



INTISARI

Penelitian ini membahas tentang sikap konsumen terhadap pembelian sayur dan buah yang bergeser dari hanya untuk pemenuhan kebutuhan sehari-hari menjadi instrumen pemenuhan gaya hidup sehat seiring berkembangnya zaman. Perkembangan zaman juga menggeser metode pembelian sayur dan buah yang semula secara tradisional seperti melalui pasar, dan supermarket menjadi melalui *e-commerce*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sikap konsumen, mengetahui perbedaan urutan sikap konsumen terhadap pembelian sayur dan buah dengan *e-commerce* dan tanpa *e-commerce*, serta mengetahui hubungan antara sikap konsumen dengan usia, pendapatan, pendidikan dan pekerjaan konsumen. Penelitian ini menggunakan metode analisis Multiatribut Fishbein untuk mengetahui sikap konsumen dan Uji Korelasi *Rank Spearman* untuk mengetahui hubungan sikap dengan beberapa atribut. Hasil penelitian menunjukkan sikap konsumen yang baik, terdapat perbedaan urutan prioritas yang dipertimbangkan konsumen pada pembelian sayur dan buah dengan melalui *e-commerce* dan tanpa melalui *e-commerce*, serta terdapat hubungan yang positif dengan tingkat kecerdasan yang kuat antara sikap konsumen dengan tingkat pendidikan dan hubungan positif dengan tingkat kecerdasan yang cukup dengan pendapatannya, namun tidak berhubungan dengan usia dan pekerjaan konsumen.

Kata kunci: sikap konsumen, *e-commerce*, multiatribut fishbein, korelasi *rank spearman*.

ABSTRACT

This study discusses consumer attitudes towards buying vegetables and fruit which has shifted from just fulfilling daily needs to being an instrument for fulfilling a healthy lifestyle over time. The development of the times has also shifted the method of purchasing vegetables and fruit which was originally traditional, such as through markets and supermarkets, to through e-commerce. This study aims to determine consumer attitudes, determine differences in the order of consumer attitudes towards buying vegetables and fruit with e-commerce and without e-commerce, and determine the relationship between consumer attitudes and consumer age, income, education and occupation. This study uses the Fishbein Multi-attribute analysis method to determine consumer attitudes and the Spearman Rank Correlation Test to determine the relationship between attitudes and several attributes. The results showed that consumer attitudes were good, there were differences in the order of priority considered by consumers in buying vegetables and fruit through e-commerce and without going through e-commerce, and there was a positive relationship with a strong degree of closeness between consumer attitudes and education level and the relationship positive with a sufficient degree of closeness to income, but not related to the consumer's age and occupation.

Keywords: *consumer attitudes, e-commerce, fishbein multiattribute, spearman rank correlation.*