

**ANALISIS SIKAP KONSUMEN TERHADAP BUAH JERUK
LOKAL DAN JERUK IMPOR
(Studi Kasus : Kota Medan)**

SKRIPSI



OLEH

**RABIATUL KHAIRIAH
040304067**

**DEPARTEMEN AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS SUMATERA UTARA
MEDAN
2010**

**ANALISIS SIKAP KONSUMEN TERHADAP BUAH JERUK
LOKAL DAN JERUK IMPOR
(Studi Kasus : Kota Medan)**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada
Fakultas Pertanian Universitas Sumatera Utara
Untuk Memenuhi Sebagian Dari Syarat-Syarat
Guna Memperoleh Derajat
Sarjana Pertanian**

Oleh :

**RABIATUL KHAIRIAH
040304067 / AGRIBISNIS**

**DEPARTEMEN AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS SUMATERA UTARA
MEDAN
2010**

JERUK IMPOR
(Studi Kasus : Kota Medan)

Oleh :

RABIATUL KHAIRIAH
040304067

INTISARI

Sikap merupakan komponen penting dalam perilaku pembelian. Tujuan dari penelitian ini untuk menjelaskan bagaimana tingkat kepentingan konsumen terhadap atribut buah jeruk lokal dan jeruk impor, tingkat kekuatan konsumen terhadap atribut buah jeruk lokal dan jeruk impor dan sikap konsumen terhadap buah jeruk lokal dan jeruk impor. Penentuan lokasi penelitian ditentukan secara *purposive* di beberapa pasar tradisional dan pasar swalayan sesuai data yang ada melalui penentuan responden dilakukan dengan metode *Accidental* (penelusuran) sebanyak 30 responden dimana setiap anggota populasi mempunyai *Probability* yang sama untuk dijadikan responden. Data dianalisis secara deskriptif tabulasi dengan menganalisis sikap multi atribut yang dievaluasi dengan menggunakan Model Multi Atribut Sikap Fishbein .

Hasil penelitian menunjukkan konsumen menganggap penting semua atribut produk jeruk. Diantara ketujuh atribut, atribut rasa dan kesegaran memiliki skor sikap yang tertinggi. Ini berarti bahwa kedua atribut tersebut dianggap lebih penting terhadap atribut lainnya. Atribut buah jeruk lokal yang dipercaya telah bagus oleh konsumen adalah kesegaran buah, rasa buah, warna buah, dan aroma buah, dari keempat atribut yang dipercaya bagus oleh konsumen, sedangkan atribut harga, ukuran dan vitamin kurang mendapatkan kepercayaan oleh konsumen sedangkan atribut buah jeruk impor yang dipercaya telah bagus oleh konsumen adalah kesegaran buah, vitamin yang terkandung didalam buah, warna buah, dan rasa buah, sedangkan atribut harga, ukuran dan aroma kurang mendapatkan kepercayaan oleh konsumen. Berdasarkan skor Fishbein, konsumen lebih menyukai buah jeruk impor dibandingkan buah jeruk lokal. Karena atribut buah jeruk impor memiliki sikap yang lebih tinggi dari buah jeruk lokal, ini berarti bahwa semua atribut buah jeruk impor dianggap lebih unggul atau lebih disukai konsumen dibandingkan buah jeruk lokal.

**ANALYSIS OF
(Case Studies of Medan City)**

By :

**RABIATUL KHAIRIAH
040304067**

ABSTRACT

Attitude is an important component in purchasing behavior. The purpose of this research to explain the level of consumers' interests against the attributes of local citrus fruits and citrus imports, the level of consumer power to attribute local citrus fruits and citrus imports and consumer attitudes toward local citrus fruits and citrus imports. Determining the location of the research is determined by purposive in some traditional markets and supermarkets, according to data available through the determination of respondent was conducted by accidental (search) of 30 respondents in which every member of the population has the same Probability to be made respondents. Data were analyzed by descriptive tabulation by analyzing multi-attribute attitude is evaluated using the Multi Attribute Attitude Models Fishbein.

The results showed all the attributes consumers consider important citrus products. Among the seven attributes, the attributes of flavor and freshness of attitude which has the highest score. This means that both attributes are considered more important to the other attributes. Attributes of a trusted local citrus fruit has been good by consumers is the freshness of fruit, fruit-flavored, fruit color, and aroma of fruit, from the four attributes that a good trusted by consumers, while the attribute of price, size and lack of vitamins belief by consumers, while citrus fruit imports tribute believed to have been a good by consumers is the freshness of fruit, vitamins contained in fruit, fruit color and fruit flavor, while the attribute of price, size and flavor less gain belief by consumers. Based on Fishbein score, consumers prefer imported oranges compared to the local citrus fruit.

Because the attributes of imported oranges have a higher attitude of the local citrus fruits, this means that all imports of citrus fruit attributes are considered more superior or more preferred by consumers than a local citrus fruit.

RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan di Medan pada tanggal 12 Juli 1985 dari ayah Guska Anami dan ibu Mahdalena. Penulis merupakan putri keempat dari empat bersaudara.

Tahun 2003 penulis lulus dari SMU Angkasa 1 Lanud Medan dan pada tahun 2004 masuk ke Fakultas Pertanian USU melalui jalur ujian tertulis reguler mandiri. Penulis memilih program studi Agribisnis, Departemen Sosial Ekonomi Pertanian.

Selama mengikuti perkuliahan, penulis aktif sebagai anggota Ikatan Mahasiswa Sosial Ekonomi Pertanian dan anggota .

Penulis melaksanakan praktek kerja lapangan (PKL) di Kabupaten Simalungun Kecamatan Silimakuta Desa Purba Sinombah, Bulan Juni - Juli 2008. Bulan Maret 2010 melaksanakan penelitian skripsi di Kota Medan .

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas segala rahmat dan karuniaNYa sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Analisis Sikap Konsumen Terhadap Buah Jeruk Lokal dan Jeruk Impor, Studi Kasus Kota Medan."

Pada kesempatan ini penulis menghanturkan pernyataan terima kasih sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Ir. Thomson Sebayang, MT selaku ketua komisi pembimbing
 2. Bapak H.M. Mozart B. Darus, M.Sc selaku anggota komisi pembimbing
 3. Seluruh staf pengajar dan pegawai Departemen Agribisnis
 4. Ayah Guska Anami dan Mama Mahdalena serta kakak saya Mahdayani, abang saya Hadi Mulya dan kakak saya Rikza Dewi tersayang yang telah memberikan bantuan, semangat dan kasih sayang yang mendalam sehingga penulisan dapat berhasil sesuai yang diharapkan..
 5. Bapak / Ibu konsumen pembeli buah jeruk yang membantu menjadi responden saya dalam pengambilan data di lapangan.
 6. Kepada nama ny Dila, Dimas Pamula Try Hutomo Putra, Erna Kristina Siahaan, Emma Frisiola Tirza Siregar, Juni Dewi Electrica Simbolon, Raden Ira Yuana Tamara, Anita, Emma Regina Pinem dan c Tante yang tersayang.
 7. Buat teman-teman stambuk 2004 dan 2005 yang telah membantu dalam penulisan skripsi saya ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu
- penulis menyadari bahwa penulisan ini masih jauh dari kesempurnaan, maka dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan kritik dan saran yang

membangun dari pembaca. Akhir kata, penulis berharap kiranya skripsi ini dapat berguna untk kita semua.

Medan, September 2010

Penulis

DAFTAR ISI

	Hal.
INTISARI.....	i
ABSTRAK.....	ii
RIWAYAT HIDUP.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
PENDAHULUAN.....	1
Latar Belakang	1
Identifikasi Masalah	7
Tujuan Penelitian.....	7
Kegunaan Penelitian.....	8
TINJAUAN PUSTAKA.....	9
Tinjauan Pustaka.....	9
Landasan Teori.....	10
Kerangka Pemikiran.....	19
METODE PENELITIAN.....	22
Metode Penentuan Daerah	22
Metode Penentuan Responden	23
Metode Pengumpulan Data.....	24
Metode Analisis Data.....	24
Defenisi dan Batasan Operasional.....	29
Defenisi.....	29
Batasan Operasional.....	30
DESKRIPSI DAERAH PENELITIAN	
DAN KARAKTERISTIK SAMPEL.....	31
Deskripsi Daerah Penelitian.....	31
Letak dan geografis.....	31
Keadaan penduduk.....	32
Sarana dan prasarana.....	34
Karkteristik Responden.....	35

HASIL DAN PEMBAHASAN.....	38
Sikap Konsumen Terhadap Atribut Buah Jeruk Lokal dan Jeruk Impor.....	38
Evaluasi tingkat kepentingan konsumen (ei) terhadap atribut buah jeruk.....	39
Kekuatan kepercayaan konsumen (bi) terhadap atribut buah jeruk lokal dan jeruk impor.....	41
Analisis sikap konsumen terhadap jeruk lokal dan jeruk impor.....	45
KESIMPULAN DAN SARAN.....	47
Kesimpulan.....	47
Saran.....	48

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

No.	Hal.
1. Jumlah penduduk (rumah tangga) pasar tradisional dan pasar swalayan di kecamatan kota medan tahun 2009	4
2. Perkembangan volume (kg) dan nilai impor (US \$) komoditi buah-buahan di sumatera utara tahun 2007-2009.....	6
3. Jenis dan lokasi daerah penelitian pasar di kota medan.....	21
4. Jumlah responden konsumen.....	22
5. Parameter evaluasi kepentingan konsumen (ei) terhadap atribut buah jeruk	26
6. Parameter kekuatan kepercayaan konsumen (bi) terhadap buah jeruk lokal.....	27
7. Parameter kekuatan kepercayaan konsumen (bi) terhadap buah jeruk impor.....	28
8. Penduduk menurut kelompok umur dan jenis kelamin.....	32
9. Distribusi penduduk menurut jenis mata pencaharian.....	33
10. Sarana dan prasarana.....	34
11. Distribusi responden berdasarkan kelompok umur.....	35
12. Distribusi responden berdasarkan tingkat pendidikan.....	36
13. Distribusi responden berdasarkan jumlah tanggungan.....	37
14. Distribusi responden berdasarkan pendapatan.....	37
15. Kepentingan konsumen (ei) terhadap atribut buah jeruk.....	40
16. Kepercayaan konsumen (bi) terhadap atribut buah jeruk lokal.....	42
17. Kepercayaan konsumen (bi) terhadap atribut buah jeruk impor.....	44

18. Hasil analisis sikap konsumen terhadap jeruk lokal dan jeruk impor.....45

DAFTAR GAMBAR

No.	Hal.
1. Skema kerangka pemikiran.....	21

DAFTAR LAMPIRAN

No.	Hal.
1. Karakteristik konsumen pembeli buah jeruk lokal dan jeruk impor di pasar tradisional dan pasar swalayan.....	51
2. Tingkat evaluasi kepentingan atribut.....	52
3. Evaluasi kepentingan konsumen (ei) terhadap atribut buah jeruk.....	59
4. Kekuatan kepercayaan (bi) atribut jeruk lokal.....	60
5. Kekuatan kepercayaan konsumen (bi) terhadap atribut buah jeruk lokal.....	67
6. Kekuatan kepercayaan (bi) atribut jeruk impor.....	68
7. Kekuatan kepercayaan konsumen (bi) terhadap atribut buah jeruk impor....	75
8. Karakteristik Responden Jerruk lokal dan jeruk impor.....	76
9. Profil pasar tradisional di kota medan tahun 2009.....	81