

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1. Jeruk

Jeruk (*Citrus sp.*) adalah tanaman tahunan berasal dari Asia, terutama Cina. Sejak ratusan tahun yang lampau, tanaman ini sudah terdapat di Indonesia, baik sebagai tanaman liar maupun sebagai tanaman di pekarangan (Pracaya, 2009). Buah jeruk merupakan buah yang memiliki prospek cerah untuk dikembangkan. Jeruk (*Citrus sp.*) dapat dijumpai dalam setiap musim sebab tanaman jeruk termasuk mudah dan cocok di berbagai kondisi iklim, dapat ditanam dimana saja, baik di dataran rendah maupun di dataran tinggi (Jumiana, 2013).

Klasifikasi botani tanaman jeruk sebagai berikut :

Divisi	: Spermatophyta
Sub Divisi	: Angiospermae
Kelas	: Dicotyledonae
Ordo	: Rutales
Keluarga	: Rutaceae
Genus	: Citrus
Spesies	: <i>Citrus sp.</i>

Buah jeruk merupakan sumber vitamin C, kandungan vitamin C buah jeruk sebesar 40-70 mg vitamin C per 100 ml, tergantung pada jenisnya, semakin tua buah jeruk biasanya semakin berkurang kandungan vitamin C-nya (Pracaya, 2009). Vitamin C terdapat pada sari buah, daging, dan kulit, berperan dalam proses penyerapan zat besi non organik. Ada lima kelompok buah jeruk di dunia yaitu

kelompok Mandarin, kelompok *Citroen*, kelompok *Orange* atau Jeruk Manis, kelompok Pommelo atau *Grapefruit* dan kelompok *Lime* dan *Lemon*. Jeruk Siam, Jeruk Keprok, Jeruk Nipis, Jeruk Purut, Jeruk Bali, Jeruk Nambangan merupakan macam-macam contoh produk jeruk lokal (Ichsan, 2015).

Tabel 1. Varietas Buah Jeruk yang Berkembang di Indonesia  
(Sumber: Pracaya, 2009)

No	Varietas	Keterangan
1	Jeruk Siem	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Beradaptasi di daerah rendah</li> <li>• Cepat berproduksi dan produktivitasnya tinggi</li> <li>• Kadar asam jeruk ini rendah dan aroma jeruk kurang tajam hal ini menyebabkan cita rasa jeruk kurang, selain itu lengketnya kulit dengan daging buah juga kurang disukai.</li> </ul>
2	Jeruk Keprok Brasitepu	<ul style="list-style-type: none"> <li>• warna kulit buah yang mendekati jingga (kuning kearah jingga) dan cukup menarik</li> <li>• cita rasa buah dan kemudahan untuk dikupas baik</li> <li>• ketahanan simpan jeruk ini masih rendah (pada suhu ruangan hanya dapat bertahan selama satu minggu)</li> <li>• hanya dikembangkan di Brastagi Sumatera Utara</li> </ul>
3	Jeruk Pummelo Nambangan	<ul style="list-style-type: none"> <li>• terdapat sekitar delapan kultivar Jeruk pummelo diantaranya Jeruk Nambangan yang berkembang luas di daerah Magetan, Jawa Timur</li> <li>• ciri khas yaitu ukurannya yang besar, rasanya segar, dan mempunyai daya simpan relatif lama</li> <li>• warna daging buah putih, merah muda sampai dengan merah tua</li> </ul>

Menurut Pusat Kajian Buah Tropika (2009), permintaan akan kebutuhan produk hortikultura khususnya buah-buahan akan terus mengalami peningkatan, dimana komoditi buah-buahan mempunyai persentase terbesar pada pengeluaran

konsumsi makanan dibandingkan kelompok bahan makanan lainnya. Tabel 2 dapat dilihat proyeksi konsumsi buah jeruk per kapita di Indonesia periode 2000-2015:

Tabel 2. Jumlah dan Persentase Konsumsi Jeruk Per Kapita Penduduk Indonesia Periode 2000-2015 (Sumber: Pusat Kajian Buah Tropika, 2009).

Tahun	Populasi ---juta---	Konsumsi per kapita ---kg---	Total Konsumsi Jeruk ---ribu ton---	Persentase ---%---
2000	213	36,76	7.830	15,02
2005	227	45,70	10.375	19,91
2010	240	57,92	13.900	26,67
2015	254	78,74	20.000	38,38

Tabel 2 menunjukkan bahwa total konsumsi buah jeruk dari tahun 2000-2015 selalu mengalami peningkatan. Peningkatan konsumsi jeruk pada tahun 2000 sebanyak 15,02%, pada tahun 2005 sebanyak 19,91%, pada tahun 2010 sebanyak 26,67% dan peningkatan pada tahun 2015 sebanyak 38,38%.

Peningkatan konsumsi buah jeruk penduduk Indonesia tidak diikuti dengan peningkatan produktivitas jeruk lokal. Tabel 3 menunjukkan perkembangan produksi, luas panen dan produktivitas buah jeruk di Indonesia mengalami penurunan selama kurun waktu 2010-2013, walaupun pada tahun 2013 pernah mengalami kenaikan produksi.

Tabel 3. Perkembangan Produksi, Luas Panen dan Produktivitas Buah Jeruk di Indonesia Periode 2010-2013 (Sumber: Direktorat Jenderal Hortikultura, 2014).

Tahun	Produksi --ton--	Luas Panen --ha--	Produktivitas --ribu ton/ha--
2010	1.937.773	50.906	38,07
2011	1.721.880	47.181	36,50
2012	1.498.394	46.187	32,44
2013	1.548.394	48.154	32,16

Tabel 4 menunjukkan nilai dan volume impor buah jeruk di Indonesia yang fluktuatif namun cenderung mengalami kenaikan. Peningkatan impor tertinggi dicapai pada tahun 2012 yaitu sebesar 252.293 ton.

Tabel 4. Nilai dan Volume Impor Buah Jeruk di Indonesia Periode 2007-2014 (Sumber: Pusat Data dan Informasi Pertanian, 2015)

Tahun	Volume	Nilai
	--ton--	-- juta US\$--
2007	16.847	12,80
2012	252.293	241,68
2014	147.255	183,51

## 2.2. Manfaat dan Kandungan Gizi Buah Jeruk

Jeruk (*Citrus sp*) merupakan salah satu komoditi buah-buahan yang memiliki banyak manfaat bagi kesehatan manusia. Permintaan dan kebutuhan jeruk akan meningkat, mengingat manfaat penting jeruk. Beberapa manfaat buah jeruk diantaranya adalah sebagai buah segar atau makanan olahan, dimana mempunyai kandungan vitamin C yang tinggi.

Tingginya kadar vitamin C pada buah jeruk memungkinkan buah jeruk dikonsumsi sebagai pencegah maupun penyembuh penyakit influenza (Martasari *et al.*, 2013). Buah jeruk juga mengandung zat fosfor dan zat kapur yang tinggi yang sangat baik untuk pertumbuhan tulang pada anak-anak. Beberapa negara telah memproduksi minyak dari kulit dan biji jeruk, gula tetes, alkohol dan pektin dari buah jeruk yang terbuang, minyak kulit jeruk dipakai untuk membuat minyak wangi dan sabun wangi. Beberapa jenis jeruk seperti Jeruk Nipis dimanfaatkan sebagai obat tradisional penurun panas, pereda nyeri saluran napas

bagian atas dan penyembuh radang mata (Shanti, 2007). Kadar vitamin dan zat mineral buah jeruk tiap 100 gram dapat dilihat pada Tabel 5 berikut ini:

Tabel 5. Kadar Vitamin dan Zat Mineral Buah Jeruk Tiap 100 gram (Sumber: Departemen Pertanian, 2009).

Jenis Jeruk	Vit. A	Vit. B	Vit. C	Protein	Besi	Kapur	Pospor
	--LU--	--gamma--	--LU--	--gr--	--mgr--	--mgr--	--mgr--
Keprok	400	60	30	0,5	-	40	20
Manis	200	60	50	0,5	0,3	40	20
Nipis	-	60	40	0,3	0,1	10	10
Grape	-	60	50	0,3	0,1	20	20

### 2.3. Permasalahan Agribisnis Buah Jeruk di Indonesia

Perdagangan global membuka peluang dan tantangan bagi pasar buah-buahan di Indonesia. Upaya memanfaatkan peluang sekaligus menjawab tantangan tersebut, peningkatan mutu buah merupakan kunci keberhasilan usaha agribisnis buah. Terdapat beberapa masalah dalam agribisnis jeruk di Indonesia di antaranya adalah kecenderungan meningkatnya impor buah tropis mengindikasikan adanya segmen pasar tertentu yang menghendaki jenis dan mutu buah tropis impor yang belum bisa dipenuhi produsen dalam negeri.

Menurut pendapat Felixs dan Palit (2013) terdapat persepsi masyarakat yang juga kurang menyukai buah tropis nasional dengan alasan kualitasnya masih kalah dengan buah tropis impor, kualitas yang dilihat dari masyarakat umumnya terlihat dari luar. Buah impor lebih bagus dan segar, proses pengemasannya cantik, dan harganya kompetitif. Ernawanto (2011) menyebutkan bahwa permasalahan lain seperti penyakit *Citrus Vein Phloem Degeneration* (CVPD) yang sampai saat

ini telah menyebar hampir di seluruh wilayah Indonesia yang berakibat pada kerusakan tanaman buah jeruk yang parah dan mematikan serta penggunaan teknologi produksi belum optimum, mulai dari penyediaan bibit sampai dengan pasca panen buah.

#### **2.4. Atribut Produk**

Atribut produk adalah faktor-faktor yang dipertimbangkan oleh pembeli pada saat membeli dan merupakan unsur-unsur produk yang dipandang penting oleh konsumen dan dijadikan sebagai dasar pengambilan keputusan pembelian (Tjiptono, 2011). Konsumen membedakan satu produk dengan produk yang lainnya melalui atribut yang melekat pada produk yang digunakan konsumen yang kemudian digunakan untuk menilai dan mengukur kesesuaian karakteristik produk dengan kebutuhan dan keinginan dengan cara melihat atau merasakan. Atribut produk merupakan titik tolak penilaian bagi konsumen tentang terpenuhi atau tidaknya kebutuhan dan keinginan konsumen.

Sikap konsumen yang positif terhadap atribut produk akan mendorong konsumen lebih kuat untuk membeli atau mengonsumsi produk tersebut (Sadeli dan Utami, 2013). Konsumen buah jeruk mendapatkan kepuasan dengan mempertimbangkan atribut-atribut yang melekat pada buah jeruk seperti rasa, aroma, keadaan fisik buah maupun harga (Riska, 2012). Berikut merupakan atribut yang di gunakan dalam penelitian ini :

**Atribut Harga**, konsumen menilai buah jeruk lokal memiliki harga yang lebih murah dibandingkan dengan buah jeruk impor, sehingga konsumen lebih

menyukai harga buah jeruk lokal dibandingkan buah jeruk impor (Teme, 2006). Harga buah jeruk di pasar tradisional yang lebih murah dibandingkan dengan kios, minimarket maupun supermarket, selain itu alasan lain karena di pasar pembeli bisa melakukan tawar menawar harga (Riska, 2012).

**Atribut Rasa**, konsumen menilai bahwa rasa buah jeruk lokal lebih manis dan sesuai selera konsumen serta memiliki kandungan air yang lebih banyak dibandingkan buah jeruk impor (Nafisah, 2013).

**Atribut Ukuran**, ukuran buah yang paling banyak dipilih konsumen buah jeruk lokal adalah jeruk yang berukuran sedang yaitu 8 sampai 9 buah per kilogram, karena sudah cukup untuk memenuhi kebutuhan keluarga (Riska, 2012).

**Atribut Warna**, konsumen menilai bahwa warna yang paling mereka sukai adalah warna jingga, jeruk lokal Indonesia kebanyakan berasal dari golongan jeruk siam yang berwarna hijau atau hijau bercampur kuning selain itu kulit buah jeruk lokal masih terdapat bercak dibandingkan jeruk impor yang hampir tidak ada bercak (Kiloes, 2012). Buah jeruk lokal terkadang memiliki permukaan kulit yang tidak begitu mulus, warna buah jeruk lokal yang berwarna tidak seragam walaupun dalam jenis yang sama, sehingga ketika dipajang warna jeruk terkadang warnanya belang hijau, kuning bahkan coklat (Sadeli dan Utami, 2013).

**Atribut Kondisi Kesegaran**, aroma segar yang keluar dari buah jeruk menandakan buah tersebut masih segar, kandungan air banyak dan tidak layu karena proses penyimpanan yang terlalu lama (Riska, 2012). Aroma terjadi karena adanya sintesis senyawa organik, senyawa *volatile* sangat penting bagi konsumen untuk menilai tingkat kematangan dan kesegaran buah (Bambang, 2008).

## 2.5. Perilaku Konsumen

Perkembangan jaman telah mengubah sikap konsumen menjadi lebih bebas dalam memilih produk yang akan dibeli. Dengan demikian, pemasar berkewajiban untuk lebih memahami perilaku konsumen dan dapat memproduksi suatu produk yang dapat memenuhi kebutuhan dan kualifikasi konsumen. Perilaku konsumen adalah tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk dan jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan menyusuli tindakan tersebut (Engel *et al.*, 2005).

Perilaku konsumen adalah semua kegiatan, tindakan, serta proses psikologis yang mendorong tindakan tersebut pada saat sebelum membeli, ketika membeli, menggunakan, menghabiskan produk dan jasa setelah melakukan kegiatan mengevaluasi. Produk atau jasa diterima atau ditolak berdasarkan sejauh mana keduanya dipandang relevan dengan kebutuhan dan gaya hidup (Sumarwan, 2011). Keputusan konsumen dalam mengkonsumsi barang dan jasa ditentukan oleh perilaku konsumen yang bersangkutan.

Proses keputusan pembelian dipengaruhi oleh banyak faktor, akibatnya keputusan yang dimiliki oleh satu konsumen dapat berbeda dengan konsumen lainnya (Shanti, 2007). Berdasarkan penelitian yang dilakukan Riska (2012) yang menyatakan bahwa perilaku konsumen buah jeruk dalam memutuskan pembelian didasarkan dengan berbagai pertimbangan seperti tempat pembelian, alasan pembelian, frekuensi pembelian, jumlah pembelian dan pengeluaran buah-buahan dalam sebulan.



**Frekuensi Pembelian,** keputusan pembelian dapat dilihat dari seberapa sering frekuensi pembelian seseorang, karena frekuensi pembelian dapat digunakan untuk mengukur seberapa puas/senang dan bagaimana kemampuan mengenal produk atas pembelian yang dilakukan sebelumnya (Kwek *et al.*, 2010). Responden mengenali kebutuhan mengonsumsi buah untuk menjaga kesehatan yang menyebabkan frekuensi konsumsi buah-buahan setiap orang berbeda (Shanti, 2007).

**Jumlah Pembelian,** jumlah pembelian ini dipengaruhi oleh faktor banyaknya jumlah keluarga dimana semakin besar jumlah anggota keluarga semakin besar jumlah pembelian (Riska, 2012). Perbedaan jumlah pembelian ini terjadi karena setiap anggota keluarga mempunyai selera yang berbeda dalam mengonsumsi buah-buahan (Shanti, 2007).

**Pengeluaran Pembelian Jeruk,** pengelolaan keuangan dalam rumah tangga merupakan hal penting, pendapatan yang diperoleh harus dikelola untuk pengeluaran kebutuhan sehari-hari baik pangan dan non pangan (Shanti, 2007). Pengeluaran terjadi disebabkan karena sebagian besar responden tidak mengalokasikan secara spesifik sesuai kategori tertentu misalnya untuk buah-buahan, sayur-sayuran, lauk pauk dan sebagainya (Riska, 2012).

**Alasan Pembelian,** meskipun terjadi kenaikan harga yang menyebabkan harga buah jeruk lokal menjadi lebih mahal, konsumen tidak memperlakukan mahalnya harga selama buah jeruk lokal dapat memberikan manfaat lebih terutama bagi kesehatan seperti yang diharapkan konsumen (Nafisah, 2013).

## 2.6. Sikap Konsumen

Konsep sikap sangat terkait dengan konsep kepercayaan (*belief*) dan perilaku (*behavior*). Sikap merupakan ungkapan perasaan konsumen tentang suatu objek apakah disukai atau tidak dan sikap juga dapat menggambarkan kepercayaan konsumen terhadap berbagai atribut dan manfaat dari objek tersebut (Sumarwan, 2011). Informasi mengenai sikap konsumen akan digunakan pemasar untuk menduga potensi pembelian dan menyusun strategi yang lebih efektif (Jumiana *et al.*, 2013). Sikap merupakan salah satu konsep yang paling penting digunakan pemasaran untuk memahami konsumen dan faktor penting yang akan mempengaruhi keputusan konsumen (Setiadi, 2010).

Sikap berguna bagi pemasaran dalam banyak cara, sebagai contoh sikap sering digunakan untuk menilai keefektifan kegiatan pemasaran. Sikap dapat pula membantu mengevaluasi tindakan pemasaran sebelum dilaksanakan di dalam pasar (Engel *et al.*, 2005). Sikap konsumen menggambarkan kepercayaan konsumen terhadap berbagai atribut dan manfaat dari suatu produk. Setiap produk memiliki berbagai atribut yang melekat. Konsumen dalam melakukan pembelian selalu memperhatikan dan mempertimbangkan atribut-atribut yang ada pada produk atau objek tertentu yang sesuai dengan kesukaan mereka untuk memperoleh kepuasan (Riska, 2012).

## 2.7. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian

Secara garis besar terdapat dua faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen, yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Pertama, faktor internal terdiri dari: (a) pengalaman belajar dan memori, (b) kepribadian dan konsep diri, (c) motivasi dan keterlibatan, (d) sikap, (e) persepsi. Kedua, faktor eksternal terdiri dari: (a) faktor budaya, (b) faktor sosial, (c) faktor ekonomi dan (d) faktor bauran pemasaran (Maski, 2010). Variabel faktor budaya meliputi kelas sosial, wilayah geografis dan budaya konsumsi yang dipelajari seseorang dari keluarga dan institusi penting lainnya (Supriyatno *et al.*, 2015).

Faktor pribadi seperti usia pembeli, tahap siklus pembeli, pekerjaan, keadaan ekonomi dan karakteristik pribadi lainnya mempengaruhi keputusan pembelian. Perilaku pembelian konsumen dipengaruhi oleh empat faktor psikologi yaitu motivasi, persepsi, pembelajaran serta sikap (Kotler dan Armstrong, 2008). Faktor lingkungan merupakan kekuatan yang sangat berpengaruh pada perilaku konsumen (Sumarwan, 2011). Terdapat lima faktor lingkungan yang mempengaruhi proses keputusan konsumen, yaitu budaya, kelas sosial, pengaruh pribadi, keluarga dan situasi (Engel *et al.*, 2005). Berikut faktor-faktor yang digunakan dalam penelitian ini :

**Usia**, perubahan-perubahan fisiologis pada tubuh seseorang menyebabkan pola konsumsi buahnya berbeda, faktor-faktor yang diduga berhubungan dengan konsumsi buah seseorang salah satunya adalah faktor individu yang berasal dari diri seseorang (Setyani, 2006). Konsumen yang berbeda usia akan mengkonsumsi

buah-buahan yang berbeda serta memiliki perbedaan selera terhadap buah-buahan (Nafisah,2013).

**Pendapatan,** tingkat pendapatan yang diperoleh akan mempengaruhi jumlah konsumsi seseorang dan berdampak pada banyaknya jumlah pembelian, meningkatnya pendapatan konsumen akan meningkatkan jumlah dan frekuensi pembelian (Teme, 2006). Peningkatan pendapatan akan mengakibatkan individu cenderung meningkatkan kualitas konsumsi pangannya dengan harga yang lebih mahal, semakin tinggi pendapatan seseorang, maka semakin ingin diakui keberadaannya oleh orang (Simamora, 2008). Mereka akan cenderung membeli jenis produk yang *prestige* untuk menciptakan suatu pencitraan diri (Riska, 2012). Daya beli yang tersedia dalam suatu perekonomian bergantung pada pendapatan (Setiadi,2010).

**Pekerjaan,** perbedaan jenis pekerjaan akan membedakan tingkat pendapatan sehingga konsumsi pangan akan dibatasi oleh pendapatan dan harga pangan, karena jenis pekerjaan juga akan menentukan apa yang harus dikonsumsi seseorang (Teme,2006). Tingkat pendidikan yang tinggi mempunyai kesempatan untuk mendapatkan pekerjaan yang layak dengan tingkat pendapatan yang memadai (Nafisah,2013).

**Jenis Kelamin,** perempuan lebih banyak berperan dalam pengambilan keputusan pembelian kebutuhan sehari-hari (konsumsi rumah tangga), termasuk jenis buah yang dikonsumsi (Riska, 2012). Keputusan konsumsi untuk satu keluarga dapat diklasifikasikan yaitu di bawah dominasi suami misalnya mobil,

dibawah dominasi istri misalnya makanan, *banking* dan pemilihan perbankan bersama-sama misalnya tempat tinggal (Prasetijo dan Ihalauw, 2005).

**Motivasi**, motivasi yang ada pada seseorang (konsumen) akan mewujudkan suatu tingkah laku yang diarahkan pada tujuan mencapai sasaran kepuasan (Setiadi, 2010). Semakin tinggi motivasi dan pengetahuan maka konsumen akan menyadari manfaat produk dan kandungan gizinya yang menyebabkan konsumen untuk membeli atau mengkonsumsi produk tersebut (Muhaimin, 2010).

## 2.8. Penelitian Terdahulu

Penelitian rujukan yang akan digunakan dalam penelitian ini berdasarkan hasil-hasil penelitian terdahulu yang akan disajikan dalam Tabel 6.

Tabel 6. Rujukan Penelitian Terdahulu Tentang Perilaku Konsumen Jeruk

No	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Konsep yang dirujuk dalam penelitian ini
1.	“Analisis pola konsumsi buah Jeruk lokal dan buah Jeruk impor di Kota Bogor”  (Teme, 2006)	Hasil analisis <i>Fishbein</i> menunjukkan tidak adanya perbedaan sikap konsumen jeruk lokal dan impor, berdasarkan hasil analisis regresi logistik faktor-faktor yang berpengaruh adalah status pernikahan, tempat pembelian, pendapatan dan alasan mengkonsumsi.	Dalam penelitian ini akan menggunakan analisis yang sama yaitu <i>Fishbein</i> untuk mengukur sikap konsumen jeruk lokal dan impor, hanya saja atribut yang digunakan pada penelitian ini berbeda.
2.	“Sikap dan Persepsi Konsumen Terhadap Jeruk Lokal dan Jeruk Impor di Pasar Modern Kota Bogor”	Hasil analisis <i>Fishbein</i> sebagian besar atribut buah jeruk lokal berada pada posisi paling atas sedangkan buah jeruk impor berada pada posisi	Dalam penelitian ini akan menggunakan analisis yang sama dan mengadopsi beberapa variabel yang sama yaitu

Tabel 6. (Lanjutan)

No	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Konsep yang dirujuk dalam penelitian ini
	(Nafisah, 2013)	paling dalam (rendah). Atribut buah jeruk lokal yang dipersepsikan baik oleh konsumen adalah atribut harga, rasa, kemudahan memperoleh, kandungan air, kondisi kesegaran, derajat kematangan dan tekstur daging buah.	
3.	“Analisis keputusan konsumen dalam mengkonsumsi Jeruk lokal dan Jeruk impor di Ritel Modern”  (Shanti,2007)	Berdasarkan hasil analisis regresi logistik faktor-faktor yang berpengaruh adalah rasa, penampilan, jenis kelamin dan pendapatan. Hasil analisis IPA atribut yang ada pada kuadran prioritas utama adalah rasa, kebersihan, warna kulit dan tekstur buah.	Dalam penelitian ini mengadopsi analisis yang sama yaitu deskriptif dan regresi logistik, beberapa variabel juga di adopsi seperti variabel jenis kelamin.
4.	“Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Buah Jeruk Lokal dan Jeruk Impor di Kabupaten Kudus”  (Riska, 2012)	Berdasarkan hasil analisis <i>Fishbein</i> atribut yang dipertimbangkan konsumen dalam keputusan pembelian buah jeruk lokal maupun buah jeruk impor di Kabupaten Kudus berturut-turut adalah rasa buah, warna buah, ukuran buah dan aroma buah.	Dalam penelitian ini mengadopsi analisis yang sama yaitu analisis <i>Fishbein</i> , atribut yang digunakan hampir sama kecuali atribut aroma buah.

Penelitian oleh Teme (2006) mengenai “Analisis Pola Konsumsi Buah Jeruk Lokal dan Jeruk Impor di Kota Bogor”. Bertujuan untuk mendeskripsikan pola konsumsi buah jeruk lokal dan impor, menganalisis karakteristik responden

buah jeruk lokal dan impor dan menganalisis preferensi konsumen terhadap buah jeruk lokal dan impor. Analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif, analisis regresi logistik dan analisis *Fishbein*. Berdasarkan hasil analisis deskriptif dapat diketahui bahwa karakteristik responden Jeruk Mandarin adalah mayoritas berjenis kelamin perempuan, usia berkisar 26-40 tahun, pekerjaan pegawai swasta dengan jumlah anggota keluarga lebih dari 5, status menikah, pendidikan sarjana (S1), dengan kisaran pendapatan dari Rp.2.000.001,00 - Rp.5.000.000,00 tempat pembelian paling dominan di Supermarket, frekuensi konsumsi 2 kali seminggu dan alasan mengonsumsi karena faktor kesehatan. Pada Jeruk Medan mayoritas konsumen berjenis kelamin perempuan, usia 26-40 tahun, pekerjaan pegawai swasta, jumlah anggota keluarga 3-5, status menikah, pendidikan Diploma (D3), dengan pendapatan mulai Rp. 500.001,00– Rp. 2.000.000,00 tempat pembelian toko buah, frekuensi konsumsi satu kali seminggu dengan alasan mengonsumsi lainnya seperti faktor kebiasaan, pencuci mulut dan selalu tersedia. Hasil analisis *Fishbein* menunjukkan pada Jeruk Mandarin maupun Jeruk Medan, tidak adanya perbedaan sikap antara konsumen yang mengonsumsi Jeruk Mandarin dan Jeruk Medan. Faktor-faktor yang mempengaruhi pola konsumsi jeruk di Kota Bogor adalah status pernikahan, tempat pembelian, pendapatan dan alasan mengonsumsi. Pola konsumsi Jeruk Mandarin dan Jeruk Medan umumnya tidak berbeda dimana pola konsumsi tersebut tergantung dari variabel-variabel seperti frekuensi konsumsi, alasan mengonsumsi, jumlah anggota keluarga, dan tempat pembelian.

Penelitian oleh Nafisah (2013) mengenai “Sikap dan Persepsi Konsumen Terhadap Jeruk Lokal dan Jeruk Impor di Pasar Modern Kota Bogor”. Penelitian

ini bertujuan untuk mengkaji karakteristik umum konsumen buah jeruk di Pasar Modern Kota Bogor, menganalisis proses keputusan pembelian konsumen buah jeruk dan menganalisis sikap dan persepsi konsumen terhadap buah jeruk lokal dan impor di Pasar Modern Kota Bogor. Penelitian ini mengambil lokasi di Kota Bogor dengan memilih pasar modern. Metode pengolahan data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis *Fishbein*. Hasil dari analisis deskriptif bahwa karakteristik umum responden berjenis kelamin wanita, berusia 27-34, berstatus menikah, jumlah anggota keluarga 3-4 orang, pendidikan akhir Sarjana (S1), berprofesi sebagai ibu rumah tangga serta mempunyai penghasilan per bulan lebih dari Rp 4.000.000,00. Berdasarkan hasil respons responden terhadap proses keputusan pembelian buah jeruk dapat disimpulkan bahwa konsumen buah jeruk di pasar modern melakukan proses keputusan pembelian yang terdiri dari lima tahapan, yaitu tahap pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, proses pembelian, dan perilaku pasca pembelian. Responden lebih menyukai kinerja atribut buah jeruk lokal. Hasil dari analisis *Fishbein* adalah sebagian besar atribut buah jeruk lokal berada pada posisi paling atas sedangkan buah jeruk impor berada pada posisi paling rendah. Atribut buah jeruk lokal yang dipersepsikan baik oleh konsumen adalah atribut harga, rasa, kemudahan memperoleh, kandungan air, kondisi kesegaran, derajat kematangan, dan tekstur daging buah.

Penelitian oleh Shanti (2007) mengenai “Analisis Keputusan Konsumen Dalam Mengonsumsi Jeruk Lokal dan Jeruk Impor di Ritel Modern”. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis karakteristik umum konsumen *Giant* Bogor dan



tahapan proses keputusan pembelian buah jeruk, menganalisis faktor-faktor yang berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam mengkonsumsi jeruk lokal dan jeruk impor di *Giant* Bogor dan menganalisis tingkat kepentingan dan kinerja atribut buah jeruk berdasarkan penilaian konsumen jeruk lokal dan jeruk impor di *Giant* Bogor. Metode pengolahan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif, analisis regresi logistik, dan *Importance Performance Analysis* (IPA). Berdasarkan hasil analisis deskriptif konsumen buah jeruk di *Giant* Bogor konsumen merupakan golongan menengah ke atas, karena memiliki penghasilan yang tinggi dan tingkat pendidikan yang baik. Berstatus sudah menikah sebanyak 70% dengan pekerjaan sebagai ibu rumah tangga, memiliki jumlah keluarga ideal, dan berada pada rentang usia produktif. Responden mengenali kebutuhan mengkonsumsi buah jeruk adalah untuk menjaga kesehatan. Informasi mengenai jenis buah jeruk diperoleh dari keluarga dan penjual. Pertimbangan responden dalam membeli jeruk adalah atribut rasa dan penampilan. Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam mengkonsumsi buah jeruk adalah rasa, penampilan, jenis kelamin, dan tingkat pendapatan. Berdasarkan hasil analisis IPA, penempatan atribut pada diagram kartesius untuk jeruk lokal di kuadran prioritas utama adalah atribut rasa, kebersihan kulit, warna kulit, dan tekstur buah, sedangkan untuk jeruk impor tidak ada atribut yang berada pada kuadran ini. Atribut yang berada di kuadran pertahankan prestasi untuk jeruk lokal adalah ketersediaan buah, sedangkan untuk jeruk impor adalah rasa, tekstur daging buah, kandungan air, dan kebersihan kulit. Atribut yang berada di kuadran prioritas rendah untuk jeruk lokal adalah aroma, tekstur daging buah, daya tahan

penyimpanan, sedangkan untuk jeruk impor adalah aroma, tekstur buah, derajat kematangan, ada tidaknya biji, dan daya tahan penyimpanan.

Penelitian oleh Riska (2012) mengenai “Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Buah Jeruk Lokal dan Jeruk Impor di Kabupaten Kudus”. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji atribut buah jeruk lokal dan impor yang menjadi preferensi konsumen di Kabupaten Kudus dan mengkaji atribut yang paling dipertimbangkan konsumen dalam keputusan membeli buah jeruk lokal dan impor di Kabupaten Kudus. Metode pengolahan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis *Goodness Of Fit* dan analisis *Fishbein* untuk mengetahui sikap terhadap objek. Berdasarkan hasil analisis *Goodness Of Fit* dapat diketahui bahwa terdapat perbedaan preferensi konsumen terhadap semua atribut-atribut yang ada pada buah jeruk lokal dan impor, kecuali atribut warna buah jeruk impor. Buah jeruk lokal yang menjadi preferensi konsumen di Kabupaten Kudus adalah yang mempunyai rasa manis, sedikit asam, warna buah kuning kehijauan, ukuran buah sedang (8-9 buah/kg) dan aroma buah yang segar. Sedangkan buah jeruk impor yang menjadi preferensi konsumen di Kabupaten Kudus adalah yang mempunyai rasa manis, warna buah oranye, ukuran sedang (8-9 buah/kg) dan aroma buah yang segar. Hasil dari analisis *Fishbein* atribut yang dipertimbangkan konsumen dalam keputusan pembelian buah jeruk lokal maupun buah jeruk impor di Kabupaten Kudus berturut-turut adalah rasa buah, warna buah, ukuran buha dan aroma buah.