

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang menentukan keputusan pembelian buah segar secara daring yang dilakukan oleh pekerja formal di DKI Jakarta. Faktor-faktor yang diteliti dalam penelitian ini meliputi sikap, norma subjektif, dan persepsi pengendalian perilaku, serta intensi pembelian sebagai variabel *intervening*. Model penelitian yang digunakan adalah *Theory of Planned Behavior* (TPB). Jumlah responden pada penelitian ini sebanyak 163 responden. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis jalur. Data yang diperoleh menunjukkan bahwa seluruh konsumen berada pada rentang usia produktif (15-64 tahun) dan didominasi oleh konsumen yang tergolong dalam generasi Z (23-28 tahun). Konsumen lebih suka melakukan pembelian buah segar melalui *platform* daring Sayur Box dengan jumlah uang yang dikeluarkan setiap satu kali pembelian kurang dari Rp 100.000. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sikap, norma subjektif, dan persepsi pengendalian perilaku memengaruhi intensi pembelian secara langsung. Intensitas pembelian memberikan pengaruh langsung terhadap Keputusan pembelian. Sikap, norma subjektif, dan persepsi pengendalian perilaku pekerja DKI Jakarta memengaruhi keputusan pembelian secara langsung dan tidak langsung (melalui intensitas pembelian). Hasil analisis pengaruh menunjukkan bahwa pengaruh tidak langsung sikap, norma subjektif, dan persepsi pengendalian perilaku terhadap keputusan pembelian lebih kecil dibandingkan pengaruh langsungnya. Hal tersebut mengindikasikan bahwa intensitas pembelian tidak mampu memberikan efek mediasi yang memperkuat pengaruh sikap, norma subjektif, dan persepsi pengendalian perilaku terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: buah segar, *theory of planned behavior*, sikap, norma subjektif, persepsi pengendalian perilaku, intensitas pembelian, keputusan pembelian.

ABSTRACT

The purpose of this research is to analyze which factors can determine formal worker's decision to purchase fresh fruit through online platforms in DKI Jakarta. Those factors included attitudes, subjective norms, and perceived behavioral control, along with purchase intention as intervening variable. This research is based on Theory of Planned Behavior (TPB) model. There are 163 respondents of this research. This research use path analysis method to analyze data. The data shows that all consumers of this research are in the working age population (15-64 years old) and dominated by consumers who belong to generation Z (23-28 years old). Sayur Box is the most popular online platform among consumers who purchase fresh fruit online and they usually spend less than IDR 100.000 per single purchase. The results showed that attitudes, subjective norms, and perceived behavioral control directly influence purchase intention. Purchase intention has direct effect towards purchase decision. Attitudes, subjective norms, and perceived behavioral control of formal worker in DKI Jakarta has positive direct and indirect effect (through purchase intention) towards purchase decision. However, the indirect effect of attitudes, subjective norms, and perceived behavioral control on purchase decisions is smaller than the direct effect. This indicates that purchase intention is unable to provide a mediating effect that strengthens the influence of attitudes, subjective norms, and perceived behavioral control on purchase decision.

Keywords: *fresh fruit, theory of planned behavior, attitudes, subjective norms, perceived behavioral control, purchase intention, purchase decision.*