

MINAT BELI KONSUMEN TERHADAP BUAH JERUK KEPROK (*Studi Kasus : Desa Selorejo, Kecamatan Dau, Kabupaten Malang*)**Elsa Indah Tia¹, Bambang Siswadi², Nikmatul Khoiriyah³**¹Universitas Islam Malang.email: 21901032001@unisma.ac.id²Universitas Islam Malangemail: bsdiediek171@unisma.ac.id³Universitas Islam Malangemail: nikmatul@unisma.ac.id**Abstract**

Selorejo Village is one of the orange producing areas, orange traders and an orange picking tourism center. Selorejo Village is known as a orange fruit producing village and the majority of the population work as orange farmers and traders. The purpose of this research is to find out the factors that influence consumer buying interest in citrus fruits in Selorejo Village, Dau District, Malang Regency with a total of 60 respondents. The research approach uses a quantitative descriptive approach and a logit model data analysis method. The results of the logit model analysis obtained $Y = 34.788 + 2.387X_1 - 4.773X_2 + 2.050X_3 - 2.215X_4 - 0.149X_5 + 0.857X_6$. The results of the study show that consumer buying interest in orange in Selorejo Village, Dau District, Malang Regency is a variable of product quality, taste, benefits of oranges, price and income. While the place variable has no effect or is not significant in consumer buying interest in orange.

Keyword: *Selorejo Village, interest***Abstrak**

Desa Selorejo merupakan salah satu wilayah penghasil jeruk, pedagang jeruk serta pusat wisata petik jeruk. Desa Selorejo dikenal dengan desa penghasil buah jeruk dan mayoritas penduduk bermata pencaharian sebagai petani dan pedagang jeruk. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui Untuk untuk mengkaji faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen terhadap buah jeruk di Desa Selorejo, Kecamatan Dau, Kabupaten Malang dengan jumlah 60 responden. Pendekatan penelitian menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif dan metode analisis data model logit. Hasil analisis model logit diperoleh $Y = 34,788 + 2,387X_1 - 4,773X_2 + 2,050X_3 - 2,215X_4 - 0,149X_5 + 0,857X_6$. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Minat beli konsumen terhadap buah jeruk keprok di Desa Selorejo Kecamatan Dau Kabupaten Malang adalah variabel kualitas produk, selera, manfaat jeruk, harga dan pendapatan. Sedangkan variabel tempat tidak berpengaruh atau tidak signifikan dalam minat beli konsumen terhadap buah jeruk keprok.

Kata kunci : *Desa Selorejo, Minat beli*

PENDAHULUAN

Jeruk (*Citrus sp.*) merupakan komoditas buah-buahan yang dapat dibudidayakan di Indonesia. Jeruk dapat tumbuh di daerah dataran rendah maupun di daerah dataran tinggi. Pada tahun 2018 produksi buah-buahan di Indonesia mengalami peningkatan, terdapat lima jenis buah-buahan unggul diantaranya produksi terbesar yaitu pisang sebesar 7,29 juta ton, mangga sebesar 2,62 juta ton, jeruk siam/keprok sebesar 2,41 juta ton, nanas sebesar 1,81 juta ton dan durian sebesar 1,14 juta ton (BPS Indonesia, 2013). Komoditas hortikultura merupakan komoditas unggulan yang memiliki nilai ekonomi dan juga permintaan pasar yang tinggi (Adnyani, 2022). Pertumbuhan sektor komoditas hortikultura mengalami peningkatan yang signifikan jika dibandingkan dengan sektor pertanian lainnya yaitu sebesar 3.52 persen, salah satu komoditas hortikultura yaitu buah-buahan. Buah-buahan merupakan salah satu komoditas pertanian hortikultura yang mempunyai peran penting dalam pemenuhan gizi dan merupakan pangan yang dibutuhkan oleh setiap tubuh manusia.

Desa Selorejo merupakan salah satu wilayah penghasil jeruk, pedagang jeruk serta pusat wisata petik jeruk. Desa Selorejo dikenal dengan desa penghasil buah jeruk dan mayoritas penduduk bermata pencaharian sebagai petani dan pedagang jeruk. Varietas buah jeruk di Desa Selorejo hingga saat ini terdapat berbagai macam varietas diantaranya jeruk baby, jeruk java, jeruk pacitan, jeruk keprok, jeruk siam pontianak.

Perkembangan dalam konsumsi buah-buahan masyarakat Indonesia semakin tinggi, disebabkan oleh meningkatnya kesadaran masyarakat dalam mengonsumsi buah-buahan yang mengandung kaya akan vitamin sebagai memelihara daya tahan tubuh. Semakin meningkatnya pengetahuan masyarakat dalam pola berfikir tentang dampak positif mengonsumsi buah-buahan bagi kesehatan tubuh (Meiyetrian et al, 2018). Dengan hal itu trend konsumen dalam mengonsumsi buah jeruk keprok meningkat, dilihat dari konsumen yang minat terhadap jeruk keprok, hampir seluruh masyarakat dari kalangan anak-anak hingga orang tua minat terhadap buah jeruk keprok, baik itu yang masih segar maupun produk olahan yang berbahan dasar dari buah jeruk keprok. Perkembangan permintaan akan buah jeruk, disebabkan oleh meningkatnya kesadaran masyarakat dalam mengonsumsi buah-buahan yang mengandung kaya akan vitamin sebagai memelihara daya tahan tubuh.

Berdasarkan penjelasan latar belakang di atas, maka penulis melakukan penelitian dengan judul : “Minat Beli Konsumen Terhadap Buah Jeruk Keprok (Studi Kasus : Desa Selorejo Kecamatan Dau, Kabupaten Malang)” Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Untuk untuk mengkaji faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen terhadap buah jeruk di Desa Selorejo, Kecamatan Dau, Kabupaten Malang.

Berdasarkan penjelasan latar belakang di atas, maka penulis melakukan penelitian dengan judul : “Minat Beli Konsumen Terhadap Buah Jeruk Keprok (Studi Kasus: Desa Selorejo Kecamatan Dau, Kabupaten Malang)” Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Untuk untuk mengkaji faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen terhadap buah jeruk di Desa Selorejo, Kecamatan Dau, Kabupaten Malang.

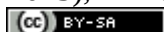
Landasan Teori

Jeruk Keprok

Jeruk (*Citrus sp.*) merupakan jenis tanaman tahunan yang berasal dari Asia Tenggara, yaitu India, Cina Selatan. Adapaun jenis buah jeruk yang berasal dari Florida, Australia Utara, dan Kaledonia. Salah satu spesies *Citrus* yang terkanal di Indonesia adalah *Citrus reticulata* atau yang dikenal dengan nama jeruk keprok. Di Indonesia, tanaman jeruk keprok dan siam terdapat di berbagai daerah diantaranya Garut, Tawangmangu, Madura, Sumatera Barat, dan Kalimantan Barat dan Jawa Timur. Jeruk keprok hingga saat ini memiliki nilai ekonomi yang tinggi dan pangsa pasar yang luas. Buah jeruk keprok merupakan sumber vitamin C yang banyak. Jeruk keprok juga mengandung folat dan betakaroten. Buah ini mengandung 40 kalori, 1,5 gram serat dan kandungan vitamin A yang lebih besar daripada jeruk biasa. Rasanya yang manis dan baunya yang harum membuat jeruk berastagi digemari oleh banyak orang. Biasanya, jeruk ini dimakan dalam kondisi masih segar, jeruk tersebut diproduksi dan diolah menjadi suatu produk yaitu sari buah (Fitriana&Fitri, 2020).

Minat Beli

Menurut (Pramono, 2012: 136), Minat beli konsumen adalah tahap dimana konsumen membentuk pilihan, kemudian pada akhirnya akan melakukan suatu pembelian terhadap suatu alternatif yang paling disukainya atau dengan proses yang dilalui oleh konsumen untuk membeli suatu barang atau jasa dengan didasari berbagai pertimbangan. Sedangkan menurut (Durianto, 2013), Minat Beli adalah keinginan untuk memiliki produk, minat beli akan timbul apabila



seseorang konsumen sudah terpengaruh terhadap mutu dan kualitas dari suatu produk. Pembelian aktual adalah pembelian yang benar-benar dilakukan oleh konsumen, sedangkan minat beli adalah niat untuk melakukan pembelian di masa yang akan datang. (Dama, 2016).

Faktor - Faktor Minat Beli

Sebelum melakukan pembelian suatu produk, konsumen terlebih dahulu mempertimbangkan berbagai faktor-faktor minat beli dalam memutuskan pembelian. Sehingga pemasar harus mengetahui minat beli konsumen. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli diantaranya :

1. Kualitas Produk

kualitas produk merupakan kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil yang sesuai atau melebihi dari harapan dan diinginkan pelanggan. Kualitas produk menjadi salah satu pertimbangan konsumen dalam melakukan pembelian, pada umumnya konsumen dalam menggunakan uangnya akan memperhitungkan kualitas yang dapat diperoleh dari uang yang akan dikeluarkannya.

2. Selera

Konsumen memiliki selera tersendiri terhadap jenis buah jeruk yang akan dipilih untuk dikonsumsi. Pada umumnya selera konsumen dapat berubah dari waktu ke waktu. Apabila selera konsumen terhadap suatu produk tinggi, maka akan ada peningkatan minat beli konsumen pada produk tersebut. Selera konsumen diikuti oleh beberapa hal pada buah jeruk yang ditawarkan seperti rasa, ukuran, aroma, warna, dan harga yang ditawarkan oleh penjual kepada pembeli (Jefri, Sri& Amna, 2019).

3. Manfaat Jeruk

Buah jeruk dikenal sebagai sumber makanan terbesar yang kaya akan vitamin C, jeruk memiliki aroma buah yang segar. Jeruk menjadi buah populer dengan rasa asam manis yang memberikan sensasi menyegarkan. Buah jeruk populer di kalangan konsumen pecinta buah sebagai makanan sehat karena terdapat berbagai nutrisi di dalamnya. Buah jeruk menjadi salah satu buah yang cukup baik untuk meningkatkan imun tubuh seseorang. Hal ini disebabkan jeruk merupakan sumber vitamin C yang sangat baik.

4. Harga

Harga menjadi faktor yang sangat penting dalam perhatian konsumen pada saat harga dari buah jeruk mengalami kenaikan. Konsumen merupakan pelaku pasar yang mengalami dampak jika harga buah jeruk sedang mengalami kenaikan yang tinggi. Besarnya pengaruh harga yang tinggi dapat mengakibatkan jumlah permintaan terhadap buah jeruk akan mengalami penurunan, sehingga faktor harga dapat dikatakan memiliki pengaruh yang besar pada saat harga naik maka minat beli akan mengalami penurunan.

5. Tempat

Pemilihan tempat atau lokasi ini perlu mempertimbangkan berbagai faktor berikut, seperti Akses, yaitu lokasi yang mudah dijangkau oleh sarana transportasi umum dan visibilitas. lokasi yang dapat terlihat dengan jelas dan berada di tepi jalan.

6. Pendapatan

Pendapatan menjadi hal yang sangat penting dalam minat beli seseorang terhadap sebuah produk hingga melakukan keputusan pembelian, pembelian memiliki kaitan yang erat dengan tingkat pendapatan seseorang dan pengeluaran seseorang. Pendapatan dapat mencerminkan daya beli masyarakat, tinggi atau rendahnya suatu pendapatan masyarakat maka akan mempengaruhi kualitas dan kuantitas permintaan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Desa Selorejo Kecamatan Dau Kabupaten Malang. Pemilihan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (*purposive sampling*) Penelitian ini dilakukan di Desa Selorejo Kecamatan Dau Kabupaten Malang selama 1 bulan yaitu pada bulan Februari hingga Maret 2023, dengan pertimbangan desa Selorejo sejak dulu merupakan desa penghasil buah jeruk, pedagang buah jeruk dan banyaknya ketertarikan masyarakat dalam membeli buah jeruk di Desa Selorejo. Penelitian ini dilakukan pada bulan Februari hingga Maret 2023. Metode penelitian ini menggunakan teknik *non probability sampling* berupa *accidental sampling*. Menurut (Sugiono, 2019) *Accidental sampling* adalah teknik dalam penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel. Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen jeruk keprok Selorejo, sampel yang diambil dalam penelitian ini yaitu sebanyak 60 responden yang dianggap telah mewakili populasi konsumen terhadap buah jeruk keprok. Terdapat 30 responden yang buah jeruk keprok dan 30 responden buah jeruk lain.

Menurut (Bambang Siswadi, 2016) Regresi logistik terdiri dari dua jenis, yaitu regresi logistik biner dan regresi logistik multinomial. Regresi logistik biner memiliki sebuah variabel dependen yang dibagi menjadi dua kategori, sementara multinomial logistik memiliki variabel dependen yang dibagi menjadi lebih dari dua kategori. Penelitian ini menggunakan logistik biner, dan variabel independen X

berskala kontinu, diskrete, dan kategorik.

Pendekatan pada penelitian ini dengan pendekatan deskriptif kuantitatif. Metode analisis menggunakan regresi model logit dengan $Y=1$ adalah minat beli konsumen buah jeruk keprok dan $Y=0$ adalah minat beli konsumen buah jeruk lain. Alat uji statistik menggunakan bantuan software SPSS versi 25. Model logit pada penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \beta_6 X_6 + e$$

Dimana:

Y = Minat beli konsumen terhadap jeruk keprok

$Y = 1$: Apabila minat beli konsumen terhadap jeruk keprok

$Y = 0$: Apabila minat beli konsumen terhadap jenis jeruk lain

β_0 = Koefisien regresi logistik

$\beta_1, \dots, \beta_n$ = Koefisien regresi

e = Error

X_1 = Kualitas Produk

X_2 = Selera

X_3 = Manfaat Jeruk

X_4 = Harga

X_5 = Tempat

X_6 = Pendapatan

Untuk mengetahui uji analisis regresi logistik dalam penelitian ini dilakukan dengan beberapa tahap uji statistik sebagai berikut :

1. Uji Log Likelihood yaitu Uji Log likelihood yaitu digunakan untuk mengetahui keseluruhan model. Dapat diketahui apabila :
 - Bila nilai $-2\log \text{likelihood} \leq \chi^2$, maka H_0 diterima, artinya nilai likelihood observed tidak berbeda dengan 1, atau dengan kata lain model tersebut fit (sesuai).
 - Bila nilai $-2\log \text{likelihood} > \chi^2$, maka H_1 diterima, artinya nilai likelihood observed berbeda dengan 1, atau dengan kata lain model tersebut tidak fit (tidak sesuai).
2. Uji *Goodness of fit* (Uji Kelayakan Model Regresi) yaitu Uji ini dilakukan untuk mengetahui kelayakan model regresi apakah sesuai dengan data penelitian yang digunakan, agar tidak ada perbedaan antara model dengan data sehingga model dapat dikatakan fit, Dapat diketahui apabila :
 - Jika nilai (P-Value) < 0.05 (nilai signifikansi) maka H_0 ditolak, artinya ada perbedaan signifikan antara model dengan nilai observasinya. Sehingga Goodness of Fit Test tidak bisa memprediksi nilai observasinya.
 - Jika nilai probabilitas (P-Value) ≥ 0.05 (nilai signifikansi) maka H_0 diterima, artinya model sesuai dengan nilai observasinya. Sehingga Goodness of Fit Test bisa memprediksi nilai observasinya.
3. Uji Chi-Square yaitu untuk menguji seberapa penting variabel independen dapat menduga variabel dependen dalam model. Hipotesis yang diajukan adalah :
 $H_0 : \beta_1 = \beta_2 = \dots, \beta_P = 0$
 H_1 : paling tidak ada satu nilai β_i tidak sama dengan nol.
 - Bila $\chi^2 \text{ hitung} > \chi^2 \text{ tabel}$ dan P-Value $< 0,05$ maka H_0 ditolak, artinya secara serempak variabel minat beli konsumen terhadap buah jeruk keprok di Desa Selorejo Kecamatan Dau Kabupaten Malang
 - Bila $\chi^2 \text{ hitung} \leq \chi^2 \text{ tabel}$ dan P-Value $\geq 0,05$, maka H_0 diterima, artinya secara serempak variabel minat beli konsumen terhadap buah jeruk keprok di Desa Selorejo Kecamatan Dau Kabupaten Malang.
4. Uji Parsial (*Uji Wald*) yaitu dilakukan untuk mengetahui seberapa pengaruh masing-masing variabel kualitas produk, selera, manfaat jeruk, harga, tempat, dan pendapatan terhadap minat beli buah jeruk keprok. Untuk mengetahui nilai uji wald (uji t), tingkat signifikansi sebesar 5%. Adapun kriteria pengambilan keputusan:
 - Jika $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$ dan p-value > 0.05 maka H_0 diterima, artinya salah satu variabel independen tidak mempengaruhi variabel dependen.
 - Jika $t_{\text{hitung}} \geq t_{\text{tabel}}$ dan p-value ≤ 0.05 maka H_0 ditolak, artinya salah satu variabel independen mempengaruhi variabel dependen

HASIL DAN PEMBAHASAN

Jumlah responden yang diteliti yaitu sebanyak 60 yang terdiri dari 30 responden buahjeruk keprok dan responden buah jeruk lain. Dalam Karakteristik konsumen dapat memberikan gambaran keadaan masyarakat kota Malang, kabupaten Malang dan luar kota Malang, sebagai sampel penelitian yang akan diuraikan dalam beberapa aspek umum diantaranya, umur, jenis kelamin, tingkat pendidikan, pekerjaan dan jumlah anggota keluarga.

Tabel 1. Karakteristik Responden Buah Jeruk Keprok Dan Buah Jeruk Lain

Karakteristik Responden	Keterangan	Jumlah (Orang)		Presentase (%)	
		Jeruk keprok	Jeruk lain	Jeruk keprok	Jeruk lain
usia	19-29	18	9	60	30
	30-40	9	7	30	23
	41-51	2	11	7	37
	>51	1	3	3	10
Jenis Kelamin	Laki-laki	8	10	27	33
	Perempuan	22	20	73	77
Pendidikan	SMP/MTS	1	1	3	3
	SMA/MA	9	6	30	20
	SMK	5	8	17	27
	Diploma	1	2	3	7
	Sarjana	11	9	37	30
	Pascasarjana	3	4	10	13
Pekerjaan	Pegawai Negeri	2	5	7	17
	Pegawai Swasta	10	7	32	23
	Wirausaha	7	7	23	23
	Pelajar/Mahasiswa	2	-	7	-
	Pendidik	5	4	17	13
	Ibu Rumah Tangga	2	2	7	7
	Lainnya	2	5	7	17
Jumlah Anggota	1-2 Orang	2	3	7	10
	3-5 Orang	22	23	73	77
	>5 Orang	6	4	20	13
Total		30	30	100	100

Sumber: Data Primer diolah 2023

Karakteristik responden berdasarkan usia yang mendominasi terhadap minat beli buah jeruk keprok pada usia 19-29 tahun sebesar (60%) sedangkan responden buah jeruk lain responden terbanyak pada usia responden 41-51 tahun sebesar (37%). Selanjutnya karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, yang mendominasi terhadap minat beli buah jeruk keprok dan jeruk lain yaitu jenis kelamin perempuan dengan presentase masing – masing sebesar 73% (22 orang) dan 77% (20 orang). Karakteristik yang ketiga berdasarkan pendidikan, responden yang mendominasi terhadap minat beli buah jeruk keprok dan jeruk lain pada tingkat Pendidikan terakhir yaitu Sarjana sebesar 37% (11 orang) dan 30% (9 orang). Selanjutnya karakteristik responden berdasarkan pekerjaan terhadap minat beli buah jeruk keprok pada pekerjaan sebagai Pegawai Swasta sebesar 33% (10 orang) sedangkan responden buah jeruk lain dengan pekerjaan sebagai Pegawai Swasta dan Wirausaha sebesar 23% (7 orang). Untuk karakteristik responden yang terakhir yaitu berdasarkan jumlah anggota keluarga, jumlah anggota keluarga responden buah jeruk keprok dan jeruk lain yang minat untuk melakukan pembelian, didominasi dengan jumlah keluarga 3-5 orang dengan presentase masing – masing sebesar 73% (22 orang) dan 77% (23 orang) dari keseluruhan responden.

Hasil analisis model logit Faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen buahjeruk keprok di Desa Selorejo dapat dilihat pada tabel berikut:

1. Uji Chi- Square

Tabel 2. Hasil Uji Log Likelihood dan Koefisien Determinasi (R Square) Pada Minat Beli Buah Jeruk Keprok

Step	-2 Log likelihood	Cox & Snell R Square	Nagelkerke R Square
1	40,332 ^a	,510	,680

Sumber: Data Primer diolah 2023

Berdasarkan hasil tabel diatas uji *Log Likelihood* diperoleh nilai *Log Likelihood* pada tabel blok number 0 ialah 83,164 > 40,332 nilai *LogLikelihood* pada blok number 1, artinya H0 diterima. Sehingga model yang dihipotesiskan sudah sesuai (*fit*) dengan data, maka kualitas produk, selera, manfaat jeruk, harga, tempat dan pendapatan dalam model menunjukkan bahwa model regresi semakin baik. Nilai Nagelkerke *R Square* sebesar 0,680 yang artinya kualitas produk, selera, manfaat jeruk, harga, tempat dan pendapatan mampu menjelaskan dan memberikan pengaruh terhadap minat beli konsumen buah jeruk keprok sebesar 68 %. Sedangkan 32 % lainnya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian.

2. Uji Goodness of Fit Test

Tabel 3. Hasil Uji Hosmer and Lemeshow Test Pada Minat Beli Buah Jeruk Keprok

Step 1	Chi-square	df	Sig
	4,625	8	0,797

Sumber: Data Primer diolah 2023

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan menunjukkan nilai *chi-square* sebesar 4,625 dengan nilai signifikansi 0,797 $\geq$ 0,05 maka H0 diterima artinya bahwa tidak ada perbedaan yang signifikan antar model karena nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 atau dapat diartikan bahwa model sudah baik atau sesuai.

3. Uji Chi - Square

Tabel 4. Hasil Uji Chi - Square Pada Minat Beli Buah Jeruk Keprok

		Chi- Square	df	Sig
Step 1	Step	40,332	6	,0001
	Block	40,332	6	,0001
	Model	40,332	6	,0001

Sumber: Data Primer diolah 2023

Hasil *chi square* hitung menunjukkan nilai sebesar 40,332 > 12,591 *chi square* tabel dengan df 6 dan nilai signifikan model sebesar 0,00 lebih kecil dari 0,05, maka hal tersebut telah sesuai dengan hipotesis yaitu H0 ditolak dan H1 diterima, artinya secara serempak semua variabel mampu menjelaskan minat beli konsumen buah jeruk keprok di Desa Selorejo.

4. Uji Parsial (Wald)

Tabel 5. Hasil Uji Wald Pada Minat Beli Buah Jeruk Keprok

		B	S.E	Wald	df	Sig.	Exp(B)
Step 1 ^a	Kualitas produk (X1)	2,387	1,164	4,203	1	0,040*	10,883
	Selera (X2)	-4,773	1,669	8,180	1	0,004**	,008
	Manfaat Jeruk (X3)	2,050	,883	5,397	1	0,020*	7,771

Harga (X4)	-2,215	,848	6,830	1	0,009**	,109
Tempat(X5)	-,149	,102	2,117	1	0,146	,861
Pendapatan (X6)	,857	,414	4,280	1	0,039*	2,356
	34,788	12,269	8,039	1	0,005**	1,283E+15

Keterangan : ** Correlation is significant at the 0,01 level (2-tailend)

* Correlation is significant at the 0,05 level (2-tailend) Sumber:

Data Primer diolah 2023

Pada tabel 4 diatas hasil dari uji wald dapat dilihat dengan cara membandingkan kolom signifikansi (sig.) dengan $\alpha = 0,05$ (5%). Apabila nilai taraf signifikan $< 0,05$, maka H_0 ditolak (signifikan). Sedangkan jika nilai taraf signifikansi $> 0,05$, maka H_0 diterima (tidak signifikan). Berdasarkan tabel diatas diperoleh persamaan regresi model logistik sebagai berikut: $Y = 34,788 + 2,387X_1 - 4,773X_2 + 2,050X_3 - 2,215X_4 - 0,149X_5 + 0,857X_6$

Berikut adalah pembahasan masing-masing variabel mengenai Minat beli konsumen terhadap buah jeruk keprok di Desa Selorejo :

1. Kualitas Produk (X1)

Berdasarkan hasil dari analisis logistik diperoleh hasil uji wald sebesar 4,203 dengan nilai signifikan sebesar $0,40 < 0,05$ (5%) sehingga H_0 ditolak atau variabel kualitas produk memberikan pengaruh sangat nyata terhadap minat beli konsumen untuk membeli buah jeruk keprok. Koefisien regresi bernilai positif sebesar 2,387 yang memberikan arti bahwa apabila kualitas produk sesuai dengan harapan konsumen maka semakin tinggi minat beli konsumen terhadap buah jeruk keprok. Sebaliknya, apabila kualitas yang ditawarkan produk tidak sesuai dengan harapan konsumen maka semakin rendah juga minat beli konsumen terhadap buah jeruk keprok. Kondisi ini diperkuat dengan nilai $\text{Exp}(B)$ atau *odds ratio* sebesar 10,883 yang artinya variabel kualitas produk yang sesuai dengan harapan konsumen memiliki peluang sebesar 10,883 kali pada masyarakat dalam melakukan minat beli. Nilai $\text{Exp}(B)$ variabel ini merupakan yang paling besar apabila dibandingkan dengan variabel lain. Penelitian ini sejalan dengan penelitian (Masyadi, Abdul & Yusril, 2020) yang menjelaskan bahwa kualitas produk terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan variabel kualitas produk terhadap Keputusan Pembelian.

2. Selera (X2)

Berdasarkan hasil dari analisis logistik diperoleh hasil uji wald sebesar sebesar 8,180 dengan nilai signifikan sebesar $0,04 < 0,05$ (5%) sehingga H_0 ditolak atau variabel selera dapat memberikan pengaruh sangat nyata terhadap minat beli konsumen untuk membeli buah jeruk keprok. Koefisien regresi bernilai negatif yaitu sebesar -4,773 artinya bahwa selera konsumen jeruk keprok sebenarnya selera atau memilih pada buah jeruk lain. Berdasarkan nilai $\text{Exp}(B)$ atau *odds ratio* sebesar 0,008 yang berarti variabel selera pada buah jeruk lain memiliki peluang minat beli konsumen sebesar 0,008 kali pada masyarakat dalam melakukan minat belinya. Dengan kata lain masyarakat akan cenderung melakukan minat beli terhadap buah jeruk keprok dengan sesuaiselara mereka.

3. Manfaat Jeruk (X3)

Berdasarkan hasil dari analisis logistik diperoleh hasil uji wald sebesar sebesar 5,397 dengan nilai signifikan sebesar $0,20 < 0,05$ (5%) sehingga H_0 ditolak atau variabel manfaat jeruk dapat memberikan pengaruh sangat nyata terhadap minat beli konsumen untuk membeli buah jeruk keprok. Koefisien regresi bernilai positif yaitu sebesar 2,050 yang memberikan arti apabila asumsi masyarakat terhadap manfaat jeruk saat mengkonsumsi buah jeruk keprok semakin tinggi maka semakin tinggi pula minat beli buah jeruk keprok. Sebaliknya, semakin rendah asumsi masyarakat terhadap manfaat jeruk saat mengonsumsi, maka semakin rendah pula minat beli konsumen dalam mengonsumsi buah jeruk keprok. Kondisi ini diperkuat dengan nilai $\text{Exp}(B)$ atau *odds ratio* sebesar 7,771 yang artinya bahwa asumsi manfaat jeruk untuk meningkatkan imun tubuh dan obat herbal memiliki peluang sebesar 7,771 kali pada konsumen dalam melakukan minat beli buah jeruk keprok. Penelitian ini sesuai dengan penelitian (Fitriana & Fitri, 2020) bahwa manfaat jeruk memiliki

kadar vitamin C pada sampel jeruk berstagi sebesar 13,21% sedangkan rerata kadar vitamin C pada sampel jeruk keprok sebesar 12,33% .

4. Harga (X4)

Berdasarkan hasil dari analisis logistik diperoleh hasil uji wald sebesar sebesar 6,830 dengan nilai signifikan sebesar $0,09 < 0,05$ (5%) sehingga H_0 ditolak atau variabel harga dapat memberikan pengaruh sangat nyata terhadap minat beli konsumen untuk membeli buah jeruk keprok. Koefisien regresi bernilai negatif sebesar -2, 215 yang memberikan arti bahwa apabila harga jeruk keprok yang ditawarkan semakin tinggi maka semakin rendah minat beli buah jeruk keprok atau semakin tinggi untuk minat beli buah jeruk lain Berdasarkan nilai $\text{Exp}(B)$ atau *odds ratio* sebesar 0,109 yang artinya bahwa harga buah jeruk keprok memiliki peluang sebesar 0,109 kali atau 10,9% pada konsumen dalam melakukan minat beli dengan harga yang rendah (murah/terjangkau) sedangkan masyarakat akan memutuskan untuk tidak melakukan minat beli dengan harga produk yang tinggi (mahal). Penelitian ini sesuai dengan penelitian (Pratami et al., 2020) menyatakan bahwa peningkatan dalam kualitas produk berpengaruh terhadap harga dari buah jeruk keprok

5. Tempat (X5)

Berdasarkan hasil dari analisis logistik diperoleh hasil uji wald sebesar sebesar 2,117 dengan nilai signifikan sebesar $0,146 > 0,05$ (5%) sehingga H_0 diterima atau berarti variabel tempat tidak dapat memberikan pengaruh sangat nyata terhadap minat beli konsumen untuk membeli buah jeruk keprok. Jauh atau tidaknya tempat pembelian buah jeruk keprok dengan tempat tinggal konsumen tidak berpengaruh terhadap peluang konsumen untuk minat beli terhadap buah jeruk keprok. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan AF (Manapiring , 2016) yang menyatakan bahwa tempat tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

6. Pendapatan (X6)

Berdasarkan hasil dari analisis logistik diperoleh hasil uji wald sebesar sebesar 4,280 dengan nilai signifikan sebesar $0,39 < 0,05$ (5%) sehingga H_0 ditolak atau berarti variabel pendapatan dapat memberikan pengaruh sangat nyata terhadap minat beli konsumen untuk membeli buah jerukkeprok. Koefisien regresi bernilai positif sebesar 0,857 yang memberikan arti bahwa apabila pendapatan semakin tinggi maka akan semakin tinggi pula minat beli konsumen terhadap buah jerukkeprok. Sebaliknya, jika semakin rendah pendapatan masyarakat maka semakin rendah pula minat beli konsumen terhadap buah jeruk keprok. Dari hasil penelitian juga sesuai dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Rizka bahwa pendapatan dapat mempengaruhi seseorang dalam mengonsumsi suatu produk (Rizka, Purnamadewi, & Hasanah, 2018). Berdasarkan nilai $\text{Exp}(B)$ atau *odds ratio* sebesar 2,356 yang menunjukkan pendapatan tertinggi memiliki peluang sebesar 2,356 kali atau 2.356% pada masyarakat dalam memutuskan minat beli apabila dibandingkan dengan masyarakat yang memiliki pendapatan yang rendah.

KESIMPULAN

1. Berdasarkan karakteristik konsumen yang minat beli terhadap buah jeruk keprok di desa Selorejo Kecamatan Dau Kabupaten di dominasi oleh usia 19-29 tahun sebanyak 18 orang (60%), jenis kelamin perempuan sebanyak 22 orang (73%), pendidikan terakhir Sarjana sebanyak 11 orang (37%), dengan pekerjaan sebagai pegawai swasta 10 orang (32%) dan memiliki 3 – 5 anggota keluarga sebanyak 22 orang (73%).
2. Faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen terhadap buah jeruk keprok di Desa Selorejo Kecamatan Dau Kabupaten Malang adalah kualitas produk (X1), selera(X2), manfaat produk(X3, harga(X4) dan pendapatan(X6). Sedangkan variabel tempat(X5) tidak berpengaruh secara nyata terhadap minat beli buah jeruk keprok.

DAFTAR PUSTAKA

Adnyani, N. N. P. (2022). Analisis Pendapatan Usaha Jeruk Keprok Di Desa Belantih, Kecamatan Kintamani, Kabupaten Bangli. *Dwijen Agro*, 12 (1), 21-28.
Badan Pusat Statistik. (2013). Statistik Indonesia 2013. In *Katalog BPS*

Durianto, Darmadi. (2013) Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama

- Fitriana, Y. A. N., & Fitri, A. S. (2020). Analisis Kadar Vitamin c Pada Buah Jeruk Menggunakan Metode Titrasi Iodometri. *Sainteks*, 17(1), 27-32.
- Meiyetriani, E., Hamzah, H., & Lima, F.(2018). The Prevalence of Hyperuricemia and Associated Factors in Depok. *AVERROUS: Jurnal Kedokteran Dan KesehatanMalikussaleh*,
- Manampiring, A. S., Tumbuan, W. J., & Wenas, R. S. (2016). Analisis Produk, Harga, Lokasi, Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kartu Kredit Pt. Bank Mandiri Tbk. Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 4(2).
- Rizka, S., Purnamadewi, Y., & Hasanah,N. (2018).Produk Roti dalam Pola Konsumsi Pangan dan Keberadaan Label Halal dalam Keputusan Konsumsi Masyarakat (Kasus: Kota Bogor). *Al-Muzara'ah*, 6(1), 15-27.
- Salam, A., & Masri, Y. (2020). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Terhadap Keputusan PembelianBuah Naga Di Kecamatan Donri–Donri Kabupaten Soppeng. *Jurnal Ilmiah Metansi (Manajemen dan Akuntansi)*, 3(2), 61-67.
- Siswadi, B. (2016). Respon Petani terhadap pengembangan usaha tani kedelai di Jawa Timur. In *Prosiding Seminar Nasional Inovasi Teknologi Pertanian* (pp. 522-526).
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: CV Alfabeta. (Manajemen dan Akundan Akuntansi), 3(2), 61-67