

Analisis Preferensi Konsumen terhadap Buah Jeruk Impor dan Buah Jeruk Lokal di Kota Denpasar, Bali

KADEK YUNNI DWIASTARI, KETUT BUDI SUSRUSA,
WAYAN PUTU ARTINI

Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Udayana
Jl. PB. Sudirman Denpasar 80232
Email : yunnidwiasarii@gmail.com
kbsusrusa@yahoo.com

Abstract

Analysis of Consumer Preference on Imported Citrus Fruit and Local Citrus Fruit in Denpasar, Bali.

This study aims to determine consumer preferences in buying citrus fruits in Denpasar City, and to find out the attributes of citrus fruits that are most dominantly chosen by consumers in purchasing decisions. The location of this research was conducted in Pasar Badung, Sanglah Market, Ketapian Market, and Pasar Kreneng which were determined purposively. Data collection method by distributing questionnaires to respondents. The population in this study are consumers of fruit buyers who have at least consumed and bought citrus fruits. The sample of this study amounted to 50 people conducted by accidental sampling method. The results in this study indicate respondents' preference in buying citrus fruits, as many as 35 (70%) people choose local oranges and 15 (30%) people choose imported oranges. In determining their preferences there are several indicators that influence respondents to choose the type of citrus fruit. Of the seven indicators namely taste, color, fruit size, price, personal taste, income level and availability continuity that most influence the respondents to choose the type of citrus that is preferred is the good fruit taste from respondents who choose local oranges and imported oranges. The fruit flavor indicator has the largest percentage of 71.42% for local oranges and 86.66% for imported oranges. The most dominant attribute chosen by consumers in buying local citrus fruits and imported oranges is the attribute of fruit flavor. Where the attributes of taste are the main consideration of respondents in buying citrus fruit compared to other attributes such as color, shape, cleanliness, size, price, texture, and freshness of fruit.

Keywords : *imported citrus fruits, local citrus fruits, preference, citrus fruits attributes.*

1. Pendahuluan

1.1 Latar Belakang

Impor buah jeruk di Indonesia sempat mengalami penurunan pada tahun 2013 namun pada tahun 2014 hingga 2015 terjadi kenaikan nilai dan volume impor buah jeruk hingga sebesar 10,86% pada tahun 2015. Hal ini mendukung fakta mengenai ketersediaan jeruk lokal yang tidak dapat memenuhi kebutuhan pasar domestik sepanjang tahun, sehingga membuka peluang masuknya jeruk impor. Impor buah jeruk yang terus meningkat, mengindikasikan bahwa jeruk impor telah diterima dengan baik oleh masyarakat sehingga melimpahnya buah jeruk impor dikhawatirkan dapat

mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli jeruk lokal. Beragamnya jenis buah-buahan yang dipasarkan baik lokal maupun impor menyebabkan adanya persaingan produk antar pemasok produk pertanian, namun hal tersebut juga membuat konsumen mempunyai lebih banyak pilihan produk pertanian yang akan dikonsumsi. Menurut Sadeli dan Utami (2013) akibat dari munculnya berbagai produk hasil luar negeri menyebabkan konsumen menjadi semakin kritis terhadap kualifikasi pemenuhan kebutuhan dan keinginannya. Konsumen dalam menetapkan pilihan atau mengambil keputusan pemilihan produk, setiap konsumen dipengaruhi oleh preferensinya. Preferensi konsumen dapat terbentuk melalui pola pikir konsumen yang di dasarkan oleh beberapa alasan dimana terdapat pengalaman yang di peroleh sebelumnya sehingga konsumen merasakan kecocokan dalam mengkonsumsi produk, maka konsumen akan terus menggunakan produk tersebut dan mendorong konsumen untuk melakukan pembelian.

Semakin beragamnya buah jeruk yang dipasarkan di Kota Denpasar dan adanya perbedaan preferensi konsumen dalam menetapkan pilihannya untuk membeli buah jeruk dan adanya upaya untuk mengembangkan buah jeruk lokal maka penelitian terhadap preferensi konsumen dalam pembelian buah jeruk menjadi semakin penting. Preferensi konsumen memberikan peluang besar bagi produsen dan pemasar untuk memasarkan produk yang dapat diterima oleh konsumen. Pengetahuan mengenai karakteristik suatu produk yang diinginkan konsumen dapat diperoleh melalui pengkajian terhadap perilaku konsumen berdasarkan pendekatan atribut produk. Produk yang disukai konsumen adalah produk yang dapat memenuhi harapan konsumen. Preferensi konsumen terhadap atribut buah jeruk akan menentukan seberapa besar buah jeruk tersebut dapat diterima oleh konsumen. Berdasarkan uraian yang telah disajikan diatas, maka perlu dilakukan penelitian mengenai preferensi konsumen terhadap buah jeruk impor dan buah jeruk lokal di Kota Denpasar, Bali.

1.2 Tujuan

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Apa yang menjadi preferensi konsumen dalam pembelian buah jeruk di Kota Denpasar?
2. Manakah atribut yang paling dominan dipilih konsumen dalam keputusan pembelian buah jeruk impor dan jeruk lokal di Kota Denpasar?

2. Metode Penelitian

2.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kota Denpasar, Provinsi Bali. Pemilihan lokasi penelitian ini dilakukan secara sengaja (*purposive*), dengan beberapa pertimbangan sebagai berikut: (1) Kota Denpasar merupakan tempat yang paling padat di Provinsi Bali, (2) Kota Denpasar sebagai Ibu Kota Provinsi Bali berada pada lokasi strategis, (3) di Kota Denpasar akses perdagangan sudah didukung dengan meningkatnya jumlah sarana dan prasarana perdagangan seperti infrastruktur yang baik, dan (4) Pasar Tradisional yang dipilih, Pasar Badung, Pasar Sanglah, Pasar Kreneng, dan Pasar Ketapian merupakan pasar terbesar yang berada dimasing-masing Kecamatan di Kota Denpasar. Waktu penelitian dilaksanakan selama dua bulan, yaitu dari bulan Maret sampai Mei 2018.

2.2 *Jenis dan Sumber Data*

Sumber data terdiri atas data primer dan data sekunder, sedangkan jenis data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi data kuantitatif dan data kualitatif. Data primer meliputi hasil penelitian di lapangan dengan menggunakan kuesioner dan wawancara dengan responden. Data sekunder didapatkan dari BPS Provinsi Bali & BPS Kota Denpasar, serta beberapa studi pustaka yang berkaitan dengan penelitian ini. Data kuantitatif mencakup tingkat keyakinan dan kepentingan mengenai atribut buah jeruk, indikator yang mempengaruhi preferensi konsumen, serta karakteristik responden. Data kualitatif menjelaskan gambaran umum daerah penelitian.

2.3 *Metode Pengumpulan Data*

Metode pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah survey, observasi, dokumentasi, dan wawancara mendalam (*In-depth interview*).

2.4 *Sampel dan Informan Kunci*

Sampel dalam penelitian ini berjumlah 50 orang. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *accidental sampling*, yaitu pengambilan sampel secara *accidental* dengan mengambil responden yang kebetulan ada di suatu tempat sesuai dengan konteks penelitian. Responden penelitian pada Pasar Badung berjumlah 27 orang, Pasar Kreneng berjumlah 12 orang, di Pasar Sanglah berjumlah tujuh orang, dan di Pasar Ketapian berjumlah empat orang. Jumlah sampel di lapangan ditentukan secara proporsional.

2.5 *Variabel dan Pengukuran Variabel*

Variabel-variabel yang dianalisis dalam penelitian ini adalah : (1) preferensi konsumen dalam pembelian buah jeruk impor dan jeruk lokal ; (2) atribut yang paling dominan dipilih konsumen dalam keputusan pembelian buah jeruk impor dan jeruk lokal. Variabel-variabel dalam penelitian ini akan dianalisis dengan metode analisis deskriptif dan analisis multiatribut *fishbein*.

2.6 *Instrumen Penelitian*

Instrumen penelitian yang dipergunakan dalam penelitian ini berupa angket atau kuesioner yang dibuat sendiri oleh peneliti. Sugiyono (2014) menyatakan bahwa instrumen penelitian adalah suatu alat pengumpul data yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati.

Kuesioner penelitian diuji melalui uji validitas dan uji reliabilitas. Hasil uji validitas didapat bahwa dari delapan variabel yang digunakan menunjukkan bahwa nilai r hitung lebih $>$ r tabel yang artinya bahwa variabel tersebut dikatakan valid. Hasil reliabilitas didapat bahwa dari delapan variabel yang digunakan menunjukkan bahwa nilai Cronbach Alpha sebesar 0,767 untuk tingkat kepercayaan responden dan 0,730 untuk evaluasi sikap konsumen yang menunjukkan bahwa delapan variabel reliabilitas.

2.7 *Metode Analisis Data*

Metode analisis yang digunakan untuk menelaah seluruh data dalam penelitian adalah dengan menggunakan analisis deskriptif dan analisis *multiatribut fishbein*.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Preferensi Konsumen dalam Pembelian Buah Jeruk di Kota Denpasar

Preferensi konsumen menunjukkan kesukaan konsumen dari berbagai pilihan produk yang ada. Menurut Simamora (2005) preferensi merupakan konsep abstrak yang menggambarkan peta peningkatan kepuasan yang diperoleh dari kombinasi barang dan jasa sebagai cerminan dari selera pribadi seseorang. Teori preferensi digunakan untuk menganalisis tingkah laku konsumen, bila seorang konsumen ingin mengkonsumsi produk dengan sumberdaya terbatas maka ia harus memilih alternatif sehingga nilai guna atau utilitas yang diperoleh mencapai optimal. Kotler (2005) mendefinisikan preferensi sebagai derajat kesukaan, pilihan, atau sesuatu yang lebih disukai oleh konsumen.

Pada penelitian ini jumlah responden sebanyak 50 orang dari keseluruhan responden sebanyak 35 (70%) memilih jeruk lokal dan 15 (30%) memilih jeruk impor sebagai preferensinya. Adapun indikator yang mempengaruhi preferensi konsumen dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 1.
Preferensi Responden dalam Memilih Jeruk Lokal

Indikator	Total Responden	
	(Org)	(%)
Aspek Kualitas Buah		
-Rasa buah	25	71,42%
-Warna buah	6	17,14%
-Ukuran buah	4	11,42%
Total	35	100
Aspek Pribadi		
-Harga buah	14	40%
-Selera	21	60%
Total	35	100
Tingkat Pendapatan		
-Ya	20	57,14%
-Tidak	15	42,85%
Total	35	100
Kontinyuitas ketersediaan		
-Ya	19	54,28%
-Tidak	16	45,71%
Total	35	100

Sumber : Data Analisis Primer (2018)

Berdasarkan analisis deskriptif di atas dapat diketahui bahwa pertimbangan responden memilih buah jeruk bervariasi, responden memiliki pertimbangan utama yang berbeda dalam menetapkan pilihannya untuk memilih jeruk lokal. Ada yang menjadikan rasa buah sebagai pertimbangan utama, dan ada yang menjadikan harga yang dimiliki jeruk lokal sebagai pertimbangan utama, begitu pula dengan indikator-indikator yang lainnya. Namun secara keseluruhan indikator yang paling banyak dipilih oleh responden adalah rasa buah. Responden menyukai rasa yang dimiliki oleh jeruk lokal. Sebanyak 25 orang memilih rasa buah dengan jumlah persentase 71.42% yang memiliki nilai terbesar dari indikator yang lainnya. Jumlah yang paling tinggi membuktikan bahwa rasa buah yang paling mempengaruhi responden untuk memilih

dan mengkonsumsi buah jeruk lokal dibandingkan dengan ketujuh indikator lainnya seperti warna, ukuran, harga, selera, tingkat pendapatan, dan kontinuitas ketersediaan. Rasa buah merupakan indikator pertama yang dapat mengungkapkan kualitas citarasa buah. Bagi sebagian besar masyarakat, rasa merupakan atribut yang paling penting dan mempengaruhi mereka dalam mengkonsumsi produk pangan dibandingkan dengan atribut lainnya (Muzdalifah, 2012; Soetiarso, 2010; Yosini, 2012). Dengan hal tersebut, pertimbangan rasa terhadap suatu produk dapat menjadi indikator bagi seseorang untuk menyukai atau tidak menyukai suatu produk. Untuk yang memilih jeruk impor dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 2.
Preferensi Responden dalam Memilih Jeruk Impor

Indikator	Total Responden	
	(Org)	(%)
Aspek Kualitas Buah		
-Rasa buah	13	86,66%
-Warna buah	2	13,33%
-Ukuran buah	-	-
Total	15	100
Aspek Pribadi		
-Harga buah	7	46,66%
-Selera	8	53,33%
Total	15	100
Tingkat Pendapatan		
-Ya	4	26,66%
-Tidak	11	73,33%
Total	15	100
Kontinuitas ketersediaan		
-Ya	6	40%
-Tidak	9	60%
Total	15	100

Sumber : Data Analisis Primer (2018)

Berdasarkan analisis deskriptif di atas dapat diketahui apa yang paling mempengaruhi responden untuk memilih jeruk impor. Dari tujuh indikator yang ada rasa buah yang paling banyak dipilih oleh responden, menunjukkan bahwa rasa buah yang paling mempengaruhi responden untuk memilih jeruk impor. Sebanyak 13 orang memilih rasa buah dengan jumlah persentase sebesar 86.66% yang merupakan jumlah tertinggi dari tujuh indikator yang ada. Responden memilih rasa buah sebagai pertimbangan utama karena tujuan konsumen membeli buah jeruk adalah untuk dikonsumsi langsung. Rasa yang dimiliki dari buah jeruk impor sesuai dengan keinginan dan selernya. Meski harga buah jeruk impor relatif lebih mahal mayoritas responden mau membayar untuk harga tertentu bila kualitas atribut sesuai dengan harapan mereka.

3.2 *Atribut yang Paling Dominan dipilih Konsumen dalam Pembelian Buah Jeruk Impor dan Jeruk Lokal*

3.2.1 *Tingkat kepentingan terhadap atribut buah jeruk*

Tingkat kepentingan atribut berbeda-beda sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen, karena konsumen memiliki penilaian yang berbeda-beda dalam menilai atribut yang memiliki tingkat kepentingan tertinggi. Penilaian terhadap produk menggambarkan sikap konsumen terhadap produk tersebut, dan sekaligus dapat mencerminkan perilaku dalam membelanjakan dan mengkonsumsi suatu produk. Dari hasil analisis Multiatribut *Fishbein* diperoleh nilai kepentingan atribut buah jeruk yang disajikan pada tabel dibawah ini.

Tabel 3.
Nilai Evaluasi dan Kategori Tingkat Kepentingan Atribut Buah Jeruk

Atribut	Evaluasi Kepentingan (ei)	Kategori Kepentingan	Urutan
Rasa buah	4,36	Sangat penting	I
Warna kulit buah	4,3	Sangat penting	II
Bentuk buah	3,88	Penting	VII
Kebersihan buah	4,08	Penting	IV
Ukuran buah	3,98	Penting	VI
Harga buah	3,68	Penting	VII
Tekstur daging buah	4,06	Penting	V
Kesegaran buah	4,2	Penting	III

Sumber :Data Analisis Primer (2018)

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui hasil penilaian tingkat kepentingan atribut buah yang menunjukkan bahwa responden menilai delapan atribut buah jeruk untuk kategori sangat penting adalah rasa, warna kulit buah, kesegaran buah. Atribut yang paling mempengaruhi responden yang menjadi pertimbangan untuk menentukan sikap dalam pembelian buah jeruk adalah rasa dan warna kulit. Bentuk buah, kebersihan buah, ukuran buah, harga buah, teksur daging buah, dan kesegaran buah adalah atribut-atribut penting selanjutnya yang responden pertimbangkan dalam proses pembelian buah jeruk.

3.2.2 *Komponen kepercayaan konsumen dalam pembelian buah jeruk impor dan jeruk lokal*

Pengukuran tingkat kepercayaan konsumen terhadap atribut yang melakat pada jeruk impor dan jeruk lokal dapat dihitung berdasarkan hasil penilaian responden tentang baik tidaknya kedelapan atribut dari setiap jenis buah jeruk tersebut. Tingkat kepercayaan konsumen terhadap atribut yang dimiliki dari jeruk impor dan jeruk lokal. Penilaian tingkat kepercayaan konsumen terhadap atribut buah jeruk menunjukkan bahwa responden menilai delapan atribut buah jeruk lokal sangat baik adalah rasa, warna, bentuk, kebersihan, tekstur daging, kesegaran, sedangkan ukuran buah dan harga buah termasuk dalam kategori baik. Untuk jeruk impor delapan atribut yang dinilai responden masuk dalam kategori sangat baik. Hasil tingkat kepercayaan konsumen dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 4.
Nilai Kepercayaan (bi) dan Kategori Atribut Buah Jeruk

Atribut	Jeruk Lokal		Jeruk Impor	
	bi	Kategori	bi	Kategori
Rasa buah	4,62	Sangat baik	4,8	Sangat baik
Warna kulit buah	4,14	Sangat baik	4,26	Sangat baik
Bentuk buah	4,28	Sangat baik	4,33	Sangat baik
Kebersihan buah	4,51	Sangat baik	4,4	Sangat baik
Ukuran buah	3,94	Baik	4,33	Sangat baik
Harga buah	4,05	Baik	4,4	Sangat baik
Tekstur daging buah	4,17	Sangat baik	4,46	Sangat baik
Kesegaran buah	4,74	Sangat baik	4,6	Sangat baik

Sumber : Data Analisis Primer (2018)

3.2.2 Sikap konsumen terhadap atribut buah jeruk impor dan jeruk lokal

Kotler (2005) menyatakan sikap konsumen merupakan salah satu karakteristik konsumen yang berpengaruh terhadap proses pembelian. Sikap sering mempengaruhi loyalitas apakah konsumen ingin mengkonsumsi atau tidak. Sikap merupakan kecenderungan individu untuk memahami, merasakan, berekasi dan berperilaku terhadap suatu produk tertentu yang merupakan hasil dari interaksi kognitif, afektif, dan konatif. Multiatribut produk agribisnis dapat dilihat berdasarkan kriteria mutu produk agribisnis. Mutu buah meliputi visual, mouthfeel (rasa di mulut), nilai gizi (mutu fungsional), keamanan konsumsi, kemudahan penanganan (Sudiyarto,2009) dan sifat mutu lainnya. Mengukur sikap konsumen terhadap buah jeruk ini menggunakan alat analisis Multiatribut *Fishbein*, hasilnya dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 5.
Hasil Analisis Sikap terhadap Atribut Buah Jeruk Impor dan Jeruk Lokal

Atribut	Kepentingan (ei)	Jeruk Lokal			Jeruk Impor		
		bi	Ao (ei.bi)	Kategori sikap	bi	Ao (ei.bi)	Kategori sikap
Rasa buah	4,36	4,62	20,14	Sangat positif	4,8	20,92	Sangat positif
Warna kulit buah	4,3	4,14	17,80	Positif	4,26	18,32	Positif
Bentuk buah	3,88	4,28	16,61	Positif	4,33	16,80	Positif
Kebersihan buah	4,08	4,51	18,41	Positif	4,4	17,95	Positif
Ukuran buah	3,98	3,94	15,68	Positif	4,33	17,23	Positif
Harga buah	3,68	4,05	14,90	Netral	4,4	16,19	Positif
Tekstur daging buah	4,06	4,17	16,93	Positif	4,46	18,11	Positif
Kesegaran buah	4,2	4,74	19,91	Positif	4,6	19,32	Positif

Sumber : Data Analisis Primer (2018)

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui sikap konsumen terhadap atribut dari buah jeruk impor dan lokal. Penelitian ini responden menilai rasa yang dimiliki oleh

jeruk lokal maupun jeruk impor masuk dalam kategori sangat baik, yang berarti bahwa responden mendapatkan rasa yang dikandung oleh jeruk lokal dan jeruk impor sesuai dengan selera para responden. responden memberikan sikap sangat positif pada kedua jenis jeruk tersebut. Warna kulit buah merupakan atribut selanjutnya yang dianggap penting oleh responden. Atribut ini dapat diamati secara langsung oleh konsumen, sehingga mudah bagi konsumen untuk mempertimbangkan keputusan pembelian buah jeruk berdasarkan warna kulit buahnya.

Atribut-atribut buah jeruk lainnya responden menunjukkan sikap positif seperti pada bentuk buah, kebersihan buah, ukuran buah, tekstur daging buah, dan kesegaran buah. Atribut harga responden menyatakan sikap netral, untuk jeruk lokal. Pada jeruk impor, responden menunjukkan sikap sangat positif pada kedelapan atribut. Atribut-atribut yang memiliki nilai positif dan sangat positif pada jeruk impor maupun jeruk lokal menjadi keunggulan dan harus dipertahankan kualitasnya.

Hasil analisis sikap responden diatas menunjukkan bahwa responden memiliki sikap positif antara keduanya. Responden menilai atribut-atribut yang melakat pada buah jeruk lokal dan jeruk impor sama-sama baik dan seberapa besar bisa diterima oleh responden dengan menunjukkan nilai kepercayaan yang baik dan sikap yang positif. Menentukan atribut mana yang dominan dipilih oleh responden adalah dengan mengurutkan indeks sikap konsumen dari nilai yang tertinggi hingga terendah. Sikap konsumen (Ao) yang tertinggi terhadap suatu atribut buah jeruk lokal dan jeruk impor menunjukkan bahwa atribut tersebut merupakan atribut yang dominan dipilih oleh responden dalam keputusan pembelian. Atribut yang paling dominan dipilih konsumen dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 6.

Atribut yang Paling Dominan dipilih Responden dalam Pembelian Buah Jeruk Impor & Jeruk Lokal

Atribut	Jeruk Lokal		Jeruk Impor	
	Sikap (Ao)	Peringkat	Sikap (Ao)	Peringkat
Rasa buah	20,14	I	20,92	I
Warna kulit buah	17,80	IV	18,31	III
Bentuk buah	16,61	VI	16,81	VII
Kebersihan buah	18,41	III	17,95	V
Ukuran buah	15,68	VII	17,23	VI
Harga buah	14,90	VIII	16,19	VIII
Tekstur daging buah	16,93	V	18,11	IV
Kesegaran buah	19,91	II	19,32	II

Sumber :Data Analisis Primer (2018)

Berdasarkan hasil diatas dapat diketahui atribut yang dominan dipilih responden. Jeruk lokal atribut yang paling dominan dipilih responden adalah atribut rasa buah, dimana atribut rasa buah memiliki indeks nilai sikap terbesar yakni 20.14. Untuk jeruk impor dari delapan atribut yang ada, rasa buah merupakan atribut yang paling dominan dipilih konsumen dengan melihat bahwa atribut rasa buah memiliki nilai indeks sikap terbesar yakni sebesar 20.92. Hasil analisis multiatribut *fishbein* menunjukkan bahwa dari delapan atribut buah jeruk lokal dan jeruk impor, atribut rasa buah yang paling dominan dipilih responden dalam keputusan pembelian buah jeruk.

4. Simpulan dan Saran

4.1 *Simpulan*

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa preferensi konsumen dalam pembelian buah jeruk berbeda-beda. Dua jenis jeruk yang ada di pasaran yakni jeruk yang didatangkan dari luar (jeruk impor) dan jeruk yang di hasilkan didalam negeri (jeruk lokal) yang menghadapkan konsumen dalam pilihan membeli. 50 orang responden sebanyak 35 orang (70%) memilih buah jeruk lokal sedangkan 15 orang (30%) memilih jeruk impor sebagai preferensinya. Adapun indikator yang mempengaruhi mereka untuk menetapkan pilihannya dalam memilih jeruk, dari tujuh indikator yang ada yakni, rasa, warna, ukuran, harga, selera, tingkat pendapatan, dan kontinuitas ketersediaan bahwa yang paling mempengaruhi mereka adalah indikator rasa buah baik dari responden yang memilih jeruk impor maupun lokal, yaitu sebesar 71,42% untuk jeruk lokal, dan sebesar 86,66% untuk jeruk impor yang merupakan jumlah persentase terbesar dari tujuh indikator yang ada.

Hasil analisis multuatribut fishbein dapat diketahui atribut yang paling dominan dipilih konsumen dalam keputusan pembelian buah jeruk impor dan jeruk lokal. Delapan atribut yang ada yaitu rasa, warna, bentuk, kebersihan, ukuran, harga, tekstur, dan kesegaran buah bahwa atribut rasa buah yang paling dominan dipilih konsumen yang dapat dilihat dari nilai jumlah indeks sikap konsumen atribut rasa memiliki nilai terbesar yakni sebesar 20,14 untuk jeruk lokal dan 20,92 untuk jeruk impor, hal tersebut menunjukkan bahwa rasa buah yang paling dominan dipilih konsumen dalam keputusan pembelian buah jeruk.

4.2. *Saran*

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan simpulan, maka dapat disarankan

1. Konsumen buah jeruk di Kota Denpasar menyukai buah jeruk dengan atribut-atribut yang mewakili preferensinya. Pemasar, pedagang, atau produsen dapat menghadirkan produk buah jeruk yang diharapkan pasar dengan mengetahui perilaku pembelian dan atribut-atribut apakah yang dominan dipilih konsumen dalam pembelian buah jeruk, khususnya jeruk lokal sehingga dapat memberi informasi kepada pemasar atau produsen buah jeruk lokal untuk meningkatkan kualitas buah jeruk lokal yang dihasilkan sesuai dengan permintaan pasar.
2. Walaupun responden telah memilih jeruk lokal sebagai preferensinya, pemasar atau produsen buah jeruk dalam negeri harus tetap melakukan tindakan pascapanen seperti penyimpanan, pengepakan, dan pendistribusian yang lebih baik lagi sehingga mutu, ketersediaan, penampilan buah jeruk lokal terjamin agar tidak kalah bersaing dengan buah jeruk impor dan dapat mengungguli buah jeruk impor.

5. Ucapan Terimakasih

Kepada Bapak Ida Bagus Kompyang Wiranata, S.E selaku direktur Utama PD. Pasar Kota Denpasar, peneliti mengucapkan terimakasih karena sudah memberikan ijin mengadakan penelitian di Pasar Tradisional yakni Pasar Badung, Pasar Kreneng, Pasar Sanglah, dan Pasar Ketapian sehingga e-jurnal ini dapat diselesaikan dengan baik.

Daftar Pustaka

- Astuti. 2002. Analisis Permintaan Jeruk Lokal Pada Tingkat Pedagang Kios Di Kabupaten Sleman. Skripsi Fakultas Pertanian Universitas Gajah Mada.
- [BPS]. 2017. Badan Pusat Statistik. Denpasar dalam Angka 2017. BPS Kota Denpasar
- [BPS]. 2016. Statistik Hortikultura Provinsi Bali. BPS Bali.
- [BPS]. 2016. Provinsi Bali dalam Angka 2016. BPS Bali
- Danang. 2013. Perilaku Konsumen (Panduan Riset Sederhana untuk Mengenal Konsumen): Mahasiswa-Dosen-Peneliti atau Praktisi. CAPS (Center or Academic Publishing Service). Yogyakarta
- Engel .1994. Preferensi Masyarakat terhadap Jeruk Lokal di Kota Denpasar. [Skripsi] Denpasar : Univesitas Udayana
- Muzdalifah. 2012. Kajian Preferensi Konsumen terhadap Buah-Buahan Lokal di Kota Banjarbaru. Jurnal Agribisnis Pedesaan 2
- Sumarwan. 2003. Perilaku Konsumen, Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran. Ghalia Indonesia. Jakarta
- Sugiyono. 2010. Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R & D. Bandung : *Alfabeta*.
- Sugiyono. 2012. Metode Penelitian Administrasi. Cetakan ke-20. Penerbit *Alfabeta*. Bandung.