

**PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP PEMBELIAN BUAH JERUK
SIAM MADU (Studi Kasus di Kecamatan Dau Kabupaten Malang)**

Faniatun¹, Moch. Noerhadi Sudjoni, Masyhuri Machfudz³

¹ Mahasiswa Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Islam Malang

Email: 21901032023@unisma.ac.id

² Dosen Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Islam Malang

E-mail: mns@unisma.ac.id E-mail: masyhuri.machfudz@unisma.ac.id

Abstract

The aim of this research is to identify consumer preferences for Siem Honey orange fruit in Dau sub-district, Malang district. Apart from that, to find out the factors that influence consumer purchasing decisions for siem honey oranges in Dau sub-district, Malang district. The population of this research is consumers who buy various types of orange fruit in Dau District. The sampling technique used in this research was accidental sampling. The sample of this research was 100 respondents or consumers who bought oranges because the exact number of the population of buyers of honey siem oranges and other oranges is not known. In this way, the researcher took a sample of 50 x 2 (2 independent variables) of 100 respondents. The analytical method used is descriptive data analysis to identify consumer preferences for purchasing honey Siamese oranges and logit model regression analysis to determine consumer decisions regarding purchasing honey Siamese oranges. Based on the results of identifying consumer preferences for purchasing honey Siamese oranges, it is formulated into 13 preference indicators, namely: (1) Type of honey Siamese orange, (2) Reasons for buyers in the form of taste factors, (3) Quality of honey Siamese oranges which tends to be long-lasting is the consumer's preference in bought, (4) The highest number of purchases of honey Siamese oranges was 2kg (5) The frequency of purchases of Honey Siamese oranges by consumers was 1-2kg (6) The standard price that consumers prefer when buying Honey Siamese oranges tends to be cheaper (7) Color The honey Siamese orange which is the consumer's preference is orange (bright/attractive), (8) The price of the honey Siamese orange which is the consumer's preference is \geq Rp. 15,000, (9) The source of consumer information obtained by consumers when purchasing honey Siamese oranges is by coming directly to the outlet or trader, (10) The taste of Honey Siamese Oranges which is the consumer's preference in making purchases is the sweet taste, (11) Speed of service become consumers' preference in making purchases, namely being served quickly, (12) The reason why purchasing oranges in Dau District is consumers' preference in purchasing honey Siamese oranges is because the oranges are fresh and natural, (13) The benefits of purchasing honey Siamese oranges are consumers' preference in making a purchase is about bodily health. Then, there are 3 factors that influence consumer decisions regarding purchasing Siem Honey oranges, including product, quality and income variables.

Keywords: *Siam Honey Oranges, Consumer Preferences, Purchasing Decisions*

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi preferensi konsumen terhadap buah jeruk siem madu di kecamatan Dau kabupaten Malang. Selain itu, untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap buah jeruk siem madu di kecamatan Dau kabupaten Malang. Populasi penelitian ini adalah konsumen yang membeli buah jeruk dengan berbagai jenis jeruk di Kecamatan Dau. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *accidental sampling*. Sampel dari penelitian ini adalah 100 responden atau konsumen yang membeli buah jeruk karena tidak diketahui jumlah pasti dari populasi pembeli buah jeruk siem madu maupun jeruk lainnya. Dengan begitu peneliti mengambil sampel 50 x 2 (2 variabel

independen) 100 responden. Metode analisis yang digunakan adalah analisis data deskriptif untuk mengidentifikasi preferensi konsumen terhadap pembelian buah jeruk siam madu dan analisis regresi model logit untuk mengetahui keputusan konsumen terhadap pembelian buah jeruk siam madu. Berdasarkan hasil identifikasi preferensi konsumen terhadap pembelian buah jeruk siam madu dirumuskan menjadi 13 indikator preferensi yaitu: (1) Jenis jeruk siam madu, (2) Alasan pembeli berupa faktor rasa, (3) Kualitas jeruk siam madu yang condong tahan lama menjadi preferensi konsumen dalam membeli, (4) Jumlah terbanyak pembelian jeruk siam madu sebesar 2kg (5) Frekuensi pembelian buah jeruk siam madu yang dilakukan oleh konsumen 1-2kg (6) Standar harga yang menjadi preferensi konsumen dalam membeli jeruk siam madu condong lebih murah (7) Warna jeruk siam madu yang menjadi preferensi konsumen yakni berwarna orange (cerah/menarik), (8) Harga jeruk siam madu yang menjadi preferensi konsumen sebesar \geq Rp. 15.000, (9) Asal informasi konsumen yang diperoleh konsumen dalam melakukan pembelian jeruk siam madu yakni dengan datang langsung ke outlet atau pedagang, (10) Rasa Jeruk Siam Madu yang menjadi preferensi konsumen dalam melakukan pembelian yakni rasa manis, (11) Kecepatan pelayanan yang menjadi preferensi konsumen dalam melakukan pembelian yakni dilayani dengan cepat, (12) Alasan pembelian jeruk di Kecamatan Dau menjadi preferensi konsumen dalam melakukan pembelian buah jeruk siam madu dikarenakan buah jeruknya segar dan alami, (13) Manfaat pembelian jeruk siam madu yang menjadi preferensi konsumen dalam melakukan pembelian yakni pada kesehatan tubuh. Kemudian, faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen terhadap pembelian buah jeruk siam madu terdapat 3 variabel diantaranya variabel produk, kualitas dan pendapatan.

Kata Kunci: Jeruk Siam Madu, Preferensi Konsumen, Keputusan Pembelian

PENDAHULUAN

Jeruk merupakan komoditas buah-buahan yang memiliki nilai ekonomis yang tinggi dan memiliki nilai kesehatan yang berarti (Hamzani, 2017). Buah jeruk juga merupakan komoditas buah yang dapat dikonsumsi oleh setiap kalangan masyarakat. Karena harganya yang terjangkau dan bervariasi buah jeruk dapat dibeli oleh setiap kelas sosial. Buah jeruk dapat dikonsumsi secara langsung berupa buah segar maupun dapat dikonsumsi dalam bentuk olahan pangan, selain itu jeruk juga biasa diolah menjadi berbagai macam jenis minuman dan jus buah serta sirup. Mengonsumsi jeruk telah menjadi gaya hidup yang biasa dilakukan oleh masyarakat dan memunculkan preferensi masyarakat terhadap buah jeruk.

Kecamatan Dau merupakan salah satu daerah di Kabupaten Malang yang merupakan penghasil komoditas buah jeruk jenis jeruk siam madu. Jeruk yang dibudidayakan pada daerah ini memiliki cita rasa yang manis dan memiliki ukuran yang cukup besar. Tidak hanya itu, komoditas jeruk siam madu di lokasi ini memiliki harga yang cukup terjangkau apabila dibandingkan dengan lokasi lain. Pemasaran jeruk di daerah ini dilakukan melalui 2 saluran yakni dijual secara langsung oleh petani jeruk dan di jual kepada tengkulak jeruk. Pemasaran didukung dengan adanya destinasi wisata petik jeruk yang ada di perkebunan jeruk petani. Hal tersebut juga didukung dengan letaknya yang strategis yakni dekat dengan banyak destinasi wisata dan pusat Kota Malang selain itu, lokasi ini juga cukup dekat dengan Kota Batu.

Berdasarkan hasil wawancara singkat yang dilakukan oleh peneliti terhadap beberapa pedagang jeruk siam madu di lokasi penelitian menunjukkan bahwa petani

mengakui adanya penurunan produksi yang berpengaruh terhadap penurunan penjualan. Penurunan pemasaran yang ada ini juga mencerminkan penurunan konsumsi oleh masyarakat. Penurunan pembelian masyarakat terhadap buah jeruk siam madu dipengaruhi oleh beberapa faktor. Salah satunya adalah preferensi konsumen.

Preferensi konsumen adalah pilihan antara suka atau tidak suka seseorang terhadap suatu produk yang dikonsumsi (Priyambodo, Sastryawanto, & Hermawati, 2019). Preferensi masyarakat terhadap konsumsi jeruk siam madu berarti pilihan masyarakat terhadap produk jeruk siam madu yang disukai oleh masyarakat. Dengan mengetahui atribut produk jeruk siam madu yang disukai oleh masyarakat maka petani dan pedagang dapat melakukan pengembangan terhadap jeruk yang dibudidayakan sehingga tingkat pembelian terhadap jeruk siam madu meningkat. Dengan begitu diharapkan dapat memberikan dampak positif bagi banyak pihak khususnya bagi pelaku bisnis dan petani jeruk siam madu. Selama ini belum penelitian spesifik yang mengenai preferensi masyarakat terhadap jeruk siam madu.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas maka perlu adanya penelitian tentang buah jeruk siam madu yang menjadi pilihan masyarakat untuk dikonsumsi sehingga peneliti melakukan penelitian dengan judul "Preferensi Konsumen Terhadap Pembelian Buah Jeruk Siam Madu".

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif yang mana penelitian dilakukan dengan menggunakan kombinasi pendekatan kualitatif dan kuantitatif. Pendekatan kualitatif digunakan peneliti untuk menjabarkan kondisi sosial ekonomi responden konsumen jeruk siam madu. Sedangkan untuk pendekatan kuantitatif digunakan peneliti untuk menjelaskan preferensi serta faktor-faktor yang mempengaruhi responden dalam melakukan konsumsi jeruk siam madu. Lokasi penelitian ini ditetapkan secara sengaja (*purposive*) yang bertempat pada area kebun Jeruk dan toko yang menjual buah jeruk siam madu di Kecamatan Dau, Kabupaten Malang, Provinsi Jawa Timur. Waktu penelitian dimulai pada tanggal 01 September sampai akhir Oktober 2023. Jenis data yang digunakan dalam penelitian adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dengan cara memberikan pertanyaan atau pernyataan yang telah disiapkan oleh peneliti kepada orang lain yang dijadikan responden untuk dijawabnya. Data sekunder diperoleh dari literatur lain yang mendukung hasil penelitian.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *accidental sampling*. Sampling insidental menurut (Sugiyono, 2016) adalah strategi pengambilan sampel berdasarkan kebetulan, artinya siapa saja yang kebetulan berpapasan dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel asalkan ditentukan bahwa individu tersebut memenuhi syarat sebagai sumber data.

Jenis data yang digunakan adalah data primer dengan metode pengumpulan data kuesioner. Sampel penelitian ini menggunakan analisis multivariat Sugiyono (2017) menyarankan tentang ukuran sampel untuk penelitian sebagai berikut:

1. Ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah 50 sampai dengan 500.
2. Bila dalam penelitian akan melakukan analisis dengan multivariate (korelasi atau regresi berganda misalnya), maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti. Variabel penelitian berjumlah 7 variabel (independen)

dan dependen), maka anggota sampel = $10 \times 7 = 70$.

Sampel dari penelitian ini adalah 100 responden yang membeli buah jeruk siem madu. Karena peneliti tidak mengetahui jumlah pasti dari populasi pembeli buah jeruk siem madu maupun jeruk lainnya. Sehingga peneliti menetapkan sampel sebanyak 100 responden.

METODE ANALISIS DATA

Metode analisis data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dan analisis regresi logistic:

1) Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif yaitu menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang terkumpul sebagaimana adanya. Analisis ini digunakan peneliti untuk menjabarkan data preferensi konsumen terhadap konsumsi buah jeruk siem madu. Selain itu, deskripsi juga dijabarkan untuk menggambarkan hasil analisis faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam mengonsumsi jeruk siem madu.

2) Analisis Regresi Logistic

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan analisis data statistik regresi model logit, dimana variabel independennya, merupakan variabel dikotomi dengan nilai 0 dan 1. Model umum analisis logitnya (faktor - faktor yang mempengaruhi keputusan pembeli buah jeruk siem madu di kabupaten Malang) adalah:

$Y = f (X_1, X_2, X_3, \dots, X_n)$ dari model umum ini kemudian dibuat sebuah model faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen terhadap pembelian buah jeruk siem madu :

$$Y = \ln \frac{P_i}{(1-P_i)} + \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \beta_6 X_6 + \beta_7 X_7 + \beta_8 X_8 + \beta_9 X_9 + \beta_{10} X_{10} + \beta_{11} X_{11} + \beta_{12} X_{12} \dots + e$$

HASIL DAN PEMBAHASAN

Data Karakteristik Sosial Ekonomi Responden

Data karakteristik sosial ekonomi responden yang digunakan dalam penelitian meliputi data usia, jenis kelamin, pendidikan terakhir, pekerjaan, alamat, dan jumlah anggota keluarga. Data karakteristik sosial ekonomi responden dipaparkan sebagai berikut:

1. Usia Responden

Usia adalah usia individu yang dihitung mulai saat dilahirkan sampai dengan berulang tahun (Lasut, 2017). Usia responden pembeli atau konsumen pada buah jeruk siem madu di Kecamatan Dau Kabupaten Malang dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 1

Tabel 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Usia (Tahun)	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	< 20	10	10
2	20-29	42	42
3	30-39	21	21
4	40-49	8	8
5	50-59	11	11
6	> 59	8	8
Jumlah		100	100

Sumber: Data Primer diolah (2023)

Berdasarkan pada data yang telah didapatkan, usia responden diklasifikasikan menjadi 6 kelompok usia seperti yang telah disajikan pada Tabel 1. Dapat diketahui bahwa konsumen jeruk siam madu pada kelompok usia < 20 tahun sejumlah 10 orang, kelompok usia 20-29 tahun sejumlah 42 orang, kelompok usia 30-39 tahun 21 orang, kelompok usia 40-49 tahun sejumlah 8 orang, kelompok usia 50-59 tahun sejumlah 11 orang dan kelompok usia > 59 tahun sejumlah 8 orang. Konsumen jeruk siam madu didominasi oleh responden dengan kelompok usia 20-29 tahun dengan jumlah responden sebanyak 42 orang dari total 100 responden.

Kelompok usia tersebut termasuk kedalam kelompok rentang usia produktif. Kelompok rentang usia produktif memiliki kecenderungan memiliki penghasilan sendiri. Hal tersebut dikarenakan usia produktif merupakan usia aktif seseorang untuk bekerja dan menghasilkan pendapatan sendiri. Selain itu, responden pada rentang usia tersebut juga memiliki kecenderungan dalam pemilihan keanekaragaman pangan yang dikonsumsi sehingga responden secara mandiri dapat memutuskan untuk mengonsumsi jeruk siam madu sesuai dengan pilihan pangan dan pendapatannya sendiri.

Urutan kedua kelompok usia terbanyak adalah pada kelompok usia 30-39 tahun dengan jumlah responden sebanyak 21 orang dari total 100 responden. Urutan ketiga kelompok usia terbanyak adalah pada kelompok usia 50-59 tahun dengan jumlah responden sebanyak 11 orang dari total 100 responden. Urutan keempat kelompok usia terbanyak adalah pada kelompok usia < 20 tahun dengan jumlah responden sebanyak 10 orang dari total 100 responden. Sedangkan pada urutan terakhir merupakan kelompok usia 40-49 tahun dan kelompok usia > 59 tahun sebanyak 8 orang dari total 100 responden.

2. Jenis Kelamin Responden

Jenis kelamin adalah perbedaan antara perempuan dengan laki-laki secara biologis sejak seseorang itu dilahirkan (Hungu, 2016). Jenis kelamin responden pembeli pada buah jeruk siam madu di Kecamatan Dau Kabupaten Malang dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 2

Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	Laki-laki	55	55
2	Perempuan	45	45
	Jumlah	100	100

Sumber: Data Primer diolah (2023)

Berdasarkan data jenis kelamin konsumen jeruk siam madu yang telah disajikan dalam Tabel 2 dapat diketahui bahwa konsumen didominasi oleh jenis kelamin laki-laki. Jumlah konsumen dengan jenis kelamin laki-laki adalah 55 orang responden sedangkan jumlah konsumen dengan jenis kelamin perempuan adalah 45 orang responden. Akan tetapi, banyaknya jumlah responden pada karakteristik berdasarkan jenis kelamin dapat dipengaruhi oleh ketersediaan responden saat penyebaran kuesioner dilakukan. Sehingga apabila dilihat berdasarkan data yang didapatkan diketahui jenis kelamin laki-laki menjadi konsumen terbanyak jeruk siam madu.

Pada dasarnya kecenderungan dalam pembelian sebuah bahan pangan akan didominasi oleh jenis kelamin perempuan. Hal tersebut dikarenakan jenis kelamin

perempuan yang sebagian besar merupakan ibu rumah tangga dan menjadi seseorang yang bertanggungjawab atas pembelanjaan dan konsumsi rumah tangga.

3. Pendidikan Terakhir Responden

Pendidikan terakhir merupakan tingkatan pendidikan yang telah ditempuh oleh responden. Pendidikan terakhir diambil berdasarkan jenjang pendidikan yang terakhir kali ditempuh oleh responden. Pendidikan terakhir responden pembeli pada buah jeruk siem madu di Kecamatan Dau Kabupaten Malang dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 3

Tabel 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

No	Pendidikan Terakhir	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	SD	18	18
2	SMP	7	7
3	SMA	33	33
4	Sarjana	39	39
5	Pascasarjana	3	3
	Jumlah	100	100

Sumber: Data Primer diolah (2023)

Berdasarkan data yang telah tersaji pada Tabel 3 pendidikan terakhir dari 100 responden yang telah diwawancarai adalah sejumlah 18 orang lulusan SD, sejumlah 7 orang lulusan SMP, sejumlah 33 orang lulusan SMA, sejumlah 39 orang lulusan sarjana dan 3 orang lulusan pascasarjana. Berdasarkan data tersebut maka dapat diketahui responden yang paling banyak mengonsumsi jeruk siam madu adalah kelompok responden dengan pendidikan terakhir sarjana. Selanjutnya diurutkan kedua responden yang mengonsumsi paling banyak adalah lulusan SMA, urutan ketiga terbanyak adalah lulusan SD, urutan keempat terbanyak adalah lulusan SMP dan yang terakhir dengan jumlah responden terendah adalah lulusan pascasarjana.

Pendidikan terakhir seseorang dapat digunakan sebagai pertimbangan bagi seseorang dalam memutuskan sebuah keputusan termasuk keputusan dalam melakukan konsumsi jeruk siam madu. Konsumen jeruk madu siam didominasi oleh responden dengan pendidikan terakhir sarjana dan SMA yakni sejumlah 39 dan 33 orang. Dalam penelitiannya Rizka, dkk (2018) diketahui bahwa keputusan seseorang dalam melakukan konsumsi makanan maupun minuman salah satunya dipengaruhi oleh lamanya pendidikan seseorang tersebut. Seseorang yang semakin lama atau semakin tinggi dalam merasakan pendidikan, memberikan pengaruh pola pikir konsumsi pada produk yang memiliki dampak positif bagi tubuh. Sehingga preferensinya dalam mengonsumsi juga mengarah pada makanan yang memiliki dampak positif bagi tubuh seperti sayur dan buah-buahan termasuk didalamnya jeruk siam madu.

4. Pekerjaan Responden

Pekerjaan adalah kegiatan responden yang mana kegiatan tersebut berhubungan dengan sikap seseorang individu dalam pengambilan keputusan konsumsi karena pekerjaan memiliki keterkaitan dengan pendapatan suatu responden (Wawan & Dwi,2010). Pekerjaan responden pembeli pada buah jeruk siem madu di Kecamatan Dau Kabupaten Malang dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 4

Tabel 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	Pelajar/Mahasiswa	34	34
2	Pegawai Swasta	17	17
3	Wirausaha	5	5
4	Pengajar	0	0
5	Lainnya	44	44
	Jumlah	100	100

Sumber: Data Primer diolah (2023)

Berdasarkan pada tabel 6. Pekerjaan responden didominasi oleh pekerjaan lainnya yang merupakan jenis pekerjaan yang tidak tercantum didalam penelitian. Secara terperinci pekerjaan responden dibagi menjadi 5 kategori yakni pelajar/mahasiswa, pegawai swasta, wirausaha, pengajar dan pekerjaan lainnya yang tidak tercantum pada penelitian. Kategori pekerjaan yang terbanyak adalah pada kategori pekerjaan lainnya dengan jumlah 44 orang, urutan kedua adalah pelajar/mahasiswa dengan jumlah 34 orang, urutan ketiga adalah pegawai dengan jumlah 17 orang disusul dengan wirausaha sejumlah 5 orang. Sedangkan tidak ada responden yang memiliki pekerjaan pengajar dengan kata lain kategori pengajar tidak memiliki jumlah responden yang memilih.

Pekerjaan merupakan salah satu karakteristik responden yang memiliki nilai penting. Hal tersebut karena pekerjaan memiliki korelasi terhadap pendapatan seorang responden. Dalam penelitiannya Wawan dan Dewi (2010) mengemukakan bahwa pekerjaan berhubungan dengan sikap seorang individu dalam pengambilan keputusan konsumsi karena pekerjaan seseorang memiliki keterkaitan dengan pendapatan seseorang tersebut.

5. Alamat Responden

Alamat responden dalam penelitian memiliki arti yaitu tempat/daerah asal responden yang melakukan pembelian di lokasi Kecamatan Dau Kabupaten Malang. Daerah asal responden sebagai orang yang mengunjungi buah siem madu. Alamat responden pembeli pada buah jeruk siem madu di Kecamatan Dau Kabupaten Malang dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 5

Tabel 5. Karakteristik Responden Berdasarkan Alamat

No	Alamat	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	Malang Raya	87	87
2	Jawa Timur	10	10
3	Luar Jawa Timur	3	3
	Jumlah	100	100

Sumber: Data Primer diolah (2023)

Alamat responden menunjukkan keberadaan responden atau domisili responden saat melakukan wawancara dengan peneliti. Alamat responden sebagai konsumen jeruk siam madu dapat dilihat pada Tabel 5 yang dibedakan menjadi 3 kelompok alamat yang berbeda yakni responden yang berdomisili di Malang Raya, Jawa Timur dan Luar Jawa Timur. Berdasarkan data yang telah didapatkan maka diketahui responden yang berdomisili di Malang Raya sejumlah 87 orang responden. Sedangkan responden yang berdomisili di Jawa Timur sejumlah 10 orang responden dan sisanya yakni sejumlah 3 orang responden

berdomisili di luar Jawa Timur.

Responden didominasi oleh konsumen yang berdomisili di area Malang Raya yakni dengan jumlah responden sebanyak 87 responden dari total 100 responden. Hal ini terjadi akibat kemudahan akses untuk menjangkau jeruk siam madu. Konsumen Malang Raya dapat dengan mudah menemukan pedagang atau pun petani jeruk siam madu di beberapa lokasi di Kabupaten seperti Kecamatan Dau sebagai lokasi sentra jeruk. Konsumen dengan jumlah terendah yakni pada konsumen yang berdomisili di luar Jawa Timur yang juga merupakan wisatawan. Mereka cenderung mengunjungi lokasi wisata di Malang untuk berlibur sehingga akan lebih sulit menemukan responden yang berasal dari luar Malang Raya di luar hari liburan.

6. Penghasilan Responden

Penghasilan merupakan pendapatan seseorang dari kegiatan penjualan barang atau jasa yang dilakukan untuk mendapatkan laba dan gaji sebagai upah. Dalam penelitian ini pengelompokan penghasilan sangat diperlukan untuk menganalisa seberapa berpengaruh pendapatan terhadap konsumen yang membeli buah jeruk. Penghasilan responden pembeli pada buah jeruk siam madu di Kecamatan Dau Kabupaten Malang dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 6

Tabel 6. Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Responden

No	Penghasilan (Rp)/Bulan	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	$\leq 3.000.000.00$	45	45
2	$\geq 3.000.000.00$	55	55
Jumlah		100	100

Sumber: Data Primer diolah (2023)

Berdasarkan data pada tabel 6. pekerjaan yang diketahui pada poin sebelumnya diketahui pada Tabel 6. penghasilan konsumen jeruk siam madu. Penghasilan konsumen yang didapatkan dari hasil wawancara diklasifikasikan menjadi 2 golongan penghasilan. Golongan pertama yakni penghasilan sebesar \leq Rp. 3.000.000 dan golongan penghasilan sebesar \geq Rp. 3.000.000. Konsumen jeruk siam madu didominasi oleh responden dengan penghasilan sebesar \geq Rp. 3.000.000 yakni sebanyak 55 responden dari total 100 responden. Sedangkan penghasilan sebesar \leq Rp. 3.000.000 sebanyak 45 responden dan total 100 responden.

Penghasilan memiliki hubungan terhadap konsumsi jeruk madu siam oleh responden. Tingkat penghasilan menentukan pilihan konsumsi seseorang. Tidak hanya itu, penghasilan juga memiliki keterikatan terhadap jumlah konsumsi dan frekuensi konsumsi oleh responden. Semakin besar penghasilan seseorang maka akan semakin sering dan semakin banyak seseorang dalam melakukan konsumsi.

7. Jumlah Anggota Keluarga Responden

Jumlah anggota adalah seluruh jumlah anggota keluarga rumah tangga yang tinggal dan makan dari satu dapur dengan kelompok penduduk yang sudah termasuk dalam kelompok tenaga kerja menurut mantra (2003). Kelompok yang dimaksud makan dari satu dapur adalah bila pengurus kebutuhan sehari-hari dikelola bersama-sama menjadi satu. Jadi, yang termaksud dalam jumlah anggota keluarga adalah

mereka yang belum bisa memenuhi kebutuhan sehari-hari karena belum bekerja (dalam umum non produktif) sehingga membutuhkan bantuan orang lain (dalam hal ini orangtua) dapat dilihat pada tabel 7

Tabel 7. Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Anggota Keluarga

No	Jumlah Anggota Keluarga (Jiwa)	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	1	6	6
2	2	15	15
3	3	24	24
4	>3	55	55
Jumlah		100	100

Sumber: Data Primer diolah (2023)

Jumlah anggota keluarga responden dapat dilihat pada Tabel 7 yang telah tersaji. Pada data tersebut dapat dilihat terdapat 3 kelompok jumlah anggota keluar diantaranya adalah jumlah anggota keluarga 1 orang, 2 orang, 3 orang dan > 3 orang. Diketahui pada jumlah anggota keluarga 1 orang terdapat 6 orang responden. Pada jumlah anggota keluarga 2 orang terdapat 15 orang responden sedangkan pada jumlah anggota keluarga 3 orang terdapat 24 orang responden dan pada jumlah anggota keluarga > 3 orang terdapat 55 orang responden.

Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa konsumen jeruk siam madu didominasi oleh responden dengan jumlah anggota keluarga > 3 dengan jumlah responden sebanyak 55 orang responden. Urutan kedua terbanyak yakni pada kelompok jumlah anggota keluarga 3 orang, urutan ketiga pada jumlah anggota keluarga 2 orang dan yang terakhir pada jumlah anggota keluarga 1 orang.

Preferensi Konsumen Terhadap Pembelian Buah Jeruk Siam Madu

Preferensi menunjukkan derajat suka atau tidak suka seseorang dalam menentukan sebuah pilihan terdapat sesuatu sehingga preferensi konsumen dapat diartikan sebagai pilihan kesukaan seorang konsumen terhadap suatu makanan atau minuman yang akan dikonsumsi. Preferensi konsumen jeruk siam madu dapat dilihat sebagai berikut:

1. Jenis Jeruk

Jenis jeruk merupakan pilihan responden terhadap jeruk yang disukai untuk dikonsumsi. Data jenis jeruk yang dipilih oleh responden dapat dilihat pada tabel 8

Tabel 8. Data Preferensi Jenis Jeruk

No	Jenis Jeruk	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	Jeruk Siam Madu	56	56
2	Jeruk 55	29	29
3	RGL (Rimau Gerga Lebong)	11	11
4	Lainnya	4	4
Jumlah		100	100

Sumber: Data Primer diolah (2023)

Jenis jeruk merupakan pilihan beberapa jeruk yang ditawarkan kepada responden untuk dikonsumsi. Jenis jeruk yang tercantum pada penelitian ini terdiri dari empat macam jenis jeruk diantaranya adalah jeruk siam madu, jeruk 55, RGL (Rimau Gerga Lebong) dan lainnya. Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan dapat diketahui hasil pilihan

responden terhadap pilihan jenis jeruk seperti yang telah tersaji pada Tabel 8. Pada tabel telah diketahui nilai terbanyak yakni pada jenis jeruk siam madu dengan jumlah responden yang memilih yakni sebanyak 56 orang dari 100 orang responden.

2. Alasan Pembelian Konsumen Jeruk Siam Madu

Alasan pembelian konsumen jeruk siam madu merupakan alasan konsumen dalam melakukan pembelian jeruk siam madu. Data alasan pembelian konsumen terhadap jeruk siam madu yang dipilih oleh responden dapat dilihat pada tabel 9

Tabel 9. Data Preferensi Alasan Pembelian Konsumen

No	Alasan Pembelian	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	Faktor Rasa	40	40
2	Mudah Didapat	24	24
3	Harga Terjangkau	20	20
4	Kebiasaan/Kebutuhan	4	4
5	Manfaat Kesehatan	2	2
6	Oleh-oleh	8	8
7	Alasan lain	2	2
Jumlah		100	100

Sumber: Data Primer diolah (2023)

Alasan pembelian adalah sesuatu hal yang melatarbelakangi seseorang dalam mengonsumsi jeruk siam madu. Alasan pembelian yang tercantum pada penelitian ini terdiri dari tujuh macam alasan diantaranya adalah faktor rasa, mudah didapat, harga terjangkau, kebiasaan/kebutuhan, manfaat kesehatan, oleh-oleh dan alasan lain yang tidak dicantumkan didalam penelitian. Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan dapat diketahui hasil pilihan responden terhadap alasan pembelian seperti yang telah tersaji pada Tabel 9. Pada tabel telah diketahui nilai terbanyak yakni pada faktor rasa sebagai alasan pembelian responden dengan jumlah responden yang memilih sebanyak 40 orang dari 100 orang responden.

3. Kualitas Jeruk Siam Madu

Kualitas jeruk siam madu berarti kualitas jeruk yang ditawarkan kepada konsumen.

Data kualitas jeruk siam madu yang dipilih oleh responden dapat dilihat pada tabel 10

Tabel 10. Data Preferensi Kualitas Jeruk Siam Madu

No	Kualitas Jeruk Siam Madu	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	Tahan Lama	75	75
2	Cepat Busuk	18	18
3	Lainnya	7	7
Jumlah		100	100

Sumber: Data Primer diolah (2023)

Kualitas jeruk siam madu adalah kualitas jeruk yang ditawarkan oleh pedagang/petani jeruk kepada responden sebagai konsumen yang membeli jeruk siam madu. Kualitas jeruk siam madu yang tercantum pada penelitian ini terdiri dari tiga macam kualitas diantaranya adalah tahan lama, cepat busuk, dan lainnya yang tidak dicantumkan didalam penelitian. Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan dapat diketahui

hasil pilihan responden terhadap kualitas jeruk siam madu seperti yang telah tersaji pada Tabel 10. Pada tabel telah diketahui nilai terbanyak yakni pada kualitas jeruk yang tahan lama dengan jumlah responden yang memilih sebanyak 75 orang dari 100 orang responden.

4. Jumlah Terbanyak Pembelian Jeruk Siam Madu

Jumlah terbanyak pembelian jeruk siam madu berarti jumlah paling banyak konsumen dalam melakukan pembelian jeruk siam madu. Data jumlah terbanyak pembelian jeruk siam madu yang dipilih oleh responden dapat dilihat pada tabel 11

Tabel 11. Data Preferensi Jumlah Terbanyak Pembelian Jeruk Siam Madu

No	Jumlah Terbanyak Pembelian	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	1 kg	29	29
2	2 kg	47	47
3	3 kg	16	16
4	>3 kg	8	8
Jumlah		100	100

Sumber: Data Primer diolah (2023)

Jumlah terbanyak pembelian adalah kuantitas pembelian jeruk siam madu yang paling banyak dilakukan oleh seorang responden. Jumlah terbanyak pembelian yang tercantum pada penelitian ini terdiri dari empat kelompok jumlah diantaranya adalah sejumlah 1 kg, 2 kg, 3 kg, dan > 3 kg. Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan dapat diketahui hasil pilihan responden terhadap jumlah terbanyak pembelian seperti yang telah tersaji pada Tabel 11. Pada tabel telah diketahui jumlah terbanyak pembelian responden didominasi oleh pembelian 2 kg dengan jumlah responden yang memilih sebanyak 47 orang dari 100 orang responden.

5. Frekuensi Pembelian Jeruk Siam Madu

Frekuensi pembelian jeruk siam madu berarti keseringan (frekuensi) konsumen dalam melakukan pembelian jeruk siam madu. Data frekuensi pembelian jeruk siam madu yang dipilih oleh responden dapat dilihat pada tabel 12

Tabel 12. Data Preferensi Frekuensi Pembelian Jeruk Siam Madu

No	Frekuensi Pembelian	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	1-2 kg	49	49
2	3-4 kg	37	37
3	≥ 5 kg	14	14
Jumlah		100	100

Sumber: Data Primer diolah (2023)

Frekuensi pembelian jeruk siam madu adalah jumlah seringnya responden dalam membeli jeruk siam madu. Frekuensi pembelian yang tercantum pada penelitian ini terdiri dari tiga kelompok frekuensi diantaranya adalah frekuensi 1-2 kg, 3-4 kg, dan 5 kg. Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan dapat diketahui hasil pilihan responden terhadap frekuensi pembelian jeruk siam madu seperti yang telah tersaji pada Tabel 12. Pada tabel telah diketahui nilai terbanyak yakni pada frekuensi pembelian 1-2 kg dengan jumlah responden yang memilih sebanyak 49 orang dari 100 orang responden.

6. Standar Harga Jeruk Siam Madu

Standar harga jeruk siam madu berarti penilaian konsumen terhadap harga jeruk siam madu yang dijual. Data standar harga jeruk yang dipilih oleh responden dapat dilihat pada tabel 13

Tabel 13. Data Preferensi Standar Harga Jeruk Siam Madu

No	Standar Harga Jeruk	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	Lebih Murah	45	45
2	Relatif Sama	43	43
3	Lebih Mahal	5	5
4	Lainnya	7	7
Jumlah		100	100

Sumber: Data Primer diolah (2023)

Standar harga jeruk siam madu adalah asumsi yang diberikan responden sebagai respon yang ditunjukkan terhadap harga jeruk siam madu. Standar harga jeruk siam madu yang tercantum pada penelitian ini terdiri dari empat macam asumsi terhadap harga jeruk siam madu diantaranya adalah lebih murah, relatif sama, lebih mahal, dan asumsi lainnya yang tidak dicantumkan dalam penelitian. Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan dapat diketahui hasil pilihan responden terhadap standar harga jeruk siam madu seperti yang telah tersaji pada Tabel 13. Pada tabel telah diketahui nilai terbanyak yakni pada asumsi harga lebih murah dengan jumlah responden yang memilih sebanyak 45 orang dari 100 orang responden.

7. Warna Jeruk Siam Madu

Warna jeruk merupakan tampak luar warna pada kulit jeruk yang akan menjadi penilaian pertama konsumen sebelum melakukan pembelian jeruk siam madu. Data warna jeruk siam madu yang dipilih oleh responden dapat dilihat pada tabel 14

Tabel 14. Data Preferensi Warna Jeruk Siam Madu

No	Warna Jeruk	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	Orange (cerah/menarik)	48	48
2	Tidak Berwarna Orange (cerah/menarik)	42	42
3	Lainnya	10	10
Jumlah		100	100

Sumber: Data Primer diolah (2023)

Warna jeruk siam madu adalah tampak luar jeruk siam madu yang dapat dilihat dengan menggunakan indera penglihat. Warna jeruk yang tercantum pada penelitian ini terdiri dari tiga macam warna diantaranya adalah orange (cerah/menarik), tidak berwarna orange (cerah/menarik), dan lainnya yang tidak dicantumkan didalam penelitian. Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan dapat diketahui hasil pilihan responden terhadap warna jeruk siam madu seperti yang telah tersaji pada Tabel 16. Pada tabel telah diketahui nilai terbanyak yakni pada warna orange (cerah/menarik) dengan jumlah responden yang memilih sebanyak 48 orang dari 100 orang responden.

8. Harga Jeruk Siam Madu

Harga jeruk siam madu adalah nilai uang rupiah yang harus direlakan seorang konsumen untuk mendapatkan jeruk siam madu yang diinginkan. Data harga jeruk siam

madu yang dipilih oleh responden dapat dilihat pada Tabel 15

Tabel 15. Data Preferensi Harga Jeruk Siam Madu

No	Harga Jeruk	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	< Rp15.000	31	31
2	≥ Rp15.000	66	66
3	Lainnya	3	3
	Jumlah	100	100

Sumber: Data Primer diolah (2023)

Harga jeruk siam madu adalah nominal uang yang harus dikorban seseorang untuk menggantikan nilai jeruk siam madu yang akan dikonsumsi. Harga jeruk siam madu yang tercantum pada penelitian ini terdiri dari tiga macam harga diantaranya adalah < Rp. 15.000, dan lainnya yang tidak dicantumkan didalam penelitian. Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan dapat diketahui hasil pilihan responden terhadap harga jeruk siam madu seperti yang telah tersaji pada Tabel 15. Pada tabel telah diketahui nilai terbanyak yakni pada harga Rp. 15.000 dengan jumlah responden yang memilih sebanyak 66 orang dari 100 orang responden.

9. Asal Informasi Konsumen Terhadap Jeruk Siam Madu

Asal informasi konsumen terhadap jeruk siam madu menggambarkan dimana konsumen mendapatkan informasi mengenai jeruk siam madu. Data asal informasi konsumen terhadap jeruk siam madu yang dipilih oleh responden dapat dilihat pada Tabel 16

Tabel 16. Data Preferensi Asal Informasi Jeruk Siam Madu

No	Asal Informasi	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	Datang langsung ke Outlet	53	53
2	Teman/Keluarga	39	39
3	Sosial Media (IG, Facebook, TikTok)	7	7
4	Lainnya	1	1
	Jumlah	100	100

Sumber: Data Primer diolah (2023)

Asal informasi konsumen terhadap jeruk siam madu adalah lokasi dimana responden dapat menemukan informasi secara langsung mengenai keberadaan jeruk siam madu di Kecamatan Dau. Asal informasi yang tercantum pada penelitian ini terdiri dari lima asal diantaranya adalah datang langsung ke outlet, teman/keluarga, sosial media (Ig,Facebook,TikTok), dan lainnya yang tidak dicantumkan didalam penelitian. Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan dapat diketahui hasil pilihan responden terhadap asal informasi seperti yang telah tersaji pada Tabel 16. Pada tabel telah diketahui nilai terbanyak yakni datang langsung ke outlet dengan jumlah responden yang memilih sebanyak 53 orang dari 100 orang responden.

10. Rasa Jeruk Siam Madu

Rasa jeruk siam madu merupakan respon dari indera pengecap terhadap jeruk siam madu yang dikonsumsi. Data rasa jeruk siam madu yang dipilih oleh responden dapat dilihat pada Tabel 17

Tabel 17. Data Preferensi Rasa Jeruk Siam Madu

No	Rasa Jeruk Siam Madu	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	Manis	50	50
2	Manis Agak Kecut	47	47
3	Asam	2	2
4	Kecut	1	1
5	Hambar	0	0
Jumlah		100	100

Sumber: Data Primer diolah (2023)

Rasa jeruk siam madu adalah bentuk respon indera pengecap seseorang dalam mengonsumsi jeruk siam madu. Rasa jeruk siam madu yang tercantum pada penelitian ini terdiri dari lima macam alasan diantaranya adalah rasa manis, manis agak kecut, asam, kecut, dan hambar. Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan dapat diketahui hasil pilihan responden terhadap rasa jeruk seperti yang telah tersaji pada Tabel 17. Pada tabel telah diketahui nilai terbanyak yakni pada rasa jeruk siam madu yang manis dengan jumlah responden yang memilih sebanyak 50 orang dari 100 orang responden.

11. Kecepatan Pelayanan Jeruk Siam Madu

Kecepatan pelayanan jeruk siam madu adalah asumsi responden terhadap tingkat kecepatan pelayanan pedagang saat melakukan pembelian jeruk siam madu. Data kecepatan pelayanan jeruk siam madu yang dipilih oleh responden dapat dilihat pada Tabel 18

Tabel 18. Data Preferensi Kecepatan Pelayanan Jeruk Siam Madu

No	Kecepatan Pelayanan	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	Cepat	78	78
2	Kurang Cepat	22	22
3	Lambat	0	0
Jumlah		100	100

Sumber: Data Primer diolah (2023)

Kecepatan pelayanan adalah asumsi responden terhadap tingkat kecepatan pelayanan pedagang saat melakukan pembelian jeruk siam madu. Kecepatan pelayanan yang tercantum pada penelitian ini terdiri dari tiga kelompok kecepatan pelayanan diantaranya adalah cepat, kurang cepat, dan lambat. Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan dapat diketahui hasil pilihan responden terhadap kecepatan pelayanan seperti yang telah tersaji pada Tabel 18. Pada tabel telah diketahui nilai terbanyak yakni pada kecepatan pelayanan yang cepat dengan jumlah responden yang memilih sebanyak 78 orang dari 100 orang responden.

12. Alasan Pembelian Jeruk di Kecamatan Dau

Alasan pembelian konsumen terhadap jeruk siam madu adalah sesuatu yang melatarbelakangi seorang konsumen dalam melakukan pembelian jeruk siam madu.

Data alasan pembelian jeruk siam madu yang dipilih oleh responden dapat dilihat pada Tabel 19

Tabel 19. Data Preferensi Alasan Pembelian Jeruk di Kecamatan Dau

No	Alasan Pembelian	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	Pelayanannya Cepat	30	30
2	Buah Jeruknya Segar dan Alami	49	49
3	Mudah Ditemukan	17	17
4	Lainnya	4	4
Jumlah		100	100

Sumber: Data Primer diolah (2023)

Alasan pembelian jeruk di Kecamatan Dau adalah sesuatu hal yang melatarbelakangi seseorang dalam melakukan pembelian jeruk siam madu secara spesifik di Kecamatan Dau. Alasan pembelian di Kecamatan Dau yang tercantum pada penelitian ini terdiri dari empat macam alasan diantaranya adalah pelayanannya cepat, buah jeruknya segar dan alami, mudah ditemukan dan alasan lain yang tidak dicantumkan didalam penelitian. Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan dapat diketahui hasil pilihan responden terhadap alasan pembelian seperti yang telah tersaji pada Tabel 19. Pada tabel telah diketahui nilai terbanyak yakni pada faktor buah jeruknya segar dan alami sebagai alasan pembelian responden dengan jumlah responden yang memilih sebanyak 49 orang dari 100 orang responden.

13. Manfaat Pembelian Jeruk Siam Madu

Manfaat pembelian jeruk siam madu adalah sesuatu yang diyakini responden untuk bisa didapatkan saat setelah melakukan pembelian jeruk siam madu. Data manfaat pembelian jeruk siam madu yang dipilih oleh responden dapat dilihat pada Tabel 20

Tabel 20. Data Preferensi Manfaat Pembelian Jeruk Siam Madu

No	Manfaat Pembelian Jeruk Siam Madu	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	Kesehatan	38	38
2	Sudah Menjadi Kebiasaan	36	36
3	Lainnya	26	26
Jumlah		100	100

Sumber: Data Primer diolah (2023)

Manfaat pembelian jeruk siam madu adalah sesuatu yang diyakini responden untuk bisa didapatkan saat setelah melakukan pembelian jeruk siam madu. Manfaat pembelian jeruk siam madu yang tercantum pada penelitian ini terdiri dari tiga macam manfaat diantaranya adalah kesehatan, sudah menjadi kebiasaan dan alasan lain yang tidak dicantumkan didalam penelitian. Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan dapat diketahui hasil pilihan responden terhadap manfaat pembelian jeruk siam madu seperti yang telah tersaji pada Tabel 20. Pada tabel telah diketahui nilai terbanyak yakni pada faktor kesehatan sebagai alasan pembelian responden dengan jumlah responden yang memilih sebanyak 38 orang dari 100 orang responden.

Data Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Terhadap Buah Jeruk Siam Madu

Keputusan masyarakat dalam melakukan pembelian terhadap buah jeruk siem madu di Kecamatan Dau, Kabupaten Malang didasari oleh faktor-faktor yang mempengaruhinya. Dalam penelitian ini digunakan 6 variabel bebas yang diduga sebagai faktor-faktor yang mempengaruhi masyarakat dalam melakukan pembelian buah jeruk siem madu. Untuk mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi masyarakat terhadap pembelian buah jeruk siem madu maka dilakukan analisis Regresi Logistik.

1. Uji Keseluruhan Model dan Koefisien Determinasi

Uji keseluruhan model digunakan untuk melihat apakah variabel bebas yang digunakan dalam penelitian memiliki pengaruh terhadap variabel terikat penelitian. Sedangkan nilai koefisien determinasi digunakan untuk melihat kemampuan variabel-variabel bebas yang digunakan dalam menjelaskan pengaruhnya terhadap variabel terikat. Hasil uji keseluruhan model dan koefisien determinasi dapat dilihat pada Tabel 21.

Tabel 21. Hasil Uji Keseluruhan Model dan Koefisien Determinasi

No	Step	-2 Log likelihood	Cox % Snell R Square	Nagelkerke R Square
1	1	73,945	0,383	0,543

Sumber: Data Primer Diolah (2023)

Berdasarkan hasil analisis yang telah didapatkan pada Tabel 21 diketahui nilai nagelkerke R-Square sebesar 0,543. Berdasarkan nilai tersebut berarti bahwa variabel bebas yang digunakan dalam penelitian berpengaruh terhadap variabel terikat (keputusan pembelian) senilai 54.3% sedangkan 49.7% lainnya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian.

2. Uji Kelayakan Model

Kelayakan model regresi dilihat berdasarkan nilai Hosmer and Lemeshow's Goodness of Fit Test. Uji ini dilakukan untuk mengetahui kelayakan model regresi yang digunakan terhadap data penelitian (tidak ada perbedaan antara model dengan data sehingga model fit atau cocok). Hasil uji kelayakan model dapat dilihat pada Tabel 22.

Tabel 22. Hasil Uji Hosmer dan Lemeshow Test

No	Step	Chi-square	Df	Sig.
1	1	8,023	8	0,431

Sumber: Data Primer Diolah (2023)

Kelayakan model dalam penelitian dilihat pada Tabel 22 berdasarkan nilai uji Hosmer and Lemeshow's Goodness of Fit Test yang telah diuji yaitu hasil analisis yang telah dilakukan diketahui nilai signifikansi sebesar 0,431. Angka tersebut menunjukkan nilai $0,431 > 0,05$ sehingga dapat diartikan bahwa model yang digunakan dalam penelitian ini sudah tepat.

3. Hasil Uji Wald

Uji Wald merupakan uji yang dilakukan untuk melihat adanya pengaruh dari variabel-variabel bebas yang digunakan terhadap variabel terikat. Variabel bebas yang digunakan yakni faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap buah jeruk siem madu. Dalam uji ini setiap variabel akan diketahui nilai pengaruhnya sehingga dapat diketahui variabel yang berpengaruh dan tidak berpengaruh. Adapun hasil dari uji

wald dapat dilihat pada Tabel 23.

Tabel 23. Hasil Uji Walid

No		B	S.E.	Wald	Df	Sig.	Exp(B)
1	X ₁ (Produk)	1,165	0,463	6,343	1	0,012	3,207
2	X ₂ (Harga)	-0,403	0,361	1,244	1	0,265	0,668
3	X ₃ (Kualitas)	1,131	0,326	12,067	1	0,001	3,099
4	X ₄ (Pendapatan)	0,884	0,321	7,589	1	0,006	2,420
5	Step 1 ^a X ₅ (Pendidikan)	0,175	0,249	0,496	1	0,481	1,192
6	X ₆ (Gaya Hidup)	-0,480	0,410	1,371	1	0,242	0,618
7	Constant	-8,336	2,463	11,454	1	0,001	0,000

Sumber: Data Primer Diolah (2023)

Untuk melihat faktor yang berpengaruh maka dianalisis menggunakan bantuan *software* SPSS versi 21 dengan *uji wald*. Berdasarkan hasil analisis dalam Tabel 23 menunjukkan bahwa terdapat 3 faktor yang berpengaruh secara nyata terhadap pengambilan keputusan konsumen terhadap pembelian buah jeruk siem madu sehingga dapat diketahui model regresi dalam penelitian yakni sebagai berikut:

$$Y_i = -8,336 + 1,165X_1 - 0,403X_2 + 1,131X_3 + 0,884X_4 + 0,175X_5 - 0,480X_6 + e$$

Penjelasan terkait setiap variabel X terhadap variabel Y yakni sebagai berikut:

1. Produk (X₁)

Menurut hasil analisis uji *wald* yang disajikan dalam Tabel 23 dapat dilihat bahwasanya variabel produk (X₁) mempunyai nilai signifikansi sebesar 0,012. Angka tersebut menunjukkan < 0,05 yang artinya variabel produk berpengaruh secara nyata terhadap keputusan konsumen dalam membeli buah jeruk siem madu di Kecamatan Dau, Kabupaten Malang. Nilai koefisien positif menunjukkan bahwa apabila produk semakin tinggi atau bervariasi maka semakin tinggi juga keputusan konsumen dalam membeli produk jeruk siem madu. Sebaliknya apabila produk semakin rendah atau tidak bervariasi maka semakin rendah juga keputusan konsumen dalam membeli produk jeruk siem madu.

Berdasarkan nilai dari Exp(B) sebesar 3,207 yang menunjukkan bahwa produk dengan banyak variasi memiliki peluang sebesar 3,207 kali pada keputusan konsumen dalam melakukan pembelian buah jeruk siem madu. Dengan kata lain bahwa masyarakat lebih memutuskan untuk membeli buah jeruk siem madu karna memiliki variasi warna dan rasa yang selaras. Adapun data lapang pada Tabel 8 mendukung hal tersebut menyatakan bahwa masyarakat condong menyukai jeruk siem madu daripada jenis jeruk lainnya.

2. Harga (X₂)

Menurut hasil analisis uji *wald* yang disajikan dalam Tabel 23 dapat dilihat bahwasanya variabel Harga (X₂) mempunyai nilai signifikansi sebesar 0,265. Angka tersebut menunjukkan >0,05 yang artinya variabel harga tidak berpengaruh secara nyata terhadap keputusan konsumen dalam membeli buah jeruk siem madu di Kecamatan Dau, Kabupaten Malang. Hal ini dikarenakan harga buah jeruk siam madu di Kecamatan Dau sangat beragam sehingga konsumen yang mayoritas sebagai wisatawan tidak menjadikan harga sebagai variabel yang mempengaruhi keputusan mereka dalam melakukan pembelian buah jeruk siam madu. Hal ini sejalan dengan penelitian Budiono (2020) yang menyatakan bahwa variabel harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

3. Kualitas (X_3)

Berdasarkan hasil analisis uji *wald* yang disajikan dalam Tabel 23 dapat dilihat bahwasanya variabel kualitas (X_3) mempunyai nilai signifikansi sebesar 0,001. Angka tersebut menunjukkan $< 0,05$ yang artinya variabel kualitas berpengaruh secara nyata terhadap keputusan konsumen dalam membeli buah jeruk siem madu di Kecamatan Dau, Kabupaten Malang. Nilai koefisien positif menunjukkan bahwa semakin tinggi kualitas jeruk siem madu maka semakin tinggi juga keputusan konsumen dalam membeli produk jeruk siem madu. Sebaliknya apabila produk semakin rendah kualitas jeruk siem madu maka semakin rendah juga keputusan konsumen dalam membeli produk jeruk siem madu.

Berdasarkan nilai dari $\text{Exp}(B)$ sebesar 3,009 yang menunjukkan bahwa variabel kualitas memiliki peluang sebesar 3,009 kali pada keputusan konsumen dalam melakukan pembelian buah jeruk siem madu. Dengan kata lain bahwa kualitas buah mempengaruhi masyarakat untuk lebih memilih menyukai dan membeli buah jeruk siem madu. Adapun data lapang pada Tabel 10 mendukung hal tersebut menyatakan bahwa mayoritas masyarakat condong menyukai dan membeli buah jeruk siem madu dengan kualitas yang baik dan tahan lama.

4. Pendapatan (X_4)

Menurut hasil analisis uji *wald* yang disajikan dalam Tabel 23 dapat dilihat bahwasanya variabel pendapatan (X_4) mempunyai nilai signifikansi sebesar 0,006. Angka tersebut menunjukkan $< 0,05$ yang artinya variabel pendapatan berpengaruh secara nyata terhadap keputusan konsumen dalam membeli buah jeruk siem madu di Kecamatan Dau, Kabupaten Malang. Nilai koefisien positif menunjukkan bahwa semakin tinggi pendapatan masyarakat maka semakin tinggi juga keputusan konsumen dalam membeli produk jeruk siem madu. Sebaliknya apabila produk semakin rendah pendapatan masyarakat maka semakin rendah juga preferensi masyarakat dalam membeli produk jeruk siem madu.

Berdasarkan nilai dari $\text{Exp}(B)$ sebesar 2,420 yang menunjukkan bahwa variabel pendapatan memiliki peluang sebesar 2,420 kali pada keputusan konsumen dalam melakukan pembelian buah jeruk siem madu. Dengan kata lain bahwa pendapatan mempengaruhi masyarakat untuk lebih memilih menyukai dan membeli buah jeruk siem madu. Adapun data lapang pada Tabel 6 mendukung hal tersebut menyatakan bahwa mayoritas masyarakat yang memiliki pendapatan tinggi atau $\geq 3.000.000.00$ condong menyukai jeruk siem madu daripada jenis jeruk lainnya.

Hal ini didukung dalam penelitian terdahulu oleh Mellyssa Jumiana (2014) meneliti tentang "analisis sikap dan pengambilan keputusan konsumen dalam membeli buah jeruk lokal dan import dibandar lampung" hasil penelitian tersebut menyatakan faktor – faktor yang mempengaruhi terhadap pembelian buah jeruk lokal dan jeruk impor adalah pendapatan keluarga, jumlah anggota keluarga, dan status pernikahan.

5. Pendidikan (X_5)

Menurut hasil analisis uji *wald* yang disajikan dalam Tabel 23 dapat dilihat bahwasanya variabel Pendidikan (X_5) mempunyai nilai signifikansi sebesar 0,481. Angka tersebut menunjukkan $> 0,05$ yang artinya variabel pendidikan tidak berpengaruh secara nyata terhadap keputusan konsumen dalam membeli buah jeruk siem madu di Kecamatan Dau, Kabupaten Malang. Hal ini dikarenakan Pendidikan konsumen buah jeruk siam madu di

Kecamatan Dau merata disetiap tingkatan mulai dari lulusan SD hingga pasca sarjana. Data ini dapat diketahui dari karakteristik responden berdasarkan Pendidikan terakhir sehingga tidak menjadikan pendidikan sebagai variabel yang mempengaruhi keputusan mereka dalam melakukan pembelian buah jeruk siam madu.

6. Gaya Hidup (X_6)

Menurut hasil analisis uji *wald* yang disajikan dalam Tabel 23 dapat dilihat bahwasanya variabel Gaya Hidup (X_6) mempunyai nilai signifikansi sebesar 0,242. Angka tersebut menunjukkan $>0,05$ yang artinya variabel gaya hidup tidak berpengaruh secara nyata terhadap keputusan konsumen dalam membeli buah jeruk siam madu di Kecamatan Dau, Kabupaten Malang. Hal ini dikarenakan gaya hidup konsumen buah jeruk siam madu di Kecamatan Dau merata berbeda setiap individu nya sehingga tidak menjadikan gaya hidup sebagai variabel yang mempengaruhi keputusan mereka dalam melakukan pembelian buah jeruk siam madu.

KESIMPULAN

1. Berdasarkan prefensi konsumen terhadap buah jeruk bahwa dalam melakukan pembelian maupun konsumsi atas suatu produk setiap individu pasti didasari oleh suatu dorongan dalam melakukan hal tersebut sehingga setiap produk memiliki spesifikasi yang beragam sesuai dengan sasaran pasar setiap perusahaan. Preferensi konsumen terhadap pembelian buah jeruk siam madu dirumuskan menjadi 13 indikator preferensi yaitu: (1) Jenis jeruk siam madu, (2) Alasan pembeli berupa faktor rasa, (3) Kualitas jeruk siam madu yang condong tahan lama menjadi preferensi konsumen dalam membeli, (4) Jumlah terbanyak pembelian jeruk siam madu sebesar 2kg (5) Frekuensi pembelian buah jeruk siam madu yang dilakukan oleh konsumen 1-2kg (6) Standar harga yang menjadi preferensi konsumen dalam membeli jeruk siam madu condong lebih murah (7) Warna jeruk siam madu yang menjadi preferensi konsumen yakni berwarna orange (cerah/menarik), (8) Harga jeruk siam madu yang menjadi preferensi konsumen sebesar \geq Rp. 15.000, (9) Asal informasi konsumen yang diperoleh konsumen dalam melakukan pembelian jeruk siam madu yakni dengan datang langsung ke outlet atau pedagang, (10) Rasa Jeruk Siam Madu yang menjadi preferensi konsumen dalam melakukan pembelian yakni rasa manis, (11) Kecepatan pelayanan yang menjadi preferensi konsumen dalam melakukan pembelian yakni dilayani dengan cepat, (12) Alasan pembelian jeruk di Kecamatan Dau menjadi preferensi konsumen dalam melakukan pembelian buah jeruk siam madu dikarenakan buah jeruknya segar dan alami, (13) Manfaat pembelian jeruk siam madu yang menjadi preferensi konsumen dalam melakukan pembelian yakni pada kesehatan tubuh.
2. Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen terhadap pembelian buah jeruk siam madu yaitu: variable produk, kualitas dan pendapatan.

SARAN

1. Saran dari penelitian ini adalah untuk mempertahankan preferensi konsumen yang membeli jeruk siam madu di kecamatan Dau kabupaten Malang, inovasi lebih ditingkatkan lagi, maupun para penjual jeruk di kecamatan Dau harus memperhatikan dan membenahi faktor-faktor pelayanan, kenyamanan dan keamanan konsumen
-

2. Diharapkan Pemerintah agar memperhatikan dan mengaktifkan peranan penyuluh lapangan (PPL) serta program-program yang dapat membantu mendukung pengembangan budidaya jeruk siam madu di Kecamatan Dau Kabupaten Malang.
3. Melakukan promosi di berbagai sosial media agar penjualan buah jeruk siam madu lebih dikenal oleh masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi, A., Syahlani, S., & Haryadi, F. (2010). Pengaruh Persepsi Konsumen Terhadap Atribut Produk Pada Sikap Terhadap Produk dan Niat Pembelian Ulang: Studi Empirik Pengambilan Keputusan pada Kategori Produk Daging Olahan Beku. *Buletin Peternakan*, 34(2), 131-137.
- Alfiati, S., Sukmawati, E., & Setiawan, I. (2023). Pelatihan Pemasaran Digital dan Pengemasan Produk untuk Mengembangkan Agrowisata Petik Jeruk Desa Air Talas. *Community Engagement and Emergence Journal (CEEJ)*, 4(1), 66-72.
- Ariningsih, E. (2008). *Pengaruh Faktor-faktor Sosial Ekonomi dalam Mengonsumsi Produk Pertanian*. Retrieved Agustus 27, 2023, from <http://kalteng.litbang.pertanian.go.id>
- Arman Hakim, N. (2006). *Manajemen Industri*. Andi Offset.
- Ekadipta, E., & Arthono, A. (2020). Analisis Preferensi Konsumen Jamu Dalam Kemasan Di Wilayah Jabodetabek.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hakim, A. (2006). *Manajemen Industri*. Andi Offset.
- Hamzani, A. M. (2017). Sistem Pakar Diagnosa Penyakit Tanaman Jeruk Menggunakan Metode Forward Chaining. *JATI (Jurnal Mahasiswa Teknik Informatika)*, 569-676.
- Hardiyanto, C. (2017). Pemahaman Dan Preferensi Masyarakat Dalam Memilih Makanan Halal .
- Hubeis, M. (2013). Prospek Pangan Organik Bernilai Tambah Tinggi Berbasis Petani .
- Muhamad, W. W. (2015). *Alasan Mengapa Wanita Suka Belanja*. Retrieved Agustus 27, 2023, from <http://bicarawanita.com>
- Mulyani, S. (2020). *SENYUM MERONA, Antologi dari Bumi Paguntaka: Covid-19: Dampak dan Solusi*.
- Nuradhawati, R., & Kristian, I. (2022). Pelaksanaan Pembangunan Ekonomi Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat di Wilayah Perbatasan Indonesia-Timor Leste: Studi Kasus kabupaten Belu Provinsi Nusa Tenggara Timur. *Academia Praja: Jurnal Ilmu Politik Pemerintahan dan Administrasi Publik*, 29-42.
- Prastiwi, W., Santoso, S., & Marzuki, S. (2017). Preferensi dan Persepsi Konsumsi Produk Nugget Sebagai Alternatif Konsumsi Daging Ayam pada Masyarakat di Kecamatan Secang Kabupaten Magelang. *AGROMEDIA: Berkala Ilmiah Ilmu-ilmu*, 35(1).
- Priyambodo, C. S., Sastryawanto, H., & Hermawati, D. T. (2019). Analisis Preferensi Konsumen Buah Jeruk di Pasar Keputran Utara, Surabaya. *Jurnal Ilmiah Sosio Agribisnis*.
-

- Rizqiah, U. (2017). Analisis Kematangan Beragama Orang Tua yang Berusia 40-49 Tahun dalam Pembinaan Akhlaq Anak.
- Savitri, M., Yusuf, R., & Suardi, I. (2016). Preferensi Masyarakat dalam Membeli Jeruk di Kota Denpasar, Bali. *Journal of Agribusiness and Agritourism*.
- Sayekti, W. D., Adawiyah, R., Indriyani, Y., Tantriadisti, S., & Syafani, T. S. (2021). Pola Pikir Makan dan Preferensi Mahasiswa terhadap Makanan dan Minuman Jadi: Studi Kasus di Kota Bandar Lampung Saat Pandemi Covid-19. *AgriHealth: Journal of Agri-food, Nutrition and Public Health*, 2(2), 65-77.
- Statistik, B. P. (2021). Rata-rata Konsumsi Perkapita Seminggu Menurut Kelompok Makanan dan Minuman Jadi Per Kabupaten/kota (Satuan Komoditas).
- Suarjana, I., Padmiari, I., & Sugiani, P. (2019). Sosialisasi Pentingnya Susu Kedelai Sebagai Minuman Sehat, Kaya Protein, dan Serat Serta Alami Untuk Anak Sekolah Dasar di Kecamatan Ubud Kabupaten Gianyar. *Jurnal Pengabmas Masyarakat*, 1(3), 208-215.
- Terati, T., Yuniarti, H., & Marsalinda, D. (2020). Analisis Faktor-faktor dan Preferensi Konsumsi Buah dengan Tingkat Kecukupan Vitamin A pada Remaja. *Media Gizi Mikro Indonesia*, 11(2), 127-140.
- Wawan, A., & Dewi. (2010). *Teori dan Pengukuran Pengetahuan, Sikap dan Perilaku Manusia*. Yogyakarta: Nuha Medika.
-