

**ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN BELANJA TERHADAP
BUAH JERUK LOKAL DAN JERUK IMPOR
DI PASAR TRADISIONAL MMTc DELI SERDANG**

SKRIPSI

Oleh :

BUDI SYAHPUTRA

NPM : 1904300065

Program Studi : AGRIBISNIS



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2023**

**ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN BELANJA TERHADAP
BUAH JERUK LOKAL DAN JERUK IMPOR
DI PASAR TRADISIONAL MMTc DELI SERDANG**

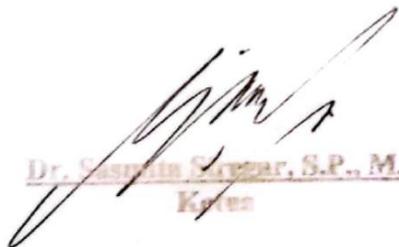
SKRIPSI

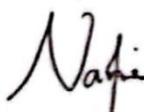
Oleh:

**BUDI SYAHPUTRA
1904300065
AGRIBISNIS**

**Disusun Sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Strata 1 (S1) pada
Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara**

Komisi Pembimbing


Dr. Susanto Syahputra, S.P., M.Si.
Ketua


Nana Trisna Mei Br Kapenakan, S.P., M.Si.
Anggota

**Disahkan Oleh:
Dekan**


Assoc. Prof. Dr. Dafni Mawar Tarigan, S.P., M.Si.

Tanggal ini 12 Februari 2024

PERNYATAAN

Dengan ini saya:

Nama : Budi Syahputra
Npm : 1904300065

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi dengan judul “Analisis Preferensi Konsumen Buah Jeruk Lokal dan Jeruk Impor di Pasar Tradisional MMTC Deli Serdang” adalah berdasarkan hasil penelitian, pemikiran dan juga pemaparan dari saya sendiri. Jika terdapat karya orang lain, saya akan mencantumkan sumber yang jelas.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari ternyata ditemukan adanya penjiplakan (plagiarisme), maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh. Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tanpa paksaan dari pihak manapun.

Medan, 29 November 2023
Yang Menyatakan



Budi Syahputra

RINGKASAN

BUDI SYAHPUTRA (1904300065), dengan judul skripsi yaitu “Analisis Preferensi Konsumen Buah Jeruk Lokal dan Jeruk Impor di Pasar Tradisional MMTC Deli Serdang” yang di bimbing oleh Ibu Dr. Sasmita Siregar, S.P., M.Si selaku ketua komisi pembimbing dan Ibu Nana Trisna Mei Br Kabeakan, S.P., M.Si. selaku anggota komisi pembimbing. Penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis preferensi konsumen dalam pembelian antara buah jeruk impor dan lokal di pasar MMTC Deli Serdang dan Untuk menganalisis atribut yang paling dominan dipilih konsumen dalam keputusan pembelian buah jeruk impor dan jeruk lokal di pasar MMTC Deli Serdang, Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Pengumpulan data yang terdiri dari data primer yang diambil dari penyebaran kuesioner dan data sekunder yang diperoleh dari beberapa sumber jurnal penelitian dan website seperti Badan Pusat Statistika (BPS). Metode analisis data yang digunakan adalah analisis chi square dan analisis multiatribut Fishbein. Hasil penelitian menunjukkan Buah jeruk yang menjadi preferensi konsumen di Pasar MMTC Deli Serdang adalah jenis buah jeruk lokal dan impor dengan atribut yang menjadi pilihan diantaranya rasa manis, berukuran besar (6-8 buah/kg), berwarna oranye, dan beraroma segar. Atribut buah jeruk yang paling dipertimbangkan dalam keputusan pembelian buah jeruk di Pasar MMTC Deli Serdang adalah atribut rasa. Urutan atribut dari yang paling dipertimbangkan sampai dengan yang kurang dipertimbangkan adalah rasa, ukuran, warna, dan aroma.

Kata kunci : Preferensi konsumen, pasar MMTC Deli Serdang

SUMMARY

BUDI SYAHPUTRA (1904300065), with title thesis namely " Analysis Preference Consumer Local Oranges and Imported Oranges at the MMTC Traditional Market in Deli Serdang City" which was supervised by Mrs. Dr. Sasmita Siregar, SP, M.Sc as chairman commission supervisor and Mrs. Nana Trisna Mei Br Kabeakan, S.P., M.Sc. as member commission mentor . Study This own objective For analyze preference consumer in purchase between fruit orange import and local in the MMTC market for Deli Serdang City and For analyze the most dominant attribute chosen consumer in decision purchase fruit orange imports and oranges in the MMTC market in Deli Serdang City, the type of research used is descriptive qualitative Composed data collection from the primary data taken from spread questionnaire and secondary data obtained from a number of source journal research and websites such as the Central Bureau of Statistics (BPS). Data analysis method used is chi square analysis and analysis Fishbein multiattribute. Research results show Citrus fruits that are the preference of consumers at the MMTC Market in Deli Serdang City are local and imported types of citrus fruits with the attributes of choice including sweet taste, large size (6-8 fruit/kg), orange color, and fresh aroma. Attributes of citrus fruits that are most considered in purchasing decisions for citrus fruits at the Deli Serdang City MMTC Market are taste attributes. The order of attributes from the most considered to the least considered is taste, size, color and aroma.

Keywords : Preference consumers, Deli Serdang City MMTC market

RIWAYAT HIDUP

Budi Syahputra, Lahir di Kota Rantauprapat, Pada Tanggal 21 Februari 2001 adalah dari pasangan Ayah Bambang dan Ibu Dewi.

Pendidikan formal yang pernah ditempuh antara lain:

1. Tahun 2013, menyelesaikan Pendidikan Sekolah Dasar Yayasan Kemala Bhayangkari Cabang Labuhanbatu.
2. Tahun 2016, menyelesaikan Pendidikan Sekolah Menengah Pertama di SMP Panglima Polem Rantauprapat.
3. Tahun 2019, menyelesaikan Pendidikan Sekolah Menengah Atas di SMA N 1 Rantau Utara.
4. Tahun 2019, diterima di Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Jurusan Agribisnis.

Prestasi dan kegiatan akademik yang pernah diraih dan diikuti selama menjadi mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara antara lain adalah yaitu :

1. Tahun 2019, mengikuti Perkenalan Kehidupan Kampus Mahasiswa/i Baru (PKKMB) Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. Tahun 2019, mengikuti Masa Ta'aruf (MASTA) Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah (IMM) Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah *Subhanahu wa ta'ala* atas segala karunia-Nya sehingga skripsi ini berhasil diselesaikan, dengan judul “Analisis Preferensi Konsumen Buah Jeruk Lokal dan Jeruk Impor di Pasar Tradisional MMTC Deli Serdang”. Adapun penulisan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan Studi Strata 1 (S1) pada Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Ibu Assoc. Prof. Dr. Dafni Mawar Tarigan, S.P., M.Si. selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. Ibu Prof. Dr. Ir. Wan Arfiani Barus, M.P. selaku Wakil Dekan I Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Bapak Akbar Habib, S.P., M.P. selaku Wakil Dekan III Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Ibu Mailina Harahap, S.P., M.Si. selaku Ketua Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Ibu Juita Rahmadani Manik, S.P., M.Si. selaku Sekretaris Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Ibu Dr. Sasmita Siregar, S.P., M.Si. selaku Ketua Pembimbing.
7. Ibu Nana Trisna Mei Br Kabeakan, S.P., M.Si. selaku Anggota Pembimbing.
8. Seluruh Dosen Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
9. Biro Administrasi Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah banyak membantu penulis dalam urusan administrasi

10. Teristimewa orang tua saya, Ayah Bambang dan Ibu Dewi yang selalu memberi dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

11. Kepada Seluruh teman-teman seperjuangan khususnya Agribisnis 2 Stambuk 2019.

Akhir kata penulis mengharapkan saran dan masukan dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini.

Medan, Maret 2023

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PENGESAHAN	i
RINGKASAN	ii
RIWAYAT HIDUP	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
PENDAHULUAN	1
Latar Belakang	1
Perumusan Masalah	4
Tujuan Penelitian	4
Manfaat Penelitian	4
TINJAUAN PUSTAKA	5
Buah Jeruk	5
Pemasaran	6
Perilaku Konsumen.....	6
Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	7
Preferensi Konsumen	8
Atribut Produk	9
Penelitian Terdahulu	9
Kerangka Pemikiran.....	10
METODE PENELITIAN.....	12

Metode Penelitian	12
Metode Penentuan Lokasi	12
Metode Penarikan Sampel	12
Metode Pengumpulan Data	13
Metode Analisis Data	13
Definisi dan Batasan Operasional	16
DESKRIPSI UMUM DAERAH PENELITIAN	18
Letak dan Luas Daerah Penelitian	18
Sarana dan Prasarana Umum	20
Keadaan Penduduk	21
Karakteristik Responden	25
HASIL DAN PEMBAHASAN	29
Preferensi Konsumen terhadap Atribut Buah Jeruk	29
Keyakinan dan Evaluasi	30
Preferensi Konsumen terhadap Atribut Buah Jeruk	32
Keyakinan dan Evaluasi terhadap Atribut Buah Jeruk	37
KESIMPULAN DAN SARAN	39
Kesimpulan	39
Saran	39
DAFTAR PUSTAKA	40
LAMPIRAN	42

DAFTAR TABEL

Nomor	Judul	Halaman
1.	Rata-Rata Konsumsi Buah Jeruk Perkapita Deli Serdang	2
2.	Daftar Potensi Pasar Raya MMTC	19
3.	Jumlah dan Kepadatan Penduduk Kabupaten Deli Serdang	21
4.	Jumlah Penduduk Kabupaten Deli Serdang Menurut Jenis Kelamin Tahun 2019-2020	22
5.	Jumlah Penduduk Menurut Tingkat Pendidikan di Kabupaten Deli Serdang Tahun 2022.....	23
6.	Jumlah Responden Konsumen Jeruk Lokal Berdasarkan Jenis Kelamin	24
7.	Jumlah Responden Konsumen Jeruk Berdasarkan Usia	25
11.	Jumlah Responden Konsumen Jeruk Berdasarkan Pendidikan.....	26
13.	Jumlah Responden Konsumen Jeruk Lokal Berdasarkan Pekerjaan.....	26
15.	Jumlah Responden Konsumen Jeruk Impor Berdasarkan Penghasilan..	27
16.	Jumlah Responden Konsumen Jeruk Impor Berdasarkan Jumlah Anggota Keluarga.....	28
17.	Hasil Analisis Atribut Buah Jeruk.....	29
18.	Keyakinan Konsumen terhadap Atribut Jeruk Lokal dan Impor.....	30
19.	Evaluasi Konsumen terhadap Atribut Jeruk Lokal dan Impor	31
20.	Sikap Konsumen Terhadap Jeruk Lokal dan Impor di Pasar MMTC....	31
21.	Case processing Summary Jenis Jeruk Atribut Warna.....	32
22.	Crosstabulation Jenis Jeruk dengan Atribut Warna.....	32
23.	Case processing Summary Jenis Jeruk Atribut Rasa.....	33
24.	Crosstabulation Jenis Jeruk dengan Atribut Rasa	33
25.	Case processing Summary Jenis Jeruk Atribut Ukuran	34
26.	Crosstabulation Jenis Jeruk dengan Atribut Ukuran	35

27. Case processing Summary Jenis Jeruk Atribut Aroma	36
28. Crosstabulation Jenis Jeruk dengan Atribut Aroma	36

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul	Halaman
1.	Kerangka Pemikiran	14
2.	Struktur Organisasi Pasar Raya MMTC Deli Serdang.....	35
3.	Situasi Pedagang Buah Pertama dipasar MMTC	50
4.	Kunjungan Peneliti Kepedagang Buah dipasar	50
5.	Konsumen Jeruk local	51
6.	Situasi Pedagang Buah kedua dipasar MMTC.....	51
7.	Situasi Pasar Buah dipagi Hari.....	52
8.	Situasi Pedagang buah ketiga dipasar MMTC	52
9.	Keadaan dipasar MMTC	53
10.	Konsumen Jeruk Impor	53
11.	Ibu Risa Konsumen Jeruk Lokal	54
12.	Bapak Bayu konsumen Jeruk impor.....	54
13.	Bapak Heri Konsumen Jeruk Impor	55
14.	Ibu Nisa Konsumen Jeruk lokal	55
15.	Ibu Helena Konsumen Jeruk Impor	56
16.	Bapak Denny Konsumen Jeruk Lokal.....	56
17.	Bapak Ganda Konsumean Jeruk Impor.....	57
18.	Bapak Yudha Konsumen Jeruk lokal	57
19.	Bapak Irwansyah Konsumen Jeruk Lokal.....	58

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Judul	Halaman
1.	Kriteria Responden	42
2.	Hasil Skor Kuisisioner Responden Konsumen Buah Jeruk Lokal	43
3.	Hasil Skor Kuisisioner Responden Konsumen Buah Jeruk Impor.....	44
4.	Hasil Skor Perilaku Konsumen Buah Jeruk Lokal	45
5.	Hasil Skor Perilaku Konsumen Buah Jeruk Impor.....	45
6.	Hasil Skor Preferensi Konsumen Buah Jeruk Lokal	46
7.	Hasil Skor Preferensi Konsumen Buah Jeruk Impor.....	46
8.	Kuesioner Penelitian.....	47
9.	Dokumentasi.....	50

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Indonesia dikenal memiliki berbagai macam kekayaan alam yang melimpah, salah satunya yaitu kekayaan alam dengan berbagai jenis buah-buahan segar yang memiliki cita rasa yang khas. Seiring dengan bertambahnya kesadaran masyarakat tentang pentingnya pola hidup sehat dan lebih banyak mengonsumsi buah-buahan segar tersebut semakin bertambah. Keberhasilan tanaman jeruk ditentukan oleh ketersediaan bibit yang bermutu pada saat tanam yang tepat dengan harga terjangkau bagi petani (Isan *et al*, 2016).

Tanaman jeruk adalah semua tumbuhan berbunga anggota marga citrus dari suku *Rutaceae*. Anggotanya berbentuk pohon dengan buah yang berdaging dengan rasa masam yang segar, meskipun banyak diantara anggotanya yang memiliki rasa lokal. Rasa masam berasal dari kandungan asam sitrat yang memang menjadi terkandung pada semua anggotanya. Tanaman jeruk menghasilkan hibrida antarspesies yang memiliki karakter khas, yang berbeda darispesies tertuanya (Priyambodo, 2019).

Mengonsumsi buah dan sayur adalah pesan penting pada pedoman gizi seimbang. Buah dan sayur dahulu hanyalah diasumsikan merupakan pelengkap makanan, melalui perkembangan beragam riset yang ada, dibuktikan hadirnya zat nutrisi dan zat kimia aktif yang berada di dalam dikatakan sebagai fitonutrin dan fitokimia yang berkaitan terhadap beragam manfaat kesehatan, misalnya upaya mencegah penyakit, mengobati hingga menyembuhkan (Mandagie *et al*, 2019).

Tabel 1. Rata-Rata Konsumsi Buah Jeruk Perkapita Deli Serdang

Tahun	Rata-rata (Kg)
2018	0,167
2019	0,264
2020	0,131
2021	0,174
2022	0,185

Sumber : Badan Pusat Statistik, 2022

Berdasarkan Tabel 1, rata-rata konsumsi buah jeruk perkapita Deli Serdang pada tahun 2018 sejumlah 0,167 Kg. Tahun 2019 adalah tahun tertinggi rata-rata konsumsi buah jeruk perkapita Deli Serdang berjumlah 0,264 Kg. Pada tahun 2020 rata-rata konsumsi buah jeruk perkapita Deli Serdang menurun menjadi 0,131 Kg. Lalu pada tahun 2021 rata-rata konsumsi buah jeruk perkapita Deli Serdang meningkat menjadi 0,174 Kg dan seterusnya pada tahun 2022 rata-rata konsumsi buah jeruk perkapita Deli Serdang sebanyak 0,185 Kg.

Permintaan terhadap buah jeruk tersebut ternyata dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu semakin meningkatnya jumlah penduduk yang berminat pada buah jeruk sebagai dampak keberhasilan program penyuluhan dan program peningkatan gizi masyarakat yang dilaksanakan oleh pemerintah, tingkat harga buah jeruk di pasar eceran, tingkat harga buah-buahan lainnya dan tingkat pendapatan konsumen buah jeruk.

Persaingan untuk penjualan jeruk lokal dan jeruk impor ada dimana-mana termasuk supermarket dan pasar tradisional. Keberadaan pasar modern memberikan alternatif kepada konsumen mendapatkan jeruk kemasan yang lebih berkualitas, rapi dan nyaman berbelanja (Kartika, 2010).

Semakin banyaknya buah impor yang beredar dijual dipasaran, menjadi tantangan bagi produk lain seperti buah lokal agar tetap bertahan di pasar dan mampu meningkatkan daya saing para penjualnya. Dalam meningkatkan konsumsi produk dalam negeri, pemerintah menerapkan kampanye cinta produk dalam negeri. Kampanye ini diharapkan bisa meningkatkan kesadaran masyarakat dan meningkatkan minat masyarakat untuk membeli produk lokal. Etnosentrisme konsumen mempresentasikan kepercayaan konsumen mengenai kepatuhan dan moralitas membeli produk dalam negeri (Anggasari, 2013).

Semakin beragamnya buah jeruk yang dipasarkan di Deli Serdang dan adanya perbedaan preferensi konsumen dalam menetapkan pilihannya untuk membeli buah jeruk dan adanya upaya untuk mengembangkan buah jeruk lokal maka penelitian terhadap preferensi konsumen dalam pembelian buah jeruk menjadi semakin penting. Pengetahuan mengenai karakteristik suatu produk yang diinginkan konsumen dapat diperoleh melalui pengkajian terhadap perilaku konsumen berdasarkan pendekatan atribut produk (Dwiastari, 2019).

Produk yang disukai konsumen adalah produk yang dapat memenuhi harapan konsumen. Preferensi konsumen terhadap atribut buah jeruk akan menentukan seberapa besar buah jeruk tersebut dapat diterima oleh konsumen. Maka dari itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Analisis Preferensi Konsumen Buah Jeruk Lokal dan Buah Jeruk Impor di Pasar Tradisional MMTC Deli Serdang”.

Rumusan Masalah

1. Apa yang menjadi preferensi konsumen dalam pembelian buah jeruk impor dan lokal di pasar MMTC Deli Serdang?
2. Apakah atribut yang paling dominan dipilih konsumen dalam keputusan pembelian buah jeruk impor dan jeruk lokal di pasar MMTC Deli Serdang?

Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis preferensi konsumen dalam pembelian antara buah jeruk impor dan lokal di pasar MMTC Deli Serdang.
2. Untuk menganalisis atribut yang paling dominan dipilih konsumen dalam keputusan pembelian buah jeruk impor dan jeruk lokal di pasar MMTC Kota Deli Serdang.

Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini, yaitu:

1. Untuk membantu dalam memenuhi kebutuhan konsumen khususnya konsumen yang membeli buah jeruk lokal dan jeruk impor di Pasar MMTC Deli Serdang.
2. Bagi peneliti lain ini menjadi sumber penambah pengetahuan dan wawasan serta dapat dijadikan sumber referensi tambahan bagi peneliti yang memerlukan.
3. Sebagai bahan pertimbangan dan peningkatan pembelian buah jeruk lokal dan buah jeruk impor di Pasar MMTC Deli Serdang.

TINJAUAN PUSTAKA

Buah Jeruk

Di bawah ini merupakan klasifikasi dari tanaman jeruk

Kingdom	: <i>Plantae</i>
Divisi	: <i>Spermatophyta</i>
Kelas	: <i>Dicotyledonae</i>
Ordo	: <i>Rutales</i>
Famili	: <i>Rutaceae</i>
Genus	: <i>Citrus</i>
Spesies	: <i>Citrus sp.</i>

Tanaman jeruk (*Citrus sp.*) adalah tanaman buah tahunan yang berasal dari Asia. Cina dipercaya sebagai tempat pertama kali jeruk tumbuh. Sejak ratusan tahun yang lalu, jeruk sudah tumbuh di Indonesia adalah peninggalan orang Belanda yang mendatangkan jeruk lokal dan kapur dari Amerika dan Italia. Tanaman jeruk sudah lama dibudidayakan di Indonesia dan di negara-negara tropis Asia lainnya. Sejak dahulu jeruk sangat diminati oleh orang-orang Eropa dan kawasan Asia pada umumnya (Pawening, 2020).

Kandungan Gizi Buah Jeruk

Buah jeruk merupakan sumber vitamin C yang berguna untuk kesehatan manusia. Kandungan vitamin C sangat beragam antar varietas, tetapi berkisar antara 27-49 mg/100gram daging buah. Sari buah jeruk mengandung 40-70 mg vitamin C per 100 ml, tergantung pada jenisnya. Makin tua buah jeruk, biasanya makin berkurang kandungan vitamin C nya, tetapi semakin lokal rasanya. Vitamin C terdapat pada sari buahm daging dan kulit. Seperempat bagian dari total kandungan vitamin C buah jeruk terdapat didalam sari buah nya (Alhanannasir *et al*, 2021).

Jeruk dikenal sebagai buah dengan rasa segar dan bergizi, selain kaya vitamin dan mineral buah ini mengandung serat makanan yang esensial bagi pertumbuhan dan perkembangan tubuh normal. Kandungan senyawa dalam jeruk lokal yang kaya vitamin C, buah jeruk juga mampu menurunkan resiko penyakit jantung, mencegah kolestrol, serta menurunkan tekanan darah. Jeruk lokal yang ukurannya sedang terdapat 16gram karbohidrat yang mengandung 70 kalori. Karbohidrat penting sebagai sumber energi tubuh, terutama untuk otak. Nilai serat dalam sebuah jeruk lokal setara dengan 12% yang dibutuhkan per hari (Bakulatz, 2012).

Pemasaran

Menurut pernyataan Kotler dan Keller (2013) pemasaran adalah suatukaitan yang menguntungkan antara penjual dengan konsumen. Napitupulu dan Hutabarat (2022) menyatakan bahwa pemasaran merupakan suatu kegiatan perusahaan untuk mengembangkan suatu perusahaan yang bertujuan untuk mendapatkan keuntungan. Pemasaran juga bisa diartikan sebagai aktivitasmengkomunikasikan, menukarkan tawaran yang bernilai bagi pelanggan, klien, mitra, dan masyarakat umum.

Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen adalah hubungan individu dengan pelacakan penentuan, pembelian, pelaksanaan, dan pengevaluasian untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan dalam membeli produk maupun jasa. Hal ini diperkuat dengan pernyataan dari Indrawati *et al* (2017) beberapa perilaku konsumen yaitu sebuah keputusan, pembelian dan pengambilan keputusan dan kebiasaan karena dipengaruhi oleh beberapa lingkungan pada tempat tinggal.

Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Pembelian Konsumen

Menurut Saekoko (2020) faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku pembelian konsumen dipengaruhi oleh faktor budaya, sosial, kepribadian dan psikologis :

1. Faktor Kebudayaan

Faktor kebudayaan yaitu beberapa kontrol yang signifikan didalam suatu perilaku konsumen yang berbelanja untuk kebutuhan atau keinginan. Budaya adalah determinan suatu kebutuhan dan keinginan paling utama.

2. Faktor Sosial

Keluarga yaitu individu terdiri dari kelompok dan memiliki pengaruh verbal dan nonverbal pada perilaku seseorang. Anggota keluarga adalah adanya suatu hubungan yang dekat antara satu sama lain di keluarga. Peran adalah kegiatan seseorang sesuai keinginan orang-orang di dekatnya. Sedangkan status yaitu menggambarkan penghargaan yang diberikan kepada seseorang.

3. Faktor Pribadi

Faktor pribadi memberi pengaruh keputusan untuk membeli suatu produk. Karakteristik terdiri dari usia, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup serta kepribadian dan konsep diri pembeli.

4. Faktor Psikologis

Motivasi yaitu keinginan seseorang untuk melakukan sesuatu. Sedangkan persepsi yaitu proses untuk mengorganisasi dan menginterpretasi beberapa masukan informasi.

Preferensi Konsumen

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia Kontemporer, preferensi artinya hal lebih menyukai, pilihan, kesukaan, perilaku khusus yang diberikan kepada seseorang langganan. Sedangkan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, preferensi adalah pilihan, kecenderungan, kesukaan, atau hak untuk didahulukan dan diutamakan dari pada yang lain. Preferensi konsumen merupakan pilihan suka atau tidak suka oleh seseorang terhadap produk yang dikonsumsi. Preferensi konsumen juga merupakan nilai-nilai yang diperhatikan konsumen dalam menentukan sebuah pilihan. Topik tentang preferensi konsumen tidak lepas dari perilaku konsumen, karena dalam memahami perilaku konsumen lebih mudah melalui tiga langkah. Menurut (Robert dan Daniel, 2014), tiga langkah tersebut, yaitu :

- a. Preferensi/ Selera konsumen: langkah pertama adalah mencari cara praktis untuk menggambarkan alasan orang-orang memilih satu produk ketimbang produk lain.
- b. Kendala Anggaran : tentu saja, konsumen juga mempertimbangkan harga, pada langkah ini konsumen akan mempertimbangkan fakta bahwa konsumen memiliki batasan pendapat yang membatasi kuantitas barang yang mereka beli.
- c. Pilihan Konsumen : dengan selera dan pendapatan terbatas yang ada, konsumen memilih untuk membeli kombinasi barang yang memaksimalkan kepuasan mereka. Kombinasi ini bergantung pada harga berbagai barang.

Atribut Produk

Menurut Piyani dan Sahran (2018) atribut produk merupakan suatu unsur yang diperlukan didalam produk sebagai proses pengambilan keputusan bagi konsumen. Atribut produk terdiri dari merek, kemasan, jaminan pelayanan, dan lainnya.

Penelitian Terdahulu

Alwie (2018) melakukan penelitian yang berjudul Analisis Preferensi Konsumen dalam Pemilihan Buah Jeruk (*Citrus sp*) di Pusat Pasar Deli Serdang. Dari hasil penelitian ini buah jeruk menjadi preferensi konsumen di pusat Deli Serdang adalah jenis buah jeruk lokal dengan atribut yang menjadi pilihan diantaranya rasa lokal, berukuran besar (6-8 buah/kg), berwarna kuning kehijauan dan beraroma harum.

Riska (2012) melakukan penelitian yang berjudul Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Buah Jeruk Lokal dan Buah Jeruk Impor di Kabupaten Kudus. Disimpulkan bahwa berdasarkan analisis hasil uji Chi Square terdapat perbedaan preferensi konsumen terhadap semua atribut-atribut yang ada buah jeruk lokal dan jeruk impor. Kecuali pada atribut warna buah jeruk impor tidak ada perbedaan preferensi.

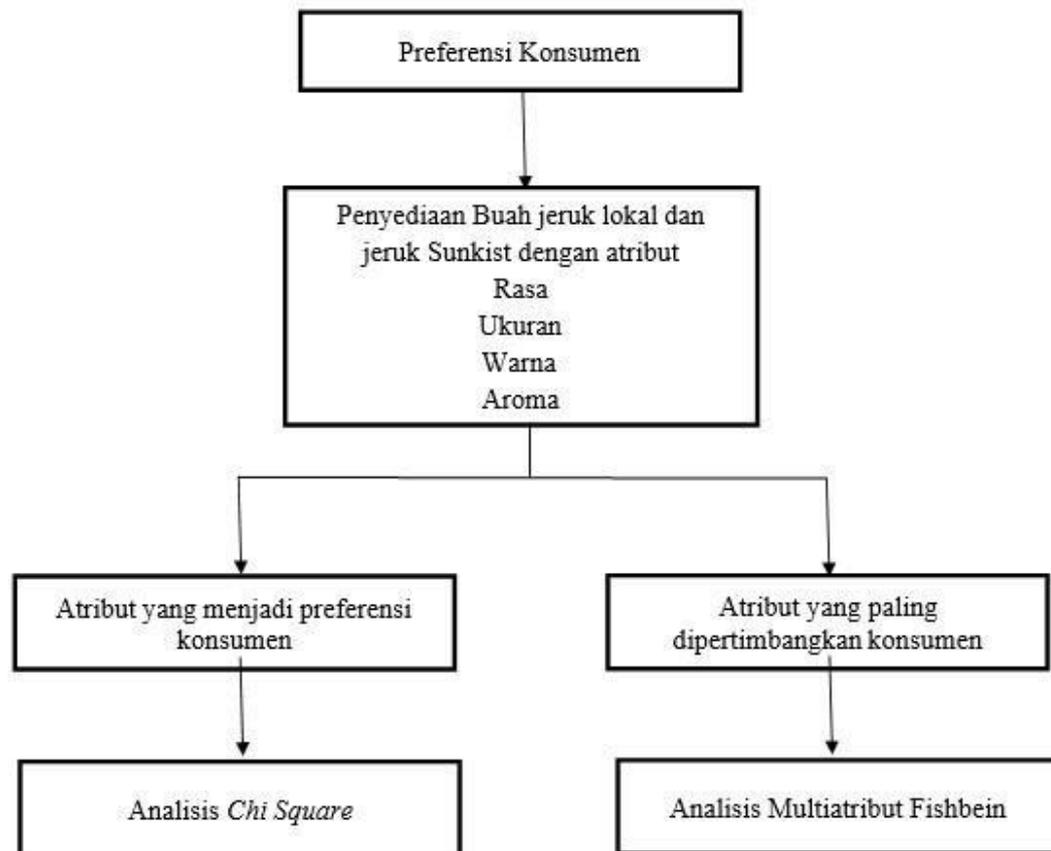
Isan *et al* (2016), melakukan penelitian yang berjudul Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Buah Jeruk Lokal dan Buah Jeruk (*Sunkist*) Impor Kota Palu. Dapat disimpulkan terdapat perbedaan preferensi konsumen terhadap semua atribut-atribut pada buah jeruk lokal dan buah jeruk impor, kecuali pada atribut warna buah jeruk impor, kecuali pada atribut warna buah jeruk impor.

Novriansyah (2019) melakukan penelitian yang berjudul Preferensi Konsumen Terhadap Buah Jeruk Lokal dan Buah Jeruk Impor di Kota Tasikmalaya. Menurut hasil penelitian diatas bahwa nilai sikap konsumen lebih tinggi terhadap nilai atribut jeruk lokal dibandingkan dengan atribut jeruk impor, dengan nilai sikap atribut jeruk lokal sebesar 10,3, sedangkan untuk nilai sikap atribut jeruk impor sebesar 9,9. Atribut jeruk yang paling dipertimbangkan konsumen yaitu harga, rasa dan kesegaran sedangkan atribut buah jeruk impor yang paling dipertimbangkan oleh konsumen yaitu warna kulit atau tampilan.

Kerangka Pemikiran

Memperkenalkan suatu pengetahuan tentang preferensi konsumen yang diberi nama teori preferensi nyata (*revealed preference*). Dalam teori ini menyatakan bahwa setiap konsumen pasti mempunyai preferensi, preferensi ini akan mengarahkan konsumen dalam pembelian barang kebutuhannya di pasar. Jadi apa yang dibelinya di pasar merupakan petunjuk atas susunan preferensinya, dengan kata lain permintaannya di pasar merupakan preferensi nyata baginya.

Untuk mengetahui atribut-atribut yang menjadi preferensi konsumen dalam keputusan pembelian jeruk digunakan analisis Chi Square. Analisis ini merupakan analisis statistic untuk mengetahui signifikansi perbedaan proporsi objek penelitian.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

METODE PENELITIAN

Metode Penelitian

Jenis penelitian yang dipakai adalah tipe deskriptif. Dimana penelitian ini bertujuan membuat deskripsi secara sistematis dan akurat tentang fakta-fakta dan sifat populasi atau objek tertentu, penelitian ini menggambarkan objek penelitian melalui kuisioner terhadap responden.

Metode Penentuan Lokasi Penelitian

Metode penentuan lokasi dilakukan secara sengaja (*Purposive*) yaitu ditentukan secara sengaja dikarenakan lokasi mudah dijangkau yang disesuaikan dengan tujuan penelitian yakni Pasar Raya Medan Mega Trade Centre (MMTC) yang merupakan pasar tradisional berbasis modern yang sudah diresmikan pada tahun 2017 di lokasi perbatasan antara Medan dan Deli Serdang.

Metode Penarikan Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang diambil melalui cara-cara tertentu, jelas dan lengkap yang dianggap bisa mewakili populasi. Responden dalam penelitian ini adalah konsumen akhir yang membeli buah jeruk lokal dan jeruk impor untuk dikonsumsi sendiri. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik *accidental sampling* yaitu berdasarkan faktor spontanitas, artinya siapa saja yang secara sengaja bertemu dengan peneliti, maka orang tersebut dapat digunakan sebagai responden apabila orang yang secara sengaja ditemui cocok sebagai sumber data.

Sesuai dengan Sugiyono (2017) yang menyatakan sebaiknya ukuran sampel diantara 30 s/d 500 dan jika sampel dipecah lagi kedalam subsample (laki-laki atau perempuan, junior atau senior dan sebagainya) jumlah minimal sub sampel harus

sebanyak 30. Jumlah sampel pada penelitian ini sebanyak 34 sampel.

Metode Pengumpulan Data

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder :

- a. Data primer, merupakan data yang diperoleh dari hasil responden melalui wawancara dan penyebaran kuesioner
- b. Data sekunder, merupakan data yang diperoleh dari jurnal, pustaka, lembaga atau instansi yang berkaitan dalam penelitian ini.

Pengumpulan data primer dengan mengajukan pertanyaan yang sistematis melalui kuisisioner dengan cara wawancara kepada konsumen sebagai responden penelitian.

Metode Analisis Data Analisis *Chi Square* (X^2)

Menurut Narti (2015) Chi Square tabel yang digunakan adalah dengan taraf kepercayaan 90%. Untuk mengetahui preferensi konsumen terhadap pembelian buah jeruk lokal dan buah jeruk impor di Pasar Tradisional MMTC Deli Serdang, digunakan analisis Chi Square. Chi Square merupakan alat analisis statistik yang digunakan untuk mengetahui perbedaan yang signifikan antara variabel rasa, ukuran, warna dan aroma. Chi Square dinyatakan dengan rumus :

$$X^2 = \sum_{i=1}^k \frac{(O_i - E_i)^2}{E_i}$$

Keterangan :

- X^2 : Nilai angka yang memberikan keterangan hasil observasi
- O_i : Banyaknya responden yang memilih kategori jeruk lokal dan impor
- E_i : Banyaknya responden yang diharapkan dalam kategori jeruk lokal

dan impor

i, \dots, k : Kategori atribut dalam atribut jeruk lokal dan impor

Analisis Multiatribut Fishbein

Metode ini digunakan untuk mengetahui atribut buah jeruk lokal dan impor yang paling dipertimbangkan digunakan analisis multiatribut Fishbein dengan rumus sebagai berikut :

$$A_0 = \sum_{i=1}^n b_i \cdot e_i$$

Keterangan :

A_0 : Sikap konsumen terhadap buah jeruk lokal dan impor
 b_i : Tingkat keyakinan konsumen bahwa buah jeruk lokal dan impor memiliki atribut tertentu (atribut ke-i)
 e_i : Dimensi evaluatif konsumen terhadap variabel ke-i yang dimiliki buah jeruk lokal dan impor
 n : Jumlah atribut yang dimiliki buah jeruk lokal dan impor

Langkah-langkahnya sebagai berikut :

- a. Menentukan penilaian kepercayaan terhadap atribut buah jeruk lokal dan impor dengan cara menentukan standar penilaian (scoring) dengan menggunakan skala likert.

Skala likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi orang atau kelompok orang terhadap suatu kejadian atau keadaan sosial, dimana variable yang akan di ukur dijabarkan menjadi indikator-indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak ukur menyusun item-item pernyataan (Sarjono dan Julianita, 2011).

Dalam hal ini sikap seseorang terhadap sesuatu akan diberi nilai skor, yaitu sebagai berikut : 5= sangat baik, 4= baik, 3= cukup, 2=tidak baik, 1=sangat

tidak baik.

$$b_i = \frac{5a + 4b + 3c + 2d + e}{a + b + c + d + e}$$

Keterangan :

b_i : nilai kepercayaan terhadap buah jeruk lokal dan impor

a : jumlah konsumen yang memilih sangat baik

b : jumlah konsumen yang memilih baik

c : jumlah konsumen yang memilih cukup

d : jumlah konsumen yang memilih tidak baik

e : jumlah konsumen yang memilih sangat tidak baik

- b. Menentukan evaluasi mengenai atribut (e_i) dengan menentukan standari (scoring) dengan menggunakan skala likert seperti langkah diatas, kemudian skor masing-masing atribut dibagi dengan jumlah konsumen untuk mengetahui nilai evaluasi konsumen terhadap atribut buah jeruk lokal dan impor

- c. Menentukan sikap terhadap objek (A_o) dengan rumus :

$$A_o = b_i \cdot e_i$$

Keterangan :

A_o : Sikap konsumen terhadap buah jeruk lokal dan impor

b_i : Tingkat kepercayaan konsumen bahwa buah jeruk impor dan lokal yang beli konsumen memiliki variabel tertentu

e_i : Dimensi evaluasi konsumen terhadap variabel ke- i yang dimiliki buah jeruk impor dan lokal

Adapun atribut buah jeruk impor dan lokal yang diamati :

1. Rasa

2. Ukuran
3. Warna
4. Aroma

Untuk menentukan atribut dimana yang dominan dipertimbangkan konsumen adalah dengan mengurutkan indeks sikap konsumen dari nilai yang tertinggi hingga terendah. Indeks sikap konsumen (Ao) yang tertinggi terhadap suatu atribut tersebut merupakan atribut buah jeruk lokal dan impor menunjukkan bahwa atribut tersebut merupakan atribut yang dominan dipertimbangkan oleh konsumen dalam keputusan pembelian.

Definisi dan Batasan Operasional

Definisi operasional digunakan untuk menyamakan pemahaman konsep dan definisi variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu :

1. Konsumsi yaitu seseorang yang mengkonsumsi dan membeli jeruk lokal dan jeruk impor untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan.
2. Karakteristik konsumen yaitu ciri-ciri dari konsumen yang membeli buah jeruk lokal dan impor di Pasar Tradisional MMTC Deli Serdang.
3. Keputusan konsumen yaitu pemilihan terhadap dua atau lebih alternatif yang diputuskan konsumen dalam membeli buah jeruk lokal dan impor di Pasar Tradisional MMTC Deli Serdang.
4. Perilaku konsumen ialah perilaku yang ditunjukkan oleh konsumen dalam pertimbangan untuk membeli dan mengkonsumsi buah jeruk lokal dan impor.
5. Atribut merupakan sesuatu yang melingkup buah jeruk meliputi karakteristik yang dimiliki untuk dipilih konsumen sebagai pertimbangan dalam membeli buah jeruk

6. Jeruk impor adalah jeruk yang memiliki kulit tebal dan biasanya memiliki rasa yang lokal. Jeruk yang termasuk dalam kelompok ini antara lain jeruk brastagi/jeruk madu.
7. Buah jeruk lokal adalah buah jeruk yang dihasilkan oleh petani lokal Indonesia.
8. Variabel penelitian adalah jenis jeruk, ukuran, aroma, warna, dan rasa.

Batasan Operasional

1. Buah jeruk yang dijadikan objek penelitian ini adalah buah jeruk lokal dan impor
2. Lokasi penelitian ini adalah di Pasar MMTC Deli Serdang
3. Ruang lingkup penelitian ini meliputi konsumen yang berbelanja di Pasar MMTC Deli Serdang
4. Waktu penelitian adalah tahun 2023.

DESKRIPSI UMUM DAERAH PENELITIAN

Letak dan Luas Daerah

Pasar Raya Deli Serdang Mega Trade Center (MMTC) didirikan pada tanggal 7 Oktober 2016 dibawah pengelolaan PT. Deli Metropolitan dan diresmikan pada tanggal 15 Oktober 2017. Pasar Raya MMTC beroperasi pada pukul 1 pagi hingga 8 pagi. Pasar Raya MMTC terletak di Dusun VII, Jalan Williem Iskandar Desa Deli Serdang Estate, Kecamatan Percut Sei Tuan Kabupaten Deli Serdang dengan luas 7 Hektar.

Daerah Lokasi Penelitian

Pasar Raya MMTC adalah tempat bertemunya penjual dan pembeli secara langsung dan melakukan kegiatan transaksi jual beli yang biasanya dilakukan dengan pola tawar menawar, pembayaran secara tunai, bangunan biasanya terdiri dari kios-kios dan grosir yang dibuka oleh penjual maupun pengelola pasar. Umumnya menjual kebutuhan sehari-hari seperti bahan makanan berupa sayur-sayuran, buah-buahan, telur, pakaian dan lain-lainnya.

Untuk kebutuhan dan kelancaran administrasi, pasar ini di pimpin oleh seorang kepala pasar dan dibantu oleh staff dan beberapa petugas seperti koordinator pedagang, koordinator kebersihan dan keamanan pasar. Kegiatan pemasaran tidak cukup hanya ada jalan distribusi antara produsen dan konsumen, seperti adanya distributor, agen, pedagang dan lain-lain. Namun tidak kalah pentingnya juga harus ada ketersediaan sarana dan prasarana yang memadai.

a) Potensi Pasar

Untuk mengetahui seberapa besarnya potensi yang dimiliki pasar MMTC, dapat dilihat dari Tabel 2 berikut dimana sesuai dengan data yang diperoleh langsung dari kantor pengelola Pasar Raya MMTC.

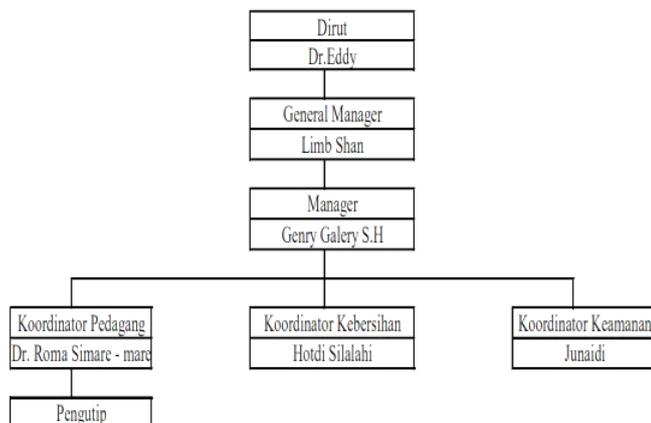
Tabel 2. Daftar Potensi Pasar Raya MMTC

No	Jumlah Bangunan	Aktif	Tidak Aktif	Jumlah
1	Kios Sayur	750	290	1040
2	Kios Buah	90	-	90
3	Kios Ikan	90	-	90
4	Sembako	30	10	40
5	Masjid	1	-	1
6	KM/WC	30	-	30
Jumlah		991	300	1.291

Sumber : Kantor Pengelola Pasar Raya MMTC, 2022

b) Struktur Organisasi

Struktur organisasi dapat dilihat dari Gambar 2 dimana data diperoleh langsung dari kantor pusat Pasar Raya MMTC berdasarkan jabatan masing-masing. Adapun struktur organisasi dari Pasar Raya Deli Serdang Mega Trade Center Kecamatan Percut Sei Tuan Kabupaten Deli Serdang.



Gambar 2. Struktur Organisasi Pasar Raya MMTC

Sarana dan Prasarana Umum

Sarana dan prasarana sangat mempengaruhi perkembangan dan kemajuan masyarakat. Semakin baik sarana dan prasarana akan mempercepat laju pembangunan, sarana dan prasarana di Pasar Raya MMTC sangat baik, hal ini dapat dilihat dari segi keamanan, parkir, dan tempat ibadah yang ada di Pasar Raya MMTC.

a) Keamanan

Pasar Raya MMTC dilengkapi dengan anggota keamanan sebanyak 20 orang dan dibagi menjadi 2 shift pekerjaan. Pos keamanan terletak di bagian pintu depan masuk maupun dalam pasar, para petugas keamanan akan berkeliling di setiap tempat, baik di dalam pasar, lokasi parker, mushola dan kantor untuk memantau keamanan di Pasar Raya MMTC pada saat konsumen berbelanja.

b) Parkir

Pasar Raya MMTC menyediakan jasa parker untuk kendaraan roda dua, kendaraan roda tiga, dan kendaraan roda empat. Dengan dikenakan tarif sebesar Rp 2.000 untuk kendaraan roda dua, Rp 3.000 untuk kendaraan roda tiga, dan Rp 4.000 untuk kendaraan roda empat.

c) Masjid

Salah satu tempat ibadah yang terdapat di Pasar Raya MMTC adalah masjid yang terletak di tengah pasar sehingga memudahkan para pedagang maupun konsumen untuk beribadah.

Keadaan Penduduk

Keadaan Kabupaten Deli Serdang meliputi jumlah dan kepadatan penduduk, penduduk menurut jenis kelamin, dan keadaan penduduk menurut tingkat pendidikan adalah sebagai berikut :

1. Jumlah dan Kepadatan Penduduk

Pertambahan dan penurunan jumlah penduduk di suatu daerah dipengaruhi oleh beberapa hal seperti migrasi, mortalitas (kematian), dan natalitas (kelahiran). Berikut adalah tabel mengenai jumlah dan kepadatan penduduk di Kabupaten Deli Serdang tahun 2017 – 2022.

Tabel 3. Jumlah dan Kepadatan Penduduk Kabupaten Deli Serdang Tahun 2017-2022

Luas Wilayah dan Kepadatan Penduduk	Luas, Jumlah dan Kepadatan Penduduk (Orang/Km²)			
	2019	2020	2021	2022
Luas Wilayah	2.497,72	2.497,72	2.497,72	2.497,72
Jumlah Penduduk	2.195.709	1.931.441	1.941.374	1.953.986
Kepadatan Penduduk	879	773	777	782

Sumber : BPS, 2022

Berdasarkan Tabel 3 diatas diketahui bahwa terjadi penurunan penduduk di kabupaten Deli Serdang dari tahun 2017 hingga tahun 2022. Pada tahun 2021 jumlah penduduk sebanyak 1.941.374 jiwa kemudian terjadi peningkatan di tahun 2022 menjadi sebanyak 1.953.986 jiwa.

Semakin meningkatnya jumlah penduduk di suatu wilayah maka semakin meningkat pula kebutuhan dan keinginan akan suatu produk, sehingga perlu adanya pemasaran agar produk tersebut dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan. Pemasar harus bisa menyediakan produk sesuai dengan selera konsumen agar konsumen memperoleh kepuasan.

2. Keadaan Penduduk Menurut Jenis Kelamin

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik Kabupaten Deli Serdang, Jumlah penduduk Kabupaten Deli Serdang menurut jenis kelamin pada tahun 2019 - 2022, sebagai berikut :

Tabel 4. Jumlah Penduduk Kabupaten Deli Serdang Menurut Jenis Kelamin Tahun 2019 – 2022

No	Tahun	Jenis Kelamin		Jumlah (Jiwa)	Seks Ratio
		Laki-laki	Perempuan		
1	2019	1.011.509	1.184.200	2.195.709	97.83
2	2020	926.655	1.004.786	1.931.441	97.93
3	2021	936.924	1.004.450	1.941.374	97.96
4	2022	940.873	1.013.113	1.953.986	98.05

Sumber : BPS, 2022

Berdasarkan Tabel 4 diatas dapat diketahui bahwa jumlah penduduk terbanyak di kabupaten Deli Serdang pada tahun 2019 yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 1.011.509 juta jiwa dan perempuan sebanyak 1.184.200 juta jiwa. Sedangkan jumlah penduduk terkecil ada di tahun 2020 sebanyak 1.931.441 juta jiwa dengan rincian jenis kelamin laki-laki sebanyak 926.655 jiwa dan jenis kelamin Perempuan sebanyak 1.004.786 jiwa. Sedangkan untuk tahun 2021 ada 1.941.374 juta jiwa penduduk, dan untuk tahun 2022 sebanyak 1.953.986 juta jiwa penduduk.

Peranan perempuan dalam rumah tangga lebih besar dalam keputusan pembelian kebutuhan rumah tangga sehari-hari dibanding laki-laki. Jumlah penduduk berjenis kelamin perempuan lebih banyak daripada laki-laki di Kabupaten Deli Serdang. Ini menunjukkan bahwa pemenuhan kebutuhan rumah tangga terutama dalam hal pembelanjaan rumah tangga lebih ditentukan oleh perempuan.

3. Keadaan Penduduk Menurut Tingkat Pendidikan

Berdasarkan data yang diperoleh dari Badan Pusat Statistik Kabupaten Deli Serdang Tahun 2022 keadaan penduduk menurut tingkat pendidikan dapat dilihat pada Tabel 5 berikut :

Tabel 5. Jumlah Penduduk Menurut Tingkat Pendidikan di Kabupaten Deli Serdang Tahun 2022

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1.	Perguruan Tinggi	307.728	16%
2.	SMA	541.287	28%
3.	SMK	585.641	30%
4.	SD	429.771	22%
5.	Tidak Sekolah	89.559	5%
Jumlah		1.953.986	100%

Sumber : BPS, 2022

Berdasarkan Tabel 5 diatas dapat diketahui bahwa di Kabupaten Deli Serdang, jumlah penduduk paling banyak adalah yang tamat Sekolah Menengah Kejurusan (SMK) yaitu sejumlah 585.641 jiwa penduduk dengan persentase 30%. Dan yang paling sedikit adalah yang tidak bersekolah yaitu sebanyak 89.559 jiwa penduduk dengan persentase penduduk 5%. Sedangkan untuk tingkat Pendidikan perguruan tinggi sebanyak 307.728 jiwa, tingkat Pendidikan SMA sebanyak 541.287 jiwa, Tingkat Pendidikan SD sebanyak 429.771 jiwa.

Tingkat pendidikan akan mempengaruhi keputusan konsumen dalam mengkonsumsi suatu bahan pangan. Semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang maka akan semakin banyak informasi dan pengetahuan tentang produk pangan tertentu yang diterima oleh seseorang, sehingga akan berpengaruh juga dalam proses pembelian suatu produk. Konsumen akan lebih mempertimbangkan atribut yang melekat pada produk tersebut yang sesuai dengan preferensi mereka.

Keadaan Sarana Perekonomian

Kabupaten Deli Serdang merupakan kabupaten yang berkembang sebagai daerah perdagangan dan pertanian. Kenyataan ini terjadi karena adanya sarana perekonomian yang sangat mendukung. Data mengenai keadaan penduduk dan sarana perkenomian di Kabupaten Deli Serdang yang telah diuraikan diatas merupakan data-data yang mendukung dalam penelitian ini. Karena dengan mengetahui karakteristik daerah penelitian maka akan sangat membantu para produsen dalam menentukan segmentasi pasar, daerah pemasaran, dan strategi pemasaran yang baik di sekitar wilayah Kabupaten Deli Serdang secara pasti.

Karakteristik Responden

1. Jenis Kelamin

Responden adalah konsumen buah jeruk lokal dan jeruk impor di pasar MMTC Deli Serdang. Adapun karakteristik responden meliputi: Jenis kelamin, umur, Pendidikan, Pekerjaan, Penghasilan, dan Jumlah Keluarga.

Tabel 7. Jumlah Responden Konsumen Jeruk Lokal dan Jeruk Impor Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Responden		Total Responden	Persentase
	Jeruk Lokal	Jeruk Impor		
Perempuan	15 Orang	17 Orang	32	83%
Laki-laki	4 Orang	3 Orang	7	17%
Jumlah	17 Orang	17 Orang	34 Orang	100%

Sumber : Data Primer, diolah 2023

Berdasarkan Tabel 7 diatas dapat dilihat bahwa jumlah responden konsumen buah jeruk lokal dan jeruk impor yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 2 orang dengan persentase 6% dan jumlah responden yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 32 orang dengan persentase 94%.

2. Usia

Umur merupakan variabel yang akan mempengaruhi perbedaan selera dan kesukaan terhadap suatu produk.

Tabel 8. Jumlah Responden Konsumen Jeruk Lokal dan Jeruk Impor Berdasarkan Usia

Usia (Tahun)	Jumlah Responden		Total Responden	Persentase
	Jeruk Lokal	Jeruk Impor		
15 – 25	2 Orang	3 Orang	5	15%
26 – 35	13 Orang	10 Orang	23	68%
36 – 45	0 Orang	2 Orang	2	6%
46 - 55	2 Orang	2 Orang	4	12%
Jumlah	17 Orang	17 Orang	34 Orang	100%

Sumber :Data Primer, diolah 2023

Berdasarkan Tabel 8 diatas dapat dilihat bahwa responden konsumen jeruk yang berusia 15-25 tahun berjumlah 5 orang dengan persentase 15%, responden konsumen buah jeruk yang berusia 26–35 tahun berjumlah 23 orang dengan persentase 68%, jumlah konsumen jeruk yang berusia 36–45 tahun berjumlah 2 orang dengan persentase 6% dan konsumen jeruk yang berusia 46-55 tahun berjumlah 4 orang dengan persentase 12%.

3. Tingkat Pendidikan

Tingkat pendidikan menentukan seseorang dalam menerima pengetahuan dan informasi. Semakin tinggi tingkat pendidikan yang dimiliki oleh seseorang, maka semakin tinggi informasi dan pengetahuan yang diterima seseorang, termasuk adanya kesadaran akan Kesehatan. Hal ini akan mempengaruhi respon atau tanggapan orang tersebut dalam mengambil keputusan. Pada tabel 9 disajikan banyaknya responden dalam penelitian berdasarkan tingkat pendidikan, yaitu sebagai berikut :

Tabel 9. Jumlah Responden Konsumen Jeruk Lokal dan Jeruk Impor Berdasarkan Jenis Kelamin

Pendidikan	Jumlah Responden		Total Responden	Persentase
	Jeruk Lokal	Jeruk Impor		
SMA	8 Orang	8 Orang	16	47%
SMK	3 Orang	5 Orang	8	24%
S1	6 Orang	4 Orang	10	29%
Jumlah	17 Orang	17 Orang	34 Orang	100%

Sumber :Data Primer, diolah 2023

Dapat dilihat dari Tabel 9 diatas, bahwa responden konsumen jeruk yang memiliki Pendidikan SMA berjumlah 16 orang dengan persentase 47%, responden dengan Pendidikan SMK berjumlah 8 orang dengan persentase 24%, dan responden dengan Pendidikan S1 berjumlah 10 orang dengan persentase 29%.

4. Pekerjaan

Jenis pekerjaan seseorang akan mempengaruhi pendapatan yang diterima. Pendapatan tersebut kemudian akan mempengaruhi proses keputusan dan pola konsumsi seseorang yang selanjutnya akan mempengaruhi daya beli konsumen terhadap suatu produk.

Pada tabel ini akan disajikan banyaknya responden dalam penelitian berdasarkan pekerjaan, yaitu sebagai berikut:

Tabel 10. Jumlah Responden Konsumen Jeruk Lokal dan Jeruk Impor Berdasarkan Pekerjaan

Pendidikan	Jumlah Responden		Total Responden	Persentase
	Jeruk Lokal	Jeruk Impor		
Wiraswasta	8 Orang	2 Orang	10	29%
Karyawan	5 Orang	-	5	15%
Pegawai	2 Orang	4 Orang	6	18%
Guru	1 Orang	-	1	3%
Pedagang	1 Orang	1 Orang	2	6%
IRT	-	8 Orang	8	24%
Pelajar dan	-	2 Orang	2	6%

Mahasiswa

Jumlah	17 Orang	17 Orang	34 Orang	100%
---------------	-----------------	-----------------	-----------------	-------------

Sumber :Data Primer, diolah 2023

Dapat dilihat dari Tabel 10 diatas bahwa responden paling banyak adalah responden dengan pekerjaan sebagai wirasawasta yakni sebanyak 10 orang. Pekerjaan sebagai karyawan sebanyak 5 orang, pekerjaan sebagai pegawai 6 orang. Dan reponden paling sedikit adalah responden dengan pekerjaan sebagai guru yakni sebanyak 1 orang, pekerjaan sebagai pedagang sebanyak 2 orang, pekerjaan sebagai Ibu rumah tangga (IRT) sebanyak 8 orang, dan pekerjaan sebagai pelajar dan mahasiswa sebanyak 2 orang.

5. Penghasilan

Penghasilan memiliki peranan penting dalam rumah tangga sebab penghasilan akan mempengaruhi keputusan dalam konsumsi rumah tangga. Besarnya jumlah pendapatan menggambarkan besarnya daya beli dari konsumen.

Pada tabel ini akan disajikan banyaknya responden dalam penelitian berdasarkan tingkat penghasilan sebagai berikut:

Tabel 11. Jumlah Responden Konsumen Jeruk Lokal dan Jeruk Impor Berdasarkan Penghasilan

Penghasilan	Jumlah Responden		Total Responden	Persentase
	Jeruk Lokal	Jeruk Impor		
<2.000.000	4 Orang	5 Orang	9	26%
2.000.000-3.000.000	11 Orang	10 Orang	21	62%
>3.000.000	2 Orang	2 Orang	4	12%
Jumlah	17 Orang	17 Orang	34 Orang	100%

Sumber :Data Primer, diolah 2023

Dapat dilihat pada Tabel 11 diatas dapat diketahui bahwa jumlah responden terbanyak adalah responden dengan penghasilan Rp 2.000.000 sampai Rp 3.000.000 yaitu sebanyak 21 responden dengan persentase 62%. Dan untuk

responden dengan penghasilan paling sedikit adalah responden dengan penghasilan diatas Rp 3.000.000 yaitu sebanyak 4 orang responden dengan persentase 12%. Kemudian untuk responden dengan penghasilan kurang dari Rp 2.000.000 adalah sebanyak 9 responden dengan persentase 26%.

6. Jumlah Anggota Keluarga

Jumlah anggota keluarga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian dan konsumsi rumah tangga. Semakin banyak jumlah anggota di dalam suatu keluarga maka pembelian suatu produk, dalam hal ini buah jeruk akan semakin besar.

Pada tabel berikut akan disajikan karakteristik responden buah jeruk lokal dan impor menurut jumlah anggota keluarga sebagai berikut:

Tabel 12. Jumlah Responden Konsumen Jeruk Lokal dan Impor Berdasarkan Jumlah Anggota Keluarga

Jumlah Keluarga	Jumlah Responden		Total Responden	Persentase
	Jeruk Lokal	Jeruk Impor		
<2	6 Orang	4 Orang	10	29%
2-3	9 Orang	8 Orang	17	50%
>3	2 Orang	5 Orang	7	21%
Jumlah	17 Orang	17 Orang	34 Orang	100%

Sumber :Data Primer, diolah 2023

Dapat dilihat pada Tabel 12 diatas bahwa jumlah responden paling banyak adalah responden dengan jumlah keluarga 2 sampai 3 orang yakni sebanyak 17 responden dengan persentase 50%. Kemudian responden paling sedikit adalah responden dengan jumlah keluarga lebih dari 3 orang yakni sebanyak 7 orang dengan persentase 21%. Dan dengan jumlah keluarga kurang dari 2 adalah sebanyak 10 orang responden dengan persentase 29%.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian yang sudah dilakukan di pasar MMTC Deli Serdang menunjukkan bahwa preferensi konsumen terhadap pembelian buah jeruk lokal dan impor mendapatkan hasil yang berbeda-beda. Hal ini disebabkan karena semua konsumen memiliki selera yang berbeda-beda baik yang ditinjau dari preferensi konsumen terhadap atribut buah jeruk maupun penilaian keyakinan dan evaluasi.

Berikut ini adalah hasil preferensi konsumen terhadap atribut buah jeruk lokal dan buah jeruk impor serta penilaian keyakinan dan evaluasi konsumen terhadap atribut buah jeruk lokal dan buah jeruk impor.

Preferensi Konsumen Terhadap Atribut-atribut Buah Jeruk

Preferensi responden konsumen terhadap jenis buah jeruk merupakan pilihan suka atau tidak suka oleh seseorang terhadap produk buah jeruk yang dikonsumsi. Pilihan tersebut berbeda-beda antar konsumen responden dengan konsumen responden lain. Preferensi responden terhadap buah jeruk di Pasar MMTC Deli Serdang dapat di analisis menggunakan *Chi Square*. Preferensi konsumen di Pasar MMTC Deli Serdang diketahui dari frekuensi konsumen yang memilih atribut-atribut buah jeruk yang diteliti adalah warna buah, rasa, ukuran, dan aroma.

Tabel 13. Hasil Analisis Atribut Buah Jeruk

	Test Value = 0						
	t	df	Sig.	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference		
					Lower	Upper	
Warna	13.719	33	.000	1.44118	1.2274	1.6549	
Rasa	16.925	33	.000	1.47059	1.2938	1.6474	
Ukuran	25.851	33	.000	1.05882	.9755	1.1422	
Aroma	17.602	33	.000	1.52941	1.3526	1.7062	

Sumber: Data primer diolah, 202

Tabel 13 diatas menunjukkan bahwa semua atribut yang diamati dalam penelitian ini berbeda nyata dalam taraf kepercayaan 95% yang berarti bahwa nilai $\text{sig} < 0.05$ maka H_a diterima, karena dari keempat atribut yang diamati, nilai $\text{sig} < 0.05$. Artinya, terdapat perbedaan preferensi konsumen terhadap atribut (warna, rasa, ukuran, dan aroma) yang ada pada jenis buah jeruk.

Keyakinan dan Evaluasi

Sikap responden bisa menggambarkan kepercayaan responden terhadap berbagai atribut dari buah jeruk impor dan jeruk lokal tersebut. Kepercayaan responden buah jeruk lokal dan jeruk impor adalah pengetahuan responden mengenai buah jeruk dan manfaatnya. Keyakinan dan evaluasi konsumen terhadap buah jeruk lokal dan jeruk impor dapat dilihat dari Tabel 14 berikut:

Tabel 14. Keyakinan Konsumen (bi) Terhadap Atribut Buah Jeruk Lokal dan Jeruk Impor

Atribut Buah Jeruk Lokal dan Jeruk Impor	Nilai					Total Nilai	Rata-rata
	5	4	3	2	1		
Warna	3	24	6	1	0	34	26,2
	15	96	18	2	0	131	
Rasa	5	25	3	0	0	34	26,8
	25	100	9	0	0	131	
Ukuran	4	21	7	2	0	34	25,8
	20	84	21	4	0	129	
Aroma	3	20	6	5	0	34	24,6
	15	80	18	10	0	123	

Sumber : Data Primer diolah, 2023

Pada Tabel 14 menunjukkan bahwa atribut yang diyakini paling baik oleh konsumen responden adalah rasa dari buah jeruk lokal dan jeruk impor dengan nilai rata-rata 26,8 atau dapat dikatakan, konsumen mempunyai keyakinan bahwa rasa buah jeruk lokal dan jeruk impor yang paling baik dibandingkan dengan atribut warna, ukuran, dan aroma.

Tabel 15. Evaluasi Konsumen (ei) Terhadap Atribut Buah Jeruk Lokal dan Jeruk Impor

Atribut Buah Jeruk Lokal dan Jeruk Impor	Nilai					Total Nilai	Rata-rata
	5	4	3	2	1		
Warna	1	22	5	6	0	34	24
	5	88	15	12	0	120	
Rasa	5	27	2	0	0	34	27,8
	25	108	6	0	0	139	
Ukuran	4	25	4	1	0	34	26,8
	20	100	12	2	0	134	
Aroma	2	20	5	7	0	34	23,8
	10	80	15	14	0	119	

Sumber : Data Primer diolah, 2023

Tabel 15 menunjukkan bahwa rasa buah jeruk merupakan atribut yang mempunyai tingkat kepentingan paling tinggi dalam keputusan pembelian buah jeruk lokal dan jeruk impor. Ini artinya, konsumen menganggap bahwa atribut rasa buah jeruk adalah atribut yang paling utama atau paling penting untuk diperhatikan dalam menentukan keputusan pembelian buah jeruk.

Dengan mengalikan angka penilaian keyakinan (bi) dan nilai evaluasi konsumen (ei) terhadap atribut buah jeruk, maka diperoleh indeks sikap konsumen (Ao). Angka ini menunjukkan penilaian konsumen terhadap atribut yang melekat pada buah jeruk meliputi warna, rasa, ukuran, dan aroma. Adapun nilai dari indeks sikap konsumen (Ao) terhadap buah jeruk dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 16. Sikap Konsumen Terhadap buah Jeruk Lokal dan Jeruk Impor di Pasar MMTC Deli Serdang

Atribut buah jeruk lokal dan jeruk impor	Keyakinan (bi)	Evaluasi (ei)	Sikap (Ao)	Peringkat
Warna	26,2	24	628,8	III
Rasa	26,8	27,8	745,4	I
Ukuran	25,8	26,8	691,4	II
Aroma	24,6	23,8	585,4	IV

Sumber : Data primer diolah, 2023

Berdasarkan Tabel 16 dapat diketahui bahwa nilai indeks sikap konsumen terhadap atribut yang dipertimbangkan dalam keputusan pembelian buah jeruk lokal dan impor berturut turut dari yang paling tinggi sampai yang paling rendah adalah rasa, ukuran, warna, dan aroma. Dapat dikatakan bahwa atribut rasa dengan nilai indeks sikap 745,4 dan ukuran dengan nilai indeks sikap 691,4 merupakan dua atribut yang paling dominan dipertimbangkan oleh konsumen dari pada atribut rasa dan aroma dalam keputusan pembelian buah jeruk.

Preferensi Konsumen Terhadap Atribut-atribut Buah Jeruk

Preferensi konsumen terhadap buah jeruk di Pasar MMTC Deli Serdang dapat diketahui dari konsumen yang memilih atribut dari buah jeruk lokal dan jeruk impor yang diteliti. Untuk mengetahui preferensi dari yang memilih buah jeruk lokal dan jeruk impor dapat dilihat pada tabel tabulasi silang (*crosstab*) sebagai berikut:

Tabel 17. Case processing Summary Jenis Jeruk dengan Atribut Warna

	Valid		Cases Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
jenis jeruk *	34	100.0%	0	0.0%	34	100.0%
preferensi_warna						

Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Pada Tabel 17 diatas jenis jeruk dengan atribut warna Case processing Summary banyaknya data yang valid sebesar 34 dan tidak ada data yang missing atau hilang.

Tabel 18. Crosstabulation Jenis Jeruk dengan Atribut Warna

		preferensi_warna			Total
		oranye	kuning kehijauan	hijau kekuningan	
jenis jeruk	jeruk lokal	6	9	2	17
	jeruk impor	15	2	0	17
Total		21	11	2	34

Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Pada Tabel 18 tabulasi silang antara jenis jeruk dengan warna, baris nilai observasi menunjukkan preferensi konsumen yang memilih jeruk lokal berdasarkan warna oranye sebanyak 6 orang, warna kuning keijauan sebanyak 9 orang, dan warna hijau kekuningan sebanyak 2 orang. Sedangkan untuk preferensi konsumen yang memilih jeruk impor berdasarkan warna oranye sebanyak 15 orang, warna hijau kekuningan sebanyak 2 orang, dan warna hijau kekuningan tidak ada.

Warna buah jeruk lokal yang paling disukai di Pasar MMTC Deli Serdang adalah buah jeruk lokal yang memiliki warna kuning kehijauan, sedangkan untuk buah jeruk impor warna yang disukai adalah warna oranye.

Warna kuning kehijauan disukai karena menandakan bahwa buah jeruk tersebut sudah terlihat matang dan tidak terlalu muda sehingga layak di konsumsi dan mempunyai tingkat kematangan sedang, sehingga lebih segar.

Tabel 19. Crosstabulation Jenis Jeruk dengan Atribut Rasa

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
jenis jeruk * preferensi_rasa	34	100.0%	0	0.0%	34	100.0%

Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Pada Tabel 19 diatas jenis jeruk dengan atribut rasa Case processing Summary banyaknya data yang valid sebesar 34 dan tidak ada data yang missing atau hilang.

Tabel 20. Crosstabulation Jenis Jeruk dengan Atribut Rasa

		preferensi konsumen		Total
		manis	manis sedikit asam	
jenis jeruk	jeruk lokal	5	12	17
	jeruk impor	13	4	17

Total	18	16	34
-------	----	----	----

Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Pada Tabel 20 tabulasi silang antara jenis jeruk dengan rasa, menunjukkan preferensi konsumen yang memilih jeruk lokal berdasarkan rasa manis sebanyak 5 orang. Dan konsumen yang memilih jeruk lokal berdasarkan rasa manis sedikit asam sebanyak 12 orang.

Tabulasi silang antara jenis jeruk dengan rasa, menunjukkan preferensi konsumen yang memilih jeruk impor berdasarkan rasa manis sebanyak 13 orang. Dan konsumen yang memilih jeruk lokal berdasarkan rasa manis sedikit asam sebanyak 4 orang.

Rasa buah jeruk erat kaitannya dengan tingkat kematangan buah. Buah jeruk yang berkualitas baik memiliki tingkat kemanisan yang tinggi. Untuk rasa buah jeruk, konsumen di Pasar MMTC Deli Serdang lebih menyukai rasa yang manis. Buah jeruk yang mempunyai rasa manis disukai konsumen karena pada umumnya rasa manis merupakan rasa yang enak untuk dinikmati. Sedangkan buah jeruk yang mempunyai rasa manis sedikit asam yang disukai oleh konsumen karena rasa ini lebih dominan ke rasa manis dari pada rasa asamnya, sehingga konsumen kurang menyukainya. Buah jeruk yang mempunyai rasa asam juga kurang disukai oleh konsumen karena rasanya kurang enak dan menimbulkan rasa asam di lidah.

Tabel 21. Crosstabulation Jenis Jeruk dengan Atribut Ukuran

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
jenis jeruk * preferensi_rasa	34	100.0%	0	0.0%	34	100.0%

Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Pada Tabel 21 diatas jenis jeruk dengan atribut rasa Case processing

Summary banyaknya data yang valid sebesar 34 dan tidak ada data yang missing atau hilang.

Tabel 22. Crosstabulation Jenis Jeruk dengan Atribut Ukuran

		preferensi konsumen		Total
		besar	sedang	
jenis jeruk	jeruk lokal	17	0	17
	jeruk impor	15	2	17
Total		32	2	34

Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Pada Tabel 22 tabulasi silang antara jenis jeruk dengan ukuran, baris nilai observasi menunjukkan preferensi konsumen yang memilih buah jeruk lokal berdasarkan ukuran besar (6-8 buah/kg) sebanyak 17 orang dan berdasarkan ukuran sedang tidak ada. Untuk jenis buah jeruk impor konsumen yang memilih buah jeruk impor berdasarkan ukuran besar (6-8 buah/kg) sebanyak 15 orang dan berdasarkan ukuran sedang (9-12 buah/kg) sebanyak 2 orang.

Ukuran buah berkaitan dengan jumlah buah tiap kilogramnya. Untuk ukuran buah, jeruk yang paling disukai oleh konsumen adalah buah jeruk yang berukuran besar (6-8 buah/kg) karena konsumen yang menginginkan kepuasan yang lebih tinggi untuk mengonsumsi buah jeruk. Konsumen lebih menyukai buah jeruk yang berukuran sedang (9-12 buah/kg) karena tidak terlalu banyak, juga tidak terlalu sedikit. Selain itu juga karena buah jeruk yang berukuran sedang lebih merata apabila dibagikan kepada seluruh anggota keluarga.

Sedangkan ukuran buah jeruk yang kecil (13-17 buah/kg) juga kurang disukai oleh konsumen karena daging buahnya lebih sedikit, sehingga kurang memberikan rasa kepuasan dalam mengonsumsi buah jeruk. Jadi berdasarkan kondisi di lokasi penelitian, buah jeruk yang menjadi preferensi konsumen rata-rata

berukuran besar (6-8 buah/kg).

Tabel 23. Crosstabulation Jenis Jeruk dengan Atribut Aroma

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
jenis jeruk * preferensi_rasa	34	100.0%	0	0.0%	34	100.0%

Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Pada Tabel 23 diatas jenis jeruk dengan atribut rasa Case processing Summary banyaknya data yang valid sebesar 34 dan tidak ada data yang hilang.

Tabel 24. Crosstabulation Jenis Jeruk dengan Atribut Aroma

		preferensi konsumen		Total
		harum	segar	
jenis jeruk	jeruk lokal	6	11	17
	jeruk impor	10	7	17
Total		16	18	34

Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Pada Tabel 24 tabulasi silang antara jenis jeruk dengan aroma, baris nilai observasi menunjukkan preferensi konsumen yang memilih jeruk lokal berdasarkan aroma harum sebanyak 6 orang, dan aroma segar sebanyak 11 orang. Dan tabulasi silang antara jenis jeruk impor berdasarkan aroma harum sebanyak 10 orang dan aroma segar sebanyak 7 orang.

Konsumen buah jeruk di Pasar MMTC Deli Serdang menyukai buah jeruk yang mempunyai aroma segar karena terasa lebih wangi dan sedap baunya, sehingga banyak diminati konsumen. Buah jeruk dengan aroma harum kurang diminati oleh konsumen. Sedangkan aroma menyengat pada buah jeruk juga kurang disukai konsumen karena memiliki aroma yang tidak sedap bagi buah jeruk sehingga konsumen tidak ada memilih buah jeruk yang beraroma menyengat. Jadi berdasarkan kondisi di lokasi penelitian, buah jeruk yang menjadi preferensi

konsumen rata-rata beraroma segera.

Keyakinan dan Evaluasi terhadap Atribut-atribut Buah jeruk

Sikap seseorang terhadap obyek buah jeruk didasarkan pada penilaian seseorang terhadap atribut-atribut yang dimiliki oleh buah jeruk tersebut. Penilaian yang dimaksud menyangkut dua hal, yaitu keyakinan (belief) bahwa buah jeruk memiliki atribut tertentu serta evaluasi terhadap atribut tersebut. Salah satu model pendekatan sikap terhadap multiatribut adalah model Fishbein.

Dari analisis multiatribut Fishbein diketahui besarnya indeks sikap konsumen sehingga dapat diketahui bahwa atribut yang dipertimbangkan oleh konsumen dalam pembelian buah jeruk berturut-turut dari yang paling dipertimbangkan sampai dengan kurang dipertimbangkan adalah rasa, ukuran, warna, dan aroma.

Atribut pertama yaitu rasa, rasa merupakan atribut yang paling dipertimbangkan oleh konsumen buah jeruk di Pasar MMTC Deli Serdang dalam proses pengambilan keputusan pembelian buah jeruk. Konsumen cenderung memilih rasa buah sebagai pertimbangan pertama karena tujuan konsumen membeli buah jeruk adalah untuk dikonsumsi atau dinikmati rasanya, sehingga sangat dipengaruhi oleh indera perasa. Apabila rasa buah jeruk tidak sesuai dengan keinginan dan selera, maka konsumen tidak untuk membelinya. Selain itu, atribut rasa ini juga berkaitan dengan tingkat kematangan buah. Pada umumnya, buah yang benar-benar matang akan mempunyai rasa yang manis. Oleh karena itu rasa sangat dipertimbangkan dalam keputusan pembelian buah jeruk.

Atribut kedua yang dipertimbangkan oleh konsumen dalam proses pengambilan keputusan pembelian buah jeruk adalah ukuran buah. Pemilihan

ukuran buah oleh konsumen biasanya berhubungan dengan jumlah buah per kg agar tidak terlalu banyak, tetapi juga tidak terlalu sedikit. Konsumen dalam memilih ukuran buah jeruk ini juga didasarkan pada selera konsumen itu sendiri dan jumlah anggota keluarganya. Konsumen yang menginginkan pembagian buah jeruk yang merata dan lebih banyak untuk seluruh anggotanya cenderung untuk memilih buah jeruk dengan ukuran sedang (9 – 12 buah/kg) atau kecil (13 – 17) buah/kg). Sedangkan konsumen yang menginginkan kepuasan yang lebih bagi seluruh anggota keluarganya, lebih memilih buah jeruk dengan ukuran besar (6-8 buah/kg).

Atribut ketiga yaitu warna, warna yang dipertimbangkan konsumen dalam pembelian buah jeruk di Pasar MMTC Deli Serdang adalah warna. Atribut ini dapat diamati secara langsung sehingga mudah bagi konsumen untuk mempertimbangkan keputusan pembelian dengan atribut ini.

Atribut terakhir yang dipertimbangkan konsumen dalam pembelian buah jeruk di Pasar MMTC Deli Serdang adalah aroma buah. Atribut ini dapat diamati secara langsung dengan indera penciuman sehingga mudah bagi konsumen untuk mempertimbangkan keputusan pembelian dengan atribut ini.

Jadi atribut buah jeruk yang paling dipertimbangkan dalam keputusan pembelian buah jeruk di Pasar MMTC Deli Serdang adalah rasa. Urutan atribut dari yang paling dipertimbangkan sampai dengan yang kurang dipertimbangkan adalah atribut rasa dengan nilai indeks sikap konsumen (A_o) sebesar 628,8. Atribut yang kedua yaitu ukuran dengan nilai indeks sikap konsumen (A_o) sebesar 745,4. Atribut yang ketiga yaitu warna dengan nilai indeks sikap konsumen (A_o) sebesar 691,4 dan yang keempat yaitu atribut aroma dengan nilai indeks sikap konsumen (A_o) sebesar 585,4.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan mengenai analisis model perdagangan kedelai Indonesia di pasar internasional, di dapat beberapa kesimpulan, yaitu :

1. Buah jeruk yang menjadi preferensi konsumen di Pasar MMTC Deli Serdang adalah jenis buah jeruk lokal dan impor dengan atribut yang menjadi pilihan diantaranya rasa manis, berukuran besar (6-8 buah/kg), berwarna oranye, dan beraroma segar.
2. Atribut buah jeruk yang paling dipertimbangkan dalam keputusan pembelian buah jeruk di Pasar MMTC Deli Serdang adalah atribut rasa. Urutan atribut dari yang paling dipertimbangkan sampai dengan yang kurang dipertimbangkan adalah rasa, ukuran, warna, dan aroma.

Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka saran dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Produsen sebaiknya lebih memperhatikan dan meningkatkan kualitas rasa dari buah jeruk yang dihasilkan karena atribut rasa buah merupakan atribut yang paling dipertimbangkan oleh konsumen dalam memilih buah jeruk.
2. Pemasar buah jeruk sebaiknya lebih meningkatkan penyediaan buah jeruk yang sesuai dengan preferensi konsumen, yaitu buah jeruk yang mempunyai atribut rasa manis, berukuran besar, mempunyai warna oranye, dan beraroma segar.

DAFTAR PUSTAKA

- Alhanannasir, N., Syahputra dan G. Adam. 2021. Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pembuatan Sirup Buah Jeruk Desa Sungai Ketupak Kecamatan Cengal. *Jurnal Ilmiah, Pengabdian Kepada Masyarakat*. (Vol 3 (1) : 17-25)
- Alwie, M. A. 2018. Analisis Preferensi Konsumen Dalam Pemilihan Buah Jeruk Di Pusat Pasar Deli Serdang. Fakultas Pertanian. Skripsi. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
- Arianty, N., J. Hanifah dan L. K. N. Perys. 2019. Manajemen Pemasaran Konsep Dan Praktek. Deli Serdang: Perdana Publishing
- Bakualtz, L. Y. 2012. Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Buah Jeruk Lokal Dan Jeruk Impor Di Kabupaten Kudus. *Jurnal agronomi*. (Vol 4 (1) : 8).
- Indrawati, Muhammad dan R. Chew. 2017. Perilaku Konsumen Individu Dalam Mengadopsi Layanan Berbasis Terknologi Informasi Dan Komunikasi. Bandung: PT. Refika Aditama
- Isen, A. Lamusa dan Effendy. 2016. Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Buah Jeruk Lokal Dan Jeruk (Sunkist) Impor Kota Palu. *Jurnal agrotekbis*. (Vol 4(4): 479-483) ISSN : 2338-3011.
- Kartika, D. N dan H. Rudi. 2010. Analisis Perilaku Konsumen Buah DiPasar Tradisional Dan Pasar Modern. Keca,Atan Kaliwates Kabupaten Jember. *Jurnal SEP*. (Vol 4 (1): 24-36).
- Kotler, P dan Keller. 2013. *Marketing Management*, Pretice Hall. New Jersey
- Marsita, T. 2019. Gambaran Pola Konsumsi Buah Di Rumah Tangga Kota Palembang. *Jurnal Agisep*. (Vol 18 (1): 115-126) ISSN : 1412-8837
- Mandagie, V, P, H dan B.T Ratag. 2019. Gambaran Pengetahuan Dan Sikap Tentang Konsumsi Buah Dan Sayur Pada Peserta Didik Sma Katolik Rec Mundi Manado. (Vol 12 (1): 86.89).
- Napitupulu, D dan Y. P. Hutabarat. 2022. *Manajemen Pemasaran Digital (Perpaduan Teori dan Aplikasi)*.

- Narti, S. 2015. Hubungan Karakteristik Petani dengan Efektivitas Komunikasi Penyuluhan Pertanian dalam Program SL-PTT. *Jurnal Profesional FISUnived* (Vol 2 No 2 Desember 2015).
- Novriansyah, F. 2019. Preferensi Konsumsi Terhadap Buah Jeruk Lokal dan Buah Jeruk Impor di Kota Tasikmalaya. Skripsi. Universitas Siliwangi
- Pawening, R, E, W, J. Shudiq dan Wahyuni. 2020. Klasifikasi Kualitas Jeruk Lokal Berdasarkan Tekstur dan Bentuk Menggunakan Metode K-Nearest Neighbor. *Jurnal Kecerdasan Buatan, Komputasi dan Teknologi Informasi*.(Vol 1 (1) 10-18).
- Piyani, O dan Syahrani. 2018. Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Merek Sony (Studi di Kota Jakarta). *Jurnal Borneo Humaria*. ISSN : 2599-3305
- Priyambodo, C, S, H. S. dan D. T. Hermawati. 2019. Analisis Preferensi Konsumen Buah Jeruk di Pasar Keputran Utara, Surabaya. *Jurnal Agribisnis*. (Vol 14 (1): 85-103) ISSN : 2614-4544
- Riska, L. Y. 2012. Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Buah Jeruk Lokal dan Buah Jeruk Impor di Kabupaten Kudus. Skripsi. Universitas Sebelas Maret.
- Robert dan L. Daniel. 2014. *Mikro Ekonomi*. Jakarta : Erlangga
- Saekoko, A, N, A, E, L., Nyoko dan R. P. C. Fanggidaee. 2020. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Pemberian Smartphone Xiaomi (Studi Kasus Pada Mahasiswa Pengguna Smartphone Xiaomi Di Universitas Nusa Cendana). *Journal of Management*. (Vol 11 (1): 49-64).
- Sarjono, Haryadi dan W. Julianita. 2011. *SPSS vs LISREL: Sebuah Pengantar, Aplikasi untuk Riset*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.

Lampiran

Lampiran 1. Kriteria Responden

No	Nama	Jenis Kelamin	Umur	Pendidikan	Pekerjaan
1	Halimah	Perempuan	32 Tahun	SMK	Wiraswasta
2	Risa	Perempuan	26 Tahun	S1	Karyawan
3	Amelia Nur	Perempuan	27 Tahun	SMA	Wiraswasta
4	Hanifa	Perempuan	28 Tahun	S1	Pegawai
5	Safira	Perempuan	31 Tahun	SMA	Wiraswasta
6	Yudha	Laki-laki	25 Tahun	SMA	Karyawan
7	Novianti	Perempuan	52 Tahun	SMA	Wiraswasta
8	Ika Wahyuni	Perempuan	43 Tahun	SMA	Wiraswasta
9	Fitri	Perempuan	26 Tahun	SMK	Wiraswasta
10	Ganda	Laki-laki	24 Tahun	S1	Pengajar/Guru
11	Dyah	Perempuan	33 Tahun	S1	Karyawan
12	Dinda	Perempuan	29 Tahun	SMK	Pegawai
13	Ayu	Perempuan	26 Tahun	S1	Karyawan
14	Ria	Perempuan	20 Tahun	SMA	Pedagang
15	Yuni Aulia	Perempuan	27 Tahun	S1	Karyawan
16	M. Arief	Laki-laki	27 Tahun	SMA	Wiraswasta
17	Bayu	Laki-laki	35 Tahun	SMA	Wiraswasta
18	Ainun	Perempuan	31 Tahun	SMA	IRT
19	Hesti	Perempuan	29 Tahun	SMA	IRT
20	Audina	Perempuan	24 Tahun	SMA	Pelajar
21	Nurulia	Perempuan	28 Tahun	S1	Pegawai
22	Helena	Perempuan	25 Tahun	S1	Pegawai
23	Nisya	Perempuan	30 Tahun	S1	Pegawai
24	Sulastri	Perempuan	37 Tahun	SMA	IRT
25	Irwansyah	Laki-laki	42 Tahun	SMK	Wiraswasta
26	Magdalena	Perempuan	38 Tahun	SMA	Pedagang
27	Jumiyati	Perempuan	32 Tahun	SMK	IRT
28	Suma	Perempuan	43 Tahun	SMA	IRT
29	Denny	Laki-laki	29 Tahun	S1	IRT
30	Umi	Perempuan	33 Tahun	SMA	IRT
31	Desi	Perempuan	35 Tahun	SMK	IRT
32	Heri	Laki-laki	29 Tahun	SMK	Wiraswasta
33	Nurhayati	Perempuan	26 Tahun	SMK	Pegawai
34	Rhea	Perempuan	18 Tahun	SMA	Mahasiswa

Lampiran 2. Hasil Skor Kuisioner Responden Konsumen Buah Jeruk Lokal

KONSUMEN BUAH JERUK LOKAL																
No	Perilaku Konsumen				Preferensi Konsumen				Keyakinan Konsumen				Evaluasi Konsumen			
	P1	P2	P3	P4	P1	P2	P3	P4	P1	P2	P3	P4	P1	P2	P3	P4
1	1	2	2	2	2	2	1	2	3	5	2	2	2	5	4	2
2	4	2	2	2	2	2	1	2	5	4	4	4	4	4	4	4
3	5	2	1	3	1	1	1	1	5	5	5	4	5	4	4	4
4	4	2	3	3	2	2	1	2	4	4	5	5	4	4	5	5
5	2	3	2	3	2	2	1	2	4	4	3	4	4	4	3	4
6	2	2	2	2	1	2	1	1	3	4	4	3	3	4	4	3
7	2	2	3	3	2	2	1	2	4	4	4	4	4	4	4	4
8	2	1	4	5	2	2	1	2	4	4	4	4	4	4	4	4
9	4	5	2	2	3	2	1	2	4	4	3	3	3	5	3	3
10	4	2	3	2	2	2	1	1	5	5	5	5	4	4	4	4
11	2	2	4	5	1	1	1	1	3	5	3	2	2	5	4	2
12	4	2	3	4	2	2	1	2	4	3	3	3	4	4	4	4
13	2	2	5	5	1	2	1	2	4	4	4	4	4	4	4	4
14	2	1	2	3	2	1	1	2	4	4	4	4	4	4	5	4
15	1	4	2	2	1	1	1	1	4	4	3	4	2	4	4	3
16	1	3	2	1	3	2	1	2	4	4	4	4	4	4	4	4
17	1	3	3	4	1	1	1	1	4	4	2	2	4	4	2	2

Lampiran 4. Hasil Skor Perilaku Konsumen Buah Jeruk Lokal

Jeruk Lokal		
Kategori	Jumlah	Persentase
Dekat Rumah	4	24%
Lebih Murah	7	41%
Banyak Pilihan	0	0%
Bisa Ditawar	5	29%
Produk selalu Ada	1	6%
	17	100%

Jeruk Lokal		
Kategori	Jumlah	Persentase
< 1 Kg	1	6%
1 - 2 Kg	8	47%
2 - 4 Kg	5	29%
4 - 5 Kg	2	12%
> 5 Kg	1	6%
	17	100%

Jeruk Lokal		
Kategori	Jumlah	Persentase
Setiap Hari	2	12%
Seminggu Sekali	10	59%
2 Minggu Sekali	3	18%
3 Minggu Sekali	1	6%
Sebulan Sekali	1	6%
	17	100%

Jeruk Lokal		
Kategori	Jumlah	Persentase
< Rp 25.000	1	6%
Rp 30.000 - Rp 50.000	6	35%
Rp 50.000 - Rp 70.000	5	29%
Rp 70.000 - Rp 90.000	2	12%
> Rp 90.000	3	18%
	17	100%

Lampiran 5. Hasil Skor Perilaku Konsumen Buah Jeruk Impor

Jeruk Impor		
Kategori	Jumlah	Persentase
Dekat Rumah	6	35%
Lebih Murah	4	24%
Banyak Pilihan	2	12%
Bisa Ditawar	3	18%
Produk selalu Ada	2	12%
	17	100%

Jeruk Impor		
Kategori	Jumlah	Persentase
< 1 Kg	2	12%
1 - 2 Kg	5	29%
2 - 4 Kg	5	29%
4 - 5 Kg	2	12%
> 5 Kg	3	18%
	17	100%

Jeruk Impor		
Kategori	Jumlah	Persentase
Setiap Hari	5	29%
Seminggu Sekali	9	53%
2 Minggu Sekali	3	18%
3 Minggu Sekali	0	0%
Sebulan Sekali	0	0%
	17	100%

Jeruk Impor		
Kategori	Jumlah	Persentase
< Rp 25.000	2	12%
Rp 30.000 - Rp 50.000	5	29%
Rp 50.000 - Rp 70.000	3	18%
Rp 70.000 - Rp 90.000	5	29%
> Rp 90.000	2	12%
	17	100%

Lampiran 6. Hasil Skor Preferensi Konsumen Buah Jeruk Lokal

Jeruk Lokal		
Kategori	Jumlah	Persentase
Kuning Kejinggaan	6	35%
Kuning Kehijauan	9	53%
Hijau Kekuningan	2	12%
	17	100%

Jeruk Lokal		
Kategori	Jumlah	Persentase
Besar	17	100%
Sedang	0	0%
Kecil	0	0%
	17	100%

Jeruk Lokal		
Kategori	Jumlah	Persentase
Manis	5	29%
Manis sedikit asam	12	71%
Asam sedikit manis	0	0%
	17	100%

Jeruk Lokal		
Kategori	Jumlah	Persentase
Harum	6	35%
Segar	11	65%
Menyengat	0	0%
	17	100%

Lampiran 7. Hasil Skor Preferensi Konsumen Buah Jeruk Impor

Jeruk Impor		
Kategori	Jumlah	Persentase
Kuning Kejinggaan	15	88%
Kuning Kehijauan	2	12%
Hijau Kekuningan	0	0%
	17	100%

Jeruk Impor		
Kategori	Jumlah	Persentase
Besar	15	88%
Sedang	2	12%
Kecil	0	0%
	17	100%

Jeruk Impor		
Kategori	Jumlah	Persentase
Manis	13	76%
Manis sedikit asam	4	24%
Asam sedikit manis	0	0%
	17	100%

Jeruk Impor		
Kategori	Jumlah	Persentase
Harum	10	59%
Segar	7	41%
Menyengat	0	0%
	17	100%

Lampiran 8. Kuesioner Penelitian

KUISIONER PENELITIAN ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN BUAH JERUK LOKAL DAN BUAH JERUK IMPOR DI PASAR TRADISIONAL MMTC DELI SERDANG

A. IDENTITAS RESPONDEN

Nama :
 Jenis Kelamin :
 Umur :
 Pendidikan :
 Pekerjaan :
 Penghasilan/Bulan :
 Jumlah Anggota Keluarga :

B. PERILAKU KONSUMEN

1. Kenapa anda berbelanja di pasar MMTC?

1	Lebih dekat dengan rumah ((\pm 7Km)
2	Lebih murah
3	Banyak pilihan
4	Bisa ditawarkan
5	Produk selalu ada

2. Berapa jangka waktu berbelanja anda di pasar MMTC?

1	Setiap hari
2	Seminggu sekali
3	Dua minggu sekali
4	Tiga minggu sekali
5	Sebulan sekali

3. Berapa berat keseluruhan belanja anda saat berbelanja di pasar MMTC?

1	< 1 kg
2	1 – 2 kg
3	2 – 4 kg
4	4 – 5 kg
5	> 5 kg

4. Berapa harga keseluruhan belanja anda saat berbelanja di pasar MMTC?

1	< Rp25.000
2	Rp30.000 – Rp50.000
3	Rp50.000 – Rp70.000
4	Rp70.000 – Rp90.000
5	>Rp90.000

C. PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP ATRIBUT BUAH JERUK

1. Bagaimana anda memilih warna saat membeli buah jeruk?

1	Kuning ke jinggaan
2	Kuning kehijauan
3	Hijau kekuningan

2. Bagaimana anda memilih rasa saat membeli buah jeruk?

1	Manis
2	Manis sedikit asam
3	Asam sedikit manis

3. Bagaimana anda memilih ukuran saat membeli buah jeruk?

1	Besar (6-8 buah/kg)
2	Sedang (9-12 buah/kg)
3	Kecil (13-17 buah/kg)

4. Bagaimana anda memilih aroma saat membeli buah jeruk?

1	Harum
2	Segar
3	Menyengat

KEYAKINAN DAN EVALUASI KONSUMEN TERHADAP ATRIBUT BUAH JERUK

A. Keyakinan Konsumen Terhadap Atribut Buah Jeruk

Petunjuk Pengisian : Berilah tanda ceklis pada kolom yang tersedia sesuai dengan pendapat anda

Keterangan :

- 1: Sangat tidak setuju
- 2: Tidak setuju
- 3: Cukup setuju
- 4: Setuju
- 5: Sangat Setuju

No	Atribut	Pernyataan	Tingkat Persetujuan				
			STS	TS	CS	S	SS
1.	Warna	Anda membeli buah jeruk atas pertimbangan warna					
2.	Rasa	Anda membeli buah jeruk atas pertimbangan rasa					
3.	Ukuran	Anda membeli buah jeruk atas pertimbangan ukuran					
4.	Aroma	Anda membeli buah jeruk atas pertimbangan aroma					

B. Evaluasi Konsumen Terhadap Atribut Buah Jeruk

Petunjuk Pengisian : Berilah tanda cekllis pada kolom yang tersedia sesuai dengan pendapat anda

Keterangan : 1: Sangat Tidak Penting

2: Tidak Penting

3: Cukup

4: Penting

5: Sangat Penting

No	Atribut	Pernyataan	Tingkat Persetujuan				
			STP	TP	C	P	SP
1.	Warna	Penting bagi anda untuk membeli jeruk atas dasar pertimbangan warna					
2.	Rasa	Penting bagi anda untuk membeli jeruk atas dasar pertimbangan rasa					
3.	Ukuran	Penting bagi anda untuk membeli jeruk atas dasar pertimbangan ukuran					
4.	Aroma	Penting bagi anda untuk membeli jeruk atas dasar pertimbangan aroma					

Lampiran 9. Dokumentasi



Gambar 1. Situasi pedagang buah pertama di pasar MMTTC



Gambar 2. Kunjungan peneliti ke pedagang buah di pasar



Gambar 3. Konsumen jeruk lokal



Gambar 4. Situasi pedagang buah kedua di pasar MMTC



Gambar 5. Situasi pasar buah dipagi hari



Gambar 6. Situasi pedagang buah ketiga di pasar MMTTC



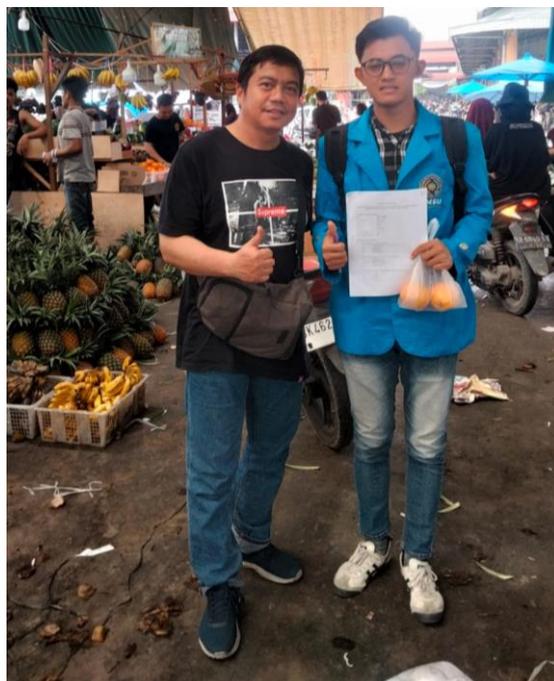
Gambar 7. Keadaan di pasar MMTC



Gambar 8. Konsumen jeruk impor



Gambar 9. Konsumen jeruk local ibuk risa



Gambar 10. Bapak Bayu konsumen jeruk impor



Gambar 11. Bapak Heri Konsumen jeruk impor



Gambar 12. Ibu Nisa konsumen Jeruk lokal



Gambar 13. Ibu Helena konsumen jeruk impor



Gambar 14. Bapak Denny konsumen jeruk lokal



Gambar 15. Bapak Ganda konsumen jeruk impor



Gambar 16. Bapak Yudha Konsumen jeruk lokal



Gambar 17. Bapak Irwansyah Konsumen Jeruk Lokal