

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1.1.1. Keadaan Geografis

Secara geografis Kabupaten Purworejo merupakan bagian dari Provinsi Jawa Tengah yang terletak pada posisi antara 109°47'28" Bujur Timur sampai dengan 110°8'20" Bujur Timur dan 7°32' Lintang Selatan sampai dengan 7°54' Lintang Selatan. Kabupaten Purworejo mempunyai luas wilayah 1.034,81752 km² yang terdiri dari + 2/5 atau 40 % daerah dataran dan + 3/5 atau 60 % daerah pegunungan (BPS Kabupaten Purworejo, 2016). Peta Kabupaten Purworejo terdapat pada (Lampiran 6), dengan batas-batas wilayah sebagai berikut :

Sebelah utara	: Kabupaten Wonosobo dan Kabupaten Magelang
Sebelah timur	: Kabupaten Kulonprogo
Sebelah selatan	: Samudera Indonesia
Sebelah barat	: Kabupaten Kebumen

Kabupaten Purworejo secara geografis berbatasan langsung dengan Samudra Indonesia sehingga menjadikan kabupaten ini memiliki potensi yang cukup besar di sektor perikanan. Khususnya bagi wilayah kecamatan yang dekat dengan pantai yaitu Kecamatan Grabag, Kecamatan Ngombol dan Kecamatan Purwodadi. Secara administratif, Kabupaten Purworejo meliputi 16 kecamatan, 494 desa, 24 kelurahan dan 1769 pedukuhan. 16 kecamatan yang ada di Kabupaten

Purworejo antara lain Kecamatan Grabag, Kecamatan Ngombol, Kecamatan Purwodadi, Kecamatan Bagelen, Kecamatan Kaligesing, Kecamatan Purworejo, Kecamatan Banyuurip, Kecamatan Bayan, Kecamatan Kutoarjo, Kecamatan Butuh, Kecamatan Pituruh, Kecamatan Kemiri, Kecamatan Bruno, Kecamatan Gebang, Kecamatan Loano dan Kecamatan Bener. Dari 16 kecamatan ada 5 kecamatan sebagai penghasil buah terbesar seperti buah durian, buah pisang, buah manggis dan buah jeruk yaitu Kecamatan Kaligesing, Kecamatan Bener, Kecamatan Bruno, Kecamatan Bagelen dan Kecamatan Pituruh (Pemerintah Kabupaten Purworejo, 2009).

1.1.2. Keadaan Iklim

Kabupaten Purworejo mempunyai iklim tropis basah dengan suhu antara 19°C sampai dengan 29°C, sedangkan kelembaban udara Kabupaten Purworejo antara 70% sampai dengan 90%. Curah hujan di Kabupaten Purworejo cukup tinggi dan tidak menentu. Pada musim penghujan, yaitu antara bulan Oktober sampai Maret, curah hujan di Kabupaten Purworejo antara 2749–12.805 mm. Sedangkan pada musim kemarau, yaitu antara bulan April sampai Oktober curah hujan antara 203–5056 mm (BPS Kabupaten Purworejo, 2016).

Pada keadaan iklim tersebut buah jeruk sangat cocok untuk di budidayakan. Hal ini sesuai dengan pendapat Jumiana (2013) yang menyatakan bahwa jeruk (*Citrus sp.*) dapat dijumpai dalam setiap musim sebab penanaman buah jeruk yang mudah dan cocok di berbagai kondisi iklim, dapat ditanam dimana saja, baik di dataran rendah maupun di dataran tinggi.

1.1.3. Topografi Daerah

Permukaan bumi di wilayah Kabupaten Purworejo mempunyai ketinggian yang cukup bervariasi sehingga menjadikan berbagai tanaman dapat tumbuh dengan baik jika disesuaikan dengan ketinggian permukaan bumi di wilayah Kabupaten Purworejo. Keadaan rupa bumi (topografi) daerah Kabupaten Purworejo secara umum dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Bagian selatan merupakan daerah dataran rendah dengan ketinggian antara 0 – 25 meter di atas permukaan air laut.
2. Bagian utara merupakan daerah berbukit-bukit dengan ketinggian 25 – 1050 meter di atas permukaan air laut (Pemerintah Kabupaten Purworejo, 2009).

Luas Wilayah Kabupaten Purworejo menurut ketinggian dari permukaan laut dapat dilihat pada Tabel 8 berikut ini:

Tabel 9. Luas Kabupaten Purworejo Berdasarkan Ketinggian dari Permukaan Laut (Sumber: BPS Kabupaten Purworejo, 2016)

No.	Ketinggian -----mdpl-----	Luas ----- km ² -----	Persentase -----%-----
1.	0-99	757,58	73,21
2.	100-199	94,08	9,09
3.	200-299	74,73	7,22
4.	≥ 300	108,43	10,48

Berdasarkan luas wilayah Kabupaten Purworejo menurut ketinggian dari permukaan laut, dapat dikatakan bahwa sebagian besar wilayah Kabupaten Purworejo berada pada ketinggian antara 0-99 meter dari permukaan laut, yang meliputi 13 kecamatan yaitu Kecamatan Grabag, Kecamatan Ngombol, Kecamatan Purwodadi, Kecamatan Bagelen, Kecamatan Purworejo, Kecamatan Banyuurip,

Kecamatan Bayan, Kecamatan Kutoarjo, Kecamatan Butuh, Kecamatan Pituruh, Kecamatan Kemiri, Kecamatan Gebang dan Kecamatan Loano.

Untuk ketinggian 100–199 meter dari permukaan laut adalah Kecamatan Bener yaitu dengan ketinggian 150 meter dari permukaan laut. Untuk ketinggian 200-299 meter dari permukaan laut adalah Kecamatan Kaligesing yaitu dengan ketinggian 200 mdpl. Serta kecamatan yang memiliki tinggi 300 meter dari permukaan laut atau lebih adalah Kecamatan Bruno dengan ketinggian 325 mdpl. Kabupaten Purworejo bagian selatan dan barat yang memiliki ketinggian antara 0–25 m dari permukaan laut merupakan bentang dataran. Hal ini menjadikan daerah tersebut sebagai tempat kegiatan pertanian yang intensif. Wilayah Kabupaten Purworejo bagian utara dan timur merupakan daerah pegunungan dengan ketinggian antara 25–1064 meter dari permukaan laut (BPS Kabupaten Purworejo, 2016).

1.1.4. Keadaan Penduduk

Pertambahan dan penurunan jumlah penduduk di suatu daerah dipengaruhi oleh beberapa hal seperti migrasi, mortalitas (kematian) dan kelahiran. Berikut ini adalah tabel jumlah penduduk di Kabupaten Purworejo Tahun 2012-2015.

Tabel 10. Jumlah Penduduk Laki-laki dan Perempuan Tahun 2012-2015 di Kabupaten Purworejo (Sumber: BPS Kabupaten Purworejo, 2016).

No	Tahun	Laki-Laki	Perempuan	Jumlah
1.	2012	346.621	356.057	702.678
2.	2013	348.009	357.518	705.527
3.	2014	349.197	358.809	708.006
4.	2015	350.386	360.000	710.386

Berdasarkan Tabel 10 dapat diketahui bahwa pada tahun 2012 Kabupaten Purworejo mempunyai jumlah penduduk sebanyak 702.678 jiwa, yang terdiri dari 346.621 jiwa penduduk laki-laki dan 356.057 jiwa penduduk perempuan. Tahun 2013 jumlah penduduk sebanyak 705.527 jiwa, yang terdiri dari 348.009 jiwa penduduk laki-laki dan 357.518 jiwa penduduk perempuan. Tahun 2014 jumlah penduduk sebanyak 708.006 jiwa, yang terdiri dari 349.197 jiwa penduduk laki-laki dan 358.809 jiwa penduduk perempuan. Tahun 2015 jumlah penduduk sebanyak 710.386 jiwa, yang terdiri dari 350.386 jiwa penduduk laki-laki dan 360.000 jiwa penduduk perempuan.

Jumlah penduduk di Kabupaten Purworejo dari tahun ke tahun mengalami kenaikan. Semakin meningkat jumlah penduduk maka semakin meningkat pula kebutuhan dan keinginan akan suatu produk (BPS Kabupaten Purworejo, 2016). Berdasarkan Direktorat Jenderal Hortikultura (2014) peningkatan jumlah penduduk menyebabkan peningkatan permintaan buah, yang mempengaruhi peningkatan konsumsi buah jeruk, peningkatan konsumsi buah jeruk penduduk Indonesia sebesar 10 persen dari total konsumsi buah. Proyeksi konsumsi buah jeruk dapat dilihat pada Tabel 11.

Tabel 11. Proyeksi Konsumsi Buah Jeruk di Indonesia Tahun 2005-2015
(Sumber: Direktorat Jenderal Hortikultura, 2014).

No.	Tahun	Jumlah Penduduk	Konsumsi Per Kapita	Peningkatan konsumsi	Konsumsi jeruk 10% dari total buah
		----juta----	---kg/th---	----%----	---ribu ton---
1.	2005	227	45,70	32,5	1.037,39
2.	2010	240	57,92	34,5	1.390,08
3.	2015	254	78,74	34,5	2.000,00

Berdasarkan pada tingkat pendidikan, persentase jumlah penduduk usia 10 tahun ke atas di Kabupaten Purworejo tercantum pada Tabel 12.

Tabel 12. Persentase Penduduk Menurut Tingkat Pendidikan di Kabupaten Purworejo Tahun 2012-2014 (Sumber: BPS Kabupaten Purworejo, 2016).

No	Jenis Pendidikan	2012	2013	2014
		-----%-----	-----%-----	-----%-----
1.	Tidak/Belum Sekolah	6,48	4,50	4,91
2.	SD	12,78	5,56	7,32
3.	SMTP	5,57	5,39	6,36
4.	SMTA	3,74	1,83	1,95
5.	SMK	0,00	1,91	1,92
6.	D III dan S1	1,39	1.18	1,63

Berdasarkan data pada Tabel 12 tersebut, terlihat bahwa sebagian besar penduduk di Kabupaten Purworejo mempunyai tingkat pendidikan dengan jumlah tertinggi yaitu Sekolah Dasar, sebesar 7,32% dan pendidikan terendah yaitu pada jenjang DIII / Diploma dan S1/ Sarjana, yaitu sebesar 1,63% pada tahun 2014 (BPS Kabupaten Purworejo, 2016). Hal ini disebabkan karena biaya pendidikan yang semakin tinggi seiring dengan meningkatnya jenjang pendidikan yang ditempuh sehingga banyak penduduk yang berpendidikan rendah (Wardani, 2008). Selain itu, kurangnya kesadaran penduduk akan arti pentingnya pendidikan juga mempengaruhi tingkat pendidikan penduduk.

Berdasarkan mata pencahariannya, penduduk Kabupaten Purworejo dapat digolongkan ke dalam beberapa jenis lapangan pekerjaan. Hal ini dapat dilihat dalam Tabel 13.

Tabel 13. Persentase Penduduk Kabupaten Purworejo Menurut Lapangan Pekerjaan Tahun 2014 (Sumber: BPS Kabupaten Purworejo, 2016).

No	Lapangan Pekerjaan	Laki-Laki	Perempuan
		-----%-----	-----%-----
1.	Pertanian	43,10	28,05
2.	Pertambangan dan Penggalian	0,19	0,40
3.	Industri	9,00	19,59
4.	Listrik, Gas dan Air Minum	0,17	0,00
5.	Konstruksi	10,74	0,33
6.	Perdagangan	17,56	29,35
7.	Pengangkutan dan Komunikasi	4,27	0,45
8.	Keuangan	1,02	1,41
9.	Jasa	13,96	20,42
	Total	100,00	100,00

Berdasarkan data pada Tabel 13 di atas, terlihat bahwa mayoritas penduduk di Kabupaten Purworejo bekerja di sektor pertanian dan perdagangan. Persentase penduduk berjenis kelamin laki-laki yang bekerja di sektor pertanian sejumlah 43,10% dan merupakan persentase tertinggi dari total penduduk berumur 15 tahun ke atas di Kabupaten Purworejo, untuk persentase penduduk berjenis kelamin perempuan sejumlah 29,35% di sektor perdagangan dan merupakan persentase tertinggi dari total penduduk berumur 15 tahun ke atas di Kabupaten Purworejo (BPS Kabupaten Purworejo, 2016). Hal ini sesuai dengan topografi Kabupaten Purworejo yang sebagian besar berupa dataran yang dimanfaatkan untuk pertanian.

1.1.5. Keadaan Ekonomi

Sektor perekonomian di Kabupaten Purworejo dari tahun 2012-2015 rata-rata mengalami peningkatan distribusi PDRB. Distribusi PDRB di Kabupaten Purworejo dapat dilihat pada Tabel 14.

Tabel 14. Distribusi PDRB Kabupaten Purworejo Tahun 2012-2015 Berdasarkan Harga Konstan (Sumber: BPS Kabupaten Purworejo, 2016).

No.	Tahun	PDRB
		-----Rp dalam jutaan-----
1.	2012	9.406.242,93
2.	2013	9.870.969,95
3.	2014	10.312.937,79
4.	2015	10.866.645,98

Tabel 14 menunjukkan bahwa distribusi PDRB di Kabupaten Purworejo pada tahun 2012 sampai tahun 2015 selalu mengalami kenaikan. Nilai PDRB Kabupaten Purworejo dari tahun 2012-2015 berturut-turut Rp 9.406.242,93 pada tahun 2012, Rp 9.870.969,95 pada tahun 2013, Rp 10.312.937,79 pada tahun 2014 dan Rp 10.866.645,98 pada tahun 2015 (BPS Kabupaten Purworejo, 2016). Perekonomian pemerintah Kabupaten Purworejo dapat disimpulkan dalam keadaan baik dilihat dari peningkatan PDRB Kabupaten Purworejo pada setiap tahunnya. Namun jika dibandingkan dengan rata-rata PDRB Provinsi Jawa Tengah yaitu sebesar Rp 17.806.417,7 PDRB Kabupaten Purworejo masih di bawah rata-rata. PDRB perkapita merupakan salah satu indikator yang dapat digunakan untuk mengukur tingkat keberhasilan pembangunan di suatu daerah (Wardani, 2008).

1.2. Gambaran Umum Responden

Berdasarkan hasil pengumpulan data primer, karakteristik umum responden buah jeruk ditinjau dari jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan, pekerjaan, pendapatan dan jumlah anggota keluarga disajikan pada Tabel 15.

Tabel 15. Jumlah dan Persentase Responden Berdasarkan Karakteristik.

No.	Karakteristik	Jumlah --orang--	Persentase --%--
1.	Jenis Kelamin:		
	Laki-laki	46	46
	Perempuan	54	54
2.	Usia (Tahun):		
	17 – 26	19	19
	27 – 36	33	33
	37 – 46	22	22
	47 – 56	19	19
	57 – 66	7	7
3.	Tingkat Pendidikan:		
	Tidak Tamat SD	2	2
	SMP	11	11
	SMA/SMK	66	66
	DIII/S1	21	21
4.	Jenis Pekerjaan:		
	PNS/BUMN	19	19
	Wiraswasta	18	18
	Pegawai Swasta	16	16
	Ibu Rumah Tangga (IRT)	21	21
	Pelajar/Mahasiswa	12	12
	Lainnya	14	14
5.	Tingkat Pendapatan:		
	≤ Rp 500.000	12	12
	Rp 500.001 – Rp 1.000.000	14	14
	Rp 1.000.001 – Rp 2.000.000	21	21
	Rp 2.000.001 – Rp 3.000.000	29	29
	≥ Rp 3.000.000	24	24
6.	Jumlah Anggota Keluarga (orang):		
	1 – 2	8	8
	3 – 4	69	69
	5 – 6	18	18
	≥7	5	5

Berdasarkan Tabel 15 dapat disimpulkan bahwa jumlah responden buah jeruk sebanyak 54 persen berjenis kelamin perempuan sedangkan jumlah responden berjenis kelamin laki-laki sebanyak 46 persen. Fenomena dominasi perempuan pada pembelian buah jeruk di Indonesia, pada umumnya terjadi karena perempuan bertanggung jawab terhadap kebutuhan belanja rumah tangga daripada laki-laki. Hal ini sesuai pendapat Riska (2012) yang menyatakan bahwa perempuan lebih banyak berperan dalam pengambilan keputusan pembelian kebutuhan sehari-hari (konsumsi rumah tangga), termasuk jenis buah yang dikonsumsi. Prasetyo dan Ihalauw (2005) menyatakan bahwa 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.

Tabel 15 menjelaskan bahwa karakteristik responden berdasarkan kelompok usia dalam penelitian ini dibagi menjadi lima kelompok, yaitu 17 - 26 tahun, 27 - 36 tahun, 37 - 46 tahun, 47 - 56 tahun, dan kelompok usia 57 tahun ke atas. Pengelompokan usia responden, didasarkan pada rentang usia produktif yang merupakan usia dimana seseorang dikatakan mampu bekerja dan memperoleh penghasilan. BPS (2010) menunjukkan bahwa penduduk usia produktif digolongkan menjadi kategori sangat produktif pada usia 15 sampai 49 tahun dan kategori produktif pada rentang usia 50 sampai 64 tahun. Mayoritas responden yang melakukan pembelian buah jeruk adalah responden yang berada pada kelompok usia 27 - 36 tahun, sebesar 33 persen. Pembagian kelompok pada usia tersebut diasumsikan bahwa responden sudah dewasa atau berkeluarga dan menyadari arti

pentingnya mengkonsumsi buah-buahan untuk keluarganya. Nafisah (2013) menyatakan bahwa konsumen yang berbeda usia akan mengkonsumsi buah-buahan yang berbeda serta memiliki perbedaan selera terhadap buah-buahan.

Berdasarkan Tabel 15 dapat diketahui bahwa karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan menunjukkan keberagaman, mulai dari tidak tamat SD, SMP, SMA, DIII (Diploma) dan S1 (Sarjana). Tingkat pendidikan responden yang paling banyak adalah pada tingkat SMA sebesar 66 persen dan di urutan kedua yaitu pada tingkat (Diploma) dan S1 (Sarjana) sebanyak 21 persen. Responden yang membeli buah jeruk mempunyai latar belakang pendidikan yang beragam. Sebagian besar responden berpendidikan SMA yaitu sebesar 66%. Urutan kedua di dominasi oleh responden yang berpendidikan DIII (Diploma) dan S1 (Sarjana) sebanyak 21%. Ini menunjukkan bahwa di Kabupaten Purworejo konsumen buah jeruk sebagian besar mempunyai tingkat pendidikan yang cukup tinggi karena sudah melampaui wajib belajar 9 tahun. Nafisah (2013) menyatakan bahwa tingkat pendidikan yang tinggi mempunyai kesempatan untuk mendapatkan pekerjaan yang layak dengan tingkat pendapatan yang memadai. Riska (2012) menyatakan bahwa tingginya tingkat pendidikan akan mempengaruhi dalam proses pemilihan suatu produk, semakin tinggi pendidikan akan semakin banyak informasi yang diserap dan diterima responden, sehingga konsumen tidak hanya mempertimbangkan rasa dan penampilan tetapi juga faktor kesehatan dan nilai gizi pangan yang dikonsumsi. Hal ini juga diperkuat oleh pendapat Teme (2006) yang menyatakan bahwa terkait dengan nilai-nilai yang dianut, cara berfikir dan cara pandang seseorang, konsumen yang memiliki pendidikan yang lebih baik akan

sangat responsif terhadap informasi dan selektif dalam pemilihan produk, sehingga kebutuhan akan kesehatan lebih diutamakan dan berpengaruh terhadap proses pengambilan keputusan konsumen dalam mengkonsumsi buah jeruk.

Tabel 15 menampilkan bahwa karakteristik responden berdasarkan jenis pekerjaan menunjukkan keberagaman, mulai dari PNS/BUMN, Wiraswasta, Pegawai Swasta, Ibu Rumah Tangga (IRT), Pelajar/Mahasiswa dan pekerjaan lainnya. Responden berdasarkan jenis pekerjaannya didominasi oleh ibu rumah tangga sebanyak 21%. Ibu rumah tangga tidak mempunyai pekerjaan dan penghasilan tetap namun mempunyai persentase tertinggi karena ibu rumah tangga lebih berperan dalam memutuskan pembelian buah jeruk dan lebih bertanggung jawab terhadap kesehatan keluarga, yaitu pemenuhan gizi keluarga melalui penyajian menu keluarga. Hal ini didukung oleh pendapat Nafisah (2013) yang menyatakan bahwa uang yang diterima dalam satu bulan bagi ibu rumah tangga diartikan sebagai pengeluaran suami atau pendapatan suami per bulan, dimana suami juga mempunyai pekerjaan untuk mendapatkan penghasilan tiap bulannya. Pada posisi kedua karakteristik responden berdasarkan jenis pekerjaan didominasi oleh PNS/BUMN sebesar 19%, selanjutnya wiraswasta sebesar 18%, pegawai swasta sebesar 16%, pekerjaan lainnya sebesar 14% dan paling rendah yaitu pelajar dan mahasiswa sebesar 12%. Teme (2006) menyatakan bahwa perbedaan jenis pekerjaan akan membedakan tingkat pendapatan, sehingga konsumsi pangan akan dibatasi oleh pendapatan dan harga pangan. Jenis pekerjaan juga akan menentukan apa yang harus dikonsumsi seseorang.

Tabel 15 menjelaskan bahwa tingkat pendapatan responden yang paling banyak mengkonsumsi buah jeruk adalah pada tingkat pendapatan Rp 2.000.001,00 – Rp 3.000.000,00 sebanyak 29%. Jika diakumulasi, sebagian besar responden memiliki pendapatan di atas Rp 2.000.000,00 yaitu mencapai 53%. Hal ini menunjukkan sebagian besar responden adalah golongan menengah ke atas karena mempunyai pendapatan yang lebih besar dari UMK Kabupaten Purworejo, dengan penghasilan yang tinggi serta memiliki tingkat pendidikan yang baik. Sesuai dengan Keputusan Gubernur Jawa Tengah (2017) yang menyebutkan bahwa UMK adalah upah bulanan terendah dan terdiri dari upah pokok termasuk tunjangan tetap, UMK Kabupaten Purworejo ditetapkan sebesar Rp 1.573.000,00.

Pendapatan ibu rumah tangga didefinisikan sebagai pendapatan yang diterima dari pendapatan suami, sedangkan mahasiswa/pelajar adalah uang saku yang diterima selama satu bulan. Hal ini sesuai dengan pendapat Shanti (2007) yang menyatakan bahwa tingkat pendapatan yang diperoleh responden akan mempengaruhi jumlah konsumsi seseorang. Simamora (2008) menyatakan 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. Hal ini juga sesuai dengan pendapat Riska (2012) bahwa mereka akan cenderung membeli jenis produk yang *prestige* untuk menciptakan suatu pencitraan diri.

Berdasarkan Tabel 15 dapat diketahui bahwa jumlah responden yang membeli buah jeruk beragam. Berdasarkan hasil penelitian 69% responden memiliki jumlah anggota keluarga ideal (3 – 4) orang berdasarkan definisi keluarga

berencana yang terdiri dari ayah, ibu dan dua orang anak. Nafisah (2012) menyatakan jumlah anggota keluarga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian, semakin banyak jumlah anggota keluarga di dalam suatu keluarga maka pembelian produk, semakin besar. Engel *et al.* (2005) menyatakan keluarga sangat penting dalam studi perilaku konsumen karena dua alasan, pertama keluarga merupakan unit pemakaian dan pembelian untuk banyak produk konsumen. Teme (2006) menemukan bahwa jumlah anggota keluarga yang paling banyak mengkonsumsi buah jeruk berjumlah 3-5 orang dan banyaknya jumlah anggota keluarga akan mempengaruhi keputusan mengkonsumsi buah karena memiliki selera yang berbeda sehingga menyebabkan variasi dalam penyediaan buah.

1.3. Perilaku Pembelian Konsumen

Mempelajari perilaku konsumen merupakan usaha untuk memahami siapakah konsumen itu, bagaimana mereka membeli, kapan mereka membeli, dimana mereka membeli dan mengapa mereka membeli. Mengetahui apa yang dibutuhkan konsumen pada saat ini merupakan hal yang penting. Memahami konsumen akan menuntun pemasar pada kebijakan pemasaran yang tepat dan efisien.

Sebaran perilaku pembelian konsumen didasarkan pada tempat pembelian, frekuensi pembelian, jumlah pembelian, pengeluaran konsumsi jeruk dalam sebulan dan sumber informasi kandungan gizi jeruk disajikan pada Tabel 16:

Tabel 16. Jumlah dan Persentase Konsumen Buah Jeruk Berdasarkan Perilaku Pembelian Konsumen.

No.	Kategori	Jumlah --orang--	Persentase --%--
1.	Tempat Pembelian:		
	Kios Buah	45	45
	Pasar tradisional	47	47
	Minimarket	7	7
	Supermarket	1	1
2.	Frekuensi Pembelian Lokal:		
	1 kali	25	25
	2-3 kali	61	61
	3-5 kali	12	12
	>5 kali	2	2
3.	Frekuensi Pembelian Impor:		
	1 kali	75	75
	2-3 kali	12	12
	3-5 kali	11	11
	>5 kali	2	2
4.	Jumlah Pembelian Lokal:		
	<3 kg	56	56
	4-5 kg	37	37
	5-6 kg	4	4
	>6 kg	3	3
5.	Jumlah Pembelian Impor:		
	<3 kg	78	78
	4-5 kg	15	15
	5-6 kg	7	7
	>6 kg	-	-
6.	Pengeluaran Buah Jeruk dalam Sebulan:		
	< Rp 30.000,00	17	17
	Rp 30.001,00 – Rp 50.000,00	41	41
	Rp 50.001,00 – Rp 75.000,00	32	32
	>Rp 75.001,00	10	10
7.	Sumber Informasi Kandungan Gizi Jeruk:		
	Televisi	16	16
	Radio	3	3
	Majalah	31	31
	Keluarga/teman	35	35
	Lainnya	15	15

Mempelajari perilaku konsumen buah jeruk merupakan usaha untuk memahami siapakah konsumen buah jeruk itu, bagaimana mereka membeli, kapan mereka membeli, dimana mereka membeli dan mengapa mereka membeli. Mengetahui apa yang dibutuhkan konsumen pada saat ini merupakan penting. Memahami konsumen akan menuntun pemasar pada kebijakan pemasaran yang tepat dan efisien.

Berdasarkan Tabel 16 dapat diketahui bahwa responden dalam penelitian ini melakukan pembelian buah jeruk di Pasar Baledono dan Pasar Kutoarjo Kabupaten Purworejo. Gambar Pasar Baledono dan Pasar Kutoarjo terdapat pada Gambar 1 dan 2 (Lampiran 14). Walaupun mereka sedang melakukan pembelian di pasar tersebut mereka juga mempunyai kebiasaan membeli buah jeruk di tempat – tempat berbeda seperti kios buah, minimarket dan supermarket. Penelitian menemukan bahwa sebagian besar responden melakukan pembelian buah jeruk di pasar tradisional sebanyak 47%. Riska (2012) menyatakan harga buah jeruk di pasar lebih murah dibandingkan dengan kios, minimarket maupun supermarket, selain itu di pasar pembeli bisa melakukan tawar menawar harga. Ini merupakan salah satu ciri khas yang dimiliki hampir semua pasar yang ada di Indonesia.

Tabel 16 mendeskripsikan bahwa frekuensi pembelian responden buah jeruk dalam satu bulan tidak tentu. Pembelian buah jeruk lokal dengan responden terbanyak adalah pada frekuensi 2-3 kali dalam sebulan dengan jumlah responden sebanyak 61%. Pada buah jeruk impor, responden dengan frekuensi pembelian terbanyak adalah pada kategori frekuensi pembelian 1 kali dalam sebulan (75% responden). Perbedaan frekuensi ini menunjukkan bahwa setiap anggota

keluarga mempunyai perbedaan selera dengan frekuensi yang berbeda pula. Kwek *et al.* (2010) menyatakan 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. Hal ini sesuai dengan pendapat Teme (2006) yang menyatakan bahwa setiap responden memiliki frekuensi pembelian yang berbeda-beda dalam melakukan pembelian buah jeruk di pasar. Semakin sering seseorang mengonsumsi buah dalam satu bulan maka kegiatan pembelian buah yang dilakukan akan semakin sering. Hal ini juga didukung oleh pendapat Shanti (2007) yang menyatakan bahwa responden mengenali kebutuhan mengonsumsi buah untuk menjaga kesehatan yang menyebabkan frekuensi konsumsi buah-buahan setiap orang berbeda.

Berdasarkan Tabel 16 dapat diketahui bahwa pada penelitian ini jumlah pembelian dibagi dalam 4 kelompok yaitu < 3kg, 4-5 kg, 5-6kg dan > 6kg. Jumlah pembelian merupakan banyaknya buah jeruk yang dibeli oleh konsumen dalam satu bulan. Penelitian ini menemukan bahwa 56% responden membeli buah jeruk lokal dengan jumlah pembelian < 3 kg per bulan. Shanti (2007) menyatakan bahwa perbedaan jumlah pembelian ini terjadi karena setiap anggota keluarga mempunyai selera yang berbeda dalam mengonsumsi buah-buahan. Hal ini juga didukung oleh pendapat Riska (2012) yang menyatakan bahwa jumlah pembelian ini dipengaruhi oleh faktor banyaknya jumlah keluarga dimana semakin besar jumlah anggota keluarga semakin besar jumlah pembelian. Penelitian menemukan pola yang sama dengan responden buah jeruk lokal dimana hampir 80% responden buah jeruk

impor membeli jeruk dengan jumlah < 3 kg dalam sebulan. Gambar Responden Buah jeruk lokal dan impor pada Lampiran 14 (Gambar 3 dan 4). Nafisah (2013) menyatakan bahwa faktor yang berpengaruh terhadap pembelian buah jeruk impor hampir sama dengan buah jeruk lokal yaitu dipengaruhi oleh jumlah keluarga dan tujuan pembelian.

Tabel 16 menunjukkan bahwa persentase pengeluaran terbesar untuk konsumsi buah jeruk dalam sebulan adalah antara Rp 30.000,00 – Rp 50.000,00 dengan jumlah responden sebanyak 41%. Pengeluaran untuk pembelian buah jeruk kurang lebih 1,6% rasio dari perbandingan pengeluaran buah jeruk dalam satu bulan Rp 30.000,00 – Rp 50.000,00 (Tabel 16) dengan pendapatan responden dalam satu bulan Rp 2.000.001,00 – Rp 3.000.000,00 (Tabel 15). Pengeluaran ini merupakan perkiraan rata-rata responden setiap bulan, pada saat tertentu jumlah ini bisa berubah. Pengeluaran untuk konsumsi pangan harus di atur dengan baik karena merupakan kebutuhan pokok utama yang harus dipenuhi. Konsumsi pangan disini juga termasuk konsumsi buah-buahan yang merupakan sumber vitamin dan mineral. Hal ini juga sesuai dengan yang dilaporkan oleh Riska (2012) bahwa pengeluaran terjadi disebabkan karena sebagian besar responden tidak mengalokasikan secara spesifik sesuai kategori tertentu misalnya untuk buah-buahan, sayur-sayuran, lauk pauk dan sebagainya, namun pengalokasiannya biasanya hanya untuk konsumsi pangan secara keseluruhan dalam satu bulan. Hal ini juga didukung oleh pendapat Shanti (2007) yang menyatakan bahwa pengelolaan keuangan dalam rumah tangga merupakan hal penting, pendapatan

yang diperoleh harus dikelola untuk pengeluaran kebutuhan sehari-hari baik pangan dan non pangan.

Tabel 16 juga menjelaskan bahwa 35% responden menyatakan mendapatkan informasi mengenai kandungan gizi buah jeruk dari keluarga. Hal ini karena buah jeruk sudah dikenal baik oleh responden dimana sejak kecil sudah menjadi kebiasaan keluarga untuk mengkonsumsi buah jeruk. Nafisah (2013) menyatakan bahwa setelah konsumen mengenali kebutuhannya untuk mengkonsumsi buah jeruk, maka konsumen perlu melakukan tahap pencarian informasi untuk memberikan arah tindakan yang memuaskan. Menurut Kotler dan Amstrong (2008) pencarian internal melibatkan proses mengingat kembali pengetahuan dari ingatan, sumber pribadi banyak dijadikan sebagai sumber informasi responden mengenai buah jeruk

1.4. Perbedaan Jumlah dan Frekuensi Pembelian Terhadap Buah Jeruk Lokal dan Impor.

Perbedaan jumlah dan frekuensi pembelian buah jeruk lokal dan impor dalam satu bulan di Kabupaten Purworejo dianalisis secara deskriptif menggunakan analisis *Chi-square*. Jumlah pembelian dilihat dari seberapa banyak (kg) responden membeli buah jeruk lokal dan impor dalam satu bulan. Frekuensi pembelian dilihat dari seberapa sering (kali) responden membeli buah jeruk lokal dan impor. Adanya perbedaan jumlah dan frekuensi pembelian buah jeruk lokal dan buah jeruk impor ditunjukkan dengan nilai *Asymp. Sig (2-sided) ≤ 0,05*.

1.4.1. Perbedaan Jumlah Pembelian Buah Jeruk dengan Jenis Buah Jeruk

Hasil uji *Chi-Square* antara jumlah pembelian buah jeruk dengan jenis buah jeruk dapat dilihat pada Tabel 17.

Tabel 17. Hasil Analisis *Chi-Square* Jumlah Pembelian dengan Jenis Jeruk.

Kriteria	Nilai	Df	Signifikansi
<i>Pearson Chi-Square</i>	17.368 ^a	6	.008
<i>Likelihood Ratio</i>	21.743	6	.001
<i>Linear-by-Linear Association</i>	1.803	1	.179
<i>N of Valid Cases</i>	100		

a. 8 cells (66,7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 0.21.

Berdasarkan Tabel 17. dapat diketahui bahwa nilai probabilitas signifikansi adalah $0,008 < 0,05$ maka H_0 ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan antara jumlah pembelian buah jeruk dengan jenis buah jeruk yaitu buah jeruk lokal dan impor di Kabupaten Purworejo. Hal ini sesuai dengan pendapat Santoso (2010) yang menyatakan bahwa jika nilai probabilitas $> 0,05$ maka H_0 diterima dan jika nilai $\text{sig } p \leq 0,05$ maka H_1 ditolak. Hasil dari analisis *Chi-square* dapat dilihat pada Lampiran 7.

Tabel 18. *Crosstab* Jumlah Pembelian Buah Jeruk dengan Jenis Buah Jeruk.

Jenis Jeruk	Jumlah Pembelian Buah Jeruk dalam 1 Bulan				Total
	<3	4-5	5-6	>6	
	-----kg/bulan-----				--orang--
Lokal	56	37	4	3	100
Impor	78	15	7	0	100

Berdasarkan Tabel 18. menunjukkan bahwa semakin sedikit jumlah konsumen jeruk lokal dan impor seiring dengan peningkatan jumlah pembelian

jeruk per bulan. Jumlah pembelian buah jeruk lokal dalam sebulan paling banyak pada jumlah pembelian < 3kg sebanyak 56 orang dan jumlah pembelian buah jeruk impor dalam sebulan paling banyak juga pada jumlah pembelian < 3kg yaitu sebanyak 78 orang. Dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan jumlah konsumen buah jeruk lokal dan impor di Kabupaten Purworejo dengan jumlah pembelian pada rentang < 3 kg.

1.4.2. Perbedaan Frekuensi Pembelian Buah Jeruk dengan Jenis Buah Jeruk

Hasil uji *Chi-Square* antara frekuensi pembelian buah jeruk dengan jenis buah jeruk dapat dilihat pada Tabel 19.

Tabel 19. Hasil Analisis *Chi-Square* Frekuensi Pembelian dengan Jenis Jeruk.

Kriteria	Nilai	Df	Signifikansi
<i>Pearson Chi-Square</i>	37.875 ^a	9	.000
<i>Likelihood Ratio</i>	20.850	9	.013
<i>Linear-by-Linear Association</i>	3.413	1	.065
<i>N of Valid Cases</i>	100		

a. 11 cells (68.8%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 0.04

Berdasarkan Tabel 19. dapat diketahui bahwa nilai probabilitas signifikansi pada pengujian adalah $\alpha < 5\%$ yaitu $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan antara frekuensi pembelian buah jeruk dengan jenis buah jeruk yaitu buah jeruk lokal dan impor di Kabupaten Purworejo. Hal ini sesuai dengan Gani dan Amalia (2015) yang menyatakan bahwa tingkat signifikansi yang digunakan untuk analisis *Chi-square* adalah $\leq 5\%$, apabila nilai signifikansi $> 5\%$ maka hipotesis penelitian ditolak. Hasil dari analisis *Chi-square* dapat dilihat pada Lampiran 7.

Tabel 20. *Crosstab* Frekuensi Pembelian Buah Jeruk dengan Jenis Buah Jeruk.

Jenis Jeruk	Frekuensi Pembelian Buah Jeruk dalam 1 Bulan				Total
	1	2-3	3-5	>5	
	-----kali/bulan-----				--orang--
Lokal	25	61	12	2	100
Impor	75	12	11	2	100

Berdasarkan Tabel 20 menunjukkan bahwa semakin sedikit jumlah konsumen jeruk impor seiring dengan peningkatan frekuensi pembelian buah jeruk per bulan, sedangkan pada buah jeruk lokal peningkatan terjadi pada frekuensi pembelian 2-3 kali per bulan yaitu sebanyak 61 orang dan merupakan frekuensi pembelian buah jeruk lokal paling banyak. Frekuensi pembelian buah jeruk impor paling banyak pada rentang pembelian 1 kali sebanyak 75 orang. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan frekuensi pembelian antara buah jeruk lokal dan buah jeruk impor di Kabupaten Purworejo.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa penduduk di Kabupaten Purworejo lebih memilih membeli buah jeruk lokal daripada buah jeruk impor. Konsumen jeruk lokal paling sering melakukan pembelian buah jeruk dengan jumlah pembelian <3 kg dan dengan frekuensi pembelian 2-3 kali dalam sebulan berbeda dengan konsumen jeruk impor dimana konsumen paling sering melakukan pembelian pada jumlah pembelian <3 kg dan dengan frekuensi pembelian 1 kali dalam sebulan.

Masih relatif sedikit jumlah dan frekuensi pembelian buah jeruk impor di Kabupaten Purworejo, hal ini karena mereka lebih mempertimbangkan masalah harga dimana harga jeruk lokal lebih murah dibandingkan harga jeruk impor. Jeruk impor biasa dijumpai di pasar modern seperti minimarket dan supermarket,

sedangkan responden di Kabupaten Purworejo rata-rata membeli jeruk di pasar tradisional, dengan alasan bahwa di pasar tradisional mereka bisa menawar harga sesuai yang diinginkan. Hal ini sesuai dengan pendapat Riska (2012) yang menyatakan bahwa 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.

1.5. Penilaian Sikap Konsumen terhadap Atribut Buah Jeruk

Sikap konsumen terhadap atribut buah jeruk lokal dan buah jeruk impor dianalisis dengan menggunakan model multiatribut *Fishbein*. Atribut buah jeruk terdiri dari 5 atribut yaitu harga, rasa, ukuran, warna dan kondisi kesegaran. Analisis total nilai sikap konsumen terhadap atribut produk secara keseluruhan pada kedua jenis buah jeruk bertujuan untuk mengetahui penilaian konsumen terhadap jenis buah jeruk yang mereka konsumsi. Penentuan sikap dilakukan dengan mengurutkan hasil skala interval dari yang dianggap sangat baik hingga sangat buruk berdasarkan jenis atributnya.

1.5.1. Komponen Kepercayaan (*Belief*) Jeruk Lokal dan Impor

Komponen pelaksanaan menunjukkan penilaian konsumen terhadap pelaksanaan atribut produk jeruk lokal dan jeruk impor. Adapun kepercayaan konsumen terhadap buah jeruk lokal dan jeruk impor dapat dilihat pada Tabel 21:

Tabel 21. Kategori Kepercayaan Konsumen (b_i) Buah Jeruk Lokal dan Buah Impor Berdasarkan Atribut.

Atribut	Buah Jeruk Lokal		Buah Jeruk Impor	
	b_i	Kategori	b_i	Kategori
Harga	4,12	Baik	2,66	Biasa
Rasa	3,66	Baik	3,43	Baik
Ukuran	3,18	Biasa	3,06	Biasa
Warna	2,93	Biasa	3,47	Baik
Kondisi kesegaran	4,35	Sangat Baik	2,73	Biasa

Berdasarkan Tabel 21 dapat disimpulkan bahwa penilaian responden terhadap tingkat kepercayaan (*belief*) buah jeruk lokal menunjukkan bahwa atribut kondisi kesegaran merupakan atribut yang paling baik diantara atribut-atribut lainnya dengan nilai 4,35 artinya konsumen sangat meyakini atribut kondisi kesegaran jeruk lokal. Sedangkan atribut warna memiliki nilai rata-rata terendah dan dinilai biasa kinerjanya pada buah jeruk lokal, dengan nilai 2,93 artinya konsumen menganggap atribut warna buah jeruk lokal biasa saja. Hal ini sesuai dengan pendapat Nafisah (2013) yang menyatakan bahwa selama buah jeruk lokal dapat memberikan manfaat terutama bagi kesehatan seperti yang konsumen harapkan, konsumen tidak mempermasalahkan masalah harga, rasa, ukuran maupun warna. Berdasarkan penelitian Teme (2006) atribut jeruk lokal yang mempunyai nilai atribut (*belief*) tertinggi adalah atribut kesegaran dan selanjutnya diikuti berturut-turut daya tahan, kemudahan memperoleh, kebersihan kulit, rasa, warna, aroma harga dan atribut terendah yaitu ukuran.

Berdasarkan Tabel 21 dapat diketahui bahwa penilaian responden terhadap kinerja atribut (*belief*) buah jeruk impor memiliki keyakinan bahwa atribut warna kulit menjadi atribut yang paling baik kinerjanya dengan nilai rata-rata paling tinggi

yaitu 3,47. Hal ini menunjukkan bahwa atribut warna kulit buah jeruk sudah sesuai dengan harapan responden. Atribut yang memperoleh nilai rata-rata kinerja terendah dan dinilai buruk kinerjanya untuk buah jeruk impor adalah harga dengan nilai 2,66. Warna jeruk impor menurut responden lebih menarik dibandingkan jeruk lokal namun dari sisi harga jeruk impor mempunyai harga yang tinggi dibandingkan jeruk lokal. Hal ini sesuai dengan pendapat Riska (2012) yang menyatakan bahwa selama harga buah jeruk impor relatif mahal, dan kenaikan harga buah jeruk tidak diikuti dengan kenaikan kualitas dan ketersediaan buah maka akan membuat responden tidak akan membeli buah jeruk impor.

1.5.2. Komponen Kepentingan (Evaluasi) Jeruk Lokal dan Impor

Komponen evaluasi menunjukkan bobot kepentingan suatu atribut di mata konsumen. Data dan hasil analisis *Fishbein* dapat dilihat pada Lampiran 3 dan 4. Adapun kepentingan konsumen terhadap buah jeruk lokal dan buah jeruk impor dapat dilihat pada tabel 22 berikut :

Tabel 22. Kategori Kepentingan Konsumen (e_i) Buah Jeruk Lokal dan Buah Impor Berdasarkan Atribut.

Atribut	Buah Jeruk Lokal		Buah Jeruk Impor	
	e_i	Kategori	e_i	Kategori
Harga	3,94	Penting	2,75	Biasa
Rasa	3,91	Penting	3,12	Biasa
Ukuran	3,30	Biasa	2,91	Biasa
Warna	3,04	Biasa	3,41	Penting
Kondisi kesegaran	4,31	Sangat Penting	3,10	Biasa

Berdasarkan Tabel 22 dapat disimpulkan bahwa penilaian responden terhadap tingkat kepentingan (evaluasi) buah jeruk lokal dapat diketahui bahwa kondisi kesegaran merupakan atribut yang paling diutamakan oleh responden karena memiliki nilai tertinggi yaitu 4,31 artinya konsumen dalam membeli dan mengonsumsi sangat memperhatikan atribut kondisi kesegaran. Sedangkan atribut warna memiliki nilai rata-rata terendah dan dinilai biasa kinerjanya pada buah jeruk lokal, dengan nilai 3,04 artinya konsumen menganggap atribut warna buah jeruk lokal sebagai atribut yang biasa saja / tidak penting. Berdasarkan hasil penelitian Riska (2012) menyebutkan bahwa atribut kepentingan (evaluasi) pada jeruk lokal dengan nilai tertinggi adalah rasa buah, selanjutnya diikuti berturut-turut warna buah, ukuran buah dan atribut terendah adalah aroma buah.

Berdasarkan Tabel 22 dapat diketahui bahwa penilaian responden terhadap kinerja atribut (evaluasi) buah jeruk impor memiliki keyakinan bahwa atribut warna kulit menjadi atribut yang paling penting kinerjanya dengan nilai rata-rata paling tinggi yaitu 3,41. Hal ini menunjukkan bahwa atribut warna kulit buah jeruk sudah sesuai dengan harapan responden. Sementara atribut yang memperoleh nilai rata-rata kinerja terendah dan dinilai tidak penting untuk buah jeruk impor adalah atribut harga dengan nilai 2,75. Warna jeruk impor menurut responden lebih menarik dibandingkan jeruk lokal namun dari sisi harga jeruk impor mempunyai harga yang tinggi dibandingkan jeruk lokal. Berdasarkan hasil penelitian Teme (2006) menyatakan bahwa kategori kepentingan yang paling tinggi untuk jeruk impor dimiliki oleh atribut kesegaran, kemudian kemudian atribut rasa, daya tahan, harga,

kebersihan kulit, kemudahan memperoleh, kemudahan mengupas, aroma, warna buah dan atribut terendah yaitu ukuran buah.

1.5.3. Sikap Konsumen terhadap Atribut Buah Jeruk Lokal dan Impor.

Nilai sikap konsumen untuk buah jeruk lokal dan buah jeruk impor didapatkan setelah mengalikan skor evaluasi kepentingan (e_i) masing-masing atribut dengan skor kepercayaan (b_i). Apabila nilai sikap untuk masing-masing atribut dijumlahkan maka akan didapat nilai sikap secara keseluruhan untuk buah jeruk lokal dan buah jeruk impor (A_0). Hasil analisis sikap responden ($e_i \cdot b_i$) dan total nilai sikap (A_0). Sikap konsumen buah jeruk lokal dan impor pada Tabel 23.

Tabel 23. Nilai Sikap Konsumen (A_0) Buah Jeruk Lokal dan Buah Impor Berdasarkan Atribut.

Atribut Buah Jeruk	Buah Jeruk Lokal		Buah Jeruk Impor	
	Sikap (A_0)	Nilai	Sikap (A_0)	Nilai
Harga	16,2328	Positif	6,2150	Negatif
Rasa	14,3106	Netral	10,7016	Netral
Ukuran	10,4940	Negatif	8,9046	Negatif
Warna	8,9072	Negatif	11,8327	Netral
Kondisi kesegaran	18,7485	Positif	8,4630	Negatif
$\sum (e_i \cdot b_i)$	68,6931		46,1169	

Berdasarkan Tabel 23 dapat diketahui bahwa sikap konsumen (Lampiran 8) terhadap atribut yang dipertimbangkan dalam keputusan pembelian buah jeruk lokal berturut-turut dari yang paling tinggi adalah kondisi kesegaran (18,7485), harga (16,2328), rasa (14,3106), ukuran (10,4940) dan warna (8,9072). Sedangkan sikap konsumen yang dipertimbangkan dalam keputusan pembelian buah jeruk impor berturut-turut adalah warna (11,8327), rasa (10,7016), ukuran (8,9046),

kondisi kesegaran (8,4630) dan harga (6,2150). Ketika membandingkan nilai sikap antara buah jeruk lokal dan buah jeruk impor, diperoleh hasil bahwa buah jeruk lokal lebih unggul di kelima atribut, yaitu atribut harga, rasa, ukuran, warna dan kondisi kesegaran. Hasil ini sesuai dengan hasil nilai kepercayaan buah jeruk impor yang juga menunjukkan keunggulan pada keempat atribut tersebut. Hasil ini sesuai dengan hasil nilai kepercayaan dan nilai kepentingan buah jeruk lokal yang juga menunjukkan keunggulan pada keempat atribut tersebut. Berdasarkan penelitian Riska (2012) nilai sikap konsumen atribut buah jeruk dari yang tertinggi adalah rasa buah, warna buah, ukuran buah dan aroma buah, hasil nilai sikap antara buah jeruk lokal sama dengan buah jeruk impor dengan selisih nilai yang tidak jauh berbeda.

Atribut harga untuk buah jeruk lokal memiliki nilai sikap sebesar 16,2328 sementara untuk buah jeruk impor memiliki nilai sikap sebesar 6,215. Harga jeruk lokal lebih murah jika dibandingkan harga jeruk impor, sehingga konsumen lebih memilih jeruk lokal, selain harga murah kandungan vitamin dari jeruk lokal juga tidak kalah baik dari jeruk impor. Hal ini sesuai dengan pendapat Teme (2006) yang menyatakan bahwa 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. Hal ini juga didukung oleh pendapat Nafisah (2013) yang menyatakan meskipun terjadi kenaikan harga yang menyebabkan harga buah jeruk lokal menjadi lebih mahal, konsumen tidak mempermasalahkan mahalnya harga selama buah jeruk lokal dapat memberikan manfaat lebih terutama bagi kesehatan seperti yang diharapkan konsumen.

Atribut rasa untuk buah jeruk lokal juga memiliki nilai sikap yang lebih besar dibandingkan dengan buah jeruk impor. Atribut rasa untuk buah jeruk lokal memiliki nilai sikap sebesar 14,3106 sementara untuk buah jeruk impor sebesar 10,7016. Rasa jeruk lokal dinilai konsumen lebih baik dan lebih disukai dibandingkan buah jeruk impor. Hal ini sesuai dengan pendapat Nafisah (2013) yang menyatakan bahwa konsumen menilai bahwa rasa buah jeruk lokal lebih manis dan sesuai selera konsumen serta memiliki kandungan air yang lebih banyak dibandingkan buah jeruk impor.

Atribut ukuran pada buah jeruk lokal memiliki nilai sikap sebesar 10,494 sedangkan pada jeruk impor sebesar 8,9046. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen memiliki sikap yang lebih positif atau lebih suka terhadap ukuran buah jeruk lokal yang berukuran sedang. Hal ini sesuai dengan pendapat Riska (2012) yang menyatakan bahwa 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.

Atribut kondisi kesegaran buah jeruk lokal memiliki nilai sikap yang lebih besar dibandingkan buah jeruk impor, yaitu sebesar 18,7485 sedangkan pada buah jeruk impor sebesar 8,463. Konsumen menilai buah jeruk lokal berada pada kondisi yang lebih segar dan lebih memiliki derajat kematangan yang tepat dibandingkan dengan buah jeruk impor. Hal ini sesuai dengan pendapat Riska (2012) yang menyatakan bahwa aroma segar yang keluar dari buah jeruk menandakan buah tersebut masih segar, kandungan air banyak dan tidak layu karena proses penyimpanan yang terlalu lama. Hal ini juga sesuai dengan pendapat

Bambang (2008) yang menyatakan bahwa aroma terjadi karena adanya sintesis senyawa organik, senyawa *volatile* sangat penting bagi konsumen untuk menilai tingkat kematangan dan kesegaran buah.

Atribut warna buah jeruk lokal mempunyai nilai sikap yang lebih rendah dibandingkan buah jeruk impor. Nilai sikap atribut warna jeruk lokal sebesar 8,9072 sedangkan buah jeruk impor lebih tinggi yaitu sebesar 11,8327. Konsumen lebih menyukai buah jeruk impor terutama jika dilihat dari atribut warna kulit dimana jeruk impor mempunyai warna kulit dan kebersihan kulit yang lebih menarik dibandingkan warna kulit jeruk lokal. Hal ini sesuai dengan pendapat Sadeli dan Utami (2013) yang menyatakan bahwa 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 cokelat. Hal ini juga didukung oleh pendapat Kiloes (2012) yang menyatakan bahwa 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.

Berdasarkan hasil nilai sikap responden, dapat diketahui secara keseluruhan bahwa total nilai sikap (Ao) untuk buah jeruk lokal sebesar 68,6931 sedangkan buah jeruk impor memiliki total nilai sikap sebesar 46,1169. Dengan demikian, secara keseluruhan responden memiliki sikap yang lebih positif terhadap buah jeruk lokal dibandingkan buah jeruk impor. Hal ini dapat terjadi karena responden menilai

secara keseluruhan atribut buah jeruk lokal lebih baik dari pada atribut buah jeruk impor. Hal ini sesuai dengan penelitian Teme (2006) menyatakan bahwa total nilai sikap responden jeruk lokal lebih besar dibandingkan dengan total nilai jeruk impor yaitu sebesar 153,3 dan 152.

1.6. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian

Faktor-faktor yang mempengaruhi proses keputusan pembelian buah jeruk dianalisis menggunakan analisis regresi logistik (logit). Variabel terikat yang digunakan yaitu $Y=1$ (membeli buah jeruk lokal) dan $Y=0$ (membeli buah jeruk impor). Variabel bebas (X) yang diduga berpengaruh terhadap keputusan pembelian buah jeruk adalah usia (X1), pendapatan (X2), pekerjaan (X3), jenis kelamin (X4), motivasi (X5), sikap konsumen jeruk impor (X6) dan sikap konsumen jeruk lokal (X7). Sebelum dilakukan uji regresi logistik data terlebih dahulu di uji validitas dan reliabilitas (Lampiran 9). Hasil dari uji regersi logistik (Lampiran 10) dapat dilihat pada Tabel 24 dan 25 berikut ini:

Tabel 24. Hasil Uji Regresi Logistik

Uji	Variabel	Hasil
<i>Omnibus test</i>	<i>Chi-square</i>	80,745
	Sig.	0,000
<i>Nagelkerke R Square</i>		0,876
<i>Hosmer and Lemeshow</i>	<i>Chi-square</i>	3,415
	Sig.	0,906

Berdasarkan Tabel 24 dapat dilihat bahwa hasil uji *Omnibus test* menunjukkan nilai *Chi-square* sebesar $80,745 > Chi-square$ tabel pada df 7 sebesar 14,07 (Lampiran 12) atau dengan probabilitas signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$

sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya penambahan variabel bebas dapat memberikan pengaruh nyata terhadap model, atau variabel bebas secara serempak merupakan penjelas yang signifikan. Jawaban terhadap hipotesis pengaruh serempak variabel bebas terhadap variabel terikat adalah menerima H_1 dan menolak H_0 atau yang berarti ada pengaruh signifikan secara serempak variabel usia, pendapatan, pekerjaan, jenis kelamin, motivasi, sikap konsumen jeruk impor dan sikap konsumen jeruk lokal terhadap keputusan pembelian buah jeruk.

Berdasarkan Tabel 24 dapat dilihat bahwa hasil uji *Pseudo R Square* pada nilai *Nagelkerke R Square* sebesar 0,876 yang menunjukkan bahwa variabel bebas mampu menjelaskan variabel terikat sebesar 0,876 atau 87,6% dan sisanya merupakan faktor lain di luar model yang mampu menjelaskan variabel terikat.

Berdasarkan Tabel 24 dapat diketahui bahwa hasil uji *Hosmer dan Lemeshow test* menunjukkan nilai *Chi-Square Hosmer and Lemeshow* hitung sebesar $3,415 < 15,51$ (nilai *Chi-Square* tabel untuk df 8) dan nilai signifikansi sebesar $0,906 > 0,05$ yang artinya H_0 diterima dan H_1 ditolak, yang artinya uji model regresi yang diajukan dapat diterima dan pengujian hipotesis dapat dilakukan. Hal ini sesuai dengan pernyataan Lomax dan Hans-Vaughn (2013) yang menyatakan bahwa uji *Hosmer and Lemeshow test* bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi yang diajukan dapat diterima atau tidak.

Tabel 25. Nilai Koefisien Variabel-Variabel Penelitian

Variabel	Wald (Sig.)	Odds Ratio (Exp.B)	Coefficient (B)
Usia	0,070	0,489	-0,715
Pendapatan	0,039	0,137	-1,991
Pekerjaan	0,225	0,075	2,587
Jenis Kelamin	0,244	0,115	2,159
Motivasi	0,022	1,094	0,089
Sikap Konsumen Jeruk Impor	0,220	3,337	1,205
Sikap Konsumen Jeruk Lokal	0,029	0,061	2,792
<i>Constant</i>	0,109	1,830	-9,815

Berdasarkan Tabel 25 dapat diketahui persamaan regresi logistik yang terbentuk adalah sebagai berikut :

$$\hat{Y} = \ln \left(\frac{p}{1-p} \right) = -9,815 - 0,715X_1 - 1,991X_2 + 2,587X_3 + 2,159X_4 + 0,089X_5 + 1,205X_6 + 2,792X_7.$$

Nilai koefisien menunjukkan hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Koefisien dengan nilai positif menunjukkan apabila variabel bebas (X) mengalami kenaikan maka variabel terikat (Y) akan mengalami kenaikan juga sebesar nilai koefisien dari variabel bebas, yang artinya peluang untuk membeli buah jeruk meningkat.

Estimasi parameter regresi logistik pada penelitian ini diinterpretasikan sebagai berikut, dimisalkan akan dihitung peluang seorang konsumen jeruk yang akan membeli buah jeruk lokal dengan skala penilaian atribut terendah dapat dilihat pada Tabel 26. Perhitungan lengkap disajikan pada Lampiran 11.

Tabel 26. Estimasi Parameter Regresi Logistik pada Skala Terendah.

Variabel	Keterangan	Karakteristik Responden
X1	Usia	17-26 tahun (1)
X2	Pendapatan	< Rp 500.000 (1)
X3	Pekerjaan	Bukan Penghasilan sendiri (0)
X4	Jenis Kelamin	Laki-laki (0)
X5	Motivasi	Sangat Tidak termotivasi (1)
X6	Sikap Konsumen Jeruk Impor	Sangat Negatif (1)
X7	Sikap Konsumen Jeruk Lokal	Sangat Negatif (1)
Nilai Peluang		0,00021

Tabel 26 menunjukkan bahwa karakteristik responden dengan skala penilaian terendah yaitu X1 = usia 17-26 tahun, X2 = pendapatan < Rp 500.000,00, X3 = bukan penghasilan dari pekerjaan sendiri, X4 = jenis kelamin laki-laki, X5 = motivasi sangat tidak termotivasi, X6 = sikap konsumen jeruk impor sangat negatif dan X7 = sikap konsumen jeruk lokal sangat negatif memiliki peluang sebesar 0,021% untuk membeli buah jeruk di Kabupaten Purworejo. Peluang seorang konsumen jeruk yang akan membeli buah jeruk dengan skala penilaian atribut tertinggi dapat dilihat pada Tabel 27.

Tabel 27. Estimasi Parameter Regresi Logistik pada Skala Atribut Tertinggi.

Variabel	Keterangan	Karakteristik Responden
X1	Usia	57-66 tahun (5)
X2	Pendapatan	\geq Rp 3.000.000 (5)
X3	Pekerjaan	Penghasilan sendiri (1)
X4	Jenis Kelamin	Perempuan (1)
X5	Motivasi	Sangat termotivasi (5)
X6	Sikap Konsumen Jeruk Impor	Sangat Positif (5)
X7	Sikap Konsumen Jeruk Lokal	Sangat Positif (5)
Nilai Peluang		0,8618

Tabel 27 menunjukkan bahwa karakteristik responden dengan skala penilaian tertinggi yaitu X1 = usia 57-66 tahun, X2 = pendapatan \geq Rp 3.000.000,00

X3 = penghasilan dari pekerjaan sendiri, X4 = jenis kelamin perempuan, X5 = motivasi sangat termotivasi, X6 = sikap konsumen jeruk impor sangat positif dan X7 = sikap konsumen jeruk lokal sangat positif memiliki peluang sebesar 86,18% untuk membeli buah jeruk di Kabupaten Purworejo.

Nilai peluang yang terbentuk dapat dipengaruhi oleh perbedaan karakteristik responden buah jeruk yang berbeda. Perbedaan peluang dapat dilihat pada pemisahan skala atribut terendah dan skala atribut tertinggi, dimana penilaian peluang pada atribut terendah menunjukkan nilai peluang yang lebih rendah yaitu 0,00021 dibandingkan dengan peluang dengan atribut tertinggi yaitu 0,8618. Sehingga dapat disimpulkan dengan penilaian yang semakin baik dari setiap responden dapat menyebabkan nilai peluang untuk membeli buah jeruk lokal semakin tinggi.

Berdasarkan hasil analisis regresi logistik terdapat beberapa variabel bebas yang mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian buah jeruk di Kabupaten Purworejo. Variabel bebas yang mempengaruhi keputusan pembelian buah jeruk adalah pendapatan, motivasi dan sikap konsumen jeruk lokal, sedangkan yang tidak dapat mempengaruhi keputusan pembelian buah jeruk adalah variabel usia, pekerjaan, jenis kelamin dan sikap konsumen jeruk impor.

Hasil uji *Wald* menunjukkan nilai signifikansi untuk variabel usia sebesar $0,070 > 0,05$ sehingga H_0 diterima dan H_1 ditolak, yang artinya secara parsial variabel usia tidak memberi pengaruh nyata terhadap keputusan pembelian buah jeruk. Hal ini sesuai dengan pendapat Setyani (2006) yang menyatakan bahwa adanya 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. Nilai signifikansi untuk variabel pendapatan sebesar $0,039 < 0,05$ sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang artinya secara parsial variabel pendapatan memberi pengaruh nyata terhadap keputusan pembelian buah jeruk. Hasil penelitian ini sesuai dengan pendapat Setiadi (2010) yang menyatakan bahwa daya beli yang tersedia dalam suatu perekonomian bergantung pada pendapatan, apabila pendapatan meningkat maka kemampuan rumah tangga untuk membeli aneka kebutuhan semakin besar.

Pekerjaan mempunyai nilai signifikansi sebesar $0,225 > 0,05$ sehingga H_0 diterima dan H_1 ditolak, yang artinya variabel pekerjaan tidak memberi pengaruh nyata terhadap keputusan pembelian buah jeruk. Hal ini sesuai dengan pendapat Teme (2006) yang menyatakan bahwa 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. Jenis kelamin mempunyai nilai signifikansi sebesar $0,244 > 0,05$ sehingga H_0 diterima dan H_1 ditolak, yang artinya jenis kelamin tidak memberi pengaruh nyata terhadap keputusan pembelian buah jeruk. Nilai signifikansi untuk variabel motivasi sebesar $0,022 < 0,05$ sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang artinya variabel motivasi memberi pengaruh nyata terhadap keputusan pembelian buah jeruk. Hal ini tidak sesuai dengan pendapat Muhaimin (2010), bahwa semakin tinggi motivasi dan pengetahuan maka

konsumen akan menyadari manfaat produk dan kandungan gizinya yang menyebabkan konsumen untuk membeli atau mengkonsumsi produk tersebut.

Nilai signifikansi untuk variabel sikap konsumen jeruk impor sebesar $0,220 > 0,05$ sehingga H_0 diterima dan H_1 ditolak, yang variabel sikap konsumen jeruk impor tidak memberi pengaruh nyata terhadap keputusan pembelian buah jeruk. Nilai signifikansi untuk variabel sikap konsumen jeruk lokal sebesar $0,029 < 0,05$ sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang artinya variabel sikap konsumen jeruk lokal memberi pengaruh nyata terhadap keputusan pembelian buah jeruk. Hal ini sesuai dengan pendapat Nafisah (2013) yang menyatakan meskipun terjadi kenaikan harga yang menyebabkan harga buah jeruk lokal menjadi mahal, konsumen tidak memperlmasalahkan mahalnya harga selama buah jeruk lokal dapat memberikan manfaat lebih terutama bagi kesehatan seperti yang diharapkan konsumen.

Nilai *Odds ratio* menunjukkan nilai $\text{Exp}(B)$ untuk variabel usia sebesar 0,489 artinya jika variabel usia bertambah 1 tingkat maka kecenderungan untuk mengkonsumsi buah jeruk meningkat menjadi 0,489 kali lipat. Nilai *Odds ratio* menunjukkan nilai $\text{Exp}(B)$ untuk variabel pendapatan sebesar 0,137 artinya jika variabel pendapatan bertambah 1 tingkat maka kecenderungan untuk mengkonsumsi buah jeruk meningkat menjadi 0,137 kali lipat. Hal ini sesuai dengan pendapat Teme (2006) yang menyatakan bahwa tingkat pendapatan yang diperoleh akan mempengaruhi jumlah konsumsi seseorang dan berdampak pada banyaknya jumlah pembelian, meningkatnya pendapatan konsumen akan meningkatkan jumlah dan frekuensi pembelian.

Nilai *Odds ratio* menunjukkan nilai $\text{Exp}(B)$ untuk variabel pekerjaan sebesar 0,075 artinya konsumen yang mempunyai penghasilan sendiri dari pekerjaannya mempunyai peluang mengkonsumsi buah jeruk sebesar 0,075 kali dibandingkan dengan konsumen yang tidak mempunyai penghasilan sendiri. Nilai *Odds ratio* menunjukkan nilai $\text{Exp}(B)$ untuk variabel jenis kelamin sebesar 0,115 artinya konsumen dengan jenis kelamin perempuan memiliki peluang mengkonsumsi buah jeruk sebesar 0,115 kali dibandingkan dengan jenis kelamin laki-laki. Nilai *Odds ratio* untuk variabel motivasi menunjukkan nilai 1,094 artinya jika variabel motivasi bertambah 1 tingkat maka kecenderungan peluang konsumen untuk membeli buah jeruk berdasarkan kriteria motivasi meningkat sebesar 1,094 kali. Hal ini sesuai dengan pendapat Setiadi (2010) yang menyatakan bahwa motivasi yang ada pada seseorang (konsumen) akan mewujudkan suatu tingkah laku yang diarahkan pada tujuan mencapai sasaran kepuasan.

Nilai *Odds ratio* untuk variabel sikap konsumen jeruk impor menunjukkan nilai 3,337 artinya peluang konsumen untuk membeli buah jeruk berdasarkan kriteria sikap konsumen jeruk impor menunjukkan bahwa jeruk impor mempunyai nilai lebih positif sebesar 3,337 kali di bandingkan dengan nilai jeruk lokal. Nilai *Odds ratio* untuk variabel sikap konsumen jeruk lokal menunjukkan nilai 0,061 artinya peluang konsumen untuk membeli buah jeruk berdasarkan kriteria sikap konsumen jeruk lokal menunjukkan bahwa jeruk lokal mempunyai nilai lebih positif sebesar 0,061 kali di bandingkan dengan nilai jeruk impor. Hal ini sesuai dengan pendapat Nafisah (2013) yang menyatakan bahwa konsumen menilai

bahwa rasa buah jeruk lokal lebih manis dan sesuai selera konsumen serta memiliki kandungan air yang lebih banyak dibandingkan buah jeruk impor.

Kecenderungan responden buah jeruk dalam memutuskan pembelian buah jeruk dapat dilihat pada hasil *Observed Groups and Predicted Probabilities* dari model regresi logistik yang di ajukan menunjukkan bahwa responden buah jeruk di Kabupaten Purworejo cenderung untuk membeli buah jeruk lokal dibandingkan buah jeruk impor (Lampiran 10). Untuk melihat jumlah responden yang membeli buah jeruk lokal dan buah jeruk impor dapat dilihat pada Tabel 28.

Tabel 28. *Classification Table*.

<i>Observed</i>		<i>Predicted</i>		<i>Percentage Correct</i>
		Y		
		Membeli Jeruk Impor	Membeli Jeruk Lokal	
Step 1	Y	-----orang-----		---%---
	Membeli Jeruk Impor	18	2	89,0
	Membeli Jeruk Lokal	2	78	97,5
<i>Overall Percentage</i>				96,0

Berdasarkan Tabel 28 dapat diketahui bahwa jumlah keputusan pembelian responden buah jeruk lokal sebanyak 80 orang. Berdasarkan hasil tersebut, responden yang benar benar bersedia untuk membeli buah jeruk lokal sebanyak 78 orang dan yang seharusnya tidak membeli buah jeruk lokal namun bersedia untuk membeli sebanyak 2 orang. Jumlah keputusan pembelian responden buah jeruk impor sebanyak 20 orang. Berdasarkan hasil tersebut, responden yang benar benar bersedia untuk membeli buah jeruk impor sebanyak 18 orang dan yang seharusnya tidak membeli buah jeruk impor namun bersedia untuk membeli sebanyak 2 orang.

Berdasarkan hasil analisis regresi logistik menunjukkan nilai *Overall Percentage* sebesar 96% yang berarti ketepatan model pada penelitian ini sebesar 96%.

Perbedaan keputusan pembelian buah jeruk disebabkan oleh beberapa faktor antara lain usia, pendapatan, pekerjaan, jenis kelamin, motivasi, sikap konsumen jeruk impor dan sikap konsumen jeruk lokal. Semakin tinggi tingkat pendapatan dan pendidikan maka konsumen akan responsif terhadap informasi, sehingga akan menambah pengetahuan yang akan menentukan sikap terhadap konsumsi buah, misalnya semakin banyak pertimbangan yang digunakan untuk menentukan jenis buah yang dikonsumsi. Setiap anggota keluarga mempunyai selera yang berbeda dalam mengonsumsi buah yang dapat mempengaruhi pemberian saran mengenai keputusan konsumsi buah. Hal ini sesuai dengan pendapat Shanti (2007) yang menyatakan bahwa semakin banyak jumlah anggota keluarga maka variasi buah akan semakin banyak, perbedaan umur akan mempengaruhi perbedaan selera terhadap konsumsi buah.