

**ANALISIS DAYA SAING JERUK LEMON LOKAL
DENGAN JERUK LEMON IMPOR BERDASARKAN
ATRIBUT PRODUK (STUDI KASUS : KOTA MEDAN)**

SKRIPSI

Oleh :

ISMI NUR ULINA

NPM : 1604300089

Program Studi : AGRIBISNIS



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2020**

**ANALISIS DAYA SAING JERUK LEMON LOKAL
DENGAN JERUK LEMON IMPOR BERDASARKAN
ATRIBUT PRODUK (STUDI KASUS : KOTA MEDAN)**

SKRIPSI

Oleh :

**ISMI NUR ULINA
1604300089
AGRIBISNIS**

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

Komisi Pembimbing



Khairunnisa Rangkuti, S.P., M.Si.

Ketua



Ir. Dewa Putu Siantara, M.MA.

Anggota

**Disahkan Oleh :
Dekan**



Assoc. Prof. Dr. Ir. Asritanarni Munar, M.P.

Tanggal Lulus: 12-12-2020

PERNYATAAN

Dengan ini saya :

Nama : Ismi Nur Ulina

Npm : 1604300089

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa Skripsi dengan judul “Analisis Daya Saing Jeruk Lemon Lokal dengan Jeruk Lemon Impor Berdasarkan Atribut Produk (Studi Kasus: Kota Medan)” adalah berdasarkan dari hasil penelitian, pemikiran, dan pemaparan asli dari saya sendiri. Jika terdapat karya orang lain, saya akan mencantumkan sumber yang jelas.

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

Medan, Desember 2020



Yang Menyatakan

ISMI NUR ULINA

RINGKASAN

ISMI NUR ULINA (1604300089), dengan judul ANALISIS DAYA SAING JERUK LEMON LOKAL DENGAN JERUK LEMON IMPOR BERDASARKAN ATRIBUT PRODUK (STUDI KASUS : KOTA MEDAN). Selama penelitian penulis dibimbing oleh Ibu Khairunnisa Rangkuti S.P., M.Si. selaku ketua komisi dan Bapak Ir. Dewa Putu Siantara, M.MA. selaku anggota komisi pembimbing.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui atribut utama apa saja pada jeruk lemon yang menjadi pilihan konsumen dan daya saing jeruk lemon lokal terhadap jeruk lemon impor berdasarkan sikap konsumen terhadap atribut jeruk lemon lokal maupun jeruk lemon impor. Penelitian dilakukan dengan menggunakan metode analisis *Fishbein*. Populasi dalam penelitian ini yaitu 2.279.894 orang masyarakat kota Medan. Pengambilan sampel sebanyak 100 orang yang berada di kota medan dengan menggunakan rumus *Slovin*.

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan studi literatur dan kuisioner yang dilakukan secara daring. Analisis kuantitatif yang digunakan adalah analisis *Fishbein* yaitu alat analisis yang digunakan untuk menganalisis sikap konsumen terhadap jeruk lemon lokal dan jeruk lemon impor.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat diketahui bahwa mayoritas konsumen adalah perempuan, berusia 17- 29 tahun, dengan pendapatan Rp1.500.000-Rp2.500.000. Dalam penelitian ini responden lebih menyukai jeruk lemon lokal. Keseluruhan penilaian responden menyukai atribut jeruk lemon lokal berupa harga, mudah didapat, rasa, dan aroma.

Kata Kunci: Jeruk Lemon, Daya Saing, Analisis *Fishbein*

RIWAYAT HIDUP

Ismi Nur Ulina, lahir pada tanggal 28 Januari 1998 di Medan, Kecamatan Medan Kota, Kotamadya Medan, Provinsi Sumatera Utara. Merupakan anak ke 2 dari 3 bersaudara dari pasangan Ayahanda Abdy Subagio dan Ibunda Agustina.

Pendidikan yang telah ditempuh sebagai berikut :

1. Tahun 2010 menyelesaikan pendidikan Sekolah Dasar (SD) di SD Negeri 104219 Tanjung Anom, Kecamatan Pancur Batu, Kabupaten Deli Serdang, Provinsi Sumatera Utara.
2. Tahun 2013 menyelesaikan pendidikan Sekolah Menengah Pertama (SMP) di SMP Negeri 1 Pancur Batu, Kecamatan Pancur Batu, Kabupaten Deli Serdang, Provinsi Sumatera Utara.
3. Tahun 2016 menyelesaikan pendidikan Sekolah Menengah Atas (SMA) di SMA Negeri 1 Pancur Batu, Kecamatan Pancur Batu, Kabupaten Deli Serdang, Provinsi Sumatera Utara.
4. Tahun 2016 melanjutkan pendidikan S1 pada program studi Agribisnis di Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Kegiatan yang pernah diikuti selama menjadi mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara antara lain :

1. Mengikuti Perkenalan Kehidupan Kampus Mahasiswa/i baru (PKKMB) badan eksekutif mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Pada tahun 2016.
2. Mengikuti Masa Ta'aruf (MASTA) pimpinan komisariat Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah (IMM) Sumatera Utara pada tahun 2016.

3. Bergabung kedalam organisasi Himpunan Mahasiswa Agribisni (HIMAGRI) Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara pada tahun 2017.
4. Mengikuti Business Plan Competition dalam kegiatan PIMSEP Kwu dan Raev DPW 1 POPMASEPI di Universitas Syiah Kuala pada tahun 2017.
5. Mengikuti seminar nasional PIMSEP KWU dan RAEV DPW 1 POPMASEPI di Universitas Syiah Kuala pada tahun 2017.
6. Mengikuti Pelatihan Softskill UMSU yang diselenggarakan oleh CDAC Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara pada tahun 2018.
7. D Amanahkan menjadi Ketua Bidang Kewirausahaan HIMAGRI pada tahun 2018.
8. Mengikuti Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Kramat Gajah, Kecamatan Galang, Kabupaten Deli Serdang, Provinsi Sumatera Utara, pada 16 Agustus 2019 sampai 25 Agustus 2019.
9. Mengikuti Praktek Kerja Lapangan (PKL) di PTPN IV Kebun Marihat Kecamatan Siantar, Kabupaten Simalungun, Provinsi Sumatera Utara pada 02 September 2019 sampai 28 September 2019.
10. Melakukan penelitian skripsi di Kota Medan, Provinsi Sumatera Utara, pada bulan Juni 2020 sampai Oktober 2020.

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT atas rahmat serta hidayah NYA, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini yang berjudul “Analisis Daya Saing Jeruk Lemon Lokal Dengan Jeruk Lemon Impor Berdasarkan Atribut Produk (Studi Kasus : Kota Medan). Skripsi ini merupakan persyaratan yang harus dipenuhi oleh setiap mahasiswa untuk menyelesaikan Program Studi Strata 1 (S1) Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Penulis juga mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam penyusunan Skripsi ini, yaitu kepada :

1. Teristimewa untuk kedua orang tua yaitu : Ayahanda Abdy Subagio dan Ibunda Agustina, S.Pd yang telah mengasuh dan membesarkan penulis dengan rasa cinta, kasih sayang, dan ketulusan serta selalu memberikan motivasi baik moril maupun materil.
2. Bapak Dr. Agussani, M.AP. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Ibu Assoc. Prof. Dr. Ir. Asritanarni Munar, M.P. selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Ibu Dr. Dafni Mawar Tarigan, S.P., M.Si. selaku Wakil Dekan I Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Bapak Muhammad Thamrin, S.P., M.Si. selaku Wakil Dekan III Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Ibu Khairunnisa Rangkuti, S.P., M.Si. selaku Ketua Program Studi Agribisnis sekaligus Ketua Komisi Pembimbing yang telah membantu dan membimbing penulis sehingga dapat menyelesaikan Skripsi ini.

7. Bapak Ir. Dewa Putu Siantara, M.MA. selaku Anggota Pembimbing yang telah membantu dan membimbing penulis sehingga dapat menyelesaikan Skripsi ini
8. Dosen-dosen Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah memberikan ilmu kepada penulis selama masa perkuliahan.
9. Seluruh Staff Biro Administrasi Fakultas pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah membantu penulis dalam penyelesaian administrasi.
10. Keluarga besar KAZAWA yang telah memberi semangat dalam penyusunan Skripsi ini.
11. Para sahabat penulis, Nur Indah Sari, Dewi, Aidah, Sinta, Indah Indriyani, Khairunnisa, Indah Mahfuz, Kiki, Azam, Predi, Mas Ozi yang selalu mendukung dan membantu penulis serta sahabat-sahabat lainnya yang tidak bisa disebut satu persatu.
12. Teman-teman seperjuangan AGRIBISNIS 2 stambuk 2016 yang selalu memotivasi dan membantu penulis.
13. Keluarga besar HIMAGRI FP UMSU yang memberi semangat kepada penulis.

Penulis mendoakan semoga Allah SWT membalas segala kebaikan dan ketulusan dalam memberikan dukungan serta bantuan baik moril maupun materil penulis selama ini. Semoga dilain kesempatan penulis dapat membalas kebaikan-kebaikan dari semua yang telah membantu.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT atas rahmat serta hidayah NYA, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini yang berjudul “Analisis Daya Saing Jeruk Lemon Lokal Dengan Jeruk Lemon Impor Berdasarkan Atribut Produk (Studi Kasus : Kota Medan). Skripsi ini merupakan persyaratan yang harus dipenuhi oleh setiap mahasiswa untuk menyelesaikan Program Studi Strata 1 (S1) Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Penulis sadar bahwa masih terdapat kekurangan dalam penyusunan Skripsi ini sehingga kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan dari pembaca. Sebagai akhir kata, penulis berharap semoga Skripsi ini dapat berguna bagi para pembaca dan terutama untuk mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Medan, Desember 2020

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
RINGKASAN	i
RIWAYAT HIDUP	ii
UCAPAN TERIMA KASIH	iv
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
PENDAHULUAN	1
Latar Belakang	1
Rumusan Masalah	2
Tujuan Penelitian	3
Kegunaan Penelitian	3
TINJAUAN PUSTAKA	4
Teori Perilaku Konsumen	4
Atribut Produk	4
Teori Daya Saing	5
Keunggulan Bersaing	6
Penelitian Terdahulu	6
Kerangka Pemikiran	7
Hipotesis	8
METODE PENELITIAN	9
Metode Penelitian	9
Metode Penentuan Lokasi Penelitian	9
Metode Penarikan Sampel	9
Metode Pengumpulan Data	10

Metode Analisis Data	11
Sumber Data.....	15
Defenisi dan Batasan Operasional	15
DESKRIPSI UMUM DAERAH PENELITIAN.....	17
Letak dan Luas Daerah Penelitian	17
Daerah Lokasi Penelitian.....	17
Sarana dan Prasarana.....	17
Karakteristik Responden.....	18
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	22
Proses Pembelian Jeruk Lemon.....	22
Evaluasi Kepentingan Konsumen Terhadap Atribut	24
Hasil Evaluasi Tingkat Kepercayaan Atribut	25
Analisa Sikap Terhadap Jeruk Lemon Lokal dan Jeruk Lemon Impor.....	26
Analisis Daya Saing Jeruk Lemon Lokal Terhadap Jeruk Lemon Impor.....	28
KESIMPULAN DAN SARAN.....	31
Kesimpulan.....	31
Saran.....	31
DAFTAR PUSTAKA.....	33

DAFTAR TABEL

Nomor	Judul	Halaman
1.	Atribut-tribut yang Dinilai Penting oleh Responden.....	12
2.	Kategori Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kepercayaan.....	14
3.	Kategori Nilai Sikap terhadap Atribut	14
4.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	19
5.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	19
6.	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan...	20
7.	Karakteristik responden berdasarkan Pekerjaan Responden..	20
8.	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan Responden.....	21
9.	Buah Jeruk Lemon yang Sering Dibeli Responden.....	22
10.	Frekuensi Jeruk Lemon Lokal yang Sering Dibeli dalam Sebulan.....	22
11.	Frekuensi Jeruk Lemon Impor yang Sering Dibeli dalam Sebulan.....	23
12.	Jumlah Pembelian Jeruk Lemon Lokal dalam Sebulan.....	23
13.	Jumlah Pembelian Jeruk Lemon Impor dalam Sebulan.....	24
14.	Tujuan Mengonsumsi Jeruk Lemon.....	24
15.	Nilai Kepentingan (bi) dan Kategori Tingkat Kepentingan Atribut Jeruk Lemon.....	25
16.	Nilai kepercayaan (ei) dan kategori tingkat pelaksanaan atribut jeruk lemon.....	26
17.	Hasil Analisis Sikap Terhadap Atribut Jeruk Lemon Lokal dan Jeruk Lemon Impor.....	27
18.	Hasil Analisis Evaluasi dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Multriatribut Jeruk Lemon Lokal dan Jeruk lemon Impor.....	29

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul	Halaman
1.	Indikator Variabel Sikap Konsumen terhadap Atribut Buah..	5
2.	Skema Kerangka Pemikiran.....	7
3.	Analisis Daya Saing Jeruk Lemon Lokal Terhadap Jeruk Lemon Impor.....	30

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Judul	Halaman
1.	Nama, Usia, Jenis Kelamin, Pendidikan dan Pendapatan.....	35
2.	Rekapitulasi Data Kepentingan (ei) Terhadap Atribut Jeruk Lemon.....	40
3.	Rekapitulasi Data Kepercayaan (bi) Terhadap Atribut Jeruk Lemon Lokal.....	43
4.	Rekapitulasi Data Kepercayaan (bi) Terhadap Atribut Jeruk Lemon Impor.....	46
5.	Hasil Olah Data Analisis Multiatribut <i>Fishbein</i>	49
6.	Dokumentasi Penelitian.....	50
7.	Kuesioner Penelitian.....	53

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Melonjaknya produk impor khususnya buah-buahan masuk ke Indonesia merupakan salah satu dampak dari globalisasi yang menimbulkan pasar bebas sehingga suatu negara bebas memasarkan produknya ke seluruh negara yang ada di dunia. Dengan didukung jumlah penduduk Indonesia yang mencapai lebih dari 268 juta jiwa (Statistik, 2020) menjadikan Indonesia sebagai pasar yang potensial bagi pemasaran barang dan jasa dari berbagai merek yang ada di dunia.

Pada awalnya buah segar yang dipasarkan di Indonesia adalah buah hasil pertanian masyarakat (produk lokal). Namun penjualan produk buah lokal telah banyak mengalami perubahan selama beberapa tahun terakhir tergantikan oleh produk buah impor. Produk buah impor banyak dijumpai di supermarket, pasar tradisional, hingga kios atau lapak-lapak yang berada di pinggir jalan.

Bagi konsumen, pasar dengan menyediakan banyak produk dengan berbagai merek dan banyak pilihan menjadikan konsumen membuat keputusan dalam membeli. Konsumen akan membeli produk sesuai kebutuhannya, selera, dan daya belinya. Konsumen tentu akan memilih produk yang bermutu lebih baik dan harga yang lebih murah.

Usaha dalam pemenuhan kebutuhan dan selera konsumen buah-buahan dilihat dari semakin membanjirnya buah impor baik dari ragam jenis maupun volumenya. Sumarwan (1999) mengemukakan bahwa membanjirnya buah impor pada saat sebelum krisis moneter telah memojokkan buah-buahan lokal. Persaingan yang datang dari luar serta kebijakan pemerintah yang kurang kondusif menyebabkan banyak petani yang semakin terpuruk. Namun krisis

moneter menyebabkan buah impor semakin mahal dan semakin berkurang ketersediannya di pasar. Sebaliknya pada saat yang sama, buah lokal semakin banyak tersedia di pasar dengan harga yang bersaing, oleh karena itu krisis moneter seharusnya dapat menjadi momentum yang tepat untuk merencanakan pengembangan buah lokal sebagai komoditas unggulan untuk ekspor maupun konsumsi dalam negeri.

Menurut Simatupang dalam Lestari, Sri Puji dan Muchayatin (2017) mengemukakan bahwa untuk meningkatkan daya saing produk pertanian dapat dilakukan dengan strategi pengembangan agribisnis dalam konsep industrialisasi pertanian diarahkan pada pengembangan agribisnis sebagai suatu sistem keseluruhan yang dilandasi prinsip-prinsip efisiensi dan keberlanjutan dimana konsolidasi usaha tani diwujudkan melalui koordinasi vertikal, sehingga produk akhir dapat dijamin dan disesuaikan dengan preferensi konsumen akhir. Dengan begitu kebutuhan dan selera konsumen akan terpenuhi jika tersedia produk di pasar dan masyarakat mempunyai daya beli.

Rumusan Masalah

1. Apa saja atribut jeruk lemon yang menjadi pilihan konsumen?
2. Bagaimana daya saing jeruk lemon lokal dengan jeruk lemon impor berdasarkan sikap konsumen terhadap atribut jeruk lemon lokal maupun jeruk lemon impor?

Tujuan Penelitian

1. Untuk mengkaji apa saja atribut jeruk lemon yang menjadi pilihan konsumen.
2. Untuk menganalisis bagaimana daya saing jeruk lemon lokal dengan jeruk lemon impor berdasarkan sikap konsumen terhadap atribut jeruk lemon lokal maupun jeruk lemon impor.

Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penelitian ini, adalah sebagai berikut :

1. Sebagai bahan informasi dan masukan kepada pemasar jeruk lemon di Kota Medan.
2. Bagi pihak lain, penelitian diharapkan menjadi bahan acuan dalam melakukan penelitian sejenis.
3. Sebagai syarat bagi penulis untuk memperoleh gelar sarjana di Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

TINJAUAN PUSTAKA

Teori Perilaku Konsumen

Salah satu model teori perilaku konsumen yang dikemukakan oleh Engel, Blackwell, dan Miniard dalam Sumarwan (2011), mengemukakan bahwa perilaku konsumen sebagai tindakan dalam mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk dan jasa. Ada beberapa faktor yang memengaruhi konsumen dalam proses pengambilan keputusannya dalam membeli maupun memilih. Adapun faktor-faktor tersebut ialah :

1. Perbedaan individu, yaitu menggambarkan karakteristik yang muncul dalam diri konsumen yang mempengaruhi dalam pengambilan keputusan konsumen.
2. Faktor lingkungan konsumen, yaitu menggambarkan keadaan lingkungan konsumen berada seperti budaya, keluarga, lingkungan dan situasi konsumen, serta teknologi.

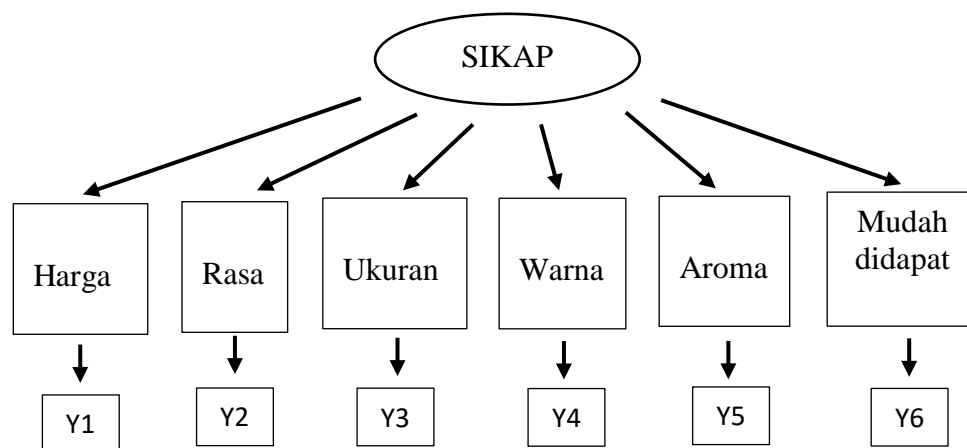
Atribut Produk

Menurut Arianty et al. (2016) berpendapat bahwa atribut produk adalah unsur suatu produk yang dilihat penting oleh konsumen dan menjadi dasar pengambilan keputusan pembelian. Sikap dalam menentukan pilihan terhadap produk sesuai dengan atribut produk sering disebut dengan *Model Sikap Multiatribut*. Seperti yang dikemukakan oleh Arianty et al. (2016) bahwa atribut produk merupakan hal yang penting dalam membeli produk karena memberikan gambaran yang jelas mengenai suatu produk.

Multiatribut buah menurut kriteria mutu produk sebagaimana disampaikan oleh Poerwanto et al. dalam Lestari, Sri Puji dan Muchayatin (2017) antara lain :

(1) Penampakan (*Mutu Visual*), (2) Rasa di mulut (*Mouthful*), (3) Mutu fungsional (*Nilai Gizi dan Zat Berkhasiat*), (4) *Keamanan konsumsi*, (5) *Kemudahan penanganan*, dan (6) *Sifat mutu lainnya*. Berdasarkan ‘kriteria mutu’ diatas, maka dapat dirumuskan bahwa indikator sikap konsumen dalam memilih atribut buah yang dikehendaki terdiri dari 8 yang terdiri dari 1. Harga, 2. Rasa, 3. Ukuran, 4. Warna, 5. Segar, 6. Aroma, 7. Tekstur, dan 8. Kandungan Giji.

Namun dalam penelitian ini indikator sikap konsumen dalam memilih atribut buah yang dikehendaki terdiri dari 5 kriteria seperti yang dapat dilihat pada Gambar 1 berikut ini..



Gambar 1. Indikator Variabel Sikap Konsumen terhadap Atribut Buah
(Dikembangkan dari penelitian Sumarwan, 2003)

Teori Daya Saing

Menurut Lestari, Sri Puji dan Muchayatin (2017), suatu komoditi yang memiliki daya saing apabila kualitas dan harga jual bersaing. Seperti yang disampaikan Simatupang dalam Lestari, Sri Puji dan Muchayatin (2017), daya saing merupakan kemampuan produsen dalam memproduksi komoditi yang bermutu dengan biaya rendah, sehingga pada harga-harga yang terjadi di pasar internasional dapat diproduksi dan dipasarkan oleh produsen dengan memperoleh

laba yang mencukupi (layak) dan dapat mempertahankan kelanjutan biaya produksinya.

Keunggulan Bersaing

Menurut Porter dalam Lestari, Sri Puji dan Muchayatin (2017), melihat keunggulan kompetitif suatu komoditi ialah strategi diferensiasi, yaitu perusahaan atau pemasar menggunakan atribut yang berbeda dari lawannya, maka dikatakan berhasil apabila atribut produk suatu perusahaan lebih banyak dari atribut rivalnya yang dianggap penting konsumen. Keunggulan bersaing berkembang dari nilai yang mampu diciptakan oleh sebuah perusahaan untuk pembelinya yang melebihi biaya perusahaan dalam menciptakannya.

Penelitian Terdahulu

Menurut Widiyanto et al. (2016) dengan penelitiannya yang berjudul “Atribut-Atribut Yang Memengaruhi Sikap Dan Preferensi Konsumen Dalam Membeli Buah Apel Di Kota Surabaya Dan Kota Malang, Provinsi Jawa Timur”. Dari hasil penelitian ini diketahui konsumen menyukai apel lokal dengan atribut tekstur daging buah. Konsumen menyukai buah apel dengan ukuran sedang, rasa asam, warna hijau kekuningan, tekstur daging renyah, kulit bersih tanpa bercak, dan dengan harga Rp26.000-Rp34.000/kg.

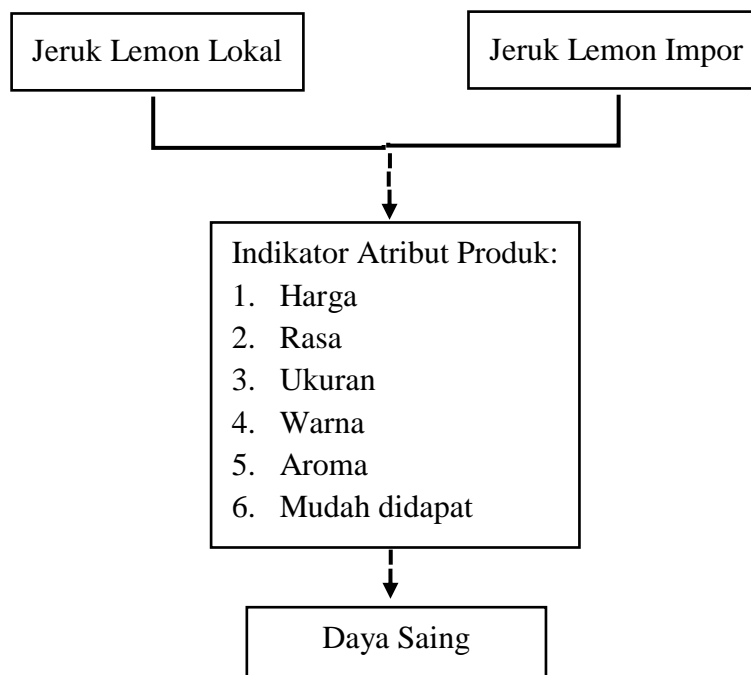
Menurut Lestari, Sri Puji dan Muchayatin (2017) yang berjudul “Tolok Ukur Daya Saing Buah Jeruk Lokal Dan Buah Jeruk Impor Dilihat Dari Sikap Konsumen Di Kota Semarang”. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa jeruk impor lebih unggul dari pada jeruk manis lokal dan sikap konsumen yang lebih utama diperhatikan terhadap atribut jeruk manis lokal adalah “kesegaran”

sedangkan pada buah jeruk impor atribut yang paling utama diperhatikan konsumen adalah “warna“.

Menurut Priyambodo et al. (2019) yang berjudul “Analisis Preferensi Konsumen Buah Jeruk Di Pasar Keputran Utara, Surabaya”. Hasil penelitian yang didapat adalah : 1. Preferensi konsumen terhadap buah jeruk yaitu rasa manis, berwarna orange, dan berukuran kecil dengan atribut utama yaitu warna.

Menurut Rosalina, Dhian dan M. Rizqi Zati (2019) yang berjudul “Analisis Daya Saing Jeruk Lokal Terhadap Jeruk Impor di Kabupaten Tanah Karo”. Hasil penelitian yang didapat adalah jeruk lokal lebih positif dari jeruk impor, dengan melihat nilai (Ao) jeruk lokal yaitu 93,21 poin dibandingkan dengan nilai Ao jeruk impor sebesar 90,75 poin, atribut yang diperhatikan untuk meningkatkan daya saing buah jeruk lokal yang dianggap tertinggal yaitu Warna, Tekstur, Aroma.

Kerangka Pemikiran



Gambar 2. Skema Kerangka Pemikiran

Keterangan :

----- : ada pengaruh

———— : ada hubungan

Hipotesis

Diduga terdapat pengaruh Harga, Rasa, Ukuran, Warna, Aroma, dan Mudah didapat terhadap daya saing jeruk lemon lokal dengan jeruk lemon impor.

METODE PENELITIAN

Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan studi perilaku konsumen buah-buahan di Kota Medan serta menganalisis daya saing jeruk lemon lokal terhadap jeruk lemon impor atas dasar atribut produk.

Metode Penentuan Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ditentukan secara sengaja (*purposive*) yaitu Kota Medan dengan pertimbangan Kota Medan merupakan wilayah yang potensial dalam pendistribusian buah.

Metode Penarikan Sampel

Menurut Suharsimi Arikunto (1993) populasi adalah keseluruhan subjek penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang mengkonsumsi baik jeruk lemon lokal maupun jeruk lemon impor yang ada di Kota Medan. Sedangkan sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti (Suharsimi Arikunto, 1993). Teknik sampling yang digunakan adalah *purposive sampling* yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2017)

Besarnya sampel yang digunakan menggunakan rumus *Slovin* (Muri Yusuf, 2014) sebagai berikut.

$$n = \frac{N}{1+(N \times e^2)}$$

Keterangan :

n = Jumlah Sampel.

N = Jumlah Populasi.

e^2 = Derajat ketelitian atau nilai kritis yang diinginkan.

Ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 50 (Muri Yusuf, 2014). Berdasarkan data jumlah penduduk di Kota Medan mencapai 2.279.894 jiwa (Statistik, 2019). Maka pengambilan sampel dilakukan dengan tingkat kepercayaan 90 % atau dengan tingkat kesalahan sebesar 10 % (0,1), maka besarnya sampel dapat dihitung sebagai berikut.

$$n = \frac{N}{1+(N \times e^2)}$$

$$n = \frac{2.279.894}{1+(2.279.894 \times 0,1^2)}$$

$$n = \frac{2.279.894}{22.799,94}$$

$$n = 99,99$$

$$n = 100$$

Jumlah responden yang digunakan sebanyak 100 responden, ditentukan dengan kriteria : (1) Responden merupakan orang yang mengkonsumsi jeruk Lemon; (2) Responden melakukan pembelian minimal satu kali dalam sebulan; (3) mewakili keluarga dan (4) memiliki penghasilan.

Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan: (1) Studi Literatur untuk memperoleh informasi tentang berbagai konsep untuk mengidentifikasi perilaku konsumen dari sumber-sumber tulisan yang ada dan mendukung penelitian ini; (2) Wawancara untuk memperoleh data untuk menganalisis daya saing buah jeruk lemon yang dilakukan pada konsumen buah jeruk lemon di Kota Medan secara online menggunakan *google form* yang dibagikan melalui pemberian alamat link lewat media *WhatsApp*; (3) Kuesioner

merupakan alat pengumpulan data yang berisi pertanyaan untuk ditujukan pada konsumen buah jeruk lemon di Kota Medan.

Metode Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis *Fishbein* yang digunakan untuk mengetahui sikap konsumen terhadap atribut produk. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan alat bantu *software Microsoft Office Excel 2010* untuk tabulasi data dan perhitungan analisis *Fishbein*. Skala pengukuran kepercayaan atribut menurut Arikunto (1993) diukur menggunakan skala Likert dengan 5 (lima) angka dimulai dari sangat baik (5), baik (4), netral (3), tidak baik (2) dan sangat tidak baik (1). Sedangkan untuk pengukuran tingkat kepercayaan atribut diukur menggunakan skala Likert dengan (5) lima angka dimulai dari sangat penting (5), penting (4), netral (3), tidak penting (2) dan sangat tidak penting (1). Secara simbolis, formulasi model *Fishbein* menurut Sumarwan (2002) dapat dirumuskan pada persamaan di bawah ini :

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

Keterangan :

A_o = Sikap terhadap keputusan pembelian.

b_i = Tingkat kepercayaan bahwa objek memiliki atribut i .

e_i = Evaluasi kepentingan terhadap atribut i .

n = Jumlah atribut yang dimiliki oleh objek.

Nilai A_o jeruk lemon lokal dibandingkan dengan nilai A_o jeruk lemon impor, apabila nilai A_o jeruk lemon lokal > (lebih besar) dibanding nilai A_o jeruk

lemon impor berarti jeruk lemon lokal lebih disukai dibanding jeruk lemon impor, dan sebaliknya. Nilai sikap atribut yang lebih tinggi menunjukkan memiliki daya saing atau memiliki keunggulan kompetitif (*Competitive advantage*) yang lebih tinggi. Artinya jeruk lemon yang dikatakan lebih unggul atau jeruk lemon yang dinilai memiliki daya saing adalah buah yang lebih diminati konsumen (dikembangkan dari penelitian Sumarwan, 2002)

Alasan pemilihan model *Multiatribut Fishbein* adalah karena model ini dapat memberikan informasi tentang hubungan antara pengetahuan produk yang dimiliki konsumen dan sikap terhadap produk atas ciri atau atribut produk tersebut untuk membentuk sikap yang menyeluruh terhadap produk.

Langkah pertama yang dilakukan dalam menghitung sikap adalah menentukan atribut jeruk lemon. Adapun atribut-atribut yang digunakan disajikan seperti Tabel 1.

Tabel 1. Atribut-atribut yang Dinilai Penting oleh Responden.

<u>Jeruk Lemon Lokal</u>	<u>Jeruk Lemon Impor</u>
Harga	Harga
Rasa	Rasa
Ukuran	Ukuran
Warna	Warna
Aroma	Aroma
Mudah didapat	Mudah didapat

Atribut yang digunakan untuk komponen (bi) harus sama dengan atribut yang digunakan untuk komponen (ei).

Langkah kedua adalah menentukan pengukuran terhadap komponen kepercayaan (bi) dan komponen evaluasi (ei). Komponen (bi) menggambarkan seberapa kuat kepercayaan terhadap atribut yang dimiliki jeruk lemon lokal dan

jeruk lemon impor. Sedangkan komponen (*ei*) menggambarkan evaluasi pentingnya atribut dari jeruk lemon lokal dan jeruk lemon impor.

Langkah berikutnya adalah menghitung rata-rata nilai (*ei*) dan (*bi*) setiap atribut. Kemudian, setiap skor kepercayaan (*bi*) harus dikalikan dengan skor evaluasi (*ei*) sesuai atributnya. Lalu seluruh hasil perkalian dijumlahkan untuk dapat mengetahui sikap konsumen (*Ao*) terhadap produk dengan membandingkannya menggunakan skala interval. Adapun rumusnya adalah sebagai berikut.

$$\text{Skala Interval} = \frac{m-n}{b}$$

Keterangan :

- m = Skor tertinggi yang mungkin terjadi.
- n = Skor terendah yang mungkin terjadi.
- b = Jumlah skala penilaian yang terbentuk.

Maka besarnya *range* untuk tingkat kepercayaan dan tingkat evaluasi (kepentingan) adalah :

$$\frac{5-1}{5} = 0,8$$

Adapun nilai untuk tingkat kepentingan (*ei*) dan tingkat kepercayaan (*bi*) responden terhadap atribut jeruk lemon dikategorikan pada rentang skala interval seperti pada Tabel 2.

Tabel 2. Kategori Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kepercayaan.

Tingkat Kepentingan	Nilai	Tingkat Kepercayaan	Nilai
Sangat Tidak Penting	$1,0 \leq ei \leq 1,8$	Sangat Tidak Baik	$1,0 \leq ei \leq 1,8$
Tidak Penting	$1,9 \leq ei \leq 2,6$	Tidak Baik	$1,9 \leq ei \leq 2,6$
Netral/Ragu	$2,7 \leq ei \leq 3,6$	Netral/Ragu	$2,7 \leq ei \leq 3,6$
Penting	$3,5 \leq ei \leq 4,2$	Baik	$3,5 \leq ei \leq 4,2$
Sangat Penting	$4,3 \leq ei \leq 5,0$	Sangat Baik	$4,3 \leq ei \leq 5,0$

Sumber: Data Primer Diolah 2020

Hasil penelitian sikap responden terhadap atribut jeruk lemon lokal dan jeruk lemon impor ($ei.bi$) secara keseluruhan terhadap atribut buah jeruk lemon akan diinterpretasikan ke dalam lima kategori, yaitu sangat positif, positif, netral, negatif, sangat negatif. Besarnya *range* untuk kategori sikap adalah sebagai berikut.

$$\frac{(5 \times 5) - (1 \times 1)}{5} = 4,8$$

Penilaian sikap responden terhadap jeruk lemon lokal dan jeruk lemon impor ($ei.bi$) responden secara keseluruhan dikategorikan pada rentang skala interval disajikan seperti pada Tabel 3.

Tabel 3. Kategori Nilai Sikap terhadap Atribut.

Tingkat Kepentingan	Nilai
Sangat Negatif	$1,0 \leq ei \leq 5,8$
Negatif	$5,9 \leq ei \leq 10,6$
Netral	$10,7 \leq ei \leq 15,4$
Positif	$15,5 \leq ei \leq 20,2$
Sangat Positif	$20,3 \leq ei \leq 25,0$

Sumber: Data Primer Diolah 2020

Sikap seseorang pada suatu objek dapat dinilai menjadi positif, negatif, dan netral. Seseorang mungkin menyukai suatu objek dapat dikatakan memiliki sikap positif atau tidak menyukai suatu objek dapat dikatakan sikap negatif atau bahkan tidak memiliki sikap terhadap suatu objek dapat dikatakan sikap netral.

Sikap positif, negatif, dan netral disebut sebagai karakteristik *valance* dari sikap (Sumarwan, 2002).

Sumber Data

Sumber data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Data primer diperoleh dari hasil wawancara langsung kepada konsumen dengan membagikan kuesioner online melalui *google form* dan dibagikan melalui pemberian alamat link atau media *WhatsApp* kepada responden, selanjutnya menggunakan data sekunder yaitu data yang dikutip dari studi literatur dan buku-buku yang terkait dengan penelitian ini.

Defenisi dan Batasan Operasional

1. Konsumen dalah pelanggan, pemakai, pengguna, pembeli, pengambil keputusan terhadap buah jeruk lemon.
2. Kepuasan konsumen adalah perasaan konsumen setelah menggunakan produk/jasa.
3. Harga jeruk lemon dapat dikategorikan menjadi dua kategori yaitu :
 - a. Mahal.
 - b. Murah.
4. Rasa jeruk lemon dikategorikan menjadi dua kategori yaitu :
 - a. Manis.
 - b. Asam.
5. Ukuran jeruk lemon dapat di kategorikan menjadi dua kategori :
 - a. Besar.
 - b. Kecil.
6. Warna kulit jeruk lemon di kategorikan menjadi dua kategori yaitu :

- a. Hijau.
 - b. Kuning/ orange.
7. Aroma jeruk lemon dapat dikategorikan menjadi dua kategori yaitu :
- a. Harum.
 - b. Apek.
8. Mudah didapat adalah suatu anggapan konsumen mengenai kepuasan yang didapat dari kemudahan mendapatkan jeruk lemon.

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui daya saing jeruk lemon lokal dengan jeruk lemon impor di Kota Medan pada tahun 2020 menggunakan analisis multiatribut *Fishbein*. Responden pada penelitian ini adalah konsumen jeruk lemon di Kota Medan dengan batasan atribut yaitu rasa, warna, ukuran, jenis dan mudah di dapat.

DESKRIPSI UMUM DAERAH PENELITIAN

Letak Dan Luas Daerah

Letak geografi pada Kota Medan terletak di antara 3°.27'-3°.47' LU dan 98°.35'-98°.44' BT dengan ketinggian 2,5-37,5 meter di atas permukaan laut dan berbatasan langsung dengan Kabupaten Deli Serdang di sebelah utara, selatan, barat dan timur dengan luas daerah sekitar 265,10 km² (Statistik, 2020).

Daerah Lokasi Penelitian

Kota Medan merupakan salah satu dari 33 Daerah Tingkat II yang berada di Sumatera Utara. Sebagian besar wilayah di Kota Medan ialah dataran rendah dan terdapat dua sungai, yaitu Sungai Babura dan Sungai Deli (Statistik, 2019).

Administrasi pemerintahan Kota Medan dipimpin oleh seorang Walikota. Kota Medan terdiri dari 21 kecamatan dengan 151 kelurahan yang terbagi dalam 2.001 lingkungan. Pada tahun 2019 jumlah penduduk Kota Medan mencapai 2.279.894 jiwa dengan luas wilayah mencapai 265,10 km², dan kepadatan penduduk mencapai 8.600 jiwa/km² (Statistik, 2019).

Sarana dan Prasarana

Sarana dan prasarana merupakan alat penunjang bagi kemajuan dan perkembangan dari suatu wilayah untuk tercapainya kemajuan yang optimal. Beberapa sarana dan prasarana yang ada di Kota Medan seperti sarana pendidikan, sarana kesehatan, tempat peribadatan, dan prasarana jalan.

Sarana pendidikan di Kota Medan pada tahun 2019 terdapat 280 Raudhatul Adfal, 943 Sekolah Dasar/MI, 475 SMP/MTs, 244 SMA/MA, dan 166 SMK, dan

sebanyak 63 perguruan tinggi. Sarana kesehatan masyarakat di Kota Medan pada tahun 2018 terdapat 77 buah Rumah Sakit, 2 Rumah Sakit Khusus, 39 Puskesmas, 1.390 Posyandu, yang didukung oleh 284 tenaga dokter umum, 580 perawat, dan 383 bidan. Sebagian besar penduduk Kota Medan memeluk agama Islam. Sarana tempat peribadatan yang ada di Kota Medan adalah Masjid/Langgar /Musholla sebanyak 1.759 buah, Gereja 594 buah, Vihara 185 buah, dan kuil sebanyak 18 buah (Statistik, 2019).

Prasarana jalan merupakan urat nadi kelancaran lalu lintas di darat. Lancarnya arus lalu lintas akan sangat menunjang perkembangan ekonomi suatu daerah. Guna menunjang kelancaran perhubungan darat di Kota Medan sampai dengan keadaan akhir tahun 2018 tercatat panjang jalan yang ada 3.279,50 km. Sarana jalan yang ada pada tahun 2018 tercatat 1.750,47 km dalam kondisi baik, 1.194,29 km sedang dan 312,28 km rusak, sedangkan yang dalam kondisi rusak berat 22,46 km (Statistik, 2020).

Karakteristik Responden

Karakteristik responden dalam penelitian ini dibagi menjadi empat, yaitu usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan, pekerjaan, dan tingkat pendapatan. Berikut ini karakteristik konsumen di Kota Medan.

1. Usia Responden

Usia responden dapat disajikan seperti pada Tabel 4 dibawah ini.

Tabel 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.

Usia Responden	Jumlah Responden	Persentase (%)
17 - 29	61	61
30 - 39	17	17
40 - 49	7	7
50 - 59	15	15
Total	100	100

Sumber: Data Primer Diolah 2020

Dari Tabel 4 diatas dapat diketahui bahwa Usia Responden dibagi menjadi 4 kelompok yaitu 17-29 tahun, 30-39 tahun, 40-49 tahun, dan 50-59 tahun. Mayoritas pembeli jeruk lemon yaitu pada kelompok usia 17-29 tahun sebesar 61% karena pada selang usia tersebut memasuki tahun puncak pengeluaran dan penghasilan serta menekan arti pentingnya kesehatan dan pendidikan.

2. Jenis Kelamin

Jenis kelamin dapat disajikan seperti pada Tabel 5 dibawah ini.

Tabel 5. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase (%)
Laki Laki	37	37
Perempuan	63	63
Total	100	100

Sumber: Data Primer Diolah 2020

Dari Tabel 5 dapat diketahui bahwa jenis kelamin yang paling dominan adalah perempuan sebesar 63% sedangkan laki-laki sebesar 37%. Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan berbelanja atau pembelian barang cenderung dilakukan oleh perempuan.

3. Tingkat Pendidikan

Tingkat pendidikan pada penelitian ini dapat disajikan seperti pada Tabel 6 dibawah ini.

Tabel 6. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.

Tingkat Pendidikan responden	Jumlah Responden	Persentase (%)
Sarjana	57	57
Diploma	6	6
SMA	33	33
SD	4	4
Total	100	100

Sumber: Data Primer Diolah 2020

Dari Tabel 6 dapat diketahui bahwa tingkat pendidikan responden sebagian besar berada pada tingkat Sarjana sebesar 57% atau sebanyak 57 orang lalu diikuti SMA sebesar 33% atau sebanyak 33 orang, Diploma sebesar 6% atau sebanyak 6 orang, SD 4% atau sebanyak 4 orang. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat pendidikan mempengaruhi pengambilan keputusan dalam pembelian jeruk lemon dan dilihat dari hasil penelitian rata-rata pendidikan responden di Kota Medan cukup tinggi karena berpendidikan hingga sarjana.

4. Pekerjaan Responden

Pekerjaan responden pada penelitian ini disajikan seperti pada Tabel 7 dibawah ini.

Tabel 7. Karakteristik responden berdasarkan Pekerjaan Responden.

Pekerjaan Responden	Jumlah Responden	Persentase (%)
BUMN	1	1
Ibu Rumah Tangga	6	6
Pegawai Honorer	1	1
Pegawai negeri	17	17
Pegawai swasta	29	29
Pelajar/mahasiswa	22	22
Petani	1	1
TNI-AD	1	1
Wiraswasta	22	22
Total	100	100

Sumber : Data Primer Diolah (2020)

Dari Tabel 7 dapat diketahui bahwa 4 pekerjaan tertinggi adalah Pegawai swasta 29%, Pelajar/mahasiswa 22%, Wiraswasta 22%, dan Pegawai negeri 17%. Keempat jenis pekerjaan tersebut berpengaruh terhadap gaya hidup dan pola konsumsinya karena sudah memiliki pengetahuan dalam pemenuhan gizi dan manfaat untuk kesehatan diri sendiri maupun keluarga.

5. Tingkat Pendapatan

Tingkat pendapatan responden pada penelitian disajikan seperti Tabel 8 dibawah ini.

Tabel 8. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan Responden.

<u>Tingkat Pendapatan Responden</u>	<u>Jumlah responden</u>	<u>Persentase (%)</u>
<Rp 500.000	13	13
Rp 500.000-Rp 1.500.000	18	18
Rp 1.500.000-Rp 2.500.000	27	27
Rp 2.500.000-Rp 4.000.000	18	18
>Rp 4.000.000	24	24
Total	100	100

Sumber: Data Primer Diolah 2020

Dari Tabel 8 diatas dapat diketahui bahwa kelompok mayoritas tingkat pendapatan responden yaitu Rp 1.500.000 - Rp 2.500.000 perbulan. Berdasarkan data tersebut, sebagian responden merupakan golongan kelas menengah dan memengaruhi dalam memilih produk sesuai pendapatannya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Proses Pembelian Jeruk Lemon

Adapun yang dianalisis pada tahap ini adalah jenis jeruk lemon yang sering dibeli konsumen, frekuensi dan jumlah pembelian buah jeruk setiap bulannya. Setiap konsumen pada akhirnya akan memutuskan jenis jeruk yang akan dibeli apakah jeruk lokal atau jeruk impor. Hal ini disajikan seperti pada Tabel 9.

Tabel 9. Buah Jeruk Lemon yang Sering Dibeli Responden.

Buah Jeruk	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
Impor	21	21
Lokal	79	79
Total	100	100

Sumber : Data Primer Diolah (2020)

Dari 100 responden dalam penelitian menunjukkan bahwa sebanyak 79 persen responden memilih untuk membeli jeruk lemon lokal. Sisanya sebanyak 21 persen responden memilih untuk membeli jeruk lemon impor. Hal ini menunjukkan bahwa responden cenderung lebih tertarik untuk membeli jeruk lemon lokal.

Tabel 10. Frekuensi Jeruk Lemon Lokal yang Sering Dibeli dalam Sebulan.

Frekuensi Pembelian	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
Tidak Pernah	2	2
1 kali	33	33
2-3 kali	41	41
3-5 kali	22	22
>5 kali	2	2
Total	100	100

Sumber : Data Primer Diolah (2020)

Setiap responden memiliki frekuensi pembelian yang berbeda-beda dalam melakukan pembelian jeruk lemon. Tabel 10 menunjukkan bahwa 41 persen

responden membeli jeruk lemon lokal 2 - 3 kali dalam sebulan. Sedangkan pada Tabel 11 menunjukkan 49 persen responden membeli jeruk lemon impor > 5 kali dalam sebulan. Hal ini disebabkan pembelian jeruk lemon sesuai dengan kriteria dan kebutuhan responden seperti mudah didapat, rasa, dan aroma sehingga responden merasa harga yang dibayarkan sebanding dengan kualitas jeruk lemon yang diperolehnya.

Tabel 11. Frekuensi Jeruk Lemon Impor yang Sering Dibeli dalam Sebulan.

Frekuensi Pembelian	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
Tidak Pernah	2	2
1 kali	17	17
2-3 kali	2	2
3-5 kali	32	32
> 5 Kali	49	49
Total	100	100

Sumber : Data Primer Diolah (2020)

Jumlah pembelian jeruk lemon lokal yang paling banyak dilakukan adalah 1 – 2 kilogram per bulan yaitu sebesar 61 persen. Responden lebih sering membeli jeruk lemon impor dibanding jeruk lemon lokal

Tabel 12. Jumlah Pembelian Jeruk Lemon Lokal dalam Sebulan.

Jumlah Pembelian	Jumlah (Orang)	Persentase %
Tidak ada	2	2
< 1 Kg	27	27
1-2 kg	61	61
> 2 Kg	10	10
Total	100	100

Sumber : Data Primer Diolah (2020)

Tabel 12 menunjukkan jumlah pembelian jeruk lemon lokal yang paling banyak dilakukan adalah 1 – 2 kilogram per bulan yaitu sebesar 61 persen. Meskipun dalam frekuensi pembelian jeruk lemon lokal lebih sedikit dari jeruk lemon impor, namun dalam pembeliannya jeruk lemon lokal lebih banyak dari pada jeruk lemon impor seperti yang terdapat pada Tabel 13 dengan persentase

jumlah pembelian jeruk lemon impor sebesar 46 persen dengan jumlah < 1 kilogram dalam sebulan.

Tabel 13. Jumlah Pembelian Jeruk Lemon Impor dalam Sebulan.

Jumlah Pembelian	Jumlah (Orang)	Persentase %
Tidak ada	31	31
< 1 Kg	46	46
1-2 kg	22	22
> 2 Kg	1	1
Total	100	100

Sumber : Data Primer Diolah (2020)

Tabel 14. Tujuan Mengkonsumsi Jeruk Lemon.

Tujuan Mengkonsumsi	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
Kecantikan	8	8
Kesehatan	90	90
Perayaan Hari Besar	1	1
Usaha Lemon Tea	1	1
Total	100	100

Sumber : Data Primer Diolah (2020)

Setiap responden dalam mengonsumsi jeruk lemon memiliki tujuan yang berbeda-beda. Pada Tabel 14 tujuan mengonsumsi jeruk lemon sebesar 90 % bertujuan untuk kesehatan. Responden sudah mementingkan pola hidup sehat baik untuk dirinya maupun keluarga. Apalagi pada saat ini, jeruk lemon banyak digunakan sebagai bahan minuman agar terhindar dari ancaman virus dan meningkatkan kekebalan tubuh. Sehingga untuk memenuhi kebutuhannya akan jeruk lemon dengan kandungan yang sama, konsumen banyak memilih jeruk lemon lokal karena harganya yang murah, serta mudah didapat dalam membeli.

Evaluasi Kepentingan Konsumen Terhadap Atribut

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka dapat dilihat nilai kepentingan (*ei*) atribut jeruk lemon yang disajikan seperti pada Tabel 15.

Tabel 15. Nilai Kepentingan (e_i) dan Kategori Tingkat Kepentingan Atribut Jeruk Lemon.

Atribut	Evaluasi Kepentingan (e_i)	Tingkat Kepentingan	Urutan
Harga	4,47	Sangat Penting	1
Rasa	4,34	Sangat Penting	3
Ukuran	3,89	Penting	6
Warna	4,00	Penting	5
Aroma	4,14	Sangat Penting	4
Mudah didapat	4,39	Sangat Penting	2

Sumber : *Data Primer Diolah (2020)*

Hasil penilaian tingkat kepentingan atribut jeruk lemon menunjukkan bahwa responden menilai empat dari enam atribut jeruk lemon adalah sangat penting yaitu atribut harga sebesar 4,47 poin. Harga juga menjadi penting, karena harga akan menjadi patokan bagi konsumen untuk membeli produk. Dengan begitu harga adalah sejumlah uang yang dibayarkan untuk memperoleh produk yang diinginkan (Batubara dan Hidayat, 2016).

Lalu atribut kedua yang dinilai sangat penting adalah mudah didapat sebesar 4,39 poin, kemudian rasa sebesar 4,34 poin, dan aroma sebesar 4,14 poin. Lalu atribut yang dinilai penting adalah warna sebesar 4,00 poin dan ukuran sebesar 3,89 poin. Dari tabel tersebut dapat diketahui bahwa konsumen sangat mempertimbangkan atribut harga, mudah didapat, rasa, dan aroma sebagai atribut utama dalam pembelian jeruk lemon.

Hasil Evaluasi Tingkat Kepercayaan Atribut

Hasil evaluasi tingkat kepercayaan atribut jeruk lemon lokal dan jeruk lemon impor pada hasil penelitian yang telah dilakukan dapat dilihat pada Tabel 16 dibawah ini. Dengan ketentuan kategori terbagi dalam lima mulai dari 1,0 – 1,8 (sangat tidak baik), 1,9 – 2,6 (tidak baik), 2,7 – 3,4 (netral), 3,5 – 4,2 (baik), 4,3 – 5,0 (sangat baik).

Tabel 16. Nilai kepercayaan (e_i) dan kategori tingkat pelaksanaan atribut jeruk lemon.

Atribut	Jeruk Lemon Lokal		Jeruk Lemon Impor	
	Skor	Kategori	Skor	Kategori
Harga	4.46	Sangat baik	3.15	Baik
Rasa	4.00	Baik	3.79	Baik
Ukuran	3.88	Baik	3.79	Baik
Warna	3.62	Baik	3.84	Baik
Aroma	3.93	Baik	3.82	Baik
Mudah didapat	4.23	Baik	3.45	Baik

Sumber : *Data Primer Diolah (2020)*

Berdasarkan hasil penelitian responden terhadap nilai kepercayaan atribut jeruk lemon lokal diketahui harga merupakan atribut yang sangat baik dengan nilai rata-rata tertinggi yaitu 4,46 poin dari atribut lainnya. Jeruk lemon lokal memiliki harga yang paling murah dibanding jeruk lemon impor. Hal ini disebabkan karena rantai pemasaran jeruk lemon lokal tidak sepanjang jeruk lemon impor. Sedangkan atribut warna memiliki nilai rata-rata terendah sebesar 3,62 poin. Responden menilai warna pada jeruk lemon lokal tidak sebaik jeruk lemon impor.

Pada jeruk lemon impor, responden menilai atribut warna pada jeruk lemon impor yang paling baik dengan nilai rata-rata 3,84 poin. Hal ini menunjukkan bahwa atribut warna jeruk lemon impor sudah sesuai dengan harapan responden. Sedangkan atribut yang memperoleh nilai rata-rata terendah pada jeruk lemon impor adalah harga dengan nilai rata-rata sebesar 3,15 poin.

Analisa Sikap Terhadap Jeruk Lemon Lokal dan Jeruk Lemon Impor

Nilai sikap konsumen untuk jeruk lemon lokal dan jeruk lemon 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 jeruk

lemon lokal dan jeruk lemon impor (Ao). Hasil analisis sikap responden (ei.bi) dan total nilai sikap (Ao) terhadap atribut jeruk lemon lokal dan jeruk lemon impor secara keseluruhan dapat dilihat pada Tabel 17.

Penentuan interpretasi sikap terhadap jeruk lemon lokal dan jeruk lemon impor dibagi menjadi lima kategori, mulai dari 1-5,8 (sangat negatif), 5,9-10,6 (negatif), 10,7-15,4 (netral), 15,5-20,2 (positif) dan 20,3-25 (sangat positif).

Tabel 17. Hasil Analisis Sikap Terhadap Atribut Jeruk Lemon Lokal dan Jeruk Lemon Impor.

Atribut	Evaluasi (ei)	Jeruk Lemon Lokal			Jeruk Lemon Impor		
		bi	Ao (ei.bi)	Kategori sikap	bi	Ao (ei.bi)	Kategori sikap
Harga	4.47	4.46	19.94	Positif	3.15	14.08	Netral
Rasa	4.34	4.00	17.36	Positif	3.79	16.45	Positif
Ukuran	3.89	3.88	15.09	Netral	3.79	14.74	Netral
Warna	4.00	3.62	14.48	Netral	3.84	15.36	Netral
Aroma	4.14	3.93	16.27	Positif	3.82	15.81	Positif
Mudah didapat	4.39	4.23	18.57	Positif	3.45	15.15	Netral
$\Sigma (ei.bi)$			101.71			91.59	

Sumber : Data Primer Diolah (2020)

Dari Tabel 17 diatas dapat diketahui bahwa jeruk lemon lokal yang memiliki kategori sikap paling positif adalah harga 19,94 poin. Pada jeruk lemon lokal harga merupakan atribut yang dinilai baik oleh reponden. Sedangkan sikap yang memiliki nilai paling rendah adalah warna 14,48 poin dengan kategori sikap netral. Pada jeruk lemon impor nilai sikap yang paling positif yaitu rasa 16,45 poin sedangkan nilai sikap yang paling rendah adalah harga 14,08 poin dengan kategori sikap netral.

Pada jeruk lemon lokal atribut rasa memiliki kategori sikap 17,36 poin, lebih besar dibanding atribut rasa jeruk lemon impor 16,45 poin. Hal ini disebabkan karena rasa jeruk lemon lokal sudah sesuai dengan harapan responden. Ukuran jeruk lemon lokal pada kategori sikap sebesar 15,09 poin lebih besar dibanding ukuran jeruk lemon impor dengan nilai 14,74 poin. Hal ini disebabkan

karena responden menilai ukuran jeruk lemon lokal sesuai dengan harapan responden.

Untuk atribut warna pada kategori sikap jeruk lemon impor lebih unggul sebesar 15,36 poin dibanding kategori sikap jeruk lemon lokal sebesar 14,48 poin. Atribut aroma pada kategori sikap jeruk lemon lokal lebih unggul dari kategori sikap jeruk lemon impor sebesar 15,81 poin. Dan atribut mudah didapat pada kategori sikap jeruk lemon lokal lebih unggul sebesar 18,57 poin dibanding kategori sikap jeruk lemon impor sebesar 15,15 poin.

Hasil nilai kepercayaan pada jeruk lemon yang menunjukkan keunggulan yaitu jeruk lemon lokal. Adapun atribut yang unggul adalah atribut harga 19,94 poin, mudah didapat 18,57 poin, rasa 17,36 poin, dan aroma 16,27 poin. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen memiliki nilai sikap yang lebih besar pada atribut harga, mudah didapat, rasa, dan aroma pada jeruk lemon lokal, yang berarti konsumen lebih menyukai jeruk lemon lokal dengan atribut utama harga, mudah didapat, rasa, dan aroma.

Analisis Daya Saing Jeruk Lemon Lokal Terhadap Jeruk Lemon Impor

Nilai A_o jeruk lemon lokal dan jeruk lemon impor didapat setelah mengalikan nilai kepentingan (e_i) dengan nilai kepercayaan (b_i), lalu nilai A_o jeruk lemon lokal dibandingkan dengan A_o jeruk lemon impor. Jika nilai A_o jeruk lemon lokal $>$ (lebih besar) dibanding nilai A_o jeruk lemon impor berarti jeruk lemon lokal lebih disukai dibanding jeruk lemon impor, demikian sebaliknya.

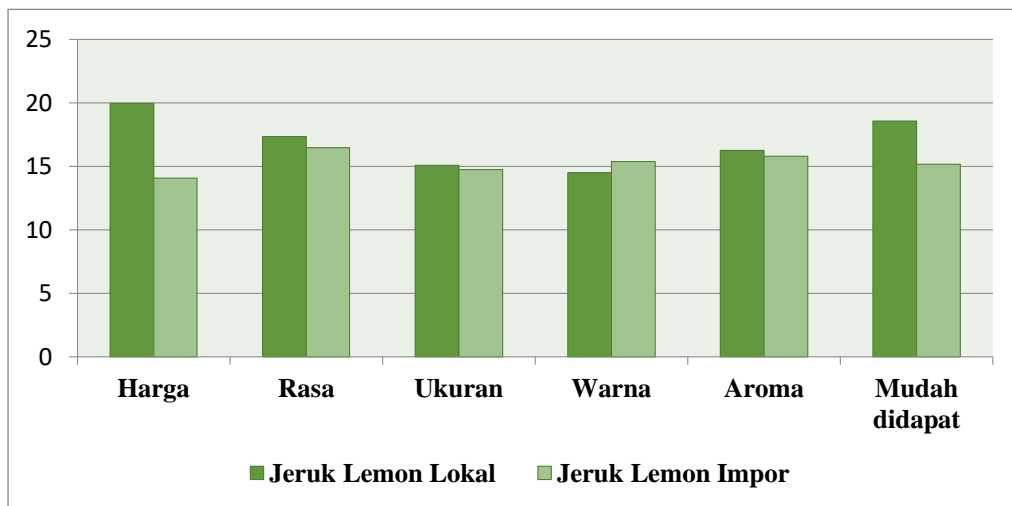
Tabel 18. Hasil Analisis Evaluasi dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Multiatribut Jeruk Lemon Lokal dan Jeruk lemon Impor.

Atribut	Evaluasi (<i>ei</i>)	Jeruk Lemon Lokal		Jeruk Lemon Impor	
		<i>bi</i>	Ao (<i>ei.bi</i>)	<i>bi</i>	Ao (<i>ei.bi</i>)
Harga	4.47	4.46	19.94	3.15	14.08
Rasa	4.34	4,00	17.36	3.79	16.45
Ukuran	3.89	3.88	15.09	3.79	14.74
Warna	4,00	3.62	14.48	3.84	15.36
Aroma	4.14	3.93	16.27	3.82	15.81
Mudah didapat	4.39	4.23	18.57	3.45	15.15
$\Sigma (ei.bi)$			101.71		91.59

Sumber : Data Primer Diolah (2020)

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui secara keseluruhan bahwa total nilai sikap (Ao) untuk jeruk lemon lokal sebesar 101,71 poin sedangkan jeruk lemon impor memiliki total nilai sikap sebesar 91,59 poin. Dengan demikian, secara keseluruhan responden memiliki sikap yang positif terhadap jeruk lemon lokal dibandingkan jeruk lemon impor. Hal ini dapat terjadi karena responden menilai secara keseluruhan atribut jeruk lemon lokal lebih baik dari pada atribut jeruk lemon impor.

Analisis daya saing jeruk lemon lokal terhadap jeruk lemon impor disajikan seperti pada Gambar 3 dibawah ini.



Gambar 3. Analisis Daya Saing Jeruk Lemon Lokal Terhadap Jeruk Lemon Impor

Berdasarkan Gambar 3 diperoleh keterangan bahwa atribut-atribut jeruk lemon lokal pada umumnya lebih unggul dibanding jeruk lemon impor. Namun terdapat atribut yang perlu diperhatikan untuk meningkatkan daya saing jeruk lemon lokal seperti warna. Adapun yang menjadi keunggulan jeruk lemon lokal adalah atribut harga, mudah didapat, rasa, dan aroma.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan terhadap karakteristik umum konsumen dan proses keputusan pembelian, dan analisis *multiatribut Fishbein* maka dapat disimpulkan beberapa hal sesuai dengan tujuan penelitian. Karakteristik konsumen jeruk lemon di Kota Medan yaitu berjenis kelamin perempuan, berusia 17 – 29 tahun, pendidikan akhir Sarjana, berprofesi sebagai pegawai swasta, serta mempunyai pendapatan per bulan Rp1.500.000 – Rp2.500.000.

Responden memilih harga sebagai atribut yang paling diutamakan ketika melakukan pembelian jeruk lemon lokal maupun jeruk lemon impor. Responden di Kota Medan memiliki sikap positif, baik untuk jeruk lemon lokal maupun jeruk lemon impor. Secara keseluruhan atribut-atribut jeruk lemon lokal berada pada posisi paling atas sedangkan jeruk lemon impor berada pada posisi paling rendah. Atribut buah jeruk lokal yang dipersepsikan baik oleh konsumen adalah atribut harga, mudah didapat, rasa, dan aroma. Nilai sikap atribut jeruk lemon lokal yaitu 101,71 poin lebih besar dibanding jeruk lemon impor yaitu 91,59 poin. Artinya jeruk lemon lokal lebih unggul atau memiliki daya saing karena lebih diminati konsumen.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian dapat diajukan beberapa saran, antara lain :

1. Bagi pemasar jeruk lemon lokal sebaiknya melakukan tindakan pasca panen seperti penyimpanan, pengepakan, dan pendistribusian yang lebih baik sehingga mutu dan ketersediaan jeruk lemon lokal terjamin serta melakukan strategi pemasaran yang baik agar tidak kalah bersaing dengan

jeruk lemon impor.

2. Pada penelitian selanjutnya mengenai analisis daya saing jeruk lemon lokal terhadap jeruk lemon impor sebaiknya menggunakan alat analisis *Conjoint* yaitu alat analisis yang digunakan untuk menganalisis sikap atau penilaian konsumen terhadap jeruk lemon lokal dan impor serta untuk melihat preferensi konsumen terhadap jeruk lemon lokal dan jeruk lemon impor, *perceptual mapping* yaitu alat analisis yang digunakan untuk menganalisis sikap atau penilaian konsumen terhadap jeruk lemon lokal dan impor, dan SEM (*Structural Equation Model*) untuk mengetahui hubungan kepuasan dan loyalitas atau pengaruh kepuasan terhadap loyalitas.

DAFTAR PUSTAKA

- Arianty, N.; Jasin, H.; Khodri, P.L.; dan Christiana, I. (2016). Manajemen Pemasaran. Perdana Publishing.
- Batubara, A., dan Hidayat, R. (2016). Pengaruh Penetapan Harga dan Promosi terhadap Tingkat Penjualan Tiket pada PSA Mihin Lanka Airlines. *Jurnal Iman*.
- Habib, Akbar., dan Risnawati. (2018). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Buah Pepaya Impor di Kota Medan. *Jurnal Agrium ISSN 0852-1077*, vol 21 No.2.
- Lestari, S. P. dan M. (2017). Tolok Ukur Daya Saing Antara Buah Jeruk Lokal dan Buah Jeruk Impor dilihat dari Sikap Konsumen di Kota Semarang. *Prosiding Seminar Nasional and Call for Papers : Optimalisasi Tata Kelola Organisasi Dalam Upaya Peningkatan Daya Saing Dan Iklim Organisasi*. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UNTAG Semarang, 15 Halaman.
- Muri Yusuf, A. (2014). METODE PENELITIAN Kuantitatif, Kualitatif dan Penelitian Gabungan (Edisi Pert). PT Fajar Interpretama Mandiri.
- Priyambodo, C. S., Sastryawanto, H., & Hermawati, D. T. (2019). Analisis Preferensi konsumen buah Jeruk di Pasar Keputran Utara, Surabaya. *Jurnal Universitas Wijaya Kusuma Surabaya*.
- Rangkuti, Khairunnisa., Thamrin, Muhammad., dan Nurhanafi Siregar, Ilham. (2018). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Tanaman Anggrek (Orchidaceae) di Kota Medan. *Jurnal Biolink*, Vol 4.
- Rosalina, D. dan M. Ri. Z. (2019). Analisis Daya Saing Jeruk Lokal Terhadap Jeruk Impor di Kabupaten Tanah Karo. *Jurnal Samudra Ekonomika*, Vol 3, No.1, 8 Halaman.
- Statistik, B. P. (2019). Jumlah Penduduk Menurut Kecamatan dan Jenis Kelamin di Kota Medan (Jiwa). www.bps.go.id.
- Statistik, B. P. (2019). Kota Medan Dalam Angka 2019 B. P. S. K. Medan. Badan Pusat Statistik Kota Medan.
- Statistik, B. P. (2020). Indonesia Dalam Angka 2020 B. P. S. Indonesia. Badan Pusat Statistik Indonesia. 759 Halaman.
- Statistik, B. P. (2020). Kota Medan Dalam Angka 2020 B. P. S. K. Medan. Badan Pusat Statistik Kota Medan.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D). ALFABETA Cv.

- Suharsimi Arikunto. (1993). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Penelitian*. Rineka Cipta.
- Sumarwan, U. (1999). Mencermati Pasar Agribisnis. Melalui Analisis Perilaku Konsumsi dan Pembelian Buah-buahan. *Majalah Agribisnis, Manajemen Dan Teknologi*. Manajemen Agribisnis, Institut Pertanian Bogor, Vol. 5 No.7.
- Sumarwan, U. (2002). *Perilaku Konsumen. Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Ghalia Indonesia
- Sumarwan, U. (2011). *Perilaku Konsumen. Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Ghalia Indonesia.
- Widiyanto, N. A., Adhi, A. K., & Daryanto, H. K. (2016). Atribut-Atribut yang Memengaruhi Sikap dan Preferensi Konsumen dalam. *Jurnal Ilmu Keluarga Dan Konsumen*.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Nama, Usia, Jenis Kelamin, Pendidikan, dan Pendapatan.

No	Nama	Usia	Jenis Kelamin	Pendidikan	Pekerjaan	Pendapatan
1	Novin Andrianto	38	Laki-laki	Sarjana	Pegawai Swasta	>Rp 4.000.000
2	NUR HASANAH	19	Perempuan	SMA	Pelajar/Mahasiswa	Rp 500.000-Rp 1.500.000
3	Adik Bagus Agung Purwanto	22	Laki-laki	SMA	Pelajar/Mahasiswa	<Rp 500.000
4	Rabel Sebayang, Ir.	56	Laki-laki	Sarjana	Wiraswasta	Rp 1.500.000-Rp 2.500.000
5	Malih	18	Perempuan	SMA	Pelajar/Mahasiswa	<Rp 500.000
6	M. Choky Pradana Manik, S.P	25	Laki-laki	Sarjana	Pegawai Swasta	Rp 2.500.000-Rp 4.000.000
7	Sartika Sari	20	Perempuan	SMA	Pelajar/Mahasiswa	Rp 500.000-Rp 1.500.000
8	Eko Priyadi	24	Laki-laki	Sarjana	Pelajar/Mahasiswa	Rp 1.500.000-Rp 2.500.000
9	Dewi Nirmala	39	Perempuan	SMA	Pegawai Swasta	Rp 2.500.000-Rp 4.000.000
10	Silvia	23	Perempuan	Sarjana	Pegawai Swasta	Rp 1.500.000-Rp 2.500.000
11	Eko Bayu Syahputra Singarimbun	20	Laki-laki	SMA	Pegawai Swasta	Rp 1.500.000-Rp 2.500.000
12	Reanda Ayu	26	Perempuan	Diploma	Pegawai Swasta	>Rp 4.000.000
13	Ratni	26	Perempuan	Sarjana	Wiraswasta	Rp 1.500.000-Rp 2.500.000
14	Ema Fransiska Ginting	20	Perempuan	SMA	Pelajar/Mahasiswa	<Rp 500.000
15	Mjp	25	Laki-laki	Diploma	TNI-AD	>Rp 4.000.000
16	Aldi prasetya	22	Laki-laki	Sarjana	Pelajar/Mahasiswa	Rp 1.500.000-Rp 2.500.000
17	Yemi	31	Perempuan	Sarjana	Wiraswasta	>Rp 4.000.000
18	Epi ermawati	51	Perempuan	SMA	Ibu rumah tangga	Rp 500.000-Rp 1.500.000
19	Alina	25	Perempuan	Sarjana	Pegawai Swasta	Rp 1.500.000-Rp 2.500.000
20	Dodi prasetio	23	Laki-laki	SMA	Pelajar/Mahasiswa	<Rp 500.000
21	Rini anggraini	38	Perempuan	SMA	Ibu rumah tangga	Rp 1.500.000-Rp 2.500.000
22	Amalia Fauziah hulwani	20	Perempuan	Sarjana	Pelajar/Mahasiswa	<Rp 500.000

Lanjutan

No	Nama	Usia	Jenis Kelamin	Pendidikan	Pekerjaan	Pendapatan
23	Sri Indriati Wulandari	25	Perempuan	Sarjana	Pegawai Swasta	Rp 2.500.000-Rp 4.000.000
24	IRA	27	Perempuan	Sarjana	Pegawai Swasta	Rp 2.500.000-Rp 4.000.000
25	Erlisna	30	Perempuan	SD	Wiraswasta	<Rp 500.000
26	Hanna Elisabet	55	Perempuan	Sarjana	Pegawai Swasta	Rp 2.500.000-Rp 4.000.000
27	Lopiga	23	Perempuan	SMA	Pelajar/Mahasiswa	<Rp 500.000
28	Mahriza Hany	20	Perempuan	Diploma	Pegawai Swasta	Rp 1.500.000-Rp 2.500.000
29	Riza pahlevi S.	30	Laki-laki	Sarjana	BUMN	>Rp 4.000.000
30	Abay	26	Laki-laki	Sarjana	Pegawai Swasta	>Rp 4.000.000
31	Hari Suryono, S.E.	31	Laki-laki	Sarjana	Pegawai Negeri	>Rp 4.000.000
32	Khoirotun Nisa Pohan	22	Perempuan	Sarjana	Pelajar/Mahasiswa	Rp 1.500.000-Rp 2.500.000
33	Maya Lestari	35	Perempuan	SMA	Wiraswasta	Rp 1.500.000-Rp 2.500.000
34	Doanta	17	Laki-laki	SMA	Pelajar/Mahasiswa	<Rp 500.000
35	Elita Dora	39	Perempuan	Sarjana	Pegawai Negeri	>Rp 4.000.000
36	Sri Utami	57	Perempuan	Sarjana	Pegawai Negeri	>Rp 4.000.000
37	Anita Naibaho	51	Perempuan	Sarjana	Pegawai Negeri	>Rp 4.000.000
38	Rudi Zargani	34	Laki-laki	SMA	Wiraswasta	Rp 1.500.000-Rp 2.500.000
39	Rosemery Agnes Sinaga	51	Perempuan	Sarjana	Pegawai Negeri	>Rp 4.000.000
40	Tiodor Br Matanari	57	Perempuan	Sarjana	Pegawai Negeri	>Rp 4.000.000
41	Rotua Panggabean	47	Perempuan	Sarjana	Pegawai Negeri	>Rp 4.000.000
42	Sri Rosetta Elisabeth Tarigan	47	Perempuan	Sarjana	Pegawai Negeri	>Rp 4.000.000
43	Diana Rosa Hasibuan	34	Perempuan	Sarjana	Pegawai Swasta	Rp 500.000-Rp 1.500.000
44	Tenang br Sembiring	51	Perempuan	Sarjana	Pegawai Negeri	>Rp 4.000.000
45	Yosita	27	Perempuan	Sarjana	Wiraswasta	Rp 500.000-Rp 1.500.000

Lanjutan

No	Nama	Usia	Jenis Kelamin	Pendidikan	Pekerjaan	Pendapatan
46	Rika Ginting	25	Perempuan	Sarjana	Pegawai Negeri	Rp 1.500.000-Rp 2.500.000
47	Ridwan	20	Laki-laki	SMA	Pelajar/Mahasiswa	Rp 500.000-Rp 1.500.000
48	Laurent Haqqi	23	Laki-laki	Sarjana	Wiraswasta	Rp 1.500.000-Rp 2.500.000
49	Aan	28	Laki-laki	Sarjana	Pegawai Negeri	>Rp 4.000.000
50	Sumaryono	54	Laki-laki	SMA	Pegawai Negeri	>Rp 4.000.000
51	Joko Wibowo	41	Laki-laki	SMA	Pegawai Swasta	Rp 2.500.000-Rp 4.000.000
52	Nomi Sri Rati	24	Perempuan	Sarjana	Pegawai Swasta	Rp 1.500.000-Rp 2.500.000
53	Raka	23	Laki-laki	SMA	Pelajar/Mahasiswa	Rp 500.000-Rp 1.500.000
54	Wulandari	24	Perempuan	SMA	Pegawai Swasta	Rp 500.000-Rp 1.500.000
55	Nur Aisyah	25	Perempuan	SMA	Pegawai Swasta	Rp 1.500.000-Rp 2.500.000
56	Sutimah	52	Perempuan	SD	Ibu Rumah Tangga	Rp 1.500.000-Rp 2.500.000
57	Merry ivana	40	Perempuan	Sarjana	Wiraswasta	Rp 2.500.000-Rp 4.000.000
58	Putri	23	Perempuan	SMA	Wiraswasta	Rp 1.500.000-Rp 2.500.000
59	Rifki	25	Laki-laki	Sarjana	Pegawai Swasta	Rp 2.500.000-Rp 4.000.000
60	Ningsih	28	Perempuan	Diploma	Pegawai Swasta	Rp 1.500.000-Rp 2.500.000
61	Makmur Jaya Ginting	40	Laki-laki	Diploma	Wiraswasta	Rp 1.500.000-Rp 2.500.000
62	Cahyani	25	Perempuan	Sarjana	Pegawai Negeri	Rp 2.500.000-Rp 4.000.000
63	Raskita Magdalena	38	Perempuan	SMA	Wiraswasta	Rp 500.000-Rp 1.500.000
64	Syakila	29	Perempuan	Sarjana	Pegawai Swasta	Rp 2.500.000-Rp 4.000.000
65	Gita Anandita	25	Perempuan	SMA	Pegawai Swasta	Rp 1.500.000-Rp 2.500.000

Lanjutan

No	Nama	Usia	Jenis Kelamin	Pendidikan	Pekerjaan	Pendapatan
66	Evica adetiyah	24	Perempuan	Sarjana	Pegawai Swasta	Rp 2.500.000-Rp 4.000.000
67	Atika suci	25	Perempuan	Sarjana	Pegawai Swasta	Rp 1.500.000-Rp 2.500.000
68	Tami	21	Perempuan	SMA	Pegawai Swasta	>Rp 4.000.000
69	Lidia devega munthe	27	Perempuan	Sarjana	Pegawai Negeri	Rp 1.500.000-Rp 2.500.000
70	Hana fladisa girsang	28	Perempuan	Sarjana	Pegawai Negeri	Rp 2.500.000-Rp 4.000.000
71	Yurki prastika	23	Perempuan	Sarjana	Pelajar/Mahasiswa	<Rp 500.000
72	Muhammad iman	28	Laki-laki	Sarjana	Wiraswasta	Rp 2.500.000-Rp 4.000.000
73	Rangga pratama	22	Laki-laki	SMA	Pelajar/Mahasiswa	<Rp 500.000
74	Aprida br perangin angin	30	Perempuan	Sarjana	Pegawai Swasta	Rp 1.500.000-Rp 2.500.000
75	M Alfian majid	27	Laki-laki	Sarjana	Pegawai Swasta	>Rp 4.000.000
76	Halidah	40	Perempuan	SMA	Ibu rumah tangga	Rp 500.000-Rp 1.500.000
77	Sutimah	53	Perempuan	SD	Wiraswasta	Rp 1.500.000-Rp 2.500.000
78	Fathul umam	22	Laki-laki	SMA	Wiraswasta	Rp 500.000-Rp 1.500.000
79	Ainur Sry Dewi Gandari	21	Perempuan	Sarjana	Pelajar/Mahasiswa	Rp 500.000-Rp 1.500.000
80	Tiya	21	Perempuan	Sarjana	Pelajar/Mahasiswa	<Rp 500.000
81	Putra Pratama	24	Laki-laki	Sarjana	Wiraswasta	Rp 2.500.000-Rp 4.000.000
82	Alvinza	21	Laki-laki	SMA	Pelajar/Mahasiswa	Rp 500.000-Rp 1.500.000
83	M. Purba	32	Laki-laki	SMA	Wiraswasta	Rp 500.000-Rp 1.500.000
84	Christine Tarigan	29	Perempuan	Sarjana	Pegawai Swasta	>Rp 4.000.000
85	Wulan Ramadhanti	22	Perempuan	Sarjana	Pelajar/Mahasiswa	Rp 500.000-Rp 1.500.000

Lanjutan

No	Nama	Usia	Jenis Kelamin	Pendidikan	Pekerjaan	Pendapatan
86	Saimun	55	Perempuan	SD	Petani	Rp 2.500.000-Rp 4.000.000
87	Robby Marte	35	Laki-laki	SMA	Pegawai Honorer	Rp 500.000-Rp 1.500.000
88	Faisal Hidayat	23	Laki-laki	SMA	Pelajar/Mahasiswa	<Rp 500.000
89	Agi Pranata	25	Laki-laki	Sarjana	Wiraswasta	Rp 500.000-Rp 1.500.000
90	Irwan Bangun	55	Laki-laki	Sarjana	Pegawai Swasta	>Rp 4.000.000
91	Drs. Marumbal Siahaan,M.Pd	59	Laki-laki	Sarjana	Pegawai Negeri	>Rp 4.000.000
92	Andre	32	Laki-laki	Sarjana	Wiraswasta	Rp 2.500.000-Rp 4.000.000
93	Parsaulian	56	Laki-laki	Sarjana	Pegawai Negeri	>Rp 4.000.000
94	Syainatun Purnawati	22	Perempuan	SMA	Pelajar/Mahasiswa	Rp 500.000-Rp 1.500.000
95	Dea Fahra Aini	25	Perempuan	SMA	Wiraswasta	Rp 2.500.000-Rp 4.000.000
96	Adelia Chairani	24	Perempuan	Diploma	Wiraswasta	Rp 1.500.000-Rp 2.500.000
97	Betty Endang Kesuma Parhusip	47	Perempuan	Sarjana	Ibu Rumah Tangga	>Rp 4.000.000
98	Emilia	30	Perempuan	Sarjana	Wiraswasta	Rp 2.500.000-Rp 4.000.000
99	Salsalina	25	Perempuan	Sarjana	Ibu Rumah Tangga	<Rp 500.000
100	Ramadhan	26	Laki-laki	Sarjana	Pegawai Swasta	Rp 1.500.000-Rp 2.500.000

Lampiran 2. Rekapitulasi Data Kepentingan (α_i) Terhadap Atribut Jeruk Lemon.

No	Harga	Rasa	Ukuran	Warna	Aroma	Mudah didapat
1	5	5	2	4	4	4
2	5	5	5	5	5	5
3	5	5	5	5	5	5
4	5	5	5	5	5	5
5	5	4	4	4	4	5
6	4	4	4	4	4	4
7	5	5	5	4	4	5
8	2	4	2	2	2	4
9	5	5	5	5	5	5
10	4	4	4	4	4	4
11	4	4	2	2	2	4
12	4	4	2	4	4	4
13	4	4	2	2	2	4
14	2	2	2	2	2	4
15	4	4	2	2	2	4
16	4	4	4	4	4	4
17	4	4	2	2	4	4
18	4	4	4	4	4	4
19	5	5	2	2	4	5
20	5	5	5	5	5	5
21	4	4	4	4	4	4
22	4	4	4	4	4	4
23	4	4	2	2	4	4
24	5	5	2	2	4	5
25	4	4	4	4	4	4
26	5	5	4	4	5	5
27	4	4	2	4	4	4
28	5	4	4	4	4	5
29	4	4	2	2	4	4
30	4	4	4	4	4	4
31	5	4	4	4	4	5
32	5	5	5	5	5	5
33	4	4	4	4	4	4
34	5	4	4	4	4	4
35	4	4	4	4	4	4
36	4	4	4	4	4	4
37	5	5	4	4	4	5
38	5	4	4	4	4	5
39	5	5	5	5	5	5

Lanjutan

No	Harga	Rasa	Ukuran	Warna	Aroma	Mudah didapat
40	4	4	4	4	4	4
41	5	5	5	5	5	5
42	4	4	4	4	4	4
43	4	4	4	4	4	4
44	5	4	4	4	4	4
45	4	4	4	4	4	4
46	5	4	4	4	4	4
47	5	5	5	5	5	5
48	5	4	4	4	4	4
49	4	4	4	4	4	4
50	5	5	5	5	5	5
51	4	4	4	4	4	4
52	5	5	5	5	5	5
53	4	4	4	4	4	4
54	5	5	5	5	5	5
55	4	4	4	4	4	4
56	4	4	4	4	4	4
57	5	5	5	5	5	5
58	4	4	4	4	4	4
59	5	5	5	5	5	5
60	5	5	5	5	5	5
61	5	5	2	4	4	5
62	5	5	4	4	4	5
63	5	5	4	4	4	5
64	5	5	5	5	5	5
65	4	4	4	4	4	4
66	4	4	4	4	4	4
67	4	4	5	5	4	4
68	5	5	5	5	5	5
69	5	5	5	4	4	5
70	4	4	4	4	4	4
71	4	4	4	5	5	5
72	4	4	4	4	4	4
73	4	4	4	4	3	4
74	4	4	4	4	4	4
75	4	4	4	4	4	4
76	5	4	2	2	4	4
77	4	4	3	3	3	4
78	3	4	4	3	4	4

Lanjutan

No	Harga	Rasa	Ukuran	Warna	Aroma	Mudah didapat
79	5	5	4	5	5	5
80	4	5	4	4	4	4
81	4	4	4	4	3	2
82	4	4	4	4	4	4
83	5	5	5	5	5	5
84	5	5	4	4	4	5
85	5	4	4	2	4	4
86	5	4	4	4	4	4
87	5	4	4	4	5	5
88	5	4	4	4	4	5
89	4	4	4	4	4	4
90	5	4	2	4	4	4
91	5	4	4	4	4	3
92	5	5	2	5	5	5
93	5	4	4	4	4	5
94	5	5	5	5	5	5
95	5	5	5	5	5	5
96	5	5	5	5	5	5
97	3	5	4	5	5	4
98	5	4	4	4	4	4
99	5	4	4	4	4	5
100	5	4	4	4	4	4
Rata rata	4.47	4.34	3.89	4.00	4.14	4.39

Lampiran 3. Rekapitulasi Data Kepercayaan (bi) Terhadap Atribut Jeruk Lemon Lokal.

No	Harga	Rasa	Ukuran	Warna	Aroma	Mudah didapat
1	5	4	4	4	4	4
2	4	4	4	4	4	4
3	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	4	4	2	4
6	4	4	4	4	4	4
7	4	4	4	4	4	4
8	4	4	4	4	4	4
9	5	4	4	4	4	4
10	5	4	4	4	4	4
11	4	4	4	4	2	4
12	4	2	4	2	2	4
13	4	2	4	2	2	4
14	4	2	2	2	2	4
15	4	4	4	4	4	4
16	4	5	5	4	5	4
17	4	4	4	4	2	4
18	4	4	5	5	4	4
19	4	4	2	2	4	4
20	5	5	5	5	5	4
21	4	4	4	4	4	4
22	4	4	4	4	5	5
23	4	4	2	2	4	4
24	4	4	2	2	4	4
25	4	4	4	2	4	4
26	4	4	2	2	4	4
27	4	4	2	2	4	5
28	4	4	2	4	4	4
29	5	5	4	4	5	5
30	4	4	2	4	4	4
31	5	4	4	4	4	5
32	5	5	4	4	4	5
33	5	4	4	4	4	4
34	5	4	4	2	4	5
35	4	4	4	4	4	4
36	5	4	4	4	4	4
37	5	4	4	4	4	4
38	4	4	4	2	4	4
39	5	4	4	4	4	4

Lanjutan

No	Harga	Rasa	Ukuran	Warna	Aroma	Mudah didapat
40	5	4	4	4	4	4
41	5	4	4	4	4	4
42	5	4	4	4	4	4
43	5	4	4	2	4	4
44	5	4	4	2	4	4
45	5	4	5	4	4	4
46	5	4	4	4	4	4
47	5	4	4	2	4	4
48	4	2	2	2	2	4
49	4	2	2	2	2	4
50	5	4	4	4	4	4
51	5	4	4	4	4	4
52	4	4	4	4	4	4
53	4	4	4	4	4	4
54	5	4	4	4	4	4
55	4	4	4	2	4	4
56	4	4	4	4	4	4
57	5	5	5	4	5	5
58	4	4	4	2	4	4
59	4	4	4	4	4	4
60	4	4	4	4	4	4
61	5	4	4	4	4	4
62	5	4	4	4	4	4
63	5	4	4	4	4	5
64	4	4	4	4	4	4
65	5	4	4	4	4	4
66	4	4	5	5	4	5
67	5	4	4	5	4	5
68	4	4	4	4	4	4
69	4	4	4	5	5	5
70	4	4	4	4	4	4
71	4	4	4	4	5	4
72	4	4	4	4	4	4
73	4	4	4	4	4	4
74	4	4	4	4	4	4
75	4	4	4	4	5	4
76	5	5	5	5	5	5
77	4	4	4	4	3	4
78	4	4	3	4	4	4

Lanjutan

No	Harga	Rasa	Ukuran	Warna	Aroma	Mudah didapat
79	4	5	4	5	5	5
80	3	4	3	3	3	4
81	5	4	4	3	4	4
82	3	3	4	4	3	4
83	5	4	4	2	4	4
84	5	4	4	2	4	5
85	5	4	4	4	4	4
86	5	4	4	2	4	4
87	5	4	4	4	4	4
88	5	4	4	4	4	5
89	5	4	4	2	4	4
90	5	4	4	4	4	4
91	5	4	4	4	4	5
92	5	4	4	4	4	5
93	5	4	4	4	4	5
94	5	5	5	5	5	5
95	5	5	5	4	4	5
96	5	5	5	5	5	5
97	4	5	4	3	4	5
98	5	4	4	4	4	5
99	5	4	4	4	4	4
100	5	4	4	4	4	4
Rata rata	4.46	4	3.88	3.62	3.93	4.23

Lampiran 4. Rekapitulasi Data Kepercayaan (bi) Terhadap Atribut Jeruk Lemon Impor.

No	Harga	Rasa	Ukuran	Warna	Aroma	Mudah didapat
1	2	5	4	4	4	2
2	4	4	4	4	4	4
3	5	5	4	5	5	4
4	2	4	4	4	4	4
5	4	4	4	4	4	4
6	4	4	4	4	4	4
7	5	4	2	4	4	5
8	4	4	4	4	4	4
9	4	4	4	4	4	4
10	4	4	4	4	4	4
11	2	4	4	4	4	4
12	4	4	4	4	4	4
13	4	4	5	4	4	4
14	2	4	4	4	4	4
15	4	4	4	4	4	4
16	5	4	4	5	5	3
17	2	4	4	4	4	2
18	4	5	5	5	4	4
19	2	4	4	4	4	4
20	4	5	5	5	5	3
21	4	4	4	4	4	4
22	4	4	4	4	4	3
23	5	5	5	5	5	5
24	4	4	4	4	4	4
25	4	4	4	4	4	4
26	4	4	2	4	4	4
27	4	4	2	4	4	2
28	4	4	4	4	4	4
29	4	5	5	5	5	2
30	4	4	4	4	4	4
31	4	4	4	4	4	4
32	4	4	4	4	4	4
33	4	4	4	4	4	4
34	2	4	4	4	4	2
35	2	4	4	4	4	2
36	2	2	2	2	2	2
37	2	4	4	4	4	2
38	2	2	2	2	2	2
39	2	4	4	4	4	4

Lanjutan

No	Harga	Rasa	Ukuran	Warna	Aroma	Mudah didapat
40	1	2	2	2	2	2
41	1	2	2	2	2	2
42	2	4	4	4	4	4
43	2	4	4	4	4	2
44	2	4	4	4	4	4
45	2	4	4	4	4	2
46	2	2	2	2	2	2
47	2	2	2	2	2	2
48	2	4	4	4	4	4
49	4	4	4	4	4	4
50	2	2	2	2	2	2
51	4	4	4	4	4	4
52	4	4	4	4	4	4
53	4	4	4	4	4	4
54	2	4	4	4	4	4
55	4	4	4	4	4	4
56	4	4	4	4	4	4
57	3	3	4	4	2	2
58	4	4	4	4	4	4
59	4	4	4	4	4	4
60	4	4	4	4	4	4
61	2	2	2	2	2	2
62	2	4	4	4	4	4
63	2	4	4	4	4	2
64	4	4	4	4	4	4
65	4	4	4	4	4	4
66	4	4	4	4	4	4
67	5	4	5	4	5	4
68	4	4	4	4	4	4
69	4	4	4	4	4	4
70	5	5	5	5	5	5
71	4	4	5	5	4	4
72	4	5	4	5	4	5
73	4	4	4	3	4	3
74	4	4	4	4	5	5
75	4	4	5	5	5	5
76	1	5	5	5	5	5
77	3	4	4	4	4	3
78	2	4	5	4	4	3

Lanjutan

No	Harga	Rasa	Ukuran	Warna	Aroma	Mudah didapat
79	3	3	5	5	3	3
80	3	4	4	4	4	3
81	4	4	5	5	5	4
82	4	5	5	5	5	5
83	2	2	2	2	2	2
84	2	2	2	2	2	2
85	2	4	4	4	4	4
86	2	4	4	4	4	4
87	2	2	2	2	2	2
88	2	4	4	4	4	4
89	4	4	4	4	4	4
90	2	4	4	4	4	4
91	2	4	4	4	4	2
92	4	4	4	4	4	4
93	2	2	2	2	2	2
94	3	4	4	4	4	3
95	3	3	3	3	3	3
96	2	2	2	2	3	3
97	3	4	4	4	4	3
98	3	4	4	4	5	3
99	2	4	4	4	4	4
100	2	2	2	2	2	2
Rata rata	3.15	3.79	3.79	3.84	3.82	3.45

Lampiran 5. Hasil Olah Data Analisis Multiatribut *Fishbein*.

Atribut	Evaluasi Kepentingan (<i>ei</i>)	Tingkat Kepentingan	Urutan
Harga	4,47	Sangat Penting	1
Rasa	4,34	Sangat Penting	3
Ukuran	3,89	Penting	6
Warna	4,00	Penting	5
Aroma	4,14	Sangat Penting	4
Mudah didapat	4,39	Sangat Penting	2

Atribut	Jeruk Lemon Lokal		Jeruk Lemon Impor	
	Skor	Kategori	Skor	Kategori
Harga	4.46	Sangat baik	3.15	Baik
Rasa	4.00	Baik	3.79	Baik
Ukuran	3.88	Baik	3.79	Baik
Warna	3.62	Baik	3.84	Baik
Aroma	3.93	Baik	3.82	Baik
Mudah didapat	4.23	Baik	3.45	Baik

Atribut	Evaluasi (<i>ei</i>)	Jeruk Lemon Lokal			Jeruk Lemon Impor		
		bi	Ao (<i>ei.bi</i>)	Kategori sikap	bi	Ao (<i>ei.bi</i>)	Kategori sikap
Harga	4.47	4.46	19.94	Positif	3.15	14.08	Netral
Rasa	4.34	4.00	17.36	Positif	3.79	16.45	Positif
Ukuran	3.89	3.88	15.09	Netral	3.79	14.74	Netral
Warna	4,00	3.62	14.48	Netral	3.84	15.36	Netral
Aroma	4.14	3.93	16.27	Positif	3.82	15.81	Positif
Mudah didapat	4.39	4.23	18.57	Positif	3.45	15.15	Netral
$\Sigma (ei.bi)$			101.71			91.59	

Atribut	Evaluasi (<i>ei</i>)	Jeruk Lemon Lokal		Jeruk Lemon Impor	
		bi	Ao (<i>ei.bi</i>)	bi	Ao (<i>ei.bi</i>)
Harga	4.47	4.46	19.94	3.15	14.08
Rasa	4.34	4,00	17.36	3.79	16.45
Ukuran	3.89	3.88	15.09	3.79	14.74
Warna	4,00	3.62	14.48	3.84	15.36
Aroma	4.14	3.93	16.27	3.82	15.81
Mudah didapat	4.39	4.23	18.57	3.45	15.15
$\Sigma (ei.bi)$			101.71		91.59

Lampiran 6. Dokumentasi Penelitian.

Drive Saya - Google Drive x Kuesioner Penelitian Jeruk Lemon x +

docs.google.com/forms/d/1QULqqcPE2N5aSS264ROgIymopEoBAUFH90ayHMAZWg/edit

Kuesioner Penelitian Jeruk Lemon ☆

Pertanyaan Respons 97

Bagian 1 dari 2

Kuesioner Analisis Daya Saing Jeruk

Kuesioner ini dibuat untuk mengetahui daya saing jeruk lemon lokal dengan jeruk lemon impor di Kota Medan.

Kriteria Responden

- (1) Responden merupakan orang yang mengonsumsi jeruk Lemon;
- (2) Responden melakukan pembelian minimal satu kali dalam sebulan;
- (3) mewakili keluarga, dan
- (4) memiliki penghasilan.

Drive Saya - Google Drive x Kuesioner Penelitian Jeruk Lemon x +

docs.google.com/forms/d/1QULqqcPE2N5aSS264ROgIymopEoBAUFH90ayHMAZWg/edit#responses

Kuesioner Penelitian Jeruk Lemon ☆

Pertanyaan Respons 100

100 tanggapan

Menerima tanggapan

Ringkasan Pertanyaan Individual

Kriteria Responden

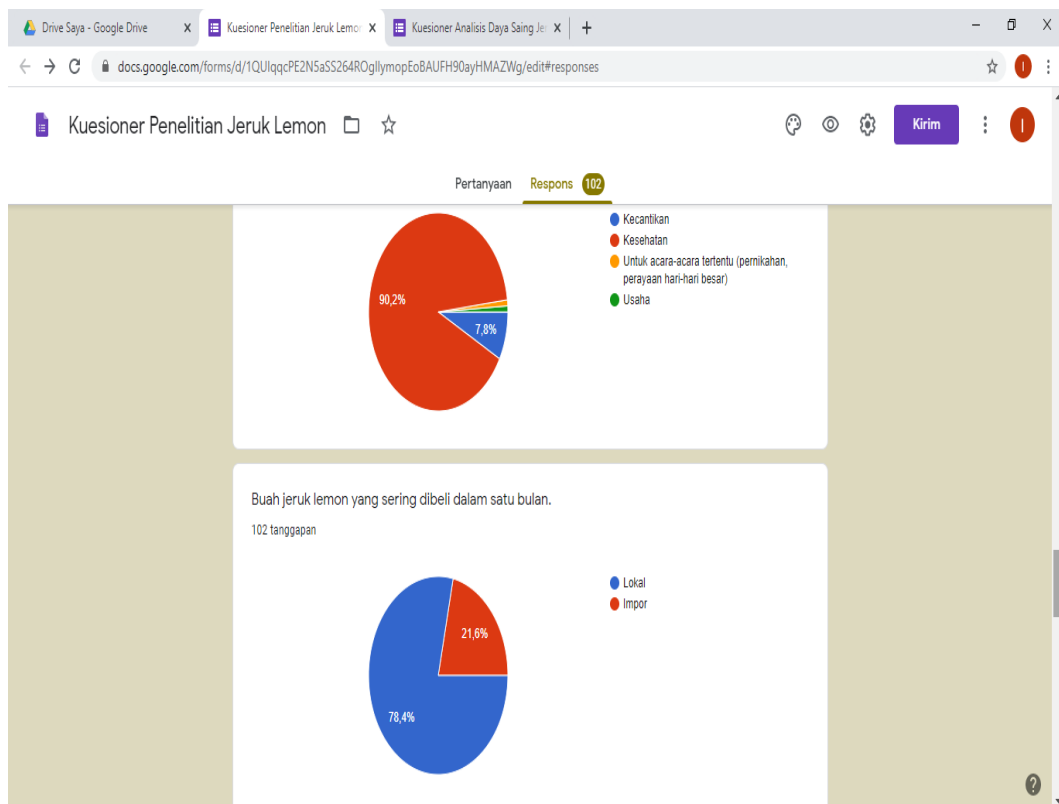
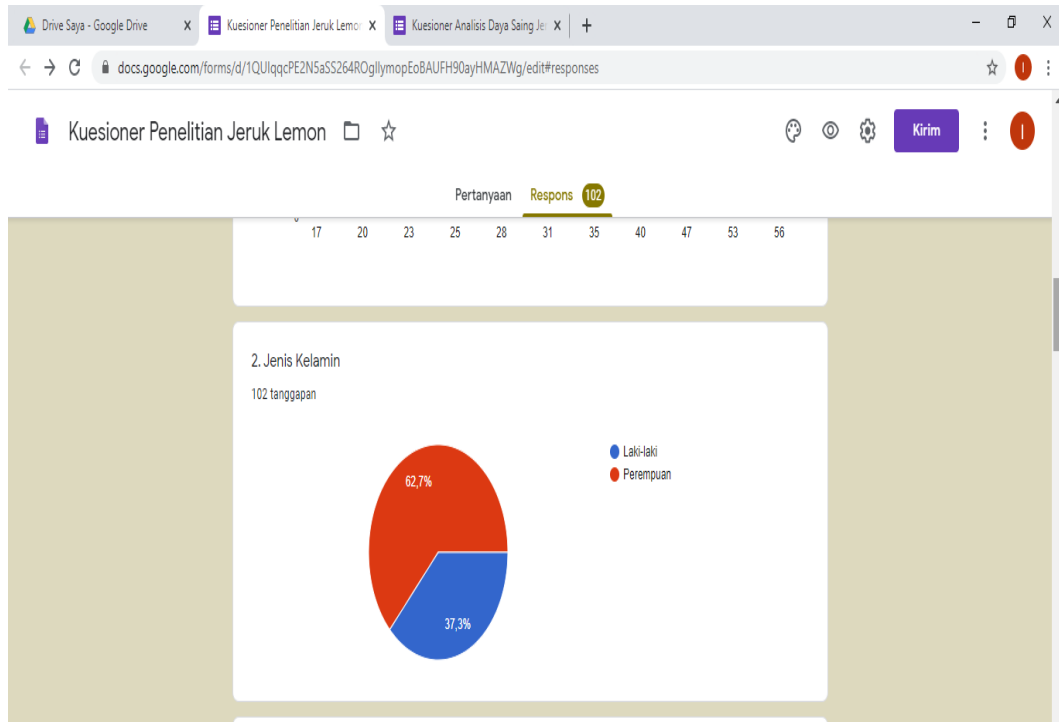
Bagian I

Nama

100 tanggapan

Sutimah

Novin Andrianto



data_original_Kuesioner Penelitian Jeruk Lemon [Compatibility Mode] - Microsoft Excel

No	Nama	Alamat (Kecamatan)	Usia	JK	Pendidikan	Pekerjaan	Pendapatan /Bln	Frek.Pemb.Lemon Lokal/Bln	Frek.Pemb.Lemon Impor/Bln	Jum.Pemb.Lemon Lokal dlm sebulan	Jum.Pemb.Lemon Impor dlm sebulan	Tujuan Mengonsumsi	Jeruk yg sering dibeli
1	Novin Andrianto	Medan Helvetia	38	Laki- Sarjana	Pegawai	Rp 4.000.000	3	3	3	3	2	1	
2	NUR HASANAH	Medan tuntungan	19	Pere SMA	Pelajar	Rp 1.500.000	3	2	3	3	1	1	
3	Adik Bagus Agung Purwanto	Medan Tembung	22	Laki- SMA	Pelajar	Rp 500.000	3	2	<1 kg	<1 kg	2	1	
4	Rabel Sebayang, Ir.	Medan baru	56	Laki- Sarjana	Wiraswast	Rp 2.500.000	4	1	3	1	2	1	
5	Malih	Medan tuntungan	18	Pere SMA	Pelajar	Rp 500.000	4	2	3	3	2	1	
6	M. Choky Pradana Manik, S.P	Medan Timur	25	Laki- Sarjana	Pegawai	Rp 4.000.000	3	2	3	<1 kg	2	1	
7	Sartika Sari	Medan Johor	20	Pere SMA	Pelajar	Rp 1.500.000	2	2	3	<1 kg	2	1	
8	Eko Priyadi	Medan Perjuangan	24	Laki- Sarjana	Pelajar	Rp 4.000.000	2	1	3	1	2	1	
9	Dewi Nirmala	Medan Denai	39	Pere SMA	Pegawai	Rp 2.500.000	3	3	3	3	2	1	
10	Silvia	Medan Sunggal	23	Pere Sarjana	Pegawai	Rp 2.500.000	4	2	3	<1 kg	1	1	
11	Eko Bayu Syahputra Singarimbun	Medan Johor	20	Laki- SMA	Pegawai	Rp 2.500.000	3	3	3	<1 kg	2	1	
12	Reanda Ayu	Medan Marelan	26	Pere Diploma	Pegawai	Rp 4.000.000	2	2	<1 kg	<1 kg	2	2	
13	Ratni	Medan Johor	26	Pere Sarjana	Wiraswast	Rp 2.500.000	3	2	>2 kg	<1 kg	2	1	
14	Ema Fransiska Ginting	Medan Sunggal	20	Pere SMA	Pelajar	Rp 500.000	2	2	<1 kg	<1 kg	ntu (pernikahan, p	2	
15	Mjp	Medan Sunggal	25	Laki- Diploma	TNI-AD	Rp 4.000.000	2	2	3	<1 kg	2	1	
16	Aldi prasetya	Medan Amplas	22	Laki- Sarjana	Pelajar	Rp 2.500.000	2	1	<1 kg	<1 kg	2	1	
17	Yemi	Medan Helvetia	31	Pere Sarjana	Wiraswast	Rp 4.000.000	3	1	3	1	2	1	
18	Epi ermawati	Medan Sunggal	51	Pere SMA	Ibu rumah	Rp 1.500.000	2	1	<1 kg	1	2	1	
19	Alina	Medan Sunggal	25	Pere Sarjana	Pegawai	Rp 2.500.000	2	2	<1 kg	<1 kg	2	2	
20	Dodi prasetto	Medan Timur	23	Laki- Mahasiswa	Pelajar	Rp 500.000	3	1	3	1	2	1	
21	Rini anggraini	Medan Helvetia	38	Pere SMA	Ibu rumah	Rp 2.500.000	3	3	3	3	2	1	

Rekapan olah data - Microsoft Excel

No	Tingkat Kepercayaan (b-1) Lemon Lokal						Tingkat Kepercayaan (b-1) Lemon Impor						Evaluasi (e-1) Jeruk Lemon						
	Harga	Rasa	Ukuran	Warna	Aroma	Mdh.didpt	Harga	Rasa	Ukuran	Warna	Aroma	Mdh.didpt	Harga	Rasa	Ukuran	Warna	Aroma	Mdh.didpt	
1	5	4	4	4	4	4	2	5	4	4	4	4	2	5	5	2	4	4	4
2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5
3	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
7	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
9	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5
10	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
11	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	2	4
12	4	2	4	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4
13	4	2	4	2	2	4	4	4	5	4	4	4	4	4	2	2	2	2	4
14	4	2	2	2	2	4	2	4	4	4	4	4	2	2	2	2	2	2	4
15	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	2	4
16	4	5	5	4	5	4	5	4	4	5	5	3	4	4	4	4	4	4	4
17	4	4	4	4	2	4	2	4	4	4	4	2	4	4	4	2	2	4	4
18	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5
19	4	4	2	2	4	4	2	4	4	4	4	4	5	5	2	2	4	4	4
20	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	4
21	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
22	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfInLmIyngGm3BgW43ju_jv0f9_tfykxoTkS8fkZVvzHYByGw/viewform?usp=sf_link



KUISIONER PENELITIAN RESPONDEN TERHADAP JERUK LEMON

Kuesioner ini digunakan sebagai bahan skripsi mengenai “Analisis Daya Saing Jeruk Lemon Lokal Dengan Jeruk Lemon Impor Berdasarkan Atribut Produk (Studi Kasus : Kota Medan)”. Saya berharap Bapak/Ibu dapat berpartisipasi untuk mengisi kuesioner ini dengan teliti dan lengkap agar menjadi sumber data yang objektif dalam penelitian ini. Informasi yang anda berikan akan dijamin kerahasiaannya.

Bagian I

Pernyataan pada bagian I merupakan pernyataan yang berhubungan dengan identitas responden. Berilah lingkaran pada jawaban yang sesuai dengan pilihan Anda.

Nama :
Alamat : Kecamatan.....
Hari/ Tanggal :

1. Usia saat ini : tahun
2. Jenis kelamin
 - a. Laki-laki
 - b. Perempuan
3. Status tingkat pendidikan
 - a. SD
 - b. SMP
 - c. SMA
 - d. Diploma
 - e. Sarjana
 - f. Lainnya (.....)
4. Pekerjaan Anda saat ini
 - a. Pelajar/mahasiswa
 - b. Pegawai swasta
 - c. Pegawai negeri
 - d. Wiraswasta
 - e. Lainnya (.....)

5. Pendapatan/uang saku Anda per bulan
 - a. <Rp 500.000
 - b. Rp 500.000 – Rp 1.500.000
 - c. Rp 1.500.000 – Rp 2.500.000
 - d. Rp 2.500.000 – Rp 4.000.000
 - e. \geq Rp 4.000.000
6. Frekuensi pembelian jeruk lemon lokal dalam sebulan
 - a. 1 kali
 - b. 2-3 kali
 - c. 3-5 kali
 - d. > 5 kali
 - e. Tidak pernah
7. Frekuensi pembelian jeruk lemon impor dalam sebulan
 - a. 1 kali
 - b. 2-3 kali
 - c. 3-5 kali
 - d. > 5 kali
 - e. Tidak pernah
8. Jumlah pembelian jeruk lemon lokal dalam sebulan
 - a. < 1 kg
 - b. 1-2 kg
 - c. > 2 kg
 - d. Tidak ada
9. Jumlah pembelian jeruk lemon impor dalam sebulan
 - a. < 1 kg
 - b. 1-2 kg
 - c. > 2 kg
 - d. Tidak ada
10. Tujuan Anda mengonsumsi buah untuk
 - a. Tujuan kecantikan
 - b. Tujuan kesehatan
 - c. Untuk acara-acara tertentu (seperti pernikahan, perayaan hari-hari besar)
 - d. Lainnya.....

Pertanyaan	Lokal	Impor
Buah jeruk lemon yang sering dibeli dalam satu bulan.		

Skala penilaian Evaluasi :

Sangat penting : diberi skor 5

Penting : diberi skor 4

Netral/Ragu : diberi skor 3

Tidak penting : diberi skor 2

Sangat tidak penting : diberi skor 1

Daftar Pertanyaan 2. Evaluasi Kepentingan Atribut Buah

Atribut	Lemon Lokal				
	Sangat penting	Penting	Netral/ Ragu	Tidak penting	Sangat tidak penting
	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
Harga					
Rasa					
Ukuran					
Warna					
Aroma					
Mudah didapat					