

Analisis Minat Beli Konsumen Terhadap Jeruk Lokal dan Jeruk Impor di Kabupaten Purworejo

Much Firman Nasirudin^{1*}, Dyah Panuntun Utami², Istiko Agus Wicaksono³

Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian

Universitas Muhammadiyah Purworejo

Email: muchfirman9@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) karakteristik konsumen jeruk lokal dan jeruk impor di Kabupaten Purworejo, (2) kualitas jeruk lokal dan jeruk impor di Kabupaten Purworejo, (3) tahapan-tahapan minat beli konsumen jeruk lokal dan jeruk impor di Kabupaten Purworejo, dan (4) hubungan antara kualitas jeruk dan harga jeruk dengan minat beli konsumen jeruk lokal dan jeruk impor di Kabupaten Purworejo. Desain penelitian dengan metode survei. Populasi penelitian seluruh konsumen jeruk lokal dan jeruk impor di Kabupaten Purworejo. Pengambilan sampel daerah secara *purposive sampling* dan sampel konsumen secara *accidental sampling*. Jumlah sampel penelitian sebanyak 100 orang. Analisis data yang digunakan yaitu analisis deskriptif, interval kelas, analisis korelasi pearson, dan analisis korelasi berganda.

Berdasarkan hasil penelitian, karakteristik konsumen jeruk lokal dan jeruk impor di Kabupaten Purworejo termasuk dalam kategori usia dewasa yakni berumur 26-45 tahun berjenis kelamin perempuan yang pekerjaan rata-ratanya sebagai guru/dosen, wiraswasta, buruh, dan pensiunan, berjenjang pendidikan rata-rata S1 dengan tingkat pendapatan Rp 2.001.000 – Rp 5.000.000, dan rata-rata sebagai peminat jeruk lokal. Kualitas jeruk lokal dan jeruk impor di Kabupaten Purworejo dikategorikan baik. Tahapan-tahapan minat beli konsumen jeruk lokal dan jeruk impor di Kabupaten Purworejo meliputi perhatian, ketertarikan, keinginan, dan tindakan. Ada hubungan yang cukup kuat antara kualitas jeruk dan harga jeruk dengan minat beli konsumen jeruk lokal dan jeruk impor di Kabupaten Purworejo.

Kata Kunci: *Minat Beli Konsumen, Jeruk Lokal, Jeruk Impor, Kabupaten Purworejo*

ABSTRACT

This study aims to determine: (1) the characteristics of consumers of local and imported oranges in Purworejo Regency, (2) the quality of local oranges and imported oranges in Purworejo Regency, (3) the stages of buying interest of consumers of local oranges and imported oranges in Purworejo Regency. , and (4) the relationship between the quality of oranges and the price of oranges with consumer buying interest for local and imported oranges in Purworejo Regency. Research design with survey method. The research population is all consumers of local oranges and imported oranges in Purworejo Regency. Regional sampling was

taken by purposive sampling and consumer samples were taken by accidental sampling. The number of research samples was 100 people. The data analysis used was descriptive analysis, class intervals, Pearson correlation analysis, and multiple correlation analysis.

Based on the results of the study, the characteristics of consumers of local oranges and imported oranges in Purworejo Regency are included in the adult age category, namely aged 26-45 years, female, whose average jobs are as teachers/lecturers, self-employed, laborers, and retirees, with an average education level. S1 with an income level of IDR 2,001,000 – IDR 5,000,000, and on average as a local orange enthusiast. The quality of local oranges and imported oranges in Purworejo Regency is categorized as good. The stages of consumers' buying interest in local oranges and imported oranges in Purworejo Regency include attention, interest, desire, and action. There is a fairly strong relationship between the quality of oranges and the price of oranges with consumers' interest in buying local oranges and imported oranges in Purworejo Regency.

Keywords: *Consumer Buying Interest, Local Oranges, Imports Orange, Purworejo Regency*

I. PENDAHULUAN

Indonesia sebagai negara khatulistiwa memiliki keanekaragaman hayati yang begitu melimpah. Komoditas buah-buahan yang paling diminati konsumen yaitu jeruk. Jeruk (*Citrus sp.*) merupakan salah satu genus dari *Rutaceae* yang memiliki nilai ekonomis tinggi (Sitanggang, 2021). Konsumen banyak yang berminat pada jeruk karena rasanya manis, segar, dan mengandung vitamin C. Indonesia sebenarnya telah melakukan ekspor jeruk pada tahun 2019, tetapi jumlahnya belum signifikan, yaitu hanya 1.752 ton (Hanif, 2020). Ekspor jeruk nasional masih sangat kecil dibanding dengan negara produsen jeruk lainnya, seperti Spanyol, Afrika Selatan, Yunani, Maroko, Belanda, Turki, dan Mesir. Oleh karena itu, pemacuan produksi jeruk nasional memiliki urgensi karena selain meningkatkan pendapatan masyarakat, kesempatan kerja, konsumsi buah, juga meningkatkan devisa ekspor nasional (Balitbangtan, 2019).

Pertumbuhan penduduk mengakibatkan kebutuhan konsumen terhadap buah jeruk semakin meningkat. Pasokan jeruk lokal kurang mencukupi sehingga beredar jeruk impor di pasaran. Indonesia termasuk negara pengimpor jeruk terbesar kedua di ASEAN setelah Malaysia dengan volume impor sebesar 94.696 ton, sedangkan eksportnya hanya sebesar 1.261 ton ke Malaysia, Brunei

Darussalam, dan Timur Tengah. Impor buah jeruk segar yang terus meningkat, mengindikasikan adanya segmen konsumen tertentu menghendaki jenis dan mutu buah jeruk prima belum bisa dipenuhi produsen dalam negeri (Balitbangtan, 2019). Salah satu kabupaten yang memiliki tingkat konsumsi cukup besar terhadap buah jeruk yakni Kabupaten Purworejo. Rata-rata konsumsi perkapita seminggu pada buah jeruk di Kabupaten Purworejo adalah 0,086 kg/kapita/minggu yang menduduki peringkat 6 besar setelah Kabupaten; Pati, Sragen, Kebumen, Demak, dan Banyumas dari 35 kabupaten/kota di Provinsi Jawa Tengah (BPS, 2021). Hal tersebut membuat Kabupaten Purworejo memiliki berbagai tempat penjualan jeruk. Misalnya, pada pasar-pasar tradisional, seperti Pasar Kutoarjo, Pasar Baledono, dan lainnya. Buah jeruk juga merambah ke pasar-pasar modern, seperti Indomaret, Jodo Plaza, dan Kios Buah; Mekar Sari Buah Tiga Saudara, Buah Segar Pantok, BSM (Buah Segar Moro Seneng), Cemerlang, dan lainnya. Penjualan jeruk di Kabupaten Purworejo semakin meningkat seiring dengan minat beli konsumen terhadap buah jeruk semakin bertambah.

Berdasarkan tempat-tempat penjualan jeruk di atas, maka dipilih Kios Buah Mekar Sari Buah Tiga Saudara dan Kios Buah BSM (Buah Segar Moro Seneng) karena letaknya yang strategis dan termasuk kios buah ternama di Kabupaten Purworejo. Masyarakat kini tidak hanya fokus ke jeruk lokal untuk berbagai acara atau konsumsi, tetapi juga pada jeruk impor. Hal tersebut seiring dengan bertambahnya pendapatan dan jumlah penduduk sehingga mendorong minat beli konsumen pada jeruk lokal maupun jeruk impor. Menurut Assael dalam penelitian (Eldapit, 2021), minat beli merupakan kecenderungan konsumen untuk membeli suatu merek atau mengambil tindakan yang berhubungan dengan pembelian, diukur dengan tingkat kemungkinan konsumen melakukan pembelian. Minat beli konsumen merupakan salah satu tahap sebelum mengambil keputusan untuk membeli. Minat beli diperoleh dari suatu proses belajar dan proses pemikiran yang membentuk suatu persepsi. Minat yang muncul dalam melakukan pembelian menciptakan suatu motivasi yang terus terekam dalam benaknya dan menjadi suatu kegiatan yang sangat kuat (niat beli) hingga konsumen harus

memenuhi kebutuhannya akan mengaktualisasikan apa yang ada di dalam benaknya itu (keputusan pembelian) (Listyawati, 2016).

Konsumen dalam membeli jeruk berdasarkan minat atau keinginan yang muncul dalam dirinya. Hal tersebut biasanya terkait aspek-aspek yang berhubungan dengan minat beli konsumen terhadap buah jeruk, seperti kualitas produk dan harga. Kualitas produk adalah suatu senjata strategis yang berpotensi untuk mengalahkan kompetitor. Semakin baik kualitas suatu produk, maka konsumen akan semakin tertarik untuk melakukan pembelian. Harga dapat juga diartikan sebagai jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat yang diterima karena memiliki dan atau menggunakan suatu produk atau jasa (Karo et al., 2022). Ciri-ciri jeruk yang berkualitas baik, yaitu memiliki rasa yang manis dan segar, kulit tipis, dan mengkilap. Warna kulit lebih gelap dan mencolok untuk jeruk impor, tetapi untuk jeruk lokal warna khas oranye kehijauan, bagian kulit bawahnya berbentuk cekung. Buah jeruk yang terasa empuk biasanya kandungan airnya banyak dan rasanya manis menyegarkan sedangkan buah jeruk yang lebih keras kandungan airnya sedikit dan lebih masam (Aya dan Cecep, 2023). Berdasarkan hal tersebut, maka dilakukan penelitian berupa analisis minat beli konsumen terhadap jeruk lokal dan jeruk impor di Kabupaten Purworejo.

II. METODE PENELITIAN

Desain penelitian dalam penelitian menggunakan metode survei. Metode survei menurut Nazir dalam (Nofianti dan Qomariah, 2017) yakni penyelidikan untuk mendapatkan fakta-fakta dari suatu kelompok atau suatu individu. Pengambilan daerah penelitian dilakukan secara sengaja (*purposive sampling*). Purposive sampling yaitu, teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Garaika & Darmanah, 2019). Penelitian ini dilaksanakan di Kabupaten Purworejo dengan dua kios buahnya yaitu Kios Buah Mekar Sari Buah Tiga Saudara di Kecamatan Purworejo dan Kios Buah BSM (Buah Segar Moro Seneng) di Kecamatan Kutoarjo. Pengambilan sampel menggunakan teknik *accidental sampling*. *Accidental sampling* yakni pengambilan sampel secara *accidental* dengan mengambil responden yang kebetulan ada di lokasi penelitian sedang

membeli atau pernah mengkonsumsi buah jeruk lokal dan jeruk impor (Simarmata et.al., 2019). Jumlah populasi dalam penelitian ini tidak diketahui secara pasti sehingga menggunakan rumus Cochran, jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 100 responden. Responden tersebut merupakan konsumen buah jeruk lokal dan/atau jeruk impor di kedua kios buah yang diteliti yakni Kios Buah Mekar Sari Buah Tiga Saudara 50 responden dan Kios Buah BSM (Buah Segar Moro Seneng) 50 responden.

Metode analisis data yang digunakan adalah metode analisis deskriptif untuk mendeskripsikan karakteristik konsumen serta menggambarkan kualitas jeruk lokal dan jeruk impor di Kabupaten Purworejo. Penelitian ini juga menggunakan interval kelas untuk menganalisis kualitas jeruk lokal dan jeruk impor. Analisis data yang digunakan juga berupa analisis korelasi untuk mengetahui korelasi atau pengaruh kualitas jeruk dan harga jeruk terhadap minat beli konsumen. Alat pengolah datanya menggunakan aplikasi SPSS.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Karakteristik Konsumen Jeruk Lokal dan Jeruk Impor

Tabel 1. Sebaran Konsumen berdasarkan Umur

No.	Umur (Tahun)	Kategori Usia	Konsumen Peminat Jeruk (Orang)		Jumlah (Orang)	Persentase (%)
			Lokal	Impor		
1.	15-25	Remaja	9	13	22	22
2.	26-45	Dewasa	27	15	42	42
3.	46-65	Lansia	20	8	28	28
4.	> 65	Manula	8	0	8	8
Jumlah			64	36	100	100

Sumber: Analisis Data Primer, 2023

Berdasarkan hasil penelitian, yang termasuk dalam kategori usia 15-25 tahun yaitu sebanyak 22 orang atau 22%, kategori usia 26-45 tahun sebanyak 42 orang atau 42%, kategori usia 46-65 tahun yakni 28 orang atau 28%, sedangkan kategori usia 65 tahun ke atas sebanyak 8 orang atau 8%. Hal ini menunjukkan bahwa responden terbanyak termasuk dalam kategori usia dewasa dengan konsumen peminat jeruk lokal 27 orang dan konsumen peminat jeruk impor 15 orang. Kategori usia dewasa lebih sering untuk membeli jeruk

lokal dan jeruk impor karena sudah fokus memperhatikan kesehatannya di usia produktif salah satunya yaitu membeli dan mengonsumsi jeruk lokal serta jeruk impor. Berdasarkan umur, rata-rata konsumen jeruk lebih berminat pada jeruk lokal, tetapi di kategori remaja rata-rata lebih berminat pada jeruk impor karena beranggapan bahwa produk yang impor pasti lebih baik. Konsumen yang berbeda usia memang akan memiliki perbedaan selera atau minat belinya.

Tabel 2. Sebaran Konsumen berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Konsumen Peminat Jeruk (Orang)		Jumlah (Orang)	Persentase (%)
		Lokal	Impor		
1.	Laki-Laki	27	12	39	39
2.	Perempuan	37	24	61	61
Jumlah		64	36	100	100

Sumber: Analisis Data Primer, 2023

Berdasarkan Tabel 2, konsumen yang membeli jeruk lokal dan jeruk impor di dua kios buah didominasi oleh perempuan yaitu 61 orang atau 61% dengan konsumen peminat jeruk lokal 37 orang dan jeruk impor 24 orang. Konsumen laki-laki hanya sebanyak 39 orang atau 39%. Hal ini karena perempuan lebih berperan dalam mengurus konsumsi rumah tangga dan lebih berpotensi memunculkan minat beli terhadap jenis buah yang dikonsumsi khususnya buah jeruk.

Tabel 3. Sebaran Konsumen berdasarkan Pekerjaan

No.	Jenis Pekerjaan	Konsumen Peminat Jeruk (Orang)		Jumlah (Orang)	Persentase (%)
		Lokal	Impor		
1.	Ibu Rumah Tangga	8	4	12	12
2.	Wiraswasta	10	7	17	17
3.	Karyawan Swasta/Buruh	8	5	13	13
4.	ASN	5	2	7	7
5.	Guru/Dosen	14	5	19	19
6.	Pensiunan	11	1	12	12
7.	Mahasiswa	0	8	8	8
8.	Lainnya	8	4	12	12
Jumlah		64	36	100	100

Sumber: Analisis Data Primer, 2023

Berdasarkan Tabel 3, dapat dilihat bahwa sebagian besar pekerjaan konsumen sebagai guru atau dosen, wiraswasta, karyawan swasta atau buruh, dan pensiunan yaitu sejumlah 61 orang (61%). Rinciannya, sebagai guru atau

dosen 19 orang, wiraswasta 17 orang, karyawan swasta atau buruh 13 orang, dan pensiunan 12 orang. Berdasarkan pekerjaan, rata-rata konsumen sebagai peminat jeruk lokal, kecuali sebagai mahasiswa lebih berminat pada jeruk impor karena dari fisiknya lebih menarik dan kebersihannya terjamin. Perbedaan jenis pekerjaan akan membedakan tingkat pendapatan sehingga konsumsi jeruk akan dibatasi oleh pendapatan dan harga jeruk lokal maupun jeruk impor.

Tabel 4. Sebaran Konsumen berdasarkan Pendidikan

No.	Jenjang Pendidikan	Konsumen Peminat Jeruk Orang)		Jumlah (Orang)	Persentase (%)
		Lokal	Impor		
1.	SD	1	0	1	1
2.	SMP	1	2	3	3
3.	SMA/SMK/ sederajat	25	18	43	43
4.	D2/D3/S1/S2	37	16	53	53
Jumlah		64	36	100	100

Sumber: Analisis Data Primer, 2023

Berdasarkan Tabel 4, dapat dilihat bahwa sebagian besar pendidikan konsumen pada jenjang D2 atau D3 hingga S1 atau S2 yaitu sebanyak 53 responden atau 53% dengan konsumen peminat jeruk lokal 37 orang dan konsumen peminat jeruk impor 16 orang. Berdasarkan pendidikan, konsumen rata-rata sebagai peminat jeruk lokal. Jeruk lokal dipandang lebih segar dan lebih menyehatkan karena terhindar dari lapisan lilin. Konsumen dengan jenjang pendidikan D2 sebanyak 2 orang, D3 sebanyak 3 orang, S1 sebanyak 43 orang, dan S2 sebanyak 5 orang. Hal ini karena kaum terdidik akan lebih terbangun kesadarannya dalam menjalani pola hidup sehat yaitu mengonsumsi buah-buahan khususnya buah jeruk.

Tabel 5. Sebaran Konsumen berdasarkan Pendapatan

No.	Tingkat Pendapatan/Bulan	Konsumen Peminat Jeruk (Orang)		Jumlah (Orang)	Persentase (%)
		Lokal	Impor		
1.	≤ Rp 600.000	2	2	4	4
2.	Rp 601.000 - Rp 2.000.000	17	15	32	32
3.	Rp 2.001.000 - Rp 5.000.000	43	18	61	61
4.	> Rp 5.000.000	2	1	3	3
Jumlah		64	36	100	100

Sumber: Analisis Data Primer, 2023

Berdasarkan Tabel 5, dapat dilihat bahwa sebagian besar pendapatan konsumen di tingkat pendapatan antara Rp 2.001.000 hingga Rp 5.000.000 dengan konsumen peminat jeruk lokal 43 orang dan konsumen peminat jeruk impor 18 orang. Berdasarkan pekerjaan, konsumen rata-rata sebagai peminat jeruk lokal karena harga jeruk lokal yang lebih terjangkau. Menurut hal tersebut, maka pendapatan konsumen rata-rata sudah sesuai dengan UMK (Upah Minimum Kabupaten/Kota) di Kabupaten Purworejo yaitu Rp 2.043.902,33. Konsumen berarti sudah mampu mengalokasikan pendapatannya untuk membeli dan memenuhi kebutuhan vitaminnya berupa buah-buahan terkhusus buah jeruk.

B. Kualitas Jeruk Lokal dan Jeruk Impor di Kabupaten Purworejo

Tabel 6. Skor Rekapitulasi Interval Kelas Kualitas Jeruk Lokal

No	Indikator	Jumlah Skor	Rata-Rata	Persentase (%)	Kategori
1	Rasa	1907	19,07	27,30	Baik
2	Kesegaran	1847	18,47	26,43	Baik
3	Ukuran	1458	14,58	20,87	Baik
4	Warna	1775	17,75	25,40	Baik
Total		6987	69,87	100	Baik

Sumber: Analisis Data Primer, 2023

Sesuai hasil keempat indikator, maka kualitas jeruk lokal di Kabupaten Purworejo dengan jumlah skor 6987 rata-rata 69,87 menempati kategori baik. Persentase tertinggi pada indikator rasa yaitu 27,30% karena konsumen jeruk lokal lebih berminat pada jeruk lokal sesuai dengan rasanya yang rata-rata manis. Kualitas jeruk lokal yang baik, yaitu memiliki rasa yang manis, segar dengan kandungan airnya yang banyak, ukurannya seragam

sekitar 6,5 cm, kulitnya tipis mengkilap, serta warnanya khas yaitu hijau kekuningan.

Tabel 7. Skor Rekapitulasi Interval Kelas Kualitas Jeruk Impor

No	Indikator	Jumlah Skor	Rata-Rata	Persentase (%)	Kategori
1	Rasa	1709	17,09	25,05	Baik
2	Kesegaran	1811	18,11	26,54	Baik
3	Ukuran	1355	13,55	19,86	Cukup Baik
4	Warna	1948	19,48	28,55	Baik
Total		6823	68,23	100	Baik

Sumber: Analisis Data Primer, 2023

Sesuai hasil keempat indikator, maka kualitas jeruk impor di Kabupaten Purworejo dengan jumlah skor 6823 rata-rata 68,23 menempati kategori baik atau kualitas jeruk impor. Persentase tertinggi pada indikator warna yaitu 28,55% karena konsumen jeruk impor lebih berminat pada jeruk impor yang memiliki warna menarik yaitu oranye cerah. Kualitas jeruk impor yang baik, yaitu memiliki rasa yang manis, segar dengan kandungan air yang banyak, ukurannya seragam mendekati 6,5 cm, daging buahnya tebal, serta warna kulitnya menarik yakni oranye cerah. Berdasarkan kedua hasil penelitian yang ada, maka kualitas jeruk lokal dan jeruk impor di Kabupaten Purworejo dikategorikan baik.

C. Tahapan-Tahapan Minat Beli Konsumen

1. *Attention* (Perhatian)

Minat beli konsumen dapat dimunculkan dari perhatian awal konsumen pada kios buah tempat menjual jeruk lokal maupun jeruk impor. Berdasarkan hasil penelitian di dua kios buah yaitu Kios Buah Mekar Sari Buah Tiga Saudara dan Kios Buah BSM (Buah Segar Moro Seneng), konsumen tertarik datang ke kios buah karena buah yang dijual lengkap dan variatif khususnya buah jeruk. Kualitas buah pun terjamin, masih segar-segar, dan sudah tertata atau dikelompok-kelompokkan. Konsumen juga menitikberatkan pada kebutuhan yang sedang dicari, seperti untuk pemenuhan vitamin khususnya vitamin C, lalu kebutuhan acara atau usaha yang memang membutuhkan jeruk untuk bahan bakunya. Konsumen juga

banyak yang sudah menjadi pelanggan di dua kios buah tersebut. Lokasi kios buah yang strategis, harga buah relatif terjangkau, dan pelayanan yang ramah juga membuat konsumen tertarik.

2. *Interest* (Ketertarikan)

Konsumen setelah memperhatikan kios buah dan fokus pada jeruk lokal dan jeruk impor. Konsumen cenderung akan tertarik pada segi fisik dari jeruk itu sendiri. Konsumen tertarik pada jeruk lokal dengan rasa jeruk yang manis, beberapa ada yang tertarik pada rasa manis sedikit asam. Kesegaran juga membuat konsumen tertarik dengan kadar air yang cukup banyak. Ukuran sedang, tekstur lunak, dagingnya cukup tebal, tingkat kematangan yang sesuai. Kulit hijau kekuningan, tipis, dan mengkilap. Konsumen tertarik pada jeruk impor sesuai tampilan luarnya dari segi warna yaitu oranye cerah, bersih, jarang terkena hama, tidak ada bintik hitamnya, dan lebih awet. Tingkat kematangan lebih seragam, rasanya cukup manis dan dagingnya tebal. Konsumen cenderung tertarik pada jeruk impor yang berukuran sedang atau bahkan kecil.

3. *Desire* (Keinginan)

Konsumen semakin tertarik dan berkeinginan untuk mencoba dan membeli jeruk lokal maupun impor yang memunculkan minat beli konsumen. Konsumen selain tertarik pada segi fisik jeruk juga ada beberapa hal yang membuatnya lebih berminat. Konsumen merujuk pada harga jeruk lokal yang lebih terjangkau, mudah dicari, lebih bebas obat atau pestisida, bebas memilih, cinta produk dalam negeri, dan terasa lebih khas. Konsumen berminat pada jeruk impor dengan melihat juga berminat pada kemasan yang menarik, susunan atau penataannya yang rapi, dan lebih terjamin kebersihannya.

4. *Action* (Tindakan)

Minat beli konsumen yang semakin tinggi, konsumen akan membuat keputusan pembelian secara pasif jika masih ada beberapa hal yang masih dipertimbangkan sebelum benar-benar membeli. Pertimbangannya, seperti melihat kondisi jeruk lokal dan jeruk impor dari

kualitas, harga, dan kebutuhannya saat itu untuk acara atau usaha. Beberapa konsumen akan langsung membeli jeruk lokal dan jeruk impor karena sudah yakin dan minat belinya sudah tinggi. Jeruk lokal dan jeruk impor jika tidak sesuai yang diinginkan, maka konsumen rata-rata tetap memakan atau membagikannya selagi masih layak untuk dikonsumsi atau dibuat minuman jus dan minuman hangat. Konsumen terkadang juga membuang jeruk yang sekiranya tidak layak konsumsi, tetapi ada juga yang membuat pupuk tanaman. Kendala berarti tidak dialami konsumen saat membeli jeruk lokal dan jeruk impor. Kendala yang dialami konsumen secara umum yaitu kurangnya pengetahuan saat memilih jeruk yang berkualitas baik.

D. Hubungan Kualitas Jeruk dan Harga Jeruk dengan Minat Beli Konsumen

Tabel 8. Hasil Analisis Korelasi Pearson pada Jeruk Lokal

N = 100		Kualitas (X1)	Harga (X2)	Minat Beli Konsumen (Y)
Kualitas (X1)	Pearson Correlation	1	0,482	0,480
	Sig.		0,000	0,000
Harga (X2)	Pearson Correlation	0,482	1	0,532
	Sig.	0,000		0,000

Sumber: Analisis Data Primer, 2023

Berdasarkan Tabel 8, dapat diinterpretasikan bahwa nilai signifikansi antara kualitas jeruk (X1) dengan minat beli konsumen (Y) sebesar $0,000 < 0,05$ (taraf signifikansi 5%) berarti terdapat korelasi/hubungan yang signifikan antara variabel kualitas jeruk lokal dengan minat beli konsumen. Variabel kualitas jeruk diperoleh r hitung sebesar $0,480 > r$ tabel $0,197$ ($\alpha = 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa ada hubungan antara variabel kualitas jeruk lokal dengan minat beli konsumen. Berdasarkan nilai r hitung yaitu $0,480$, maka sesuai tabel tingkat hubungan, variabel kualitas jeruk lokal dengan minat beli konsumen jeruk lokal memiliki hubungan yang cukup kuat artinya kualitas jeruk lokal dapat dilihat dari segi rasa yang manis, segar, kulit tipis, ukuran sedang, dan warna khas hijau kekuningan sehingga semakin meningkatkan minat beli konsumen jeruk lokal. Jika kualitas jeruk menurun, maka minat beli konsumen jeruk lokal pun semakin rendah.

Nilai signifikansi antara harga jeruk (X2) dengan minat beli konsumen (Y) sebesar $0,000 < 0,05$ berarti terdapat korelasi/hubungan yang signifikan antara variabel harga jeruk lokal dengan minat beli konsumen. Variabel harga jeruk diperoleh r hitung sebesar $0,532 > r$ tabel $0,197$, maka dapat disimpulkan bahwa ada hubungan antara variabel harga jeruk lokal dengan minat beli konsumen. Berdasarkan nilai r hitung yaitu $0,532$, maka sesuai tabel tingkat hubungan, variabel harga jeruk lokal dengan minat beli konsumen jeruk lokal memiliki hubungan yang cukup kuat dimana harga jeruk menjadi variabel korelasi yang utama pada jeruk lokal karena konsumen lebih memperhatikan harga jeruk lokal yang sesuai atau terjangkau (Rp 15.000 – Rp 25.000), maka akan semakin meningkatkan minat beli konsumen jeruk lokal.

Tabel 9. Hasil Analisis Korelasi Pearson Jeruk Impor

N = 100		Kualitas (X1)	Harga (X2)	Minat Beli Konsumen (Y)
Kualitas (X1)	Pearson Correlation	1	0,460	0,496
	Sig.		0,000	0,000
Harga (X2)	Pearson Correlation	0,460	1	0,442
	Sig.	.000		0,000

Sumber: Analisis Data Primer, 2023

Berdasarkan Tabel 9, dapat diinterpretasikan bahwa nilai signifikansi antara kualitas jeruk (X1) dengan minat beli konsumen (Y) sebesar $0,000 < 0,05$ ($\alpha = 0,05$) berarti terdapat korelasi/hubungan yang signifikan antara variabel kualitas jeruk impor dengan minat beli konsumen. Variabel kualitas jeruk diperoleh r hitung sebesar $0,496 > r$ tabel $0,197$ ($\alpha = 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa ada hubungan antara variabel kualitas jeruk impor dengan minat beli konsumen. Berdasarkan nilai r hitung yaitu $0,496$, maka sesuai tabel tingkat hubungan, variabel kualitas jeruk impor dengan minat beli konsumen jeruk impor memiliki hubungan yang cukup kuat artinya kualitas jeruk impor dapat dilihat dari segi rasa yang manis, segar, ukuran seragam, maupun warna menarik oranye cerah. Kualitas jeruk menjadi variabel korelasi utama pada jeruk impor karena konsumen akan lebih melihat dari segi kualitasnya dahulu sehingga semakin meningkatkan minat beli konsumen jeruk impor. Kualitas

jeruk impor yang menurun, maka minat beli konsumen jeruk impor semakin rendah.

Nilai signifikansi antara harga jeruk (X_2) dengan minat beli konsumen (Y) sebesar $0,000 < 0,05$ berarti terdapat korelasi/hubungan yang signifikan antara variabel harga jeruk impor dengan minat beli konsumen. Variabel harga jeruk diperoleh r hitung sebesar $0,442 > r$ tabel $0,197$, maka dapat disimpulkan bahwa ada hubungan antara variabel harga jeruk impor dengan minat beli konsumen. Berdasarkan nilai r hitung yaitu $0,442$, maka sesuai tabel tingkat hubungan, variabel harga jeruk impor dengan minat beli konsumen jeruk impor memiliki hubungan yang cukup kuat artinya harga jeruk menjadi variabel korelasi penunjang pada jeruk impor karena juga menjadi pertimbangan saat membeli sehingga memiliki hubungan dengan meningkatkan minat beli konsumen jeruk impor. Harga jeruk impor yang terjangkau (Rp 25.000 - Rp 35.000) juga akan meningkatkan minat beli konsumen jeruk impor.

IV. PENUTUP

Karakteristik konsumen jeruk lokal dan jeruk impor di Kabupaten Purworejo termasuk dalam kategori usia dewasa yakni berumur 26-45 tahun berjenis kelamin perempuan yang pekerjaan rata-ratanya sebagai guru/dosen, wiraswasta, buruh, dan pensiunan, berjenjang pendidikan rata-rata S1 dengan tingkat pendapatan Rp 2.001.000 – Rp 5.000.000, dan rata-rata sebagai peminat jeruk lokal. Kualitas jeruk lokal dan jeruk impor di Kabupaten Purworejo berdasarkan indikator rasa, kesegaran, ukuran, dan warna dikategorikan baik. Tahapan-tahapan minat beli konsumen jeruk lokal dan jeruk impor di Kabupaten Purworejo meliputi perhatian konsumen terhadap kios buah dengan buah yang lengkap, lalu tertarik pada segi fisik jeruk, kemudian semakin berkeinginan membeli jeruk dan berminat dari segi luar fisik jeruk juga sehingga akan membuat keputusan pembelian secara pasif jika masih ada hal yang dipertimbangkan. Ada hubungan yang cukup kuat antara kualitas jeruk dan harga jeruk dengan minat beli konsumen jeruk lokal dan jeruk impor di Kabupaten Purworejo.

Saran penelitian ini, sebaiknya konsumen jeruk lokal lebih selektif dalam memilih jeruk yang berkualitas baik, tidak hanya melihat dari sisi harga saja. Jeruk lokal yang berkualitas baik, seperti memiliki rasa yang manis, segar, kulitnya tipis, daging buahnya tebal, ukurannya seragam, dan warnanya menarik. Sebaiknya konsumen jeruk impor lebih memperhatikan jeruk yang segar tidak hanya pada warna yang menarik. Alasannya, jeruk yang segar memiliki sumber air dan vitamin C yang lebih banyak sehingga dapat meningkatkan gizi dan metabolisme tubuh. Sebaiknya konsumen jeruk lokal dan jeruk impor dapat menyalurkan atau dapat mereferensikan kepada pihak lain jeruk lokal dan jeruk impor yang diminati jika memang berkualitas baik sehingga lebih terdorong minat belinya terhadap buah jeruk.

DAFTAR PUSTAKA

- Aya, & Cecep. 2023. *Agar Tak Kecewa, Kenali Ciri-Ciri Ini sebelum Memilih Buah Jeruk*. Direktorat Jenderal Pendidikan Vokasi. Diunduh dari <https://www.vokasi.kemdikbud.go.id/read/b/agar-tak-kecewa-kenali-ciri-ciri-ini-sebelum-memilih-buah-jeruk> pada tanggal 3 September 2023.
- Balitbangtan. 2019. *Prospek & Arah Pengembangan Agribisnis - Badan Litbang Pertanian*. Balitbangtan. Diunduh dari <http://www.litbang.pertanian.go.id/special/komoditas/b3jeruk> pada tanggal 15 November 2023.
- BPS. 2021. *Rata-rata Konsumsi Perkapita Seminggu Menurut Kelompok Buah-Buahan Per Kabupaten/kota (Satuan Komoditas)*. Diunduh dari <https://www.bps.go.id/indicator/5/2102/1/rata-rata-konsumsi-perkapita-seminggu-menurut-kelompok-buah-buahan-per-kabupaten-kota.html> pada tanggal 25 November 2022.
- Eldapit. 2021. *Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Sayuran Organik pada Pasar Minggu Bina Baru Kampar Kiri Tengah Riau*. Universitas Islam Riau.
- Garaika, & Darmanah. 2019. *Metodologi Penelitian*. Lampung: CV. Hira Tech.
- Hanif, Z. 2020. Pengembangan Agribisnis Jeruk Nusantara. In *Iptek Hortikultura*, 27–28. Balai Penelitian Tanaman Jeruk dan Buah Subtropika.

- Karo, K., Soedarto, T., Widayanti, S., & Fitriana, N. H. I. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Minat Beli Buah dan Sayur di *E-Commerce* Sayurbox Surabaya pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa AGROINFO GALUH*, 9(2), 739–747. <https://doi.org/https://jurnal.unigal.ac.id/index.php/agroinfoGaluh/article/view/7545/pdf>.
- Listyawati, I. H. 2016. Peran Penting Promosi dan Desain Produk Dalam Membangun Minat Beli Konsumen. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Akuntansi*, 3(1), 67. <http://jurnal.stibsa.ac.id/index.php/jbma/article/view/39/37>.
- Nofianti, L. dan Qomariah. 2017. Metode Penelitian Survey. In *Ringkasan Buku Metode Penelitian Survey*. Pekanbaru: Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Simarmata, M. I. Iestari, Sudarma, I. M., & Anggreni, I. L. 2019. Persepsi Konsumen terhadap Buah Jeruk Lokal dan Jeruk Impor di Kota Denpasar. *Agribisnis Dan Agrowisata*, 8(4), 452. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/JAA>.
- Sitanggang, K. D. 2021. *Kultur Antera Jeruk*. Malang: Literasi Nusantara.