

## **ANALISIS MOTIVASI KONSUMEN JERUK DI TOKO BUAH HOKKY SURABAYA**

**Diah Astina Hasyim**

Ilmu Ekonomi/Fakultas Bisnis Ekonomika

diahastina@gmail.com

**Abstrak** - Jeruk merupakan buah yang paling banyak digemari oleh masyarakat Indonesia. Jeruk merupakan produksi buah terbanyak di Indonesia berdasarkan statistik Hortikultural. Impor jeruk di Indonesia adalah tertinggi kedua setelah Malaysia. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui perilaku konsumen apakah adanya pengaruh atribut buah dan harga terhadap motivasi konsumsi buah jeruk. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen buah jeruk yang terdapat di Toko Buah Hokky Surabaya.

Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif kuantitatif dengan data primer. Data primer didapatkan dari penyebaran kuesioner terhadap konsumen buah jeruk di Toko Buah Hokky Surabaya. Uji coba instrumen yang digunakan adalah uji asumsi klasik dan uji analisis data menggunakan *SPSS 20.00*. Dari hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa terdapat pengaruh positif tetapi tidak signifikan oleh atribut buah terhadap motivasi konsumsi buah jeruk. Harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap motivasi konsumsi buah jeruk.

**Kata Kunci:** Buah Jeruk, Perilaku Konsumen, atribut buah, harga, motivasi konsumsi

***Abstract** - Citrus fruit is the most favored by the people of Indonesia. Orange is the largest fruit production in Indonesia based on statistics Hortikultural. Citrus imports in Indonesia is the second highest after Malaysia. This research was conducted to find out whether the existence of consumer behavior influences the price of fruit and terhadap attributes of the motivation of the consumption of citrus fruit. The population in this study are the consumers of citrus fruits in a fruit Store Hokky Surabaya.*

*This research uses descriptive quantitative research with primary data. Primary data obtained from the spread of consumer questionnaires citrus fruits in a fruit Store Hokky Surabaya. Test instruments used are a classic assumption test and test data analysis using *SPSS 20.00*. From the results of this research can be known that there is a positive influence but not significant by the attributes of the fruit against the motivation of consumption of citrus fruits. Price has a positive influence and motivation towards significant consumption of citrus fruits.*

**Keywords:** citrus fruits, consumer behavior, attributes of the fruit, the prices, the consumption motivation

## PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara tropis yang memiliki potensi besar dalam menghasilkan buah-buahan dan sayur-sayuran. Hal ini tercermin dari beraneka ragam buah yang mampu tumbuh di Indonesia dan tidak dapat tumbuh di negara lain. Disamping itu Indonesia juga mampu menghasilkan buah seperti yang dihasilkan oleh negara subtropis. Namun demikian potensi pasar yang dimiliki Indonesia tidak dimanfaatkan secara maksimal sehingga kebutuhan masyarakat terhadap buah sebagian besar dipenuhi dengan cara impor. Hal ini bisa dilihat dari volume dan nilai impor buah pada tahun 2005 sampai 2010 mengalami peningkatan (Rahayu et al, 2012).

Berdasarkan data pada Badan Pusat Statistik (Tabel 1), menunjukkan impor buah Indonesia. Pada tahun 2010 nilai impor buah mencapai US\$ 340 juta. Pada tahun 2011 nilai impor buah naik mencapai US\$ 412 juta dan pada tahun 2012 nilai impor buah naik secara signifikan yaitu mencapai angka US\$ 848 juta (Pusat Data dan Informasi Pertanian, 2012).

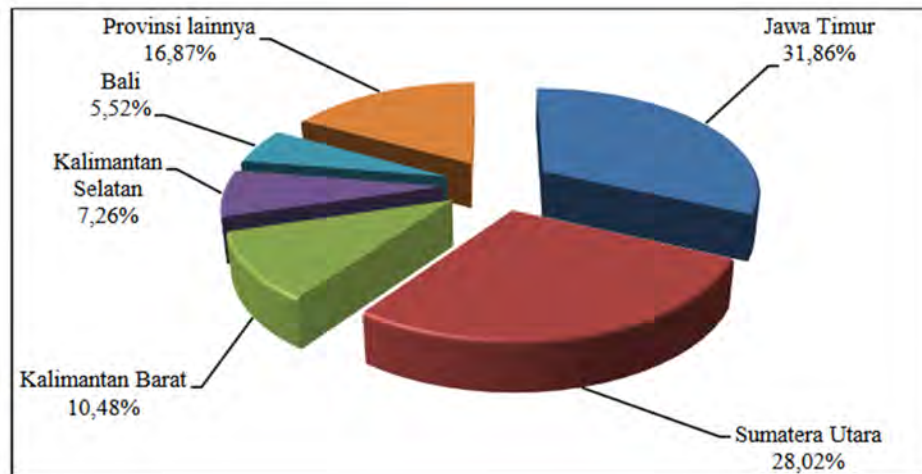
**Tabel 1** Perkembangan Buah Impor di Indonesia, tahun 2005-2015

(Nilai: Juta Dollar Amerika)											
Tahun	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Nilai (US\$)	234	338	449	474	483	340	412	848	667	789	666
<b>Sumber:</b> BPS, diolah Pusat Data dan Sistem Informasi, Kementerian Perdagangan											

Seiring dengan bertumbuhnya populasi masyarakat, konsumsi buah-buahan juga meningkat. Salah satunya buah-buahan yang sering dikonsumsi oleh masyarakat Indonesia adalah jeruk dibandingkan dengan buah-buahan lainnya seperti buah pisang, pepaya, rambutan, dan apel (Kementerian Pertanian, 2013).

Jeruk merupakan produksi buah terbanyak di Indonesia berdasarkan statistik Hortikultural Indonesia. Produksi buah terbanyak urutan ke empat adalah jeruk dengan kontribusi produksi sebesar 1.785.256 ton atau sekitar 9,01 persen terhadap produksi buah nasional. Sentra produksi jeruk menyebar di beberapa provinsi di Indonesia.

Provinsi penghasil jeruk siam/keprok terbesar adalah Jawa Timur dengan produksi sebesar 568.774 ton atau sekitar 31,86 persen dari total produksi jeruk nasional, diikuti oleh Sumatera Utara, Kalimantan Barat, Kalimantan Selatan dan Bali. Secara rinci persentase produksi jeruk pada beberapa sentra produksi di Indonesia tahun 2014 (Statistik Produksi Hortikultural, 2014).



Sumber: Statistik Hortikultural

**Gambar 1** Perkembangan Produksi Jeruk di Indonesia 2014

Buah jeruk merupakan salah satu jenis buah yang memiliki citarasa, aroma, kesegaran, dan sumber vitamin bagi tubuh, sehingga buah jeruk sangat digemari masyarakat. Di Indonesia perkembangan jeruk meningkat setiap tahunnya. Jeruk Indonesia yang berkembang selama ini adalah jeruk siam/keprok dan jeruk besar dengan lokasi sentra yang berbeda. Sentra jeruk siam/keprok di Indonesia adalah provinsi Sumatera Utara dan Jawa timur. Sementara sentra jeruk besar ada di provinsi Sulawesi Selatan dan Jawa Timur.

Jeruk merupakan salah satu komoditi buah-buahan yang mempunyai peranan penting di pasaran dunia. Saat ini Indonesia termasuk negara pengimpor jeruk terbesar kedua di ASEAN setelah Malaysia, dengan tujuan ekspor ke Malaysia, Brunei Darusalam, dan Timur Tengah. Oleh karena itu, pemacuan produksi jeruk nasional akan memiliki urgensi penting karena disamping untuk meningkatkan pendapatan masyarakat, kesempatan kerja, konsumsi buah dan juga meningkatkan devisa ekspor nasional. Impor buah jeruk segar yang terus meningkat, mengindikasikan adanya segmen pasar (konsumen)

tertentu yang menghendaki jenis dan mutu buah jeruk prima yang belum bisa dipenuhi produsen dalam negeri (Badan Litbang Pertanian, 2009).

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif karena dalam pelaksanaannya meliputi data primer, analisis dan interpretasi tentang arti data yang diperoleh. Menurut Sugiyono (2015), metode kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan terhadap filsafat positivisme, digunakan dalam meneliti terhadap sample dan populasi penelitian, teknik pengambilan sample. Sedangkan pengumpulan data dilakukan dengan cara memanfaatkan instrumen penelitian yang dipakai, analisis data yang digunakan bersifat kuantitatif/bisa diukur dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang ditetapkan sebelumnya.

Penelitian ini menggunakan unit analisis yang diteliti yaitu konsumen toko Buah Hokky Surabaya yang membeli buah jeruk. Penelitian bertujuan untuk mengetahui apakah atribut buah ( $X_1$ ) dan harga ( $X_2$ ), berpengaruh positif terhadap motivasi konsumsi buah jeruk di toko buah Hokky Surabaya ( $Y$ ).

Penelitian ini menggunakan unit analisis yang diteliti yaitu konsumen toko Buah Hokky Surabaya yang membeli buah jeruk. Penelitian bertujuan untuk mengetahui apakah atribut buah ( $X_1$ ) dan harga ( $X_2$ ), berpengaruh positif terhadap motivasi konsumsi buah jeruk di toko buah Hokky Surabaya

Dipilihnya populasi sasaran yaitu konsumen toko buah Hokky Surabaya dalam penelitian ini dikarenakan beragamnya konsumen buah jeruk, dari segi umur, pekerjaan, dan besarnya pendapatan. Selain itu, beragam juga pilihan buah jeruk yang dipilih dari buah jeruk impor hingga jeruk lokal. Dalam penelitian ini tidak dapat diketahui berapa

besar karena tidak ada data yang menunjukkan seberapa banyak konsumen toko buah Hokky Surabaya yang mengkonsumsi buah jeruk.

Kriteria responden yang diminta untuk mengisi kuesioner harus memenuhi dua kriteria, yaitu:

1. Responden merupakan konsumen buah jeruk toko buah Hokky Surabaya.
2. Responden telah melakukan pembelian buah jeruk lebih dari satu kali.

Dalam penelitian ini, teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah salah satu teknik sampling non random sampling dimana peneliti menentukan pengambilan sampel dengan cara menetapkan ciri-ciri khusus yang sesuai dengan tujuan penelitian sehingga diharapkan dapat menjawab permasalahan penelitian (Sugiyono, 2008). Penelitian ini juga menggunakan teknik *convenience sampling* atau *accidental sampling*, yaitu mengambil responden sebagai sampel berdasarkan yaitu siapa saja yang secara kebetulan cocok sebagai sumber data dengan kriteria utamanya adalah konsumen toko buah Hokky Surabaya yang mengkonsumsi buah jeruk.

Uji coba instrumen menggunakan uji validitas dan reliabilitas untuk mengetahui apakah instrumen yang digunakan valid dan reliabel. Teknik analisis data ini menggunakan program *SPSS 20.00* dan menggunakan metode analisis deskriptif yang bertujuan untuk mengetahui gambaran karakteristik responden dari jenis kelamin, usia, jenjang pendidikan, pekerjaan, serta pendapatan. Pengujian asumsi klasik mencakup uji multikolinearitas, uji auto korelasi, dan uji heteroskedastisitas, agar data yang diolah benar-benar dapat mewakili populasi secara keseluruhan. Analisis regresi berganda juga digunakan untuk mengukur besarnya pengaruh antara variabel atribut buah (X1), Harga (X2), terhadap variabel motivasi konsumsi buah jeruk di toko Buah Hokky (Y).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari hasil penyebaran data terdapat 100 total data yang dapat di analisis. Hasil data tersebut tersebut dibagi dalam beberapa karakteristik responden yang dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 1**  
**Demografi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

<b>Jenis Kelamin</b>	<b>Jumlah Responden</b>	<b>Persentase</b>
Laki-laki	32	32%
Perempuan	68	68%
Total	100	100%

Sumber: Data Primer yang diolah

Data tersebut menunjukkan jumlah presentase responden laki-laki yang mengkonsumsi buah jeruk sebesar 32 (32%) sedangkan responden perempuan yang mengkonsumsi buah jeruk sebesar 68 (68%) responden.

**Tabel 2**  
**Demografi Responden Berdasarkan Usia**

<b>Usia</b>	<b>Jumlah Responden</b>	<b>Persentase</b>
15-20	15	15%
21-30	82	82%
31-40	0	0%

>40	3	3%
Total	100	100%

Data tersebut menunjukkan jumlah

presentase responden berdasarkan usia. Banyak responden dengan usia 21-30 tahun mengkonsumsi buah jeruk, dimana pada usia tersebut termasuk dalam usia produktif dan memiliki persentase 82%, untuk selang usia dibawah 20 tahun memiliki persentase 15%, dan usia lebih dari 40 tahun adalah 3%.

**Tabel 3**

**Demografi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan**

Tingkat Pendidikan	Jumlah Responden	Persentase
SD	0	0%
SMP	2	2%
SMA	58	58%
Diploma/Akademisi	6	6%
Sarjana (s1)	33	33%
Pascasarjana (s2)	1	1%
Total	100	100%

Sumber: Data Primer yang diolah

Data tersebut menunjukkan jumlah persentase responden berdasarkan tingkat Pendidikan. Pada tingkat SMP terdapat 2% responden, tingkat SMA 58% responden, tingkat diploma 6%, tingkat sarjana (S1) 33%, dan pascasarjana (S2) 1% responden.

**Tabel 4**

**Demografi Responden Berdasarkan Pekerjaan**

<b>Pekerjaan</b>	<b>Jumlah Responden</b>	<b>Persentase</b>
Pelajar/Mahasiswa	72	72%
Wiraswasta/Pengusaha	6	6%
BUMN/Pegawai Negeri	4	4%
Pegawai Swasta	13	13%
Ibu Rumah Tangga	2	2%
Lain-lainnya	3	3%
Total	100	100%

Sumber: Data Primer yang diolah

Data tersebut menunjukkan jumlah persentase responden berdasarkan pekerjaan. Mahasiswa/pelajar memiliki 72% responden, wiraswasta/pengusaha memiliki 6% responden, bumn/pegawai negeri memiliki 4% responden, pegawai swasta 13% responden, ibu rumah tangga memiliki 2% responden dan lain-lainnya memiliki 3% responden.

**Tabel 5**

**Demografi Berdasarkan Pendapatan Responden**

<b>Pendapatan</b>	<b>Jumlah Responden</b>	<b>Persentase</b>
1.000.000 - 3.000.000	64	64%
3.000.000 - 5.000.000	25	25%
5.000.000 - 10.000.000	7	7%

Sumber: Data Primer yang diolah



ini	>10.000.000	4	4%	Data
	Total	100	100%	

menunjukkan jumlah persentase responden berdasarkan pendapatan responden., yang paling banyak membeli buah jeruk adalah pada tingkat pendapatan 1.000.000 – 3.000.000 sebanyak 64%. Selanjutnya pada tingkat pendapatan 3.000.000 – 5.000.000 memiliki presentase 25%. Pada tingkat 5.000.000 – 10.000.000 memiliki presentase 7% dan tingkat pendapatan >10.000.000 memiliki presentase 4%.

**Tabel 6**  
**Hasil Analisis Regresi Berganda**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	14.585	2.064		7.067	.000
	atribut (x1)	.058	.085	.066	.678	.499
	harga (x2)	.312	.100	.303	3.112	.002

**a. Dependent Variable: motivasi (y)**

Sumber: Data Primer yang diolah

Berdasarkan tabel diatas maka persamaan garis regresi dapat dinyatakan dalam persamaan sebagai berikut:

$$Y = 14,585 + 0,058X1 + 0,312X2$$

Persamaan tersebut menunjukkan bahwa nilai konstanta sebesar 14,585 dapat diartikan apabila variabel atribut buah dan harga tidak mengalami perubahan, maka motivasi konsumsi buah jeruk konsumen toko buah Hokky Surabaya sebesar 14,585. Nilai koefisien (X1) sebesar 0,058 dapat diartikan apabila variabel atribut meningkat satu satuan maka variabel motivasi konsumsi (Y) akan naik sebesar 0.058 satuan dengan asumsi variabel (X2) tetap. Pengaruh variabel independen harga (X2) terhadap motivasi konsumsi (Y) apabila dilihat dari besarnya koefisien regresi 0,312 maka dapat diartikan bahwa setiap perubahan variabel harga (X2) sebesar satu satuan maka variabel motivasi konsumsi (Y) akan meningkat sebesar sebesar 0,312 dengan asumsi variabel (X1) tetap. Hal ini berarti arah model tersebut adalah positif.

**Tabel 7**

**Koefisien Determinasi**

**Model Summary**

<b>Model</b>	<b>R</b>	<b>R Square</b>	<b>Adjusted R Square</b>	<b>Std. Error of the Estimate</b>
<b>1</b>	<b>.321<sup>a</sup></b>	<b>.103</b>	<b>.084</b>	<b>2.77932</b>

**a. Predictors: (Constant), harga (x2), atribut (x1)**

Sumber: Data Primer yang diolah

Berdasarkan tabel diatas *RSquare* mempunyai nilai 0,103 sehingga dapat diketahui bahwa kemampuan variabel atribut (X1) dan harga (X2) mampu menjelaskan 10.3% terhadap variabel motivasi (Y), maka bisa diketahui bahwa setiap variabel independen mampu menjelaskan sebesar 10,3%, sedangkan selebihnya (sebesar 89,7%) dapat dijelaskan oleh variabel bebas diluar model.

**Tabel 8**

**Uji T**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	14.585	2.064		7.067	.000
1 atribut (x1)	.058	.085	.066	.678	.499
harga (x2)	.312	.100	.303	3.112	.002

a. Dependent Variable: motivasi (y)

Sumber: Data Primer yang diolah

Kesimpulan hasil uji T:

1. Atribut (X1) memperoleh nilai T hitung sebesar  $0.678 < 1.988$  dan nilai signifikansi sebesar  $0.499 > 0.05$ , sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa Atribut (X1) berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap motivasi mengkonsumsi buah jeruk di toko buah Hokky Surabaya (Y).
2. Harga (X2) memperoleh nilai T hitung sebesar  $3.112 > 1.988$  dan nilai signifikansi sebesar  $0.02 < 0.05$ , sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa harga (X2) berpengaruh dan signifikan terhadap motivasi mengkonsumsi buah jeruk di toko buah Hokky Surabaya (Y).

**Tabel 9**

**Uji F**

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	86.022	2	43.011	5.568	.005 <sup>b</sup>
Residual	749.288	97	7.725		
Total	835.310	99			

Sumber: Data Primer yang diolah

a. Dependent Variable: motivasi (y)

b. Predictors: (Constant), harga (x2), atribut (x1)

Kesimpulan hipotesis uji F adalah:

Berdasarkan tabel 4.33 diketahui Nilai sigfikansi untuk pengaruh X1 dan X2 secara simultan terhadap Y sebesar  $0.05 = 0.05$  dan nilai F hitung  $5.568 > 3.09$  F tabel, maka dapat disimpulkan bahwa variable X1 dan X2 berpengaruh secara simultan terhadap variable Y.

Pembahasan pengaruh atribut buah dan harga terhadap motivasi konsumsi konsumen toko buah Hokky Surabaya adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh atribut buah terhadap motivasi mengkonsumsi buah di toko buah Hokky Surabaya memiliki pengaruh positif, namun tidak signifikan. Hal tersebut dapat dilihat pada hasil uji T, dimana nilai t hitung  $< t$  tabel yaitu sebesar  $0.678 < 1.988$  dan nilai signifikansinya adalah  $0.499 > 0.05$ . Nilai koefisien determinan berganda (adjusted R-squared) adalah 10,3%, dimana hanya sebesar 0,103 yang berpengaruh positif terhadap motivasi mengkonsumsi buah jeruk di toko buah Hokky Surabaya. Hasil penelitian ini mengatakan bahwa atribut berpengaruh positif terhadap motivasi mengkonsumsi buah jeruk di toko buah Hokky Surabaya.
2. Pengaruh harga terhadap motivasi mengkonsumsi buah di toko buah Hokky Surabaya memiliki pengaruh positif dan signifikan. Hal tersebut dapat dilihat pada hasil uji T, dimana nilai t hitung  $> t$  tabel yaitu sebesar sebesar  $3.112 > 1.988$  dan nilai signifikansi sebesar  $0.02 < 0.05$ . Meskipun nilai koefisien determinan hanya mencapai 10,3% yang berpengaruh positif. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun determinan koefisien memiliki nilai 0,103, tetapi harga berpengaruh positif terhadap motivasi mengkonsumsi buah jeruk di toko buah Hokky Surabaya.
3. Atribut dan harga berpengaruh secara bersamaan terhadap motivasi mengkonsumsi buah di toko buah Hokky Surabaya. Hal ini dapat dilihat dari hasil uji F, dimana F hitung  $> F$  tabel yaitu sebesar  $5.568 > 3.09$  dan nilai signifikansinya adalah  $0.05 = 0.05$ . nilai koefisien determinan (adjusted R-squared) memiliki nilai 0,103 atau 10,3%

yang berpengaruh positif terhadap motivasi mengkonsumsi buah jeruk di toko buah Hokky Surabaya.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa motivasi konsumsi buah jeruk toko buah Hokky Surabaya ditentukan oleh atribut buah dan harga. Atribut buah mempengaruhi motivasi konsumsi karena atribut buah memiliki fungsi penting bagi konsumen sebelum mengkonsumsi buah jeruk. Dan harga mempengaruhi motivasi konsumsi karena harga buah jeruk yang terdapat di toko buah Hokky sangat bersaing. Dengan harga yang diberikan tersebut maka buah jeruk yang didapatkan sesuai, harga mahal maka buah jeruk yang didapatkan merupakan buah jeruk yang premium begitupun sebaliknya.

Bagi toko buah Hokky, diharapkan untuk pihak toko buah Hokky Surabaya dapat terus memperbanyak jenis buah jeruk dan terus melakukan promosi sehingga dapat menarik konsumen untuk membeli buah jeruk di toko buah Hokky.