

Handwritten signature and date: 22 April 2017

SKRIPSI

**FAKTOR - FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
PERILAKU KONSUMEN DALAM MEMBELI BUAH
JERUK LOKAL DAN BUAH JERUK IMPOR DI
SUPERMARKET KOTA PALEMBANG**

*FACTORS THAT INFLUENCE CONSUMER
BEHAVIOR IN BUYING LOCAL ORANGES AND
IMPORTED ORANGES AT SUPERMARKET IN
PALEMBANG CITY*



**HERI ERVANDO MANULLANG
05011381320034**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
2017**

SKRIPSI

**FAKTOR - FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
PERILAKU KONSUMEN DALAM MEMBELI BUAH
JERUK LOKAL DAN BUAH JERUK IMPOR DI
SUPERMARKET KOTA PALEMBANG**

***FACTOR-FACTOR THAT INFLUENCE CONSUMER
BEHAVIOR IN BUYING LOCAL CITRUS FRUITS AND
CITRUS FRUITS IMPORTED IN THE SUPERMARKET
OF PALEMBANG CITY***

**Sebagai Salah Satu Syarat Untuk
Memperoleh gelar Sarjana Pertanian**



**Heri Ervando Manullang
0511381320034**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
2017**

SUMMARY

HERI ERVANDO MANULLANG. Faktors that influence consumer behavior buying local oranges and imported oranges at Supermarkets in Palembang City (Supervised by **YULIAN JUNAIDI** and **RISWANI**).

The objectives of this study were (1) Analyze the process of consumer purchasing decisions oranges at supermarkets in Palembang City, (2) Analyze the factors that may affect consumer behavior on buying local oranges and imported oranges at supermarket in Palembang City. This research was conducted in Supermarkets Giant in Palembang City Regency in Juni 2017.

The research method used is survey method. This method is done directly by using questionnaires and conducting interviews to consumers The data collected are primary and secondary data.

Based on the result of the research, it can be concluded that (1) Consumer purchasing decision process in this research consists of the introduction of needs, information research, alternative evaluation, purchasing decisions and behavior after buying. Firstly, the consumer understand the needs of consuming oranges, then get personal experience in buying fresh oranges. Then consumers evaluate the whole by choosing a consideration between taste, appearance, price and availability of oranges. After that the consumer make a decision by giving the reason that is a quality product to buy oranges. The final stage of making the purchase of oranges once a week means that consumers are very satisfied and feel the benefits of consuming oranges. (2) Factors influencing consumer decisions in buying local oranges and imported oranges are taste, appearance, gender, age, education, and number of family members. And factors that significantly influence the decision in buying local citrus fruits and imported citrus fruits are taste, appearance, gender and age.

Keywords: Consumer purchasing decision process in this research consists of the introduction of needs, information research, alternative evaluation, purchasing decisions and behavior after buying

RINGKASAN

Heri ERVANDO MANULLANG. Faktor - Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Membeli Buah Jeruk Lokal dan Buah Jeruk Impor di Supermarket Kota Palembang (Dibimbing oleh **YULIAN JUNAIDI** dan **RISWANI**).

Tujuan penelitian ini adalah (1) Menganalisis proses keputusan pembelian konsumen terhadap buah jeruk di supermarket Kota Palembang. (2) Menganalisis Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen dalam membeli buah jeruk lokal dan buah jeruk impor di supermarket Kota Palembang. Penelitian ini dilaksanakan di Supermarket Giant Kota Palembang pada bulan Juni 2017.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei. Metode ini dilakukan secara langsung ke lokasi penelitian dengan menggunakan kuisioner dan wawancara kepada konsumen. Data yang dikumpulkan merupakan data primer dan data sekunder.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan didapatkan kesimpulan (1) Proses keputusan pembelian konsumen dalam penelitian ini terdiri dari pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku setelah membeli. Pertama konsumen mengerti akan kebutuhan konsumsi buah jeruk, lalu mendapatkan pengalaman pribadi dalam membeli buah jeruk segar Konsumen kemudian mengevaluasi seluruh dengan cara memilih pertimbangan antara rasa, penampilan, harga dan ketersediaan buah. Setelah itu konsumen mengambil keputusan dengan memberikan alasan yaitu produk bermutu untuk membeli buah jeruk. Tahap akhir yaitu melakukan pembelian buah jeruk seminggu sekali berarti konsumen sangat puas dan merasakan manfaat dari mengkonsumsi buah jeruk. (2) Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli buah jeruk lokal dan buah jeruk impor adalah rasa, penampilan, jenis kelamin, usia, pendidikan, dan jumlah anggota keluarga.

Kata Kunci : pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku setelah membeli.

LEMBAR PENGESAHAN

FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU
KONSUMEN DALAM MEMBELI BUAH JERUK LOKAL DAN
BUAH JERUK DI SUPERMARKET GIANT KOTA
PALEMBANG

SKRIPSI

Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mendapatkan Gelar Sarjana Pertanian
pada Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya

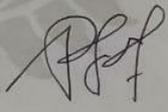
Oleh:

Heri Erwando Manullang
05011381320034

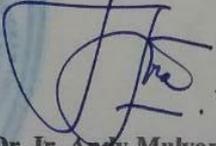
Pembimbing I

Indralaya, November 2017
Pembimbing II


Ir. Yulian Junaidi, M.Si.
NIP 196507011989031005


Dr. Riswani, S.P., M.Si.
NIP 1970061719958032005

Mengetahui,
Dekan Fakultas Pertanian


Prof. Dr. Ir. Andy Mulyana, M.Sc.
NIP 196012021986031003

Skripsi dengan Judul “Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Membeli Buah Jeruk Lokal Dan Buah Jeruk Impor Di Supermarket Giant Kota Palembang” oleh Heri Ervando Manullang telah dipertahankan di hadapan Komisi Penguji Skripsi Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya pada tanggal 28 Oktober 2017 dan telah diperbaiki sesuai saran dan masukan tim penguji.

Komisi Penguji

1. Ir. Yulian Junaidi, M.Si. Ketua (.....)
NIP 196507011989031005
2. Dr. Riswani, S.P., M.Si. Sekretaris (.....)
NIP 197006171995122001
3. Ir. Hj. Fauziah Asyik, M.A., Ph.D Anggota (.....)
NIP 195203211976122001
4. Dr. Ir. Maryadi, M.Si. Anggota (.....)
NIP 196501021992031001
5. Muhammad Arbi, S.P., M.Sc. Anggota (.....)
NIP 197711022005011001

Indralaya, November 2017 |
Ketua Program Studi
Agribisnis



Dr. Ir. Maryadi, M.Si.
NIP 196501021992031001

PERNYATAAN INTEGRITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Heri Ervando Manullang

NIM : 05011381320034

Judul : Faktor - Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Membeli Buah Jeruk Lokal dan Buah Jeruk Impor di Supermarket Giant Kota Palembang.

Menyatakan bahwa semua data dan informasi yang dimuat di dalam skripsi ini merupakan hasil penelitian saya sendiri di bawah supervisi pembimbing, kecuali yang disebutkan dengan jelas sumbernya dan belum pernah ada atau tidak sedang diajukan sebagai syarat untuk memperoleh gelar kesarjanaan lain atau gelar kesarjanaan yang sama di tempat lain.



Palembang, November 2017



[Heri Ervando Manullang]

Universitas Sriwijaya

RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama lengkap Heri Ervando Manullang. Penulis dilahirkan di Kota Palembang, Provinsi Sumatera Selatan pada tanggal 25 April 1995 dan merupakan anak ketiga dari empat bersaudara. Orang tua penulis bernama Janner Simanullang dan Rosinta Hutapea.

Penulis memulai pendidikan di Sekolah Dasar Negeri 115 Palembang pada tahun 2001 sampai tahun 2007. Kemudian penulis melanjutkan pendidikan ke tingkat Sekolah Menengah Pertama di SMP Negeri 53 Palembang pada tahun 2007 sampai tahun 2010. Setelah itu dilanjutkan ke Sekolah Menengah Atas di SMA Methodist 1 Palembang pada tahun 2010 sampai tahun 2013.

Penulis saat ini terdaftar sebagai mahasiswa di Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya sejak tahun 2013 melalui jalur Ujian Saring Masuk (USM).

Penulis hingga sekarang masih aktif menyelesaikan pendidikan di Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan berkat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan baik yang berjudul “Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Membeli Buah Jeruk Lokal Dan Buah Jeruk Impor Di Supermarket Kota Palembang.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Keluarga tercinta yang senantiasa ada dan selalu mengerti, terutama untuk mama dan bapak tersayang, terimakasih untuk nasihat, arahan, dukungan, bimbingan, dan doa yang selalu diberikan,
2. Hendra, Apriyadi, Risdawati selaku saudara kandung yang telah banyak membantu, terimakasih untuk nasihat, selalu memberikan semangat, dan mendoakan yang terbaik,
3. Bapak Ir. Yulian, M.Si. Sebagai pembimbing akademik dan pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan dari awal sampai akhir penyusunan skripsi ini dengan baik,
4. Ibu Dr. Riswani, S.P., M.Si. Sebagai pembimbing kedua yang telah banyak memberi arahan, bimbingan dari penulis menjadi mahasiswa sampai dengan selesainya pembuatan skripsi,
5. Ibu Ir. Hj. Fauziah Asyik, M.A., Ph.D, Bapak Dr. Ir. Maryadi, M.Si., dan Bapak M. Arbi, S.P., M.Sc selaku penguji, terimakasih untuk arahan dan bimbingannya selama dan setelah ujian skripsi ini,
6. Bapak Dr. Ir. Maryadi, M.Si. sebagai Ketua Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian yang membawahi Program Studi Agribisnis FP Unsri dan Bapak Ir. Yulius, M.M. yang telah memberikan izin penelitian sehingga penulis dapat melaksanakan dan menyelesaikan skripsi ini,

7. Teman-teman terbaik david, aldi, iskandar. Terimakasih atas dukungan dan motivasi yang telah diberikan kepada penulis,
8. Teman-teman seperjuangan Agribisnis 2013 Palembang, Ucup, Ranti, Mitha, Wenny, Icha, Devie, Nita, Wuri, Asti, Shopan, Ade, Mamas, Dani, Faris, Ibang, Ridho, Reyvaldo, Ryan, Harry, Gilang, Budi, Wendi, Shella, Asi, Retno, Hanny, Elisa, Kiki, Eka, Arizka, Sekar, Yogi, Dewa, Abdurrahman, dan Zamzami.. Terimakasih atas perhatian, dukungan, dan kebersamaannya,
9. Sartika Natasya Sitompul A.md.Kep terima kasih sudah selalu memberikan motivasi, semangat, perhatian dalam penyusunan skripsi ini. Semoga Tuhan Memberkati Kita.
10. yenny, kiki, indah, rosadi dan surya. Terimakasih sahabat-sahabat sejak SMA untuk dukungan dan semangatnya,
11. Lae-laeku samuel, leo, jaka, john dan edo terima kasih sudah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Dari penelitian yang disusun ini, penulis mengharapkan Tuhan memberikan jalan dan kemudahan agar semua hasil penelitian yang telah disusun dalam bentuk skripsi ini dapat dilaksanakan sesuai dengan harapan penulis dan arahan dari pembimbing.

Palembang, Oktober 2017

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	x
BAB1. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	5
1.3. Tujuan dan Kegunaan	6
BAB 2. KERANGKA PEMIKIRAN	7
2.1. Tinjauan Pustaka	7
2.1.1. Buah Jeruk.....	7
2.1.2. Definisi Konsumen	8
2.1.3. Karakteristik Konsumen	9
2.1.4. Perilaku Konsumen	10
2.1.5. Model-Model Perilaku Konsumen	14
2.1.6. Tahap-Tahap Proses Pengambilan Keputusan Pembelian	16
2.1.7. Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	21
2.2. Model Pendekatan.....	24
2.3. Hipotesis.....	26
2.4. Batasan Operasional	27
BAB 3. METODE PENELITIAN	29
3.1. Tempat dan Waktu	29
3.2. Metode Penelitian	29
3.3. Metode Penarikan Contoh	29
3.4. Metode Pengumpulan Data.....	30
3.5. Metode Pengolahan Data	31
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN	33
4.1. Keadaan Umum Daerah Penelitian	33
4.1.1. Letak Adminstratif Kota Palembang	33
4.1.2. Letak Geografis dan Topografi Kota Palembang	34

	Halaman
4.1.3. Penduduk dan Mata Pencaharian	35
4.1.4. Keadaan Tanah dan Musim.....	36
a. Keadaan Tanah.....	36
b. Musim	36
c. Iklim	36
4.1.5. Sarana dan Prasarana	37
4.2. Profil Giant.....	38
4.2.1. Sejarah Giant.....	38
4.2.2. Visi Misi Perusahaan	40
4.3. Karakteristik Umum Responden.....	41
4.3.1. Jenis Kelamin Responden	41
4.3.2. Usai Responden	42
4.3.3. Tingkat Pendidikan Responden	43
4.3.4. Jumlah Anggota Keluarga Responden.....	44
4.4. Tahapan Proses Keputusan Pembelian Buah Jeruk	45
4.4.1. Pengenalan Kebutuhan.....	46
4.4.2. Pencarian Informasi	48
4.4.3. Evaluasi Alternatif	49
4.4.4. Keputusan Pembelian.....	51
4.4.5. Perilaku Setelah Membeli	53
4.5. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	
Dalam Membeli Buah Jeruk Lokal Dan Buah Jeruk Impor.....	57
4.5.1. Rasa.....	60
4.5.2. Penampilan.....	61
4.5.3. Jenis Kelamin.....	61
4.5.4. Usai	61
4.5.5. Pendidikan.....	62
4.5.6. Jumlah Anggota Keluarga.....	62
BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN	63
5.1. Kesimpulan	63
5.2. Saran	64

DAFTAR PUSTAKA	65
Lampiran	68

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1. Jumlah Konsumen Buah Jeruk Lokal dan Buah Jeruk Impor...	30
Tabel 4.1. Jumlah penduduk menurut kecamatan 2015.....	35
Tabel 4.2. Prasarana Pendidikan Di Kota Palembang Tahun 2014	37
Tabel 4.3. Prasarana Ibadah di Kota Palembang	38
Tabel 4.4. Prasarana Kesehatan di Kota Palembang.....	38
Tabel 4.5. Jenis Kelamin Responden	42
Tabel 4.6. Tingkat Usai Responden	43
Tabel 4.7. Tingkat Pendidikan Responden	44
Tabel 4.8. Jumlah Anggota Keluarga Responden.....	45
Tabel 4.9. Pentingnya Konsumsi Buah Jeruk	46
Tabel 4.10. Motivasi Mengonsumsi Buah Jeruk	47
Tabel. 4.11. Pencarian Informasi	49
Tabel 4.12. Pertimbangan Konsumen dalam Pembelian Buah Jeruk	50
Tabel 4.13. Alasan Konsumen membeli Buah Jeruk di Giant Palembang ..	51
Tabel 4.14. Perencanaan Pembelian Responden Buah Jeruk.....	52
Tabel 4.15. Frekuensi Konsumen Mengonsumsi Buah Jeruk.....	54
Tabel 4.16. Perilaku Keputusan Pembelian Ketika Buah Jeruk yang Sering di Konsumsi Tidak Tersedia di Giant Palembang	55
Tabel 4.17. Variables in the Equation.....	58
Tabel 4.18. Model Summary.....	59
Tabel 4.19. Hosmer and Lemeshow Test.....	60
Tabel 4.20. Hasil Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi perilaku Konsumen Dalam Membeli Buah Jeruk Lokal Dan Buah Jeruk Impor di Giant Kota Palembang	60

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Model Pendekatan Diagramatik	25

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Di dalam era globalisasi dan pasar bebas, berbagai barang dan jasa membanjiri pasar Indonesia. Konsumen menggunakan berbagai kriteria untuk membeli produk, diantaranya adalah membeli produk yang sesuai dengan kebutuhan, selera, dan daya belinya. Konsumen akan memilih produk yang mutunya lebih baik dengan harga yang lebih murah. Konsumen lebih menyukai dan membeli buah-buahan yang berkualitas baik, namun tidak menilai bahwa buah-buahan impor selalu berkualitas baik sehingga konsumen bersikap netral terhadap buah-buahan impor. Dengan demikian buah-buahan dengan label impor tidak menjadikan konsumen lebih memilih untuk membeli buah-buahan impor tersebut dibandingkan membeli buah-buahan lokal, tetapi penilaian terhadap buah-buahanlah yang menentukan sikap konsumen dalam membeli buah (Widodo, 2008).

Buah-buahan merupakan salah satu bahan makanan yang telah menjadi kebutuhan bagi masyarakat Indonesia. Hal ini berkembang seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat untuk memperbaiki gizinya. Buah-buahan yang berguna bagi tubuh ini juga sangat mudah diperoleh. Buah-buahan dapat diperoleh di pasar tradisional, supermarket, pedagang pinggir jalan, dan pedagang keliling (Astuti, 2002).

Buah-buahan merupakan salah satu komoditas hortikultura yang memiliki peranan strategis dalam pembangunan nasional. Peran buah-buahan dapat dilihat dari fungsinya sebagai bahan makanan yang bergizi karena mengandung sumber vitamin dan mineral, sumber pendapatan, serta meningkatkan ekspor dan substitusi impor. Hal ini berarti buah-buahan memiliki prospek yang baik untuk dikembangkan. Jenis buah-buahan yang memiliki prospek baik untuk dikembangkan terbagi menjadi tiga kelompok, yaitu : (1) mangga, rambutan, pisang, jeruk, dan sirsak; (2) durian, manggis, nenas, salak, dan nangka; (3) markisa, pepaya, duku, apel, anggur, lengkeng, dan melon (Poerwanto, 2004).

Seiring dengan pertambahan jumlah populasi masyarakat, konsumsi buah-buahan juga meningkat. Salah satu buah yang banyak dikonsumsi masyarakat di

Indonesia adalah buah jeruk dibandingkan buah jenis lain seperti buah pisang, pepaya, rambutan, dan apel (Kementerian Pertanian, 2013). Konsumsi masyarakat terhadap buah-buahan juga mengalami peningkatan, impor buah-buahan juga mengalami peningkatan. Hal ini menunjukkan gejala terjadinya pergeseran konsumsi buah, dari buah lokal menjadi buah impor. Perubahan gaya hidup (*life style*) masyarakat telah berubah pola dan gaya konsumsi produk-produk agribisnis yang telah meluas pada dimensi psikologis dan kenikmatan. Perubahan ini menyebabkan meningkatnya tuntutan keragaman produk dan keragaman kepuasan (Deptan, 2006).

Konsumsi buah-buahan masyarakat pedesaan dan perkotaan mengalami peningkatan dan penurunan. Pada tahun 2006 pengeluaran per kapita per bulan untuk buah-buahan sebesar 2,1 persen, sedangkan tahun 2007 mengalami peningkatan menjadi 2,56 persen (BPS, 2007). Pada tahun 2008 dan tahun 2009 pengeluaran per kapita per bulan untuk buah-buahan mengalami penurunan menjadi 2,27 persen dan 2,05 persen (BPS, 2009).

Produksi jeruk nasional selama kurun waktu 3 tahun terakhir meningkat cukup tajam yaitu 692.433 ton pada tahun 2011 menjadi 1.111.784 ton pada tahun 2012. Peningkatan tersebut juga membawa dampak terhadap konsumsi jeruk dalam negeri (Badan Pusat Statistik, 2013).

Permintaan buah jeruk di dalam negeri sangat baik, mengingat harga jeruk yang relatif terjangkau menyebabkan banyak masyarakat mengkonsumsi buah jeruk, salah satunya di Kota Palembang. Jumlah penduduk di Kota Palembang tercatat sebesar 1.580.517 jiwa, dengan tingkat kepadatan penduduk mencapai 3.945 jiwa per kilo meter persegi. Berdasarkan hasil survei biaya hidup tahun 2013, rata-rata pengeluaran rumah tangga per bulan di Kota Palembang untuk konsumsi buah jeruk cukup tinggi, yaitu sebesar 0,105 persen. Jumlah tersebut adalah yang terbesar didalam pengeluaran rumah tangga per bulan untuk konsumsi buah-buahan (Badan Pusat Statistik, 2015).

Menurut hasil SUSENAS (2009) buah jeruk merupakan buah yang paling banyak dikonsumsi dibandingkan dengan buah lain seperti buah pisang, pepaya, rambutan, apel dan lainnya. Seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya mengkonsumsi buah jeruk maka jumlah permintaan buah jeruk

juga mengalami peningkatan. Produksi buah jeruk yang semakin menurun dengan kebutuhan yang semakin meningkat mengindikasikan bahwa produk lokal belum mampu mencukupi kebutuhan konsumsi buah jeruk dalam negeri, sehingga masih diperlukan impor buah jeruk. Perubahan perilaku masyarakat untuk mendapatkan buah segar yang bermutu juga menyebabkan impor buah jeruk masih terus meningkat.

Sejak lama buah jeruk dikenal sebagai buah dengan nilai ekonomi tinggi. Banyak industri minuman ringan dalam kemasan yang menawarkan produknya yang berbahan baku jeruk. Jika kita ke swalayan atau restoran, banyak dijumpai orang yang membeli minuman berbahan baku jeruk. Kebutuhan buah jeruk untuk pasar ekspor dan industri pengolahan dari Indonesia mencapai 866.247 ton per tahun. Kondisi itu menegaskan betapa besar permintaan buah jeruk di pasar (Putranto, 2008).

Buah jeruk impor yang masih mendominasi pasar dalam negeri mengakibatkan persaingan dengan buah jeruk lokal. Agar dapat bersaing dengan buah jeruk impor, produsen buah jeruk lokal harus memperhatikan preferensi dan keinginan konsumen karena konsumen adalah pengguna akhir dari buah jeruk. Buah jeruk impor dapat menarik perhatian konsumen karena penampilannya. Dengan demikian, konsumen memiliki keleluasaan dalam memilih buah jeruk sesuai dengan selera masing-masing.

Persaingan antara buah jeruk lokal dan buah jeruk impor terhadap berbagai tempat penjualan, mulai dari pasar swalayan, pasar tradisional, dan kios-kios buah berbagai pilihan dalam membeli buah jeruk. Keberadaan pasar modern memberikan suatu alternatif bagi konsumen untuk memperoleh buah jeruk dengan kualitas yang lebih baik, kemasan buah lebih rapi, serta kenyamanan dalam berbelanja (Kartika, 2010).

Menurut Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, definisi konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik kepentingan sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan. Istilah konsumen sering diartikan sebagai dua jenis konsumen yaitu konsumen individu dan konsumen organisasi. Konsumen individu membeli barang dan jasa untuk

digunakan sendiri. Konsumen organisasi yang meliputi organisasi bisnis, yayasan, lembaga sosial, kantor pemerintah, dan lembaga lainnya (sekolah, perguruan tinggi, rumah makan). Semua jenis organisasi ini harus membeli produk peralatan dan jasa-jasa lainnya untuk menjalankan seluruh kegiatan organisasinya.

Schiffman dan Kanuk (2007) mendefinisikan istilah perilaku konsumen sebagai perilaku yang ditunjukkan konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan menghabiskan produk atau jasa yang diharapkan dapat memuaskan kebutuhannya. Perilaku konsumen berfokus pada bagaimana individu membuat keputusan untuk menghabiskan sumber daya berharga mereka (waktu, uang dan usaha) pada item yang berhubungan dengan konsumsinya. Perilaku konsumen melibatkan pemikiran, perasaan, pengalaman dan tindakan seseorang dalam proses konsumsi. Perilaku konsumen menurut Engel (1994) dipengaruhi dan dibentuk oleh banyak faktor antara lain pengaruh lingkungan, pengaruh individu, dan pengaruh psikologis.

Ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian. Faktor tersebut terdiri dari faktor internal yang menjadi karakteristik dari konsumen serta faktor eksternal. Faktor internal meliputi jenis kelamin, usai, jumlah keluarga, pendidikan, pekerjaan, pendapatan, dan frekuensi konsumsi, sedangkan faktor eksternal yang dapat mempengaruhi konsumen terdiri dari suplai dan harga. Tugas pemasar adalah memahami apa yang terjadi dalam kesadaran konsumen antara datangnya rangsangan pemasaran luar dengan keputusan pembelian akhir (Lamb, 2001).

Pasar buah tradisional, pedagang pinggir jalan, penjual keliling dan supermarket di berbagai kota besar menjual buah jeruk lokal dan buah jeruk impor dari berbagai jenis. Penampilan buah jeruk lokal yang kurang menarik jika dibandingkan dengan buah jeruk impor menyebabkan kurang menariknya perhatian konsumen. Salah satu keunggulan dari penampilan buah impor adalah warna. Banyaknya jeruk impor di Indonesia, juga dikarenakan kualitas produk jeruk lokal Indonesia belum dapat menunjukkan keunggulannya dibandingkan dengan jeruk impor dari segi kualitas, kuantitas, dan kontinuitas.

Buah jeruk yang dijual di pasar tradisional berbeda dengan di supermarket yang telah memenuhi standar mutu yang ditetapkan. Dari hal tersebut konsumen

dihadapkan pada pilihan untuk membeli buah jeruk di pasar tradisional atau supermarket. Masyarakat di daerah perkotaan seperti Kota Palembang umumnya memiliki aktivitas ekonomi yang tinggi, sehingga menyebabkan semakin berkurangnya waktu yang tersedia untuk berbelanja dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari, termasuk buah-buahan. Masyarakat menginginkan tempat belanja buah-buahan yang terjangkau dan tidak memakan waktu seperti supermarket. Hal ini merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi pembelian.

Usaha untuk memenuhi kebutuhan pangan, salah satunya yaitu dengan pemenuhan kebutuhan gizi, dalam memenuhi kebutuhan gizi dapat dilakukan dengan mengkonsumsi buah-buahan khususnya buah jeruk. Buah jeruk bukan hanya dinikmati rasanya yang segar saja, melainkan buah jeruk secara substansi mengandung gizi yang diperlukan tubuh, selain itu buah jeruk juga memiliki khasiat ganda yaitu disamping dapat diolah menjadi minuman atau makanan juga dapat dimanfaatkan untuk obat (Pracaya, 2000).

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk melihat lebih jauh tentang faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam membeli buah jeruk lokal dan buah jeruk impor di dua supermarket di Kota Palembang. Dua supermarket yang dipilih adalah supermarket Giant Kenten dan Giant Plaju.

1.1. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang, maka permasalahan yang akan dikaji dalam penelitian ini yaitu :

1. Bagaimana proses keputusan pembelian konsumen terhadap buah jeruk di supermarket Kota Palembang.
2. Faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen dalam membeli buah jeruk lokal dan buah jeruk impor di supermarket Kota Palembang.

1.2. Tujuan dan Kegunaan

Berdasarkan permasalahan diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis proses keputusan pembelian konsumen terhadap buah jeruk di supermarket Kota Palembang.
2. Menganalisis Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen dalam membeli buah jeruk lokal dan buah jeruk impor di supermarket Kota Palembang.

Penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk memberikan informasi kepada semua pihak terkait tentang perilaku konsumen dalam membeli buah jeruk lokal dan buah jeruk impor. Selain itu juga diharapkan dapat memberi manfaat sebagai bahan literatur, informasi serta pengetahuan bagi pembaca yang memerlukannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Astuti, P. 2002. Analisis Permintaan Jeruk Lokal Pada Tingkat Pedagang Kios Di Kabupaten Sleman. Skripsi Fakultas Pertanian Univesitas Gajah Mada.
- Arikunto, Suharsimi. 2002. Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta : Rineka Cipta.
- Badan Pusat Statistik. 2009. Indonesian dalam Angka. BPS. Jakarta.
- Badan Pusat Statistik. 2013. Indonesian dalam Angka. BPS. Jakarta.
- Badan Pusat Statistik. 2014. Sumatera Selatan dalam Angka Palembang.
- Badan Pusat Statistik. 2015. Sumatera Selatan dalam Angka Palembang.
- Departemen Pertanian RI. 2006. Eksport Import Produk Holtikultura Indonesia. [Http://agribisnis.deptan.go.id](http://agribisnis.deptan.go.id). 11 November 2009.
- Engel, JF, Roger D.B, Paul W. M. 1995. Perilaku Konsumen. Edisi Keenam. Jilid 1. Budiyanto, penerjemah; Jakarta (ID): Binarupa Aksara. Tejemahan dari Consumer Behaviour.
- Foedjiawati dan Hatane Samuel (2007). Pengaruh Sikap, Persepsi Nilai dan Peluang Keberhasilan Terhadap Niat Menyampaikan Keluhan. Jurnal Manajemen Pemasaran. Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Petra
- Gerald Zaltman and Melanie Wallendorf. 1979. Consumer Behavior : Basic Findings and Management Implications. The United States of America : By John Willey and Sons Inc.
- Kartina DN, Evita SH, Rudi H. 2010. Analisis Perilaku Konsumen Buah di Pasar Tradisional dan Pasar Modern Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember. Jurnal SEP.
- Kementerian Pertanian. 2013. Volume Impor Buah Jeruk Tahun 2012. Jakarta (ID): Kementerian Pertanian.
- Kotler P. 2005. Manajemen Pemasaran. Edisi Milenium. Jilid 1. Benyamin Molan, penerjemah; Jakarta (ID): Prenhallindo. Terjemahan dari Marketing Management Kotler dan Keller. 2009. Manajemen Pemasaran. Jilid 1. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga.
- Kotler dan Keller. 2009. Manajemen Pemasaran. Jakarta: Erlangga.
- Lamb, et. al. 2001. Pemasaran. Edisi pertama. Jakarta: Salemba Emban Raya.

- Mangkunegara, A.P. 2002. Perilaku Konsumen. Edisi Revisi. Jakarta (ID): Refika Aditama.
- Munajat, dkk. 2002. Analisis Keputusan Konsumen dalam Mengonsumsi Jeruk Lokal dan Jeruk Impor. Di dalam Agribisnis dan Industri Pertanian. Jakarta.
- Nachrowi dan Hardius Usman. 2002. Penggunaan Teknik Ekonometri. Jakarta. PT Raja Grafindo Persada.
- Nazir. 2003. Metodologi Penelitian. Ghalia Indonesia. Jakarta.
- Peter, J.P. dan Olson, J.C. 1999. Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran. Damos Sihombing, penerjemah. Erlangga. Jakarta. Terjemahan dari Consumer Behaviour
- Pracaya. 2000. Berbagai Olahan Buah Jeruk Serta Manfaat dan Kandungan Buah Jeruk. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Pracaya. 2002. Jeruk Manis, Varietas Budidaya, dan Pasca Panen. Penebar Swadaya. Jakarta
- Prasetijo dan John Ihalauw. 2005. Perilaku Konsumen. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Putranto. 2008. Budidaya yang bisa diharapkan. <http://aergot.wordpress.com>. diakses 1 Maret 2017
- Schiffman LG, Kanuk LL. 2007. Perilaku Konsumen. Edisi ke-9. Yahya DK, penerjemah; Jakarta (ID): PT Indeks Kelompok Gramedia. Terjemahan dari: Consumer Behavior.
- Setiadi, Nugroho J. 2003. Perilaku Konsumen: konsep dan implikasi untuk strategi dan penelitian pemasaran. Prenada Media. Jakarta Timur.
- Simamora, B . 2006. Remarketing for Business Recovery : Sebuah Pendekatan Riset. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Solomon, M.R.2006. Consumer Behavior. New Jersey: Prentice Hall.
- Stanton, Wiliam J. 2004. Prinsip-Prinsip Pemasaran. Erlangga. Jakarta.
- Sugiyono. 2007. Statistika untuk Penelitian. CY Alfabeta. Bandung.
- Sumarwan, Ujang. 2004. Perilaku Konsumen dalam Ekonomi Mikro. Erlangga. Jakarta.
- Sunarto. 2006. Perilaku Konsumen. AMUS. Yogyakarta.

Suryani, Tatik. 2003. Perilaku Konsumen. Edisi Pertama. Graha Ilmu. Yogyakarta.

Swastha, Handoko. 1997. Manajemen Pemasaran. Analisis Perilaku Konsumen. Edisi pertama. Yogyakarta (ID): BPFE. Undang-Undang Republik Indonesia No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Jakarta.

Umar, H. 2003. Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.

Undang-Undang Republik Indonesia No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Jakarta

Widodo. 2008. Sikap Konsumen Terhadap Jeruk dan Pisang Lokal Segar di Kota Yogyakarta. Laporan Penelitian, Yogyakarta. <http://litbang.deptan.go.id>. diakses pada 28 Maret 2017.