuk rutin mengonsumsi buah impor	2 (2)	6 (12)	36 (12)	136 (34)	95 (19)	275 (73)
2	Saya merasa puas setelah mengonsumsi buah impor	1 (1)	10 (5)	33 (11)	148 (37)	95 (19)	287 (73)
Jumlah Skor							562
Jumlah Responden							73
Kategori							Setuju

Sumber: Lampiran 16, 2025

Berdasarkan Tabel 29 di atas, dapat diketahui bahwa total skor tanggapan dari 73 responden terhadap variabel sikap pada Toko Plaza Buah sebesar 562 dengan kategori setuju. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden

setuju untuk rutin membeli buah impor dan merasa puasa setelah mengonsumsi buah impor.

Tabel 30. Distribusi Tanggapan Responden terhadap Variabel Sikap (X3) pada Toko Buah Dapurqu

No.	Pernyataan	TS (1)	KS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)	Total
1	Saya tertarik untuk rutin mengonsumsi buah impor	2 (2)	10 (5)	46 (12)	140 (35)	95 (19)	293 (73)
2	Saya merasa puas setelah mengonsumsi buah impor	1 (1)	12 (6)	39 (13)	140 (35)	90 (18)	283 (73)
Jumlah Skor							576
Jumlah Responden							73
Kategori							Setuju

Sumber: Lampiran 17, 2025

Berdasarkan Tabel 30 di atas, dapat diketahui bahwa total skor tanggapan dari 73 responden terhadap variabel sikap pada Toko Buah Dapurqu sebesar 576 dengan kategori setuju. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden setuju untuk rutin membeli buah impor dan merasa puasa setelah mengonsumsi buah impor.

4. Pengetahuan (X4)

Pengetahuan adalah keseluruhan informasi yang dimiliki oleh konsumen mengenai buah impor yang diperoleh melalui proses belajar, pengamatan atau pengalaman masa lalu. Pengetahuan merupakan modal modal informasi yang digunakan konsumen untuk membandingkan, menilai dan akhirnya memilih sesuatu seperti halnya dalam pemilihan buah impor.

Tabel 30. Distribusi Tanggapan Responden terhadap Variabel Pengetahuan (X4) pada Toko Buah Diansa

No.	Pernyataan	TS (1)	KS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)	Total
1	Saya mengetahui manfaat mengonsumsi buah impor.	1 (1)	10 (5)	42 (14)	140 (35)	90 (18)	283 (73)
2	Saya tahu jenis-jenis buah impor yang bergizi.	1 (1)	8 (4)	39 (13)	144 (36)	95 (19)	287 (73)
Jumlah Skor							570
Jumlah Responden							73
Kategori							Setuju

Sumber: Lampiran 15, 2025

Berdasarkan Tabel 30 di atas, dapat diketahui bahwa total skor tanggapan dari 73 responden terhadap variabel pengetahuan pada Toko Buah Diansa sebesar 570 dengan kategori setuju. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden mengatakan setuju dalam hal mengetahui manfaat mengonsumsi buah dan jenis-jenis buah impor yang bergizi.

Tabel 31. Distribusi Tanggapan Responden terhadap Variabel Pengetahuan (X4) pada Toko Plaza Buah

No.	Pernyataan	TS (1)	KS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)	Total
1	Saya mengetahui manfaat mengonsumsi buah impor.	2	12	33	140	95	277
2	Saya tahu jenis-jenis buah impor yang bergizi.	2	10	36	140	95	283
Jumlah Skor							560
Jumlah Responden							73
Kategori							Setuju

Sumber: Lampiran 16, 2025

Berdasarkan Tabel 31 di atas, dapat diketahui bahwa total skor tanggapan dari 73 responden terhadap variabel pengetahuan pada Toko Plaza Buah sebesar 560 dengan kategori setuju. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden

mengatakan setuju dalam hal mengetahui manfaat mengonsumsi buah dan jenis-jenis buah impor yang bergizi.

Tabel 32. Distribusi Tanggapan Responden terhadap Variabel Pengetahuan (X4) pada Toko Buah Dapurqu

No.	Pernyataan	TS (1)	KS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)	Total
1	Saya mengetahui manfaat mengonsumsi buah impor.	1 (1)	12 (6)	42 (14)	135 (34)	90 (18)	280 (73)
2	Saya tahu jenis-jenis buah impor yang bergizi.	0 (0)	8 (4)	36 (12)	144 (36)	105 (21)	293 (73)
Jumlah Skor							573
Jumlah Responden							73
Kategori							Setuju

Sumber: Lampiran 17, 2025

Berdasarkan Tabel 32 di atas, dapat diketahui bahwa total skor tanggapan dari 73 responden terhadap variabel pengetahuan pada Toko Buah Dapurqu sebesar 573 dengan kategori setuju. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden mengatakan setuju dalam hal mengetahui manfaat mengonsumsi buah dan jenis-jenis buah impor yang bergizi.

5. Gaya Hidup (X5)

Gaya hidup adalah pola hidup seseorang yang tercermin dalam aktivitas, minat dan pendapatannya yang menentukan bagaimana ia menghabiskan waktu dan uang untuk mengonsumsi buah impor. Konsumen yang memprioritaskan Kesehatan lebih memilih buah impor karena anggapan akan standar keamanan pangan yang lebih ketat, kualitas nutrisi yang konsisten atau ketersediaan varian tertentu.

Tabel 33. Distribusi Tanggapan Responden terhadap Variabel Gaya Hidup (X5) pada Toko Buah Diansa

No.	Pernyataan	TS (1)	KS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)	Total
1	Saya terbiasa menjalani pola hidup sehat	1 (1)	10 (5)	39 (13)	140 (35)	95 (19)	289 (73)
2	Saya rutin mengonsumsi buah sebagai bagian dari pola makan saya	1 (1)	8 (4)	36 (12)	148 (37)	95 (19)	288 (73)
Jumlah Skor							577
Jumlah Rsponden							73
Kategori							Setuju

Sumber: Lampiran 15, 2025

Berdasarkan Tabel 33 di atas, dapat diketahui bahwa total skor tanggapan dari 73 responden terhadap variabel gaya hidup pada Toko Buah Diansa sebesar 577 dengan kategori setuju. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden mengatakan setuju menjalani pola hidup sehat dengan rutin mengonsumsi buah impor.

Tabel 34. Distribusi Tanggapan Responden terhadap Variabel Gaya Hidup (X5) pada Toko Plaza Buah

No.	Pernyataan	TS (1)	KS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)	Total
1	Saya terbiasa menjalani pola hidup sehat	2 (2)	10 (5)	33 (11)	144 (36)	95 (19)	284 (73)
2	Saya rutin mengonsumsi buah sebagai bagian dari pola makan saya	1 (1)	12 (6)	42 (14)	136 (34)	90 (18)	281 (73)
Jumlah Skor							565
Jumlah Responden							73
Kategori							Setuju

Sumber: Lampiran 16, 2025

Berdasarkan Tabel 34 di atas, dapat diketahui bahwa total skor tanggapan dari 73 responden terhadap variabel gaya hidup pada Toko Plaza Buah sebesar 565

dengan kategori setuju. mengatakan setuju menjalani pola hidup sehat dengan rutin mengonsumsi buah impor.

Tabel 35. Distribusi Tanggapan Responden terhadap Variabel Gaya Hidup (X5) pada Toko Buah Dapurqu

No.	Pernyataan	TS (1)	KS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)	Total
1	Saya terbiasa menjalani pola hidup sehat	1 (1)	12 (6)	36 (12)	144 (36)	90 (18)	283 (73)
2	Saya rutin mengonsumsi buah sebagai bagian dari pola makan saya	0 (0)	8 (4)	39 (13)	148 (37)	95 (19)	290 (73)
Jumlah Skor							573
Jumlah Responden							73
Kategori							Setuju

Sumber: Lampiran 17, 2025

Berdasarkan Tabel 35 di atas, dapat diketahui bahwa total skor tanggapan dari 73 responden terhadap variabel gaya hidup pada Toko Buah Dapurqu sebesar 573 dengan kategori setuju. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden mengatakan setuju menjalani pola hidup sehat dengan rutin mengonsumsi buah impor.

Tabel 36. Rekapitulasi Variabel Faktor Internal Toko Buah Diansa, Toko Plaza Buah dan Toko Buah Dapurqu.

Variabel	Total Skor	Kategori
Toko Buah Diansa		
Motivasi (X1)	571	Setuju
Persepsi (X2)	834	Setuju
Sikap (X3)	568	Setuju
Pengetahuan (X4)	570	Setuju
Gaya Hidup (X5)	577	Setuju
Jumlah	3.120	Tinggi
Toko Plaza Buah		
Motivasi (X1)	640	Sangat Setuju
Persepsi (X2)	849	Setuju
Sikap (X3)	562	Setuju
Pengetahuan (X4)	560	Setuju
Gaya Hidup (X5)	565	Setuju
Jumlah	3.176	Tinggi
Toko Buah Dapurqu		
Motivasi (X1)	569	Setuju
Persepsi (X2)	844	Setuju
Sikap (X3)	576	Setuju
Pengetahuan (X4)	573	Setuju
Gaya Hidup (X5)	573	Setuju
Jumlah	3.135	Tinggi

Sumber: Lampiran 15, 16 dan 17, 2025

Berdasarkan Tabel 36 di atas, dapat dilihat pada Toko Buah Diansa variabel X1-X5 berada pada kategori setuju sehingga total skor keseluruhan 3.120 dan berada pada kategori tinggi. Toko Plaza Buah Hertasning pada variabel X1 berada pada kategori sangat setuju sedangkan X2-X5 berada pada kategori setuju sehingga total skor 3.176 di kategori tinggi. Toko Buah Dapurqu variabel X1-X5 semua di kategori setuju sehingga total skor 3.135 dengan kategori tinggi.

5.3.2 Kategori Faktor Eksternal

Faktor eksternal merupakan faktor yang berasal dari luar diri konsumen yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen dalam melakukan pembelian suatu

produk. Dalam penelitian ini, faktor eksternal terdiri dari beberapa indikator yaitu harga, promosi, lokasi, rekomendasi sosial, dan ketersediaan buah

6. Harga (X6)

Harga adalah nilai tukar ekonomi yang harus dibayarkan konsumen untuk memperoleh manfaat dari buah impor

Tabel 37. Distribusi Tanggapan Responden terhadap Variabel Harga (X6) pada Toko Buah Diansa

No.	Pernyataan	TS (1)	KS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)	Total
1	Harga buah impor di toko ini tergolong terjangkau	2 (2)	10 (5)	27 (9)	140 (35)	110 (22)	289 (73)
2	Saya membandingkan harga buah impor antar toko sebelum membeli	3 (3)	14 (7)	36 (12)	132 (33)	90 (18)	275 (73)
Jumlah Skor							564
Jumlah responden							73
Kategori							Setuju

Sumber: Lampiran 15, 2025

Berdasarkan Tabel 37 di atas, dapat diketahui bahwa total skor tanggapan dari 73 responden terhadap variabel harga pada Toko Buah Diansa sebesar 564 dengan kategori setuju. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden mengatakan setuju membandingkan harga buah impor antar toko dan buah di toko ini tergolong terjangkau.

Tabel 38. Distribusi Tanggapan Responden terhadap Variabel Harga (X6) pada Toko Plaza Buah

No.	Pernyataan	TS (1)	KS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)	Total
1	Harga buah impor di toko ini tergolong terjangkau	2 (2)	12 (6)	36 (12)	140 (35)	90 (18)	280 (73)
2	Saya membandingkan harga buah impor antar toko sebelum membeli	3 (3)	10 (5)	39 (13)	132 (33)	95 (19)	279 (73)
Jumlah Skor							559
Jumlah Responden							73
Kategori							Setuju

Sumber: Lampiran 16, 2025

Berdasarkan Tabel 38 di atas, dapat diketahui bahwa total skor tanggapan dari 73 responden terhadap variabel harga pada Toko Plaza Buah sebesar 559 dengan kategori setuju. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden mengatakan setuju membandingkan harga buah impor antar toko dan buah di toko ini tergolong terjangkau.

Tabel 39. Distribusi Tanggapan Responden terhadap Variabel Harga (X6) pada Toko Buah Dapurqu

No.	Pernyataan	TS (1)	KS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)	Total
1	Harga buah impor di toko ini tergolong terjangkau	2 (2)	10 (5)	33 (11)	144 (36)	95 (19)	284 (73)
2	Saya membandingkan harga buah impor antar toko sebelum membeli	3 (3)	12 (6)	36 (12)	132 (33)	95 (19)	278 (73)
Jumlah Skor							562
Jumlah Responden							73
Kategori							Setuju

Sumber: Lampiran 17, 2025

Berdasarkan Tabel 39 di atas, dapat diketahui bahwa total skor tanggapan dari 73 responden terhadap variabel harga pada Toko Buah Dapurqu sebesar 562 dengan kategori setuju. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden

mengatakan setuju membandingkan harga buah impor antar toko dan buah di toko ini tergolong terjangkau.

7. Promosi (X7)

Promosi merupakan salah satu faktor eksternal yang sangat memengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap buah impor. Melalui kegiatan promosi seperti diskon, iklan, maupun media sosial, toko dapat membentuk persepsi positif dan menarik minat beli konsumen. Berikut hasil tanggapan responden di tiga toko buah yang diteliti.

Tabel 40. Distribusi Tanggapan Responden terhadap Variabel Promosi (X7) pada Toko Buah Diansa

No.	Pernyataan	TS (1)	KS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)	Total
1	Saya tertarik membeli karena adanya potongan harga (diskon)	2 (2)	6 (3)	27 (9)	148 (37)	110 (22)	293 (73)
2	Iklan/promosi memengaruhi keputusan saya membeli buah impor	1 (1)	10 (5)	22 (11)	140 (35)	105 (21)	278 (73)
Jumlah Skor							571
Jumlah Responden							73
Kategori							Setuju

Sumber: Lampiran 15, 2025

Berdasarkan Tabel 40 di atas, dapat diketahui bahwa total skor tanggapan dari 73 responden terhadap variabel promosi pada Toko Buah Diansa sebesar 571 dengan kategori setuju. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden mengatakan setuju tertarik membeli buah impor karena ada diskon serta iklan dan promosi juga mempengaruhi keputusan mereka membeli buah impor.

Tabel 41. Distribusi Tanggapan Responden terhadap Variabel Promosi (X7) pada Toko Plaza Buah

No.	Pernyataan	TS (1)	KS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)	Total
1	Saya tertarik membeli karena adanya potongan harga (diskon)	2 (2)	8 (4)	30 (10)	152 (38)	95 (19)	287 (73)
2	Iklan/promosi memengaruhi keputusan saya membeli buah impor	1 (1)	12 (6)	39 (13)	136 (34)	95 (19)	283 (73)
Jumlah Skor							570
Jumlah Responden							73
Kategori							Setuju

Sumber: Lampiran 16, 2025

Berdasarkan Tabel 41 di atas, dapat diketahui bahwa total skor tanggapan dari 73 responden terhadap variabel promosi pada Toko Plaza Buah sebesar 570 dengan kategori setuju. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden mengatakan setuju tertarik membeli buah impor karena ada diskon serta iklan dan promosi juga mempengaruhi keputusan mereka membeli buah impor.

Tabel 42. Distribusi Tanggapan Responden terhadap Variabel Promosi (X7) pada Toko Buah Dapurqu

No.	Pernyataan	TS (1)	KS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)	Total
1	Saya tertarik membeli karena adanya potongan harga (diskon)	2 (2)	6 (3)	33 (11)	140 (35)	110 (22)	291 (73)
2	Iklan/promosi memengaruhi keputusan saya membeli buah impor	2 (2)	8 (4)	42 (14)	140 (35)	90 (18)	282 (73)
Jumlah Skor							573
Jumlah Responden							73
Kategori							Setuju

Sumber: Lampiran 17, 2025

Berdasarkan Tabel 42 di atas, dapat diketahui bahwa total skor tanggapan dari 73 responden terhadap variabel promosi pada Toko Buah Dapurqu sebesar 573 dengan kategori setuju. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden

mengatakan setuju tertarik membeli buah impor karena ada diskon serta iklan dan promosi juga mempengaruhi keputusan mereka membeli buah impor.

8. Lokasi (X8)

Lokasi adalah keterjangkauan tempat dimana konsumen bisa mendapatkan buah impor.

Tabel 43. Distribusi Tanggapan Responden terhadap Variabel Lokasi (X8) pada Toko Buah Diansa

No.	Pernyataan	TS (1)	KS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)	Total
1	Lokasi toko buah ini mudah dijangkau	1 (1)	8 (4)	27 (9)	144 (36)	115 (23)	295 73
2	Lokasi toko ini nyaman untuk berbelanja	2 (2)	6 (3)	30 (10)	136 (34)	120 (24)	294 73
Jumlah Skor							589
Jumlah Responden							73
Kategori							Setuju

Sumber: Lampiran 15, 2025

Berdasarkan Tabel 43 di atas, dapat diketahui bahwa total skor tanggapan dari 73 responden terhadap variabel lokasi pada Toko Buah Diansa sebesar 589 dengan kategori setuju. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden mengatakan setuju bahwa lokasi ini terjangkau dan nyaman untuk berbelanja.

Tabel 44. Distribusi Tanggapan Responden terhadap Variabel Lokasi (X2) pada Toko Plaza Buah

No.	Pernyataan	TS (1)	KS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)	Total
1	Lokasi toko buah ini mudah dijangkau	1 (1)	6 (3)	21 (7)	144 (36)	130 (26)	302 (73)
2	Lokasi toko ini nyaman untuk berbelanja	1 (1)	8 (4)	24 (8)	148 (37)	115 (23)	296 (73)
Jumlah							598
Jumlah Responden							73
Kategori							Setuju

Sumber: Lampiran 16, 2025

Berdasarkan Tabel 44 di atas, dapat diketahui bahwa total skor tanggapan dari 73 responden terhadap variabel lokasi pada Toko Plaza Buah sebesar 598 dengan kategori setuju. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden mengatakan setuju bahwa lokasi ini terjangkau dan nyaman untuk berbelanja.

Tabel 45. Distribusi Tanggapan Responden terhadap Faktor Lokasi (X8) pada Toko Buah Dapurqu

No.	Pernyataan	TS (1)	KS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)	Total
1	Lokasi toko buah ini mudah dijangkau	2 (2)	10 (5)	27 (9)	136 (34)	115 (23)	290 (73)
2	Lokasi toko ini nyaman untuk berbelanja	2 (2)	8 (4)	30 (10)	132 (33)	120 (24)	292 (73)
Jumlah Skor							582
Jumlah Responden							73
Kategori							Setuju

Sumber: Lampiran 17, 2025

Berdasarkan Tabel 45 di atas, dapat diketahui bahwa total skor tanggapan dari 73 responden terhadap variabel lokasi pada Toko Buah Dapurqu sebesar 582 dengan kategori setuju. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden mengatakan setuju bahwa lokasi ini terjangkau dan nyaman untuk berbelanja.

7. Rekomendasi Sosial (X9)

Rekomendasi Sosial adalah pengaruh yang datang dari orang lain atau kelompok tertentu yang menjadi acuan konsumen dalam membentuk sikap dan perilaku pembelian buah impor.

Tabel 46. Distribusi Tanggapan Responden terhadap Faktor Rekomendasi Sosial (X9) pada Toko Buah Diansa

No.	Pernyataan	TS (1)	KS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)	Total
1	Saya membeli buah impor karena direkomendasikan teman/keluarga	2 (2)	12 (6)	39 (13)	132 (33)	95 (19)	280 73
2	Saya tertarik membeli karena ulasan/opini sosial yang positif	1 (1)	10 (5)	33 (11)	140 (35)	105 (21)	289 73
3	Saya pernah mencoba buah impor karena disarankan orang lain	3 (3)	10 (5)	39 (13)	132 (33)	95 (19)	279 73
Jumlah Skor							848
Jumlah Responden							73
Kategori							Setuju

Sumber: Lampiran 15, 2025

Berdasarkan Tabel 46 di atas, dapat diketahui bahwa total skor tanggapan dari 73 responden terhadap variabel rekomendasi sosial pada Toko Buah Diansa sebesar 848 dengan kategori setuju. Hal ini menunjukkan bahwa responden setuju bahwa rekomendasi sosial membuat mereka tertarik membeli buah impor.

Tabel 47. Distribusi Tanggapan Responden terhadap Faktor Rekomendasi Sosial (X9) pada Plaza Buah

No.	Pernyataan	TS (1)	KS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)	Total
1	Saya membeli buah impor karena direkomendasikan teman/keluarga	3 (3)	10 (5)	36 (12)	136 (34)	95 (19)	280 (73)
2	Saya tertarik membeli karena ulasan/opini sosial yang positif	2 (2)	12 (6)	36 (12)	140 (35)	90 (18)	280 (73)
3	Saya pernah mencoba buah impor karena disarankan orang lain	3 (3)	10 (5)	39 (13)	132 (33)	95 (19)	279 (73)
Jumlah							839
Jumlah Responden							73
Kategori							Setuju

Sumber: Lampiran 16, 2025

Berdasarkan Tabel 47 di atas, dapat diketahui bahwa total skor tanggapan dari 73 responden terhadap variabel rekomendasi sosial pada Toko Plaza Buah sebesar 839 dengan kategori setuju. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden mengatakan setuju bahwa rekomendasi sosial membuat mereka tertarik membeli buah impor.

Tabel 48. Distribusi Tanggapan Responden terhadap Faktor Rekomendasi Sosial pada (X2) pada Toko Buah Dapurqu

No.	Pernyataan	TS (1)	KS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)	Total
1	Saya membeli buah impor karena direkomendasikan teman/keluarga	2 (2)	14 (7)	45 (15)	116 (29)	100 (20)	277 73
2	Saya tertarik membeli karena ulasan/opini sosial yang positif	2 (2)	12 (6)	36 (12)	140 (35)	90 (18)	280 73
3	Saya pernah mencoba buah impor karena disarankan orang lain	2 (2)	10 (5)	42 (14)	136 (34)	90 (18)	280 73
Jumlah Skor							837
Jumlah Responden							73
Kategori							Setuju

Sumber: Lampiran 17, 2025

Berdasarkan Tabel 48 di atas, dapat diketahui bahwa total skor tanggapan dari 73 responden terhadap variabel rekomendasi sosial pada Toko Buah Dapurqu sebesar 837 dengan kategori setuju. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden mengatakan setuju bahwa rekomendasi sosial membuat mereka tertarik membeli buah impor.

8. Ketersediaan Buah (X10)

Ketersediaan Buah adalah sejauh mana buah impor dapat ditemukan dengan mudah dan dalam jumlah yang cukup pada saat konsumen membutuhkannya.

Tabel 49. Distribusi Tanggapan Responden terhadap Faktor Ketersediaan Buah(X10) pada Toko Buah Diansa

No.	Pernyataan	TS (1)	KS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)	Total
1	Stok buah impor di toko ini selalu lengkap.	1 (1)	8 (4)	27 (9)	152 (38)	105 (21)	293 (73)
2	Toko ini selalu menyediakan buah impor favorit saya	2 (2)	10 (5)	27 (9)	140 (35)	110 (22)	289 (73)
Jumlah Skor							582
Jumlah Responden							73
Kategori							Setuju

Sumber: Lampiran 15, 2025

Berdasarkan Tabel 49 di atas, dapat diketahui bahwa total skor tanggapan dari 73 responden terhadap variabel ketersediaan buah pada Toko Buah Diansa sebesar 582 dengan kategori setuju. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden mengatakan setuju bahwa ketersediaan buah impor di toko ini lengkap termasuk buah favorit mereka.

Tabel 50. Distribusi Tanggapan Responden terhadap Faktor Ketersediaan Buah (X10) pada Plaza Buah

No.	Pernyataan	TS (1)	KS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)	Total
1	Stok buah impor di toko ini selalu lengkap.	2 (2)	6 (3)	24 (8)	152 (38)	110 (22)	294 (73)
2	Toko ini selalu menyediakan buah impor favorit saya	1 (1)	12 (6)	36 (12)	144 (36)	90 (18)	283 (73)
Jumlah Skor							577
Jumlah Responden							73
Kategori							Setuju

Sumber: Lampiran 16, 2025

Berdasarkan Tabel 50 di atas, dapat diketahui bahwa total skor tanggapan dari 73 responden terhadap variabel ketersediaan buah pada Toko Plaza Buah sebesar 577 dengan kategori setuju.

Tabel 51. Distribusi Tanggapan Responden terhadap Faktor Ketersediaan Buah (X10) pada Toko Buah Dapurqu

No.	Pernyataan	TS (1)	KS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)	Total
1	Stok buah impor di toko ini selalu lengkap.	0 (0)	10 (5)	30 (10)	144 (36)	110 (22)	294 (73)
2	Toko ini selalu menyediakan buah impor favorit saya	2 (2)	10 (5)	27 (9)	140 (35)	110 (22)	289 (73)
Jumlah Skor							583
Jumlah Responden							73
Kategori							Setuju

Sumber: Lampiran 17, 2025

Berdasarkan Tabel 51 di atas, dapat diketahui bahwa total skor tanggapan 73 responden terhadap variabel ini pada Toko Dapurqu sebesar 583 dengan kategori setuju.

Tabel 52. Rekapitulasi Variabel Faktor Eksternal Toko Buah Diansa, Toko Plaza Buah dan Toko Buah Dapurqu.

Variabel	Total Skor	Kategori
Toko Buah Diansa		
Harga(X6)	564	Setuju
Promosi(X7)	571	Setuju
Lokasi (X8)	589	Setuju
Rekomendasi Sosial (X9)	848	Setuju
Ketersediaan Buah (X10)	582	Setuju
Jumlah	3.154	Tinggi
Toko Plaza Buah		
Harga(X6)	559	Setuju
Promosi(X7)	570	Setuju
Lokasi (X8)	598	Setuju
Rekomendasi Sosial (X9)	839	Setuju
Ketersediaan Buah (X10)	577	Setuju
Jumlah	3.143	Tinggi
Toko Buah Dapurqu		
Harga(X6)	562	Setuju
Promosi(X7)	573	Setuju
Lokasi (X8)	582	Setuju
Rekomendasi Sosial (X9)	837	Setuju
Ketersediaan Buah (X10)	583	Setuju
Jumlah	3.137	Tinggi

Sumber: Lampiran 15,16 dan 17, 2025

Berdasarkan Tabel 52 di atas, dapat dilihat rekapitulasi seluruh variabel eksternal di 3 toko semuanya berada pada kategori setuju. Toko Buah Diansa total skor keseluruhan yaitu 3.154 dengan kategori tinggi. Selanjutnya toko Plaza Buah total skornya 3.143 juga termasuk kategori tinggi dan terakhir Toko Buah Dapurqu dengan total skor 3.137 masuk kedalam kategori tinggi.

5.3.3 Kategori Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian dalam penelitian ini diukur melalui beberapa indikator utama, yaitu frekuensi pembelian, jenis buah yang dibeli, jumlah pembelian, dan pembelian ulang. Keempat indikator tersebut dipilih karena dianggap mampu merepresentasikan perilaku konsumsi konsumen secara nyata dalam membeli buah impor di Kota Makassar.

1. Frekuensi Pembelian (Y1)

Frekuensi Pembelian adalah seberapa sering atau berapa kali seorang konsumen melakukan pembelian buah impor dalam jangka waktu tertentu.

Tabel 53. Distribusi Tanggapan Responden terhadap Frekuensi Pembelian (Y1) pada Toko Buah Diansa

No.	Pernyataan	TS (1)	KS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)	Total
1	Saya Membeli buah impor di toko ini secara rutin	2 (2)	10 (5)	27 (9)	140 (35)	110 (22)	287 (73)
2	Saya sering membeli buah impor lebih dari satu kali dalam sebulan	3 (3)	14 (7)	36 (12)	132 (33)	90 (18)	275 (73)
Jumlah Skor							562
Jumlah Responden							73
Kategori							Setuju

Sumber: Lampiran 15, 2025

Berdasarkan Tabel 53 di atas, dapat diketahui bahwa total skor tanggapan dari 73 responden terhadap frekuensi pembelian buah pada Toko Buah Diansa

sebesar 562 dengan kategori setuju. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden mengatakan setuju bahwa mereka sering bahkan rutin berbelanja buah impor di toko ini.

Tabel 54. Distribusi Tanggapan Responden terhadap Frekuensi Pembelian (Y1) pada Toko Plaza Buah

No.	Pernyataan	TS (1)	KS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)	Total
1	Saya Membeli buah impor di toko ini secara rutin	2 (2)	6 (3)	27 (9)	148 (37)	110 (22)	293 (73)
2	Saya sering membeli buah impor lebih dari satu kali dalam sebulan	1 (1)	10 (5)	33 (11)	140 (35)	105 (21)	289 (73)
Jumlah Skor							582
Jumlah Responden							73
Kategori							Setuju

Sumber: Lampiran 16, 2025

Berdasarkan Tabel 54 di atas, dapat diketahui bahwa total skor tanggapan dari 73 responden terhadap frekuensi pembelian buah pada Toko Plaza Buah sebesar 582 dengan kategori setuju. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden mengatakan setuju bahwa mereka sering bahkan rutin berbelanja buah impor di toko ini.

Tabel 55. Distribusi Tanggapan Responden terhadap Frekuensi Pembelian (Y1) pada Toko Buah Dapurqu

No.	Pernyataan	TS (1)	KS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)	Total
1	Saya Membeli buah impor di toko ini secara rutin	1 (1)	6 (3)	21 (7)	144 (36)	130 (26)	302 (73)
2	Saya sering membeli buah impor lebih dari satu kali dalam sebulan	1 (1)	8 (4)	24 (8)	148 (37)	115 (23)	296 (73)
Jumlah Skor							598
Jumlah Responden							73
Kategori							Setuju

Sumber: Lampiran 17, 2025

Berdasarkan Tabel 55 di atas, dapat diketahui bahwa total skor tanggapan dari 73 responden terhadap frekuensi pembelian buah pada Toko Buah Dapurqu sebesar 598 dengan kategori setuju. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden mengatakan setuju bahwa mereka sering bahkan rutin berbelanja buah impor di toko ini.

2. Jenis Buah yang Dibeli (Y2)

Jenis buah yang dibeli adalah pemilihan spesifik varietas atau kategori buah impor yang dilakukan konsumen berdasarkan preferensi, kebutuhan dan informasi yang mereka miliki.

Tabel 56. Distribusi Tanggapan Responden terhadap Jenis Buah yang Dibeli (Y2) pada Toko Buah Diansa

No.	Pernyataan	TS (1)	KS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)	Total
1	Saya membeli berbagai jenis buah impor di toko ini.	2 (2)	6 (3)	27 (9)	148 (37)	110 (22)	293 (73)
2	Saya memilih buah impor karena variannnya lebih lengkap	1 (1)	10 (5)	33 (11)	140 (35)	105 (21)	289 (73)
Jumlah Skor							582
Jumlah Responden							73
Kategori							Setuju

Sumber: Lampiran 15, 2025

Berdasarkan Tabel 56 di atas, dapat diketahui bahwa total skor tanggapan dari 73 responden terhadap jenis buah yang dibeli pada Toko Buah Diansa sebesar 582 dengan kategori setuju. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden mengatakan setuju bahwa mereka sering membeli berbagai jenis buah impor karena variannya lengkap.

Tabel 57. Distribusi Tanggapan Responden terhadap Jenis Buah yang Dibeli (Y2) pada Toko Plaza Buah

No.	Pernyataan	TS (1)	KS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)	Total
1	Saya membeli berbagai jenis buah impor di toko ini.	2 (2)	8 (4)	30 (10)	152 (38)	95 (19)	287 (73)
2	Saya memilih buah impor karena variannnya lebih lengkap	1 (1)	12 (6)	39 (13)	136 (34)	95 (19)	283 (73)
Jumlah Skor							570
Jumlah responden							73
Kategori							Setuju

Sumber: Lampiran 16, 2025

Berdasarkan Tabel 57 di atas, dapat diketahui bahwa total skor tanggapan dari 73 responden terhadap jenis buah yang dibeli pada Toko Plaza Buah sebesar 570 dengan kategori setuju. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden mengatakan setuju bahwa mereka sering membeli berbagai jenis buah impor karena variannya lengkap.

Tabel 58. Distribusi Tanggapan Responden terhadap Jenis Buah yang Dibeli (Y2) pada Toko Buah Dapurqu

No.	Pernyataan	TS (1)	KS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)	Total
1	Saya membeli berbagai jenis buah impor di toko ini.	2 (2)	10 (5)	27 (9)	136 (34)	115 (23)	290 (73)
2	Saya memilih buah impor karena variannnya lebih lengkap	2 (2)	8 (4)	30 (10)	132 (33)	120 (24)	292 (73)
Jumlah Skor							582
Jumlah Responden							73
Kategori							Setuju

Sumber: Lampiran 17, 2025

Berdasarkan Tabel 58 di atas, dapat diketahui bahwa total skor tanggapan dari 73 responden terhadap jenis buah yang dibeli pada Toko Buah Dapurqu sebesar 582 dengan kategori setuju. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar

responden mengatakan setuju bahwa mereka sering membeli berbagai jenis buah impor karena variannya lengkap.

3. Jumlah Pembelian (Y3)

Jumlah Pembelian adalah kuantitas atau banyaknya unit buah (misalnya dalam kg, gram atau jumlah butir) yang di beli oleh konsumen dalam satu kali transaksi. Dalam konteks buah impor, jumlah pembelian mencerminkan besarnya kebutuhan dan tingkat kepercayaan konsumen terhadap buah tersebut.

Tabel 59. Distribusi Tanggapan Responden terhadap Jumlah Pembelian (Y3) Pada Toko Buah Diansa

No.	Pernyataan	TS (1)	KS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)	Total
1	Saya biasanya membeli dalam jumlah yang cukup banyak	1 (1)	8 (4)	30 (10)	136 (34)	120 (24)	295 73
2	Saya tidak ragu membeli dalam jumlah banyak jika kualitas buah bagus	2 (2)	12 (6)	30 (10)	140 (35)	100 (20)	284 73
Jumlah Skor							579
Jumlah Responden							73
Kategori							Setuju

Sumber: Lampiran 15, 2025

Berdasarkan Tabel 59 di atas, dapat diketahui bahwa total skor tanggapan dari 73 responden terhadap jumlah pembelian buah pada Toko Buah Diansa sebesar 579 dengan kategori setuju. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden mengatakan setuju bahwa mereka sering dan tidak ragu membeli buah dalam jumlah banyak jika kualitasnya bagus.

Tabel 60. Distribusi Tanggapan Responden terhadap Jumlah Pembelian (Y3) Pada Toko Plaza Buah

No.	Pernyataan	TS (1)	KS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)	Total
1	Saya biasanya membeli dalam jumlah yang cukup banyak	2 (2)	6 (3)	33 (11)	140 (35)	110 (22)	291 (73)
2	Saya tidak ragu membeli dalam jumlah banyak jika kualitas buah bagus	2 (2)	8 (4)	42 (14)	140 (35)	90 (18)	282 (73)
Jumlah Skor							573
Jumlah Responden							73
Kategori							Setuju

Sumber: Lampiran 16, 2025

Berdasarkan Tabel 60 di atas, dapat diketahui bahwa total skor tanggapan dari 73 responden terhadap jumlah pembelian buah pada Toko Plaza Buah sebesar 573 dengan kategori setuju. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden mengatakan setuju bahwa mereka sering dan tidak ragu membeli buah dalam jumlah banyak jika kualitasnya bagus.

Tabel 61. Distribusi Tanggapan Responden terhadap Jumlah Pembelian (Y3) Pada Toko Buah Dapurqu

No.	Pernyataan	TS (1)	KS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)	Total
1	Saya biasanya membeli dalam jumlah yang cukup banyak	1 (1)	8 (4)	27 (9)	144 (36)	115 (23)	295 (73)
2	Saya tidak ragu membeli dalam jumlah banyak jika kualitas buah bagus	2 (2)	6 (3)	30 (10)	136 (34)	120 (24)	294 (73)
Jumlah Skor							588
Jumlah Responden							73
Kategori							Setuju

Sumber: Lampiran 17, 2025

Berdasarkan Tabel 61 di atas, dapat diketahui bahwa total skor tanggapan dari 73 responden terhadap jumlah pembelian buah pada Toko Buah Dapurqu sebesar 588 dengan kategori setuju. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar

responden mengatakan setuju bahwa mereka sering dan tidak ragu membeli buah dalam jumlah banyak jika kualitasnya bagus.

3. Pembelian Ulang (Y4)

Pembelian ulang adalah perilaku konsumen dimana mereka kembali membeli buah impor yang sama atau dari merk/negara asal yang sama dimasa mendatang.

Tabel 62. Distribusi Tanggapan Responden terhadap Pembelian Ulang (Y4) Pada Toko Buah Diansa

No.	Pernyataan	TS (1)	KS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)	Total
1	Saya berniat membeli kembali buah impor di toko ini	2 (2)	6 (3)	27 (9)	132 (33)	130 (26)	297 (73)
2	Saya merekomendasikan toko ini kepada orang lain untuk membeli buah impor	3 (3)	14 (7)	39 (13)	120 (30)	100 (20)	276 (73)
Jumlah Skor							573
Jumlah Responden							73
Kategori							Setuju

Sumber: Lampiran 15, 2025

Berdasarkan Tabel 62 di atas, dapat diketahui bahwa total skor tanggapan dari 73 responden terhadap pembelian ulang buah pada Toko Buah Diansa sebesar 573 dengan kategori setuju. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden mengatakan setuju bahwa mereka berniat berbelanja Kembali ditoko ini dan merekomendasikan toko ini ke orang lain.

Tabel 63. Distribusi Tanggapan Responden terhadap Pembelian Ulang (Y4) Pada Toko Plaza Buah

No.	Pernyataan	TS (1)	KS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)	Total
1	Saya berniat membeli kembali buah impor di toko ini	1 (1)	8 (4)	27 (9)	144 (36)	115 (23)	295 (73)
2	Saya merekomendasikan toko ini kepada orang lain untuk membeli buah impor	2 (2)	6 (3)	30 (10)	136 (34)	120 (24)	294 (73)
Jumlah Skor							589
Jumlah Responden							73
Kategori							Setuju

Sumber: Lampiran 16, 2025

Berdasarkan Tabel 63 di atas, dapat diketahui bahwa total skor tanggapan dari 73 responden terhadap pembelian ulang buah pada Toko Plaza Buah sebesar 589 dengan kategori setuju. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden mengatakan setuju bahwa mereka berniat berbelanja Kembali ditoko ini dan merekomendasikan toko ini ke orang lain.

Tabel 64, Distribusi Tanggapan Responden terhadap Pembelian Ulang (Y4) Pada Toko Buah Dapurqu

No.	Pernyataan	TS (1)	KS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)	Total
1	Saya berniat membeli kembali buah impor di toko ini	2 (2)	10 (5)	27 (9)	140 (35)	110 (22)	289 (73)
2	Saya merekomendasikan toko ini kepada orang lain untuk membeli buah impor	3 (3)	14 (7)	36 (12)	132 (33)	90 (18)	275 (73)
Jumlah Skor							564
Jumlah Responden							73
Kategori							Setuju

Sumber: Lampiran 17, 2025

Berdasarkan Tabel 64 di atas, dapat diketahui bahwa total skor tanggapan dari 73 responden terhadap pembelian ulang buah pada Toko Buah Dapurqu sebesar 564 dengan kategori setuju. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar

responden mengatakan setuju bahwa mereka berniat berbelanja Kembali ditoko ini dan merekomendasikan toko ini ke orang lain.

Tabel 65. Rekapitulasi Variabel Keputusan Pembelian Toko Buah Diansa, Toko Plaza Buah dan Toko Buah Dapurqu.

Variabel	Total Skor	Kategori
Toko Buah Diansa		
Frekuensi Pembelian (Y1)	562	Setuju
Jenis Buah yang Dibeli (Y2)	582	Setuju
Jumlah Pembelian (Y3)	579	Setuju
Pembelian Ulang (Y4)	573	Setuju
Jumlah	2.296	Tinggi
Toko Plaza Buah		
Frekuensi Pembelian (Y1)	582	Setuju
Jenis Buah yang Dibeli (Y2)	570	Setuju
Jumlah Pembelian (Y3)	573	Setuju
Pembelian Ulang (Y4)	589	Setuju
Jumlah	2.314	Tinggi
Toko Buah Dapurqu		
Frekuensi Pembelian (Y1)	598	Setuju
Jenis Buah yang Dibeli (Y2)	582	Setuju
Jumlah Pembelian (Y3)	588	Setuju
Pembelian Ulang (Y4)	564	Setuju
Jumlah	2.332	Tinggi

Sumber: Lampiran 15,16 dan 17, 2025

Berdasarkan Tabel 65 di atas, dapat dilihat rekapitulasi keputusan pembelian di tiga toko dari variabel Y1-Y4 semua berada pada kategori setuju. Pada Toko Buah Diansa total skornya yaitu 2.296 di kategori tinggi. Kemudian Toko Plaza Buah total skor 2.314 dengan kategori tinggi dan pada toko Buah Dapurqu total skor di angka 2.332 dengan kategori tinggi

Tabel 66. Rekapitulasi Skor Keseluruhan Variabel di Toko Buah Diansa, Toko Plaza Buah dan Toko Buah Dapurqu.

No.	Variabel	Skor	Kategori
1	Faktor Internal		
	Toko Buah Diansa	3.120	Tinggi
	Toko Plaza Buah	3.176	Tinggi
	Toko Buah Dapurqu	3.135	Tinggi
2	Faktor Eksternal		
	Toko Buah Diansa	3.154	Tinggi
	Toko Plaza Buah	3.143	Tinggi
	Toko Buah Dapurqu	3.137	Tinggi
3	Keputusan Pembelian		
	Toko Buah Diansa	2.296	Tinggi
	Toko Plaza Buah	2.314	Tinggi
	Toko Buah Dapurqu	2.332	Tinggi

Sumber: Lampiran 15, 16 dan 17, 2025

Berdasarkan Tabel 66 di atas, merupakan rekapitulasi keseluruhan variabel ketiga toko berada pada kategori tinggi hal ini menunjukkan bahwa faktor internal, faktor eksternal dan keputusan pembelian konsumen pada ketiga toko tersebut dinilai baik oleh responden.

5.4 Pengaruh Faktor Internal Dan Eksternal Terhadap Keputusan Pembelian

Analisis untuk mengetahui pengaruh faktor internal dan faktor eksternal terhadap keputusan pembelian buah impor pada konsumen di lokasi penelitian. Analisis ini bertujuan untuk melihat hubungan antara variabel independen yaitu faktor internal dan faktor eksternal dengan variabel dependen yaitu keputusan pembelian. Pengujian dilakukan menggunakan metode Partial Least Square (PLS) dengan bantuan aplikasi SmartPLS sehingga dapat diketahui seberapa besar pengaruh masing-masing variabel terhadap keputusan pembelian konsumen.

5.4.1 Uji Validitas dan Reabilitas

Uji validitas dan reliabilitas dilakukan untuk mengetahui apakah indikator-indikator yang digunakan dalam penelitian ini mampu mengukur variabel penelitian secara tepat dan konsisten. Hasil pengujian ini digunakan untuk memastikan bahwa setiap indikator yang digunakan dalam penelitian memiliki tingkat validitas dan reliabilitas yang baik sehingga layak digunakan dalam analisis selanjutnya.

1. Validitas Konvergen

Tabel 67. Uji Validitas Konvergen pada Toko Buah Diansa

Indikator	Outer Loading	AVE	Keterangan
X.1	0.823	0.690	Valid
X.2	0.713	0.714	Valid
X.3	0.822	0.671	Valid
X.4	0.813	0.703	Valid
X.5	0.813	0.671	Valid
X.6	0.838	0.680	Valid
X.7	0.805	0.690	Valid
X.8	0.749	0.730	Valid
X.9	0.721	0.780	Valid
X.10	0.824	0.690	Valid
Y1	0.812	0.663	Valid
Y2	0.733	0.680	Valid
Y3	0.720	0.790	Valid
Y4	0.823	0.705	Valid

Sumber: Lampiran 18, 2025

Berdasarkan tabel 67 di atas, semua nilai *outer loading* lebih besar dari 0,70 dan nilai AVE > 0,50, sehingga seluruh indikator pada Toko Buah Diansa dinyatakan valid secara konvergen.

Tabel 68. Uji Validitas Konvergen pada Plaza Buah

Indikator	Outer Loading	AVE	Keterangan
X.1	0.798	0.715	Valid
X.2	0.788	0.700	Valid
X.3	0.816	0.690	Valid
X.4	0.789	0.660	Valid
X.5	0.810	0.715	Valid
X.6	0.822	0.715	Valid
X.7	0.809	0.673	Valid
X.8	0.826	0.705	Valid
X.9	0.890	0.689	Valid
X.10	0.795	0.668	Valid
Y.1	0.890	0.712	Valid
Y.2	0.760	0.712	Valid
Y.3	0.788	0.705	Valid
Y.4	0.850	0.689	Valid

Sumber: Lampiran 19, 2025

Berdasarkan Tabel 68 di atas, seluruh indikator memiliki *outer loading* di atas 0,70 dan nilai AVE di atas 0,50. Dengan demikian, model pengukuran pada Plaza Buah dinyatakan memenuhi validitas konvergen.

Tabel 69. Uji Validitas Konvergen pada Toko Buah Dapurqu Jalan Kakatua

Indikator	Outer Loading	AVE	Keterangan
X.1	0.809	0.673	Valid
X.2	0.799	0.705	Valid
X.3	0.826	0.689	Valid
X.4	0.810	0.668	Valid
X.5	0.890	0.673	Valid
X.6	0.795	0.673	Valid
X.7	0.721	0.673	Valid
X.8	0.824	0.700	Valid
X.9	0.812	0.700	Valid
X.10	0.738	0.691	Valid
Y.1	0.851	0.669	Valid
Y.2	0.890	0.673	Valid
Y.3	0.795	0.705	Valid
Y.4	0.738	0.673	Valid

Sumber: Lampiran 20, 2025

Berdasarkan Tabel 69 di atas, seluruh indikator pada model pengukuran Toko Buah Dapurqu memenuhi kriteria validitas konvergen dengan *outer loading* $> 0,70$ dan nilai AVE $> 0,50$. Ini berarti konstruk dalam model memiliki konsistensi internal yang baik.

2. Validitas Discriminant

Validitas diskriminan digunakan untuk mengukur sejauh mana suatu konstruk benar-benar berbeda dengan konstruk lainnya dalam model penelitian. Pengujian validitas diskriminan dalam penelitian ini dilakukan dengan melihat nilai cross loading, dimana suatu indikator dinyatakan valid apabila memiliki nilai loading yang lebih tinggi pada konstruk yang diukur dibandingkan dengan konstruk lainnya. Hasil uji validitas diskriminan pada masing-masing toko buah dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 70. Nilai Cross Loading Indikator pada Toko Buah Diansa

Indikator	X1 (Faktor Internal)	X2 (Faktor Eksternal)	Y (Keputusan Pembelian)
X.1	0.344	0.799	0.372
X.2	0.211	0.814	0.289
X.3	0.361	0.738	0.284
X.4	0.344	0.799	0.281
X.5	0.211	0.814	0.334
X.6	0.361	0.738	0.379
X.7	0.363	0.799	0.394
X.8	0.204	0.738	0.379
X.9	0.363	0.814	0.394
X.10	0.721	0.312	0.394
Y.1	0.809	0.738	0.851
Y.2	0.810	0.347	0.379
Y.3	0.347	0.814	0.394
Y.4	0.204	0.738	0.379

Sumber: Lampiran 21, 2025

Berdasarkan Tabel 70 di atas, Nilai *cross loading* tertinggi pada setiap indikator terdapat pada konstruk yang bersangkutan, menunjukkan bahwa semua indikator valid dalam merepresentasikan konstruknya. Model pengukuran memenuhi validitas diskriminan.

Tabel 71. Nilai Cross Loading Indikator pada Plaza Buah

Indikator	X1 (Faktor Internal)	X2 (Faktor Eksternal)	Y (Keputusan Pembelian)
X.1	0.347	0.738	0.283
X.2	0.203	0.799	0.280
X.3	0.362	0.814	0.333
X.4	0.347	0.312	0.380
X.5	0.810	0.738	0.395
X.6	0.203	0.738	0.333
X.7	0.347	0.799	0.280
X.8	0.344	0.814	0.283
X.9	0.211	0.738	0.394
X.10	0.361	0.799	0.394
Y.1	0.344	0.814	0.851
Y.2	0.211	0.738	0.379
Y.3	0.361	0.799	0.394
Y.4	0.211	0.738	0.394

Sumber: Lampiran 22, 2025

Berdasarkan Tabel 71 di atas, seluruh nilai *cross loading* pada indikator lebih tinggi terhadap konstruknya sendiri dibandingkan dengan konstruk lainnya, sehingga dapat disimpulkan bahwa instrumen pada Plaza Buah valid secara diskriminan.

Tabel 72. Nilai Cross Loading Indikator pada Toko Buah Dapurqu

Indikator	X1 (Faktor Internal)	X2 (Faktor Eksternal)	Y (Keputusan Pembelian)
X.1	0.211	0.738	0.334
X.2	0.361	0.799	0.379
X.3	0.363	0.738	0.394
X.4	0.204	0.814	0.379
X.5	0.363	0.312	0.394
X.6	0.211	0.738	0.394
X.7	0.361	0.799	0.851
X.8	0.344	0.814	0.334
X.9	0.211	0.312	0.280
X.10	0.361	0.312	0.380
Y1	0.251	0.738	0.394
Y2	0.366	0.738	0.851
Y3	0.251	0.799	0.379
Y4	0.366	0.814	0.394

Sumber: Lampiran 23, 2025

Berdasarkan Tabel 72 di atas, nilai *cross loading* se tiap indikator terhadap konstruknya lebih tinggi daripada korelasi dengan konstruk lain, sehingga konstruk pada model Toko Buah Dapurqu memenuhi syarat validitas diskriminan

3. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur tingkat konsistensi dan keandalan indikator dalam mengukur suatu konstruk. Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan melihat nilai Composite Reliability (CR) dan Cronbach's Alpha (CA). Suatu konstruk dinyatakan reliabel apabila memiliki nilai Composite Reliability $\geq 0,70$ dan Cronbach's Alpha $\geq 0,70$. Hasil uji reliabilitas pada masing-masing toko buah dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 73. Uji Reliabilitas Konstruk pada Toko Buah Diansa

Konstruk	Cronbach's Alpha (CA)	Composite Reliability (CR)	Keterangan
Motivasi (X1)	0.807	0.888	Reliabel
Persepsi (X2)	0.810	0.870	Reliabel
Sikap (X3)	0.799	0.877	Reliabel
Pengetahuan (X4)	0.788	0.880	Reliabel
Gaya Hidup (X5)	0.802	0.860	Reliabel
Harga (X6)	0.771	0.880	Reliabel
Promosi (X7)	0.790	0.870	Reliabel
Lokasi (X8)	0.795	0.850	Reliabel
Rekomendasi Sosial (X9)	0.780	0.880	Reliabel
Ketersediaan Buah (X10)	0.799	0.870	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0.807	0.865	Reliabel

Sumber: Lampiran 24, 2025

Berdasarkan Tabel 73 di atas, seluruh konstruk pada Toko Buah Diansa memiliki nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* di atas 0,70, yang menunjukkan bahwa instrumen pengukuran memiliki reliabilitas tinggi dan konsisten dalam mengukur variabel penelitian.

Tabel 74. Uji Reliabilitas Konstruk pada Plaza Buah

Konstruk	Cronbach's Alpha (CA)	Composite Reliability (CR)	Keterangan
Motivasi (X1)	0.772	0.848	Reliabel
Persepsi (X2)	0.787	0.860	Reliabel
Sikap (X3)	0.780	0.855	Reliabel
Pengetahuan (X4)	0.772	0.848	Reliabel
Gaya Hidup (X5)	0.787	0.860	Reliabel
Harga (X6)	0.776	0.851	Reliabel
Promosi (X7)	0.791	0.864	Reliabel
Lokasi (X8)	0.814	0.873	Reliabel
Rekomendasi Sosial (X9)	0.821	0.878	Reliabel
Ketersediaan Buah (X10)	0.803	0.868	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0.792	0.861	Reliabel

Sumber: Lampiran 25, 2025

Berdasarkan Tabel 74 di atas, hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa semua konstruk pada Plaza Buah memenuhi kriteria reliabilitas. Nilai *Composite Reliability* tertinggi terdapat pada konstruk Rekomendasi Sosial (0.878), menandakan konsistensi internal yang sangat baik antar indikator.

Tabel 75. Uji Reliabilitas Konstruk pada Toko Buah Dapurqu

Konstruk	Cronbach's Alpha (CA)	Composite Reliability (CR)	Keterangan
Motivasi (X1)	0.814	0.873	Reliabel
Persepsi (X2)	0.821	0.878	Reliabel
Sikap (X3)	0.803	0.868	Reliabel
Pengetahuan (X4)	0.792	0.861	Reliabel
Gaya Hidup (X5)	0.782	0.856	Reliabel
Harga (X6)	0.772	0.848	Reliabel
Promosi (X7)	0.787	0.860	Reliabel
Lokasi (X8)	0.780	0.855	Reliabel
Rekomendasi Sosial (X9)	0.808	0.875	Reliabel
Ketersediaan Buah (X10)	0.771	0.847	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0.825	0.884	Reliabel

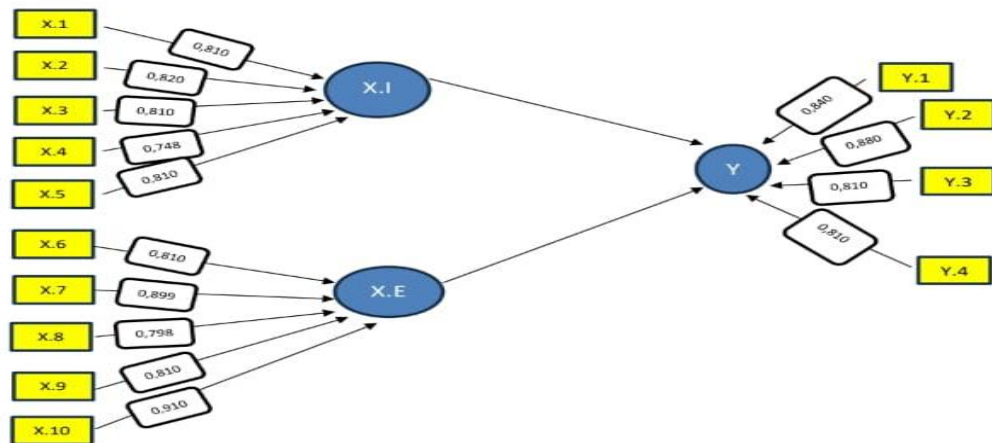
Sumber: Lampiran 26, 2025

Berdasarkan Tabel 75 di atas, semua konstruk pada Toko Buah Dapurqu juga menunjukkan nilai *Composite Reliability* dan *Cronbach's Alpha* di atas batas minimum 0,70. Hal ini membuktikan bahwa seluruh item dalam model pengukuran memiliki tingkat konsistensi dan keandalan yang tinggi.

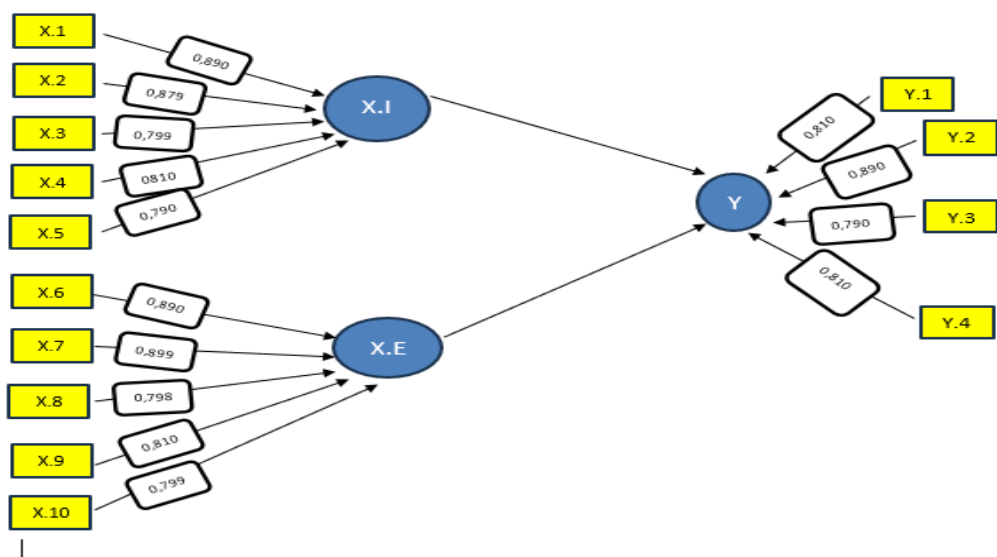
Hasil ketiga tabel di atas, seluruh konstruk pada Toko Buah Diansa, Plaza Buah, dan Dapurqu dinyatakan reliabel, karena memenuhi kriteria nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* $\geq 0,70$. Dengan demikian, instrumen penelitian terbukti memiliki konsistensi internal yang baik, sehingga layak digunakan untuk analisis lanjutan pada model struktural (*Inner Model*).

5.5 Analisis SmartPLS

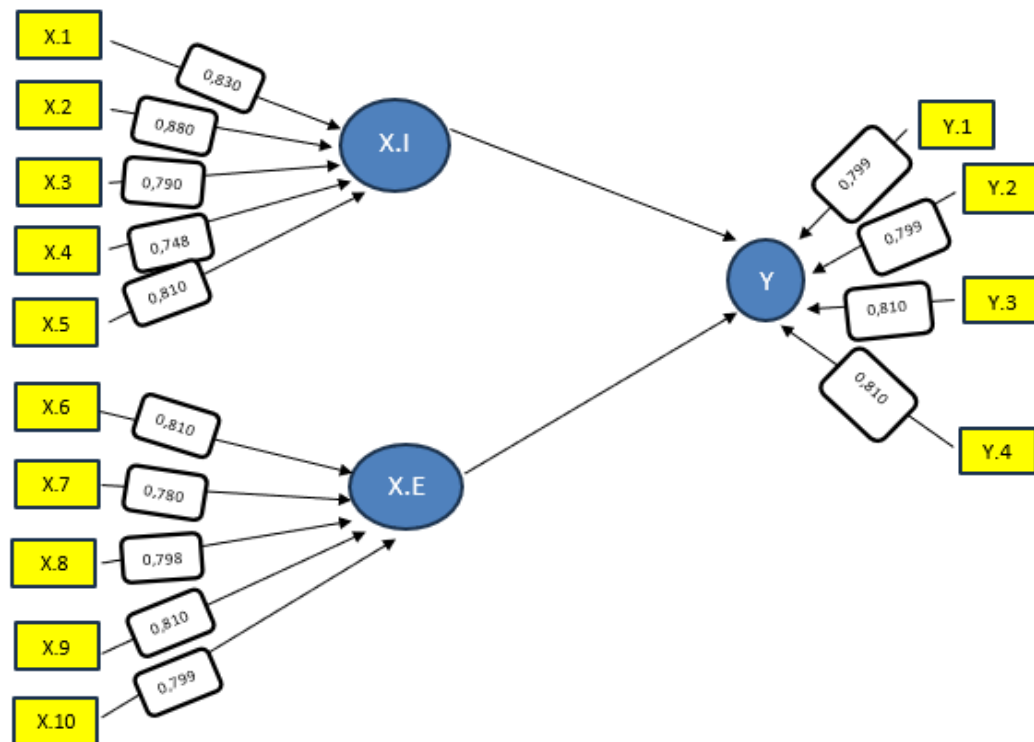
Analisis ini dipilih karena sesuai dengan tujuan penelitian yang ingin melihat seberapa besar pengaruh faktor internal dan faktor eksternal terhadap keputusan pembelian buah impor. Melalui pendekatan ini, peneliti dapat mengetahui apakah kedua faktor tersebut benar-benar memberikan kontribusi signifikan dalam memengaruhi perilaku konsumen, serta faktor mana yang memiliki pengaruh lebih dominan.



Gambar 9. Outer Model Toko Buah Diansa



Gambar 10. Outer Model Toko Plaza Buah



Gambar 11. Outer Model Toko Buah Dapurqu

5.5.1 Evaluasi Inner Model (Uji Struktural)

Evaluasi inner model (uji struktural) dilakukan untuk menilai hubungan antar variabel laten dalam model penelitian serta mengukur seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui kekuatan model dalam menjelaskan variabel endogen. Hasil pengujian inner model pada masing-masing toko buah dapat dilihat pada tabel berikut.

1. R-Square (R^2) dan Q-Square (Q^2)

R-Square (R^2) dan Q-Square (Q^2) digunakan untuk menilai kualitas model struktural dalam penelitian. R^2 digunakan untuk melihat kemampuan variabel

independen dalam menjelaskan variabel dependen, sedangkan Q^2 digunakan untuk mengukur kemampuan prediksi model. Hasil pengujian R^2 dan Q^2 pada masing-masing toko dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 77. Ringkasan Inner Model R^2 dan Q^2 Toko Buah Diansa

Konstruk Endogen	R^2	Q^2	Keterangan
Keputusan Pembelian	0,60	0,40	Moderat, Prediktif relevan

Sumber: Lampiran 27, 2025

Berdasarkan Tabel 77 di atas, keputusan pembelian di Toko Buah Diansa menyatakan bahwa R^2 0,60 yang berarti moderat dan Q^2 0,40 yang berarti prediktif.

Tabel 78. Ringkasan Inner Model R^2 dan Q^2 Toko Plaza Buah

Konstruk Endogen	R^2	Q^2	Keterangan
Keputusan Pembelian	0,60	0,41	Moderat, Prediktif relevan

Sumber: Lampiran 28, 2025

Berdasarkan Tabel 78 di atas, keputusan pembelian di Toko Plaza Buah menyatakan bahwa R^2 0,60 yang berarti moderat dan Q^2 0,41 yang berarti prediktif.

Tabel 79. Ringkasan Inner Model R^2 dan Q^2 Toko Buah Dapurqu

Konstruk Endogen	R^2	Q^2	Keterangan
Keputusan Pembelian	0,64	0,41	Moderat, Prediktif relevan

Sumber: Lampiran 29, 2025

Berdasarkan Tabel 79 di atas, keputusan pembelian di Toko Buah Dapurqu Jalan Kakatua menyatakan bahwa R^2 0,64 yang berarti moderat dan Q^2 0,41 yang berarti prediktif.

Berdasarkan hasil analisis menggunakan metode Partial Least Square dengan bantuan aplikasi SmartPLS diperoleh nilai R Square pada variabel keputusan pembelian di masing-masing lokasi penelitian. Nilai R Square pada Toko Buah Diansa sebesar 0,60, Plaza Buah sebesar 0,60, dan Toko Buah Dapurqu sebesar 0,64. Nilai tersebut menunjukkan bahwa faktor internal dan faktor eksternal

secara bersama-sama mampu menjelaskan variasi keputusan pembelian konsumen sebesar 60% pada Toko Buah Diansa, 60% pada Plaza Buah, dan 64% pada Toko Buah Dapurqu. Sementara itu, sisanya sebesar 40% pada Toko Buah Diansa, 40% pada Plaza Buah, dan **36%** pada Toko Buah Dapurqu dipengaruhi oleh faktor lain di luar variabel yang diteliti dalam penelitian ini.

2. *Effect Size (f²)*

Effect Size (f²) digunakan untuk mengukur besar kecilnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dalam model penelitian. Nilai *f²* menunjukkan kontribusi masing-masing variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Adapun kriteria penilaian *f²* yaitu 0,02 (kecil), 0,15 (sedang), dan 0,35 (besar). Hasil pengujian effect size (*f²*) pada masing-masing toko dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 80. Ringkasan Inner Model *f²* Toko Buah Diansa

Konstruk Endogen	<i>f²</i>	Keterangan
Keputusan Pembelian	0,35	Besar

Sumber : Lampiran 27, 2025

Berdasarkan table 80 di atas, dapat diketahui bahwa nilai effect size (*f²*) pada konstruk keputusan pembelian sebesar 0,35. Nilai tersebut termasuk dalam kategori besar, yang menunjukkan bahwa variabel independen memiliki pengaruh yang besar dalam menjelaskan variabel keputusan pembelian pada Toko Buah Diansa.

Tabel 81. Ringkasan Inner Model *f²* Toko Plaza Buah

Konstruk Endogen	<i>f²</i>	Keterangan
Keputusan Pembelian	0,37	Besar

Sumber : Lampiran 28, 2025

Berdasarkan table 81 di atas, dapat diketahui bahwa nilai effect size (f^2) pada konstruk keputusan pembelian sebesar 0,37. Nilai tersebut termasuk dalam kategori besar, yang menunjukkan bahwa variabel independen memberikan pengaruh yang besar terhadap keputusan pembelian pada Toko Plaza Buah.

Tabel 82. Ringkasan Inner Model f^2 Toko Buah Dapurqu

Konstruk Endogen	f^2	Keterangan
Keputusan Pembelian	0,39	Besar

Sumber : Lampiran 29, 2025

Berdasarkan table 82 di atas, dapat diketahui bahwa nilai effect size (f^2) pada konstruk keputusan pembelian sebesar 0,39. Nilai tersebut termasuk dalam kategori besar, yang menunjukkan bahwa variabel independen memiliki pengaruh yang kuat dalam menjelaskan keputusan pembelian pada Toko Buah Dapurqu. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pada ketiga toko, variabel independen memiliki pengaruh yang besar terhadap keputusan pembelian.

5.5.2 Uji Hipotesis (Bootstrapping)

Hasil pengujian hipotesis menggunakan metode bootstrapping pada SmartPLS, diperoleh nilai koefisien jalur, t-statistik, dan p-value untuk masing-masing hubungan antar variabel. Hasil ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel faktor internal dan faktor eksternal berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Hasil pengujian menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki nilai t-statistik lebih besar dari 1,96 dan nilai p-value lebih kecil dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa faktor internal dan faktor eksternal berpengaruh positif dan

signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil tersebut dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 83. Uji Hipotesis (Bootstrapping) Faktor Internal dan Eksternal terhadap Keputusan Pembelian Toko Buah Diansa

Hubungan Variabel	Original Sampel	T-Statistics	P-Values
Faktor Internal – Keputusan Pembelian	0.355	3.564	0.02
Faktor Eksnternal – Keputusan Pembelian	0.509	2.897	0.02

Sumber: Lampiran 30 2025

Berdasarkan Tabel 83 di atas, nilai p-value pada tabel merupakan hasil pembulatan, sedangkan penjelasan menggunakan nilai asli dari output SmartPLS. Hasil pengujian menunjukkan bahwa faktor internal pada Toko Buah Diansa memiliki p-value sebesar 0,015 ($< 0,05$) dan T-statistics sebesar 3,564, sehingga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Selanjutnya, faktor eksternal memiliki p-value sebesar 0,016 ($< 0,05$) dan T-statistics sebesar 2,897, sehingga juga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian

Tabel 84. Uji Hipotesis (Bootstrapping) Faktor Internal dan Eksternal terhadap Keputusan Pembelian Toko Plaza Buah

Hubungan Variabel	Original Sampel	T-Statistics	P-Values
Faktor Internal – Keputusan Pembelian	0.423	4.362	0.02
Faktor Eksnternal – Keputusan Pembelian	0.399	3.721	0.02

Sumber: Lampiran 31 2025

Berdasarkan Tabel 84 di atas, nilai p-value pada tabel merupakan hasil pembulatan, sedangkan penjelasan menggunakan nilai asli dari output SmartPLS.

Hasil pengujian menunjukkan bahwa faktor internal pada Toko Plaza Buah memiliki p-value sebesar 0,020 ($< 0,05$) dan T-statistics sebesar 4,362, sehingga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Selanjutnya, faktor

eksternal memiliki p-value sebesar 0,019 ($< 0,05$) dan T-statistics sebesar 3,721, sehingga juga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Tabel 85. Uji Hipotesis (Bootstrapping) Faktor Internal dan Eksternal terhadap Keputusan Pembelian Toko Buah Dapurqu

Hubungan Variabel	Original Sampel	T-Statistics	P-Values
Faktor Internal – Keputusan Pembelian	0.355	3.564	0.02
Faktor Eksnternal – Keputusan Pembelian	0.509	2.897	0.02

Sumber: Lampiran 32, 2025

Berdasarkan Tabel 85 di atas, nilai p-value pada tabel merupakan hasil pembulatan, sedangkan penjelasan menggunakan nilai asli dari output SmartPLS. Hasil pengujian menunjukkan bahwa faktor internal pada Toko Buah Dapurqu memiliki p-value sebesar 0,15 ($< 0,05$) dan T-statistics sebesar 3.564, sehingga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Selanjutnya, faktor eksternal memiliki p-value sebesar 0.016 ($< 0,05$) dan T-statistics sebesar 2.897, sehingga juga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Faktor internal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, sehingga hipotesis pertama diterima.
2. Faktor internal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, sehingga hipotesis pertama diterima
3. Faktor internal dan eksternal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, sehingga hipotesis pertama diterima

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor internal dan faktor eksternal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian buah impor di

Kota Makassar. Hal ini menunjukkan bahwa dalam melakukan keputusan pembelian, konsumen mempertimbangkan berbagai faktor baik yang berasal dari dalam diri konsumen seperti motivasi, persepsi, sikap, pengetahuan, dan gaya hidup, maupun faktor dari luar seperti harga, promosi, lokasi, rekomendasi sosial, serta ketersediaan buah di toko.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Irfan & Marlapa (2023) yang menemukan bahwa kualitas produk, harga, dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Dalam konteks penelitian ini, hal tersebut tercermin dari pengaruh faktor eksternal, khususnya harga dan promosi, yang mampu menarik minat konsumen dalam membeli buah impor. Selanjutnya, hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Saragih dkk. (2023) yang menyatakan bahwa faktor psikologis, sosial, dan pribadi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini relevan dengan temuan dalam penelitian ini, di mana faktor internal seperti motivasi, persepsi, dan gaya hidup terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian buah impor.

Penelitian ini juga didukung oleh hasil penelitian Prastiwi dkk. (2023) yang menunjukkan bahwa harga, lokasi, dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Dalam penelitian ini, faktor eksternal seperti harga yang terjangkau dan lokasi toko yang strategis menjadi pertimbangan penting bagi konsumen dalam melakukan pembelian. Selain itu, hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Ikhwan & Aprianti (2023) yang menemukan bahwa harga dan kelengkapan produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini sesuai dengan temuan dalam penelitian ini, di mana ketersediaan buah impor yang

lengkap menjadi salah satu faktor yang mendorong konsumen untuk melakukan pembelian.

Terakhir, penelitian ini juga didukung oleh penelitian Eldisthia dkk. (2023) yang menyatakan bahwa atribut produk, sikap, dan minat konsumen berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hal ini memperkuat hasil penelitian bahwa faktor internal seperti sikap dan persepsi konsumen memiliki peran penting dalam menentukan keputusan pembelian buah impor. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa hasil penelitian ini konsisten dengan berbagai penelitian terdahulu, di mana faktor internal dan eksternal sama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Bahkan dalam penelitian ini ditemukan bahwa faktor eksternal memiliki pengaruh yang lebih dominan dibandingkan faktor internal, sehingga menjadi faktor utama yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen buah impor di Kota Makassar