

PENGARUH KESADARAN, PERSEPSI DAN PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP PERILAKU KONSUMEN DALAM MENGGONSUMSI BUAH LOKAL STUDI KASUS KAWASAN INDUSTRI DI JAKARTA UTARA

Nira Kurniyanti, Siti Rochaeni* dan Lilis Imamah Ichdayati

ABSTRAK

Pangan merupakan salah satu kebutuhan primer hidup bagi manusia, yang terdiri dari menu konsumsi empat sehat lima sempurna. Konsumsi bahan pangan masyarakat sehari – hari hendaknya memperhatikan kecukupan gizi baik kalori, protein maupun vitamin. Kebutuhan konsumsi biasanya diperoleh dari makanan pokok yang banyak mengandung karbohidrat, seperti nasi dan umbi – umbian. Sementara kebutuhan protein diperoleh dari bahan pangan yang berasal dari tumbuhan serta bahan pangan yang berasal dari hewan. Sedangkan vitamin dapat diperoleh dari konsumsi buah – buahan segar. Buah merupakan sumber vitamin yang memiliki banyak manfaat bagi kesehatan tubuh. Seiring berjalannya waktu, perdagangan bebas menyebabkan serbuan buah impor di pasaran, dengan kualitas fisik dan rasa serta harga yang dianggap lebih terjangkau beberapa konsumen beralih memilih konsumsi buah non lokal. Pergeseran perilaku ini mengindikasikan pergeseran persepsi dan preferensi seseorang terhadap perilaku mengkonsumsi buah lokal. Penelitian ini dilakukan di kawasan industri di Jakarta Utara dengan pertimbangan Jakarta Utara sebagai sentra kegiatan industri dengan nilai produktivitas tertinggi di DKI Jakarta, serta potensi dari wilayah yang strategis yang berbatasan dengan Pelabuhan Tanjung Priok yang menjadi pusat kegiatan ekspor impor khususnya komoditas buah – buahan.

Kata kunci : *kesadaran, persepsi, preferensi konsumen, perilaku konsumen dalam mengkonsumsi buah lokal, kawasan industri di Jakarta Utara.*

ABSTRACT

Food is one of the primary needs for human life consisting of healthy and nutritious consumption patterns. The daily food consumption for societies should contain nutrient adequacy of calories, proteins, and vitamins. Consumption is usually gained from staple foods containing much carbohydrates, such as rice and tubers. Meanwhile, proteins are derived from plants and animals while vitamins are obtained from the consumption of fresh fruits. Fruits are source of vitamin that has many benefits for health. Free trade leads to the invasion of imported fruit on the market over time. With the physical qualities, different tastes, and more reasonable prices, some consumers switch to select non-local fruit consumptions. This behavior indicates the person's perception and the preference shift to consume local fruits. The research was performed in the industrial area in

North Jakarta, with the consideration that this place is as the center of industrial activity with the highest productivity value in Jakarta, and the potency as the strategic region bordering with Tanjung Priok port which becomes the center of import-export commodities, especially fruits.

Keywords: *Awareness, Perception, Consumer Preference, Consumer Behaviour in Consuming Local Fruits, Industrial Area in North Jakarta.*

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara tropis yang kaya akan keanekaragaman jenis buah, sehingga dengan pengelolaan sektor agribisnis yang tepat dapat menjadikan Indonesia sebagai negara penghasil buah - buahan tropis terbesar di dunia. Buah merupakan sumber vitamin A, C, serat dan mineral yang berguna sebagai zat pengatur tubuh serta untuk mengurangi peningkatan kadar gula darah, sehingga ketersediaan buah – buahan yang memadai di pasaran memegang peranan penting dalam penyediaan vitamin dan nutrisi untuk masyarakat.

Buah menjadi komoditas yang prospektif untuk dikembangkan karena memiliki nilai ekonomis yang tinggi dengan permintaan pasar yang tumbuh pesat baik pasar dalam negeri maupun luar negeri. Seiring berjalannya waktu dalam menghadapi era globalisasi, keikutsertaan Indonesia dalam lembaga – lembaga internasional seperti World Trade Organization (WTO), Asean Free Trade Area (AFTA), Asia Pacific Economic Cooperation (APEC), dan Asean China Free Trade Agreement (ACFTA) semakin mendorong pemerintah untuk lebih terbuka atas masuknya produk impor di wilayah Indonesia.

Pemberlakuan AFTA yang merupakan bentuk kesepakatan negara – negara Association of South

East Asia Nations (ASEAN) untuk membentuk suatu kawasan perdagangan bebas ASEAN pada tahun 2004 yang secara serempak dilakukan pada tahun 2010, menyebabkan jumlah dan ragam buah yang beredar di Indonesia semakin beragam. Perjanjian perdagangan bebas ACFTA pada tahun 2002 menghasilkan kesepakatan mengenai penurunan tarif masuk berbagai komoditi, sehingga berdampak pada penurunan hambatan tarif masuk semua komoditi hortikultura yang harus diturunkan menjadi nol hingga lima persen (Kementerian Perindustrian, 2012:2).

Suatu negara yang sedang berkembang termasuk Indonesia menjadikan industri sebagai salah satu sektor yang mendapat prioritas untuk dikembangkan menjadi motor bagi pembangunan ekonomi. Pembangunan sektor industri di Indonesia menunjukkan perkembangan yang cukup pesat, hal ini dapat terlihat melalui bangunan pabrik sebagai tempat berlangsungnya proses produksi terus berdiri di berbagai wilayah kepulauan di Indonesia.

Sektor industri sering disebut sebagai leading sector atau sektor pemimpin, hal ini dikarenakan dengan adanya pembangunan industri, maka akan memacu dan mengangkat pembangunan sektor - sektor lainnya seperti sektor pertanian. Pertumbuhan industri yang

pesat akan merangsang sektor pertanian untuk menyediakan dan memasarkan komoditas hortikultura baik bagi konsumsi pangan individu tenaga kerja maupun bahan baku bagi industri pengolahan (Kementerian Perindustrian, 2012:6).

Provinsi DKI Jakarta merupakan provinsi yang memiliki jumlah penduduk terpadat, yang menjadi pusat pemerintahan negara yang terdiri dari lima kotamadya. Layaknya kota besar, di provinsi DKI Jakarta ketersediaan buah – buahan mudah ditemukan karena pada umumnya masyarakat di dalamnya memiliki pengetahuan yang cukup mengenai pentingnya gizi bagi tubuh yang didukung oleh kemampuan ekonomi yang lebih baik. Pada tahun 1999 – 2001 ketersediaan buah – buahan di DKI Jakarta mencapai 868.722 ton/ tahun dengan kebutuhan konsumsi sebesar 109,48 kg/kapita/tahun (BPS DKI Jakarta, 2004:3).

Pada tahun 2000 - 2001 ketersediaan buah – buahan mengalami penurunan sebesar 35.224 ton karena peningkatan permintaan buah – buahan yang tidak diimbangi oleh kemampuan produksi buah dalam negeri terkait hasil produksi buah lokal yang fluktuatif dan musiman sehingga dilakukan impor untuk mencukupi ketersediaan buah. Sejauh ini konsumsi buah lokal dan buah impor telah lama berlangsung sehingga dapat diasumsikan terjadi pergeseran perilaku konsumen dalam mengkonsumsi buah lokal.

Kotamadya Jakarta Utara yang memiliki luas wilayah 142,30 Km² merupakan kota keempat terpadat penduduk pada tahun 2010 dengan jumlah penduduk sebanyak 1.645.649 jiwa dengan persentase sebesar 17,13%. Jakarta Utara memiliki

potensi ekonomi yang sangat tinggi karena merupakan pusat perekonomian dari kegiatan industri dengan jumlah tenaga kerja terbanyak dan nilai produksi terbesar mencapai Rp. 114.285.772.858.000, yang bersumber dari 686 perusahaan yang berasal dari kegiatan industri sektor swasta, kegiatan industri dari BUMN, serta kegiatan industri kecil.

Potensi ekonomi DKI Jakarta sesungguhnya sangat kuat dimiliki oleh kotamadya Jakarta Utara, karena terdapat pelabuhan besar Tanjung Priok yang menjadi simpul utama aktivitas ekspor impor semua komoditas strategis bagi negara, sehingga kawasan industri ini memiliki potensi yang cukup menguntungkan untuk pemasaran sebuah produk khususnya buah lokal segar pada konsumen dalam hal ini yaitu tenaga kerja industri.

METODE PENELITIAN

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada kawasan industri di Jakarta Utara. Pemilihan lokasi dilakukan secara sengaja dengan pertimbangan bahwa Jakarta Utara menjadi pusat kegiatan industri dan sentra aktivitas bongkar muat ekspor impor khususnya produk buah – buahan di Pelabuhan Besar Tanjung Priok, sehingga menjadi pasar yang strategis bagi pelaku bisnis untuk memasarkan buah – buahan.

Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah desain cross - sectional study, yaitu penelitian yang dilakukan dalam satu waktu tertentu dan tidak memantau perubahan antar waktu. Waktu pelaksanaan penelitian pada bulan Juni hingga Juli 2014

Sumber Data

Adapun sumber data yang diperoleh dari penelitian ini adalah :

1. Data Primer

Data primer yaitu informasi yang diperoleh secara langsung dari hasil pengamatan lapangan. Data penelitian ini diperoleh dengan metode wawancara dengan menggunakan instrumen penelitian berupa kuesioner kepada konsumen yang sedang bekerja pada kawasan industri di Jakarta Utara dan yang pernah mengkonsumsi buah lokal sehingga dapat memberikan informasi sehubungan dengan topik penelitian.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan pelengkap data primer yang umumnya diperoleh dari sumber kepustakaan seperti literatur - literatur, bahan kuliah, catatan, laporan, maupun dokumentasi selama penelitian, situs website internet, karya tulis, buku, dan sumber - sumber lainnya yang erat hubungannya dengan penelitian ini.

Metode Penentuan Sampel

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2004:72). Sedangkan sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki dan oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2004:73).

Populasi dari penelitian ini adalah seluruh tenaga kerja pada kawasan industri di Jakarta Utara yang menggemari atau mengkonsumsi buah lokal. Adapun sampel dari penelitian ini adalah bagian dari populasi tenaga kerja

yang menggemari atau mengkonsumsi buah lokal pada kawasan industri di Jakarta Utara.

Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode convenience sampling, karena populasi yang diteliti bersifat infinite yang berarti jumlah dan identitas anggota populasi tersebut tidak diketahui secara jelas. Convenience sampling merupakan cara pengambilan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang kebetulan bertemu dan mempunyai kriteria sebagai responden (Sugiyono, 2006:250).

Menurut Santoso dan Tjiptono (2001:89) metode convenience sampling (accidental sampling) adalah prosedur sampling yang memilih sampel dari orang atau unit yang paling mudah dijumpai atau diakses. Sedangkan menurut Sugiyono (2004:77) accidental sampling yaitu teknik mengambil sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dan bersedia menjadi responden penelitian dan cocok sebagai sumber data.

Dalam metode ini pengambilan sampel dilakukan secara acak, dimana jumlah sampel minimum harus dihitung secara matematis berdasarkan probabilitas. Metode untuk menentukan jumlah sampel dalam penelitian ini adalah metode Slovin (Sevilla et. al., dalam Sugiyono, 2004:182), dengan rumus sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Dimana berarti :

n = Jumlah sampel yang diambil

N = Jumlah populasi

e = Batas toleransi kesalahan

Berdasarkan data jumlah tenaga kerja industri diatas, populasi karyawan industri pada tahun 2011 yaitu 150.430 pekerja, dengan toleransi kesalahan sebesar 10% maka penghitungan jumlah sampel yang didapat yaitu :

$$n = \frac{150.430}{1 + 150.430 (10\%)^2} = 99,93 \text{ responden}$$

Jadi berdasarkan rumus diatas, jumlah sampel yang diambil yaitu sebanyak 99,93 responden, atau dibulatkan menjadi 100 responden untuk memudahkan perhitungan. Dalam pelaksanaannya, peneliti akan mewawancarai responden dengan menggunakan kuesioner yang telah di uji validitas dan reliabilitas. Pengambilan data dilakukan selama satu bulan yang dimulai tanggal 23 Juni – 23 Juli 2014. Kuesioner yang digunakan terbagi dalam 5 bagian, yaitu pertanyaan mengenai identitas responden, pernyataan dari komponen kesadaran, pernyataan dari komponen persepsi, pernyataan dari komponen preferensi konsumen, serta pernyataan dari komponen perilaku konsumen dalam mengkonsumsi buah lokal.

Penyebaran kuesioner dilakukan di berbagai tempat antara lain di PT. Indofood Sukses Makmur

Bogasari Flour Mills, PT. Volvo Karoseri, PT. Kayaba Indonesia, PT. Denso, PT. Mayora, PT. Toyota Motor, Mall Kelapa Gading, Depot Pujasera Sunter, Seven Eleven Sunter, Pusat Industri Kecil Cakung, PT. Pertamina LPG Persero, PT. Pertamina Oil Product, PT. Mandom dan beberapa tempat lain yang cukup strategis, dengan pertimbangan kemudahan pemberian izin untuk penelitian. Responden yang diambil disesuaikan berdasarkan pada ketersediaan dan kemudahan untuk mendapatkannya. Rata – rata dibutuhkan waktu selama 10 – 20 menit untuk mengisi kuesioner. Responden dapat menanyakan langsung pada peneliti jika terdapat pertanyaan yang kurang dipahami.

Metode Pengambilan Data

Menurut Sugiyono (2004:137) terdapat dua hal yang mempengaruhi kualitas data hasil penelitian, diantaranya kualitas instrumen penelitian dan kualitas metode pengambilan data. Kualitas instrumen penelitian berkaitan dengan uji validitas dan reliabilitas yang dilakukan, sedangkan kualitas metode pengambilan data berkenaan dengan ketepatan cara – cara yang digunakan untuk mengumpulkan data yang menjadi informasi penting yang diperlukan dalam proses pengambilan keputusan. Dalam penelitian ini, pengambilan data dilakukan dengan menggunakan metode berikut

Interview (Wawancara)

Menurut Sugiyono (2004:130), wawancara atau interview digunakan sebagai metode pengambilan data, apabila peneliti ingin mengetahui hal – hal yang lebih mendalam dari responden. Wawancara ini diajukan kepada responden untuk

memudahkan responden mengisi dan memahami pertanyaan atau pernyataan yang diajukan dalam kuesioner.

Tinjauan Pustaka

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan beberapa kajian pustaka seperti pengamatan, pencatatan, serta pencarian informasi tambahan yang didapat dari internet, tinjauan pustaka, dan hasil penelitian terdahulu. Tinjauan pustaka dan konsep yang digunakan terkait mengenai pengertian kesadaran, persepsi, dan preferensi terhadap perilaku mengkonsumsi buah lokal.

Variabel Penelitian

Variabel penelitian merupakan suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2009:39), atau dengan kata lain variabel merupakan objek penelitian atau apa yang menjadi titik perhatian suatu penelitian (Arikunto, 2002:96).

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini dapat diklasifikasikan menjadi: (1) variabel independen (bebas), yaitu variabel yang menjelaskan dan mempengaruhi variabel lain, serta (2) variabel dependen (terikat), yaitu variabel yang dijelaskan dan dipengaruhi oleh variabel dependen.

a. Variabel Independen (X)

Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen (Sugiyono, 2009:39) Variabel independen dalam penelitian ini terdiri dari :

1. Variabel kesadaran konsumen (X1), dengan sub variabel sebagai berikut :
 - a. Pengetahuan
 - b. Sikap
 - c. Tindakan
2. Variabel persepsi konsumen (X2), dengan sub variabel sebagai berikut :
 - a. Pelaku Persepsi
 - b. Target
 - c. Situasi
3. Variabel preferensi konsumen (X3), dengan sub variabel berikut ini :
 - a. Pengalaman sebelumnya
 - b. Kepercayaan turun - temurun
 - c. Atribut produk
 - d. Kepentingan
 - e. Kepuasan

b. Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel independen (Sugiyono, 2009:40). Variabel dependen adalah variabel yang nilainya tergantung pada variabel lain, dimana nilainya akan berubah jika variabel yang mempengaruhinya berubah. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah perilaku konsumen dalam mengkonsumsi buah lokal segar (Y) dengan sub variabel sebagai berikut :

- a. Budaya
- b. Sosial
- c. Pribadi
- d. Psikologi

Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel adalah suatu definisi yang diberikan pada suatu variabel dengan memberikan arti atau menspesifikasikan kegiatan atau membenarkan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur variabel

tersebut (Nazir, 2005:126). Definisi operasional dari masing – masing variabel sebagai berikut :

a. Kesadaran Konsumen (X1)

Kesadaran merupakan tahap pertama dalam proses adopsi terhadap perilaku konsumen dalam mengkonsumsi buah lokal dengan indikator sebagai berikut (Soekanto dalam Nurhidayat, 2006:11-12) :

1. Pengetahuan
 - a) Tingkat pendidikan konsumen
 - b) Sumber informasi mengenai buah lokal
 - c) Kondisi ekonomi konsumen
 - d) Hubungan sosial konsumen dengan lingkungan
 - e) Pengalaman di masa lalu terkait konsumsi buah lokal
 - f) Kondisi fisik konsumen setelah konsumsi buah lokal
 - g) Kondisi rohani/ psikis konsumen setelah konsumsi buah lokal
2. Sikap
 - a) Menerima keberadaan buah lokal
 - b) Merespon potensi buah lokal
 - c) Menghargai keberadaan buah lokal
 - d) Bertanggung jawab mengenai buah apa yang akan dikonsumsi
3. Tindakan
 - a) Pandangan konsumen terkait kualitas buah lokal
 - b) Respon terpimpin dalam mengkonsumsi buah lokal
 - c) Mekanisme konsumen untuk mengkonsumsi buah lokal
 - d) Adopsi perilaku mengkonsumsi buah lokal

b. Persepsi Konsumen (X2)

Persepsi merupakan kecenderungan konsumen dalam melihat objek yang sama dengan cara

yang berbeda – beda, dalam hal ini setiap konsumen memiliki cara pandang yang berbeda – beda terkait perilaku konsumen dalam mengkonsumsi buah lokal. Adapun indikator yang digunakan yaitu sebagai berikut (Robbin, 1996:124) :

1. Pelaku persepsi
 - a) Motif dalam mengkonsumsi buah lokal
 - b) Pengalaman di masa lalu
 - c) Pengharapan kualitas fisik dan rasa buah lokal
2. Target
 - a) Pencarian hal yang baru dalam konsumsi buah
 - b) Suara yang membentuk perilaku mengkonsumsi buah lokal
 - c) Ukuran buah lokal yang diharapkan
 - d) Latar belakang mengkonsumsi buah lokal
 - e) Kedekatan lokasi untuk memudahkan konsumsi buah lokal
3. Situasi
 - a) Waktu mengkonsumsi buah lokal
 - b) Objek atau buah lokal yang dipersepsikan
 - c) Kebiasaan sosial dalam mengkonsumsi buah lokal

c. Preferensi Konsumen (X3)

Preferensi merupakan kesukaan konsumen terhadap suatu produk sehingga konsumen memutuskan untuk mengkonsumsi produk tersebut, dalam hal ini kesukaan konsumen terhadap buah lokal sehingga melakukan pembelian secara berulang untuk dikonsumsi. Adapun indikator yang digunakan yaitu sebagai berikut (Lilien, Kotler dan Moriarty dalam Simamora, 2003:88) :

1. Atribut : Kesukaan konsumen terhadap kualitas fisik dan rasa

2. Kepentingan : Motif konsumen mengkonsumsi buah lokal
3. Kepercayaan : Keyakinan konsumen pada kualitas buah lokal
4. Pengalaman : Pengalaman mengkonsumsi buah lokal di masa lalu
5. Kepuasan : Konsumen melakukan pembelian secara berulang

d. Perilaku Konsumen dalam Mengonsumsi Buah Lokal (Y)

Perilaku konsumen dalam mengonsumsi buah lokal yaitu tindakan konsumen yang menunjukkan kebiasaan mengonsumsi buah lokal, dengan indikator sebagai berikut (Kotler dalam Amirulloh, 2002:33) :

Uji Instrumen Penelitian

Salah satu teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan kuesioner. Sebelum kuesioner dijadikan alat pengumpul data, terlebih dahulu perlu dilakukan uji coba instrumen penelitian. Uji coba instrumen penelitian dilakukan untuk mengetahui kekurangan atau kelemahan dari kuesioner yang telah disusun. (Arikunto, 2002:144) mengungkapkan bahwa instrumen yang baik harus memenuhi dua persyaratan penting yaitu uji validitas dan reliabilitas.

Pada saat pra penelitian, pengujian validitas dan reliabilitas dilakukan menggunakan komputer dengan bantuan program SPSS versi 18.0. Pengujian dilakukan terhadap 30 responden pra penelitian dengan tujuan untuk mendekati kurva normal. Responden yang digunakan untuk pra penelitian adalah rsesponden yang

memiliki kriteria seperti sampel pada kawasan industri di Jakarta Utara. Pada pra penelitian, dalam kuesioner terdapat 60 butir pernyataan yang terdiri dari 12 butir pernyataan dari komponen variabel persepsi konsumen, 19 butir pernyataan dari komponen variabel kesadaran, 12 butir pernyataan dari komponen variabel preferensi konsumen dan 17 butir pernyataan dari variabel perilaku konsumen dalam mengonsumsi buah lokal.

Berdasarkan pengujian validitas data saat pra penelitian terdapat beberapa pernyataan yang dinilai tidak valid yang terdiri dari 4 pernyataan dari variabel kesadaran konsumen, 1 pernyataan dari variabel persepsi konsumen, 7 pernyataan dari variabel preferensi dan 2 pernyataan dari variabel perilaku mengonsumsi buah lokal, sehingga total butir pernyataan yang dinilai valid untuk penyusunan kuesioener adalah sebanyak 46 butir pernyataan.

Uji Validitas Data

Validitas adalah alat ukur yang digunakan dalam pengukuran atau dapat digunakan untuk mengukur apa yang hendak diukur (Hasan, 2006:15). Uji validitas dimaksudkan untuk menguji ketepatan item - item dalam kuesioner, apakah item - item yang ada mampu menggambarkan dan menjelaskan variabel yang akan diteliti. Instrumen yang valid mempunyai validitas yang tinggi, begitu juga sebaliknya jika instrumen penelitian tersebut kurang valid maka memiliki validitas yang rendah.

Dalam pengujian validitas untuk tiap butir pertanyaan dalam kuesioner dilakukan dengan menggunakan analisis item, yaitu dengan menghitung skor tiap butir pertanyaan (item) dengan skor total

menggunakan teknik Pearson sebagai berikut (Singarimbun dan Effendi, 1995:137)

$$r = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n \sum X^2 - (\sum X)^2][n \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Dimana,

r = Nilai *Pearson*

N = Banyaknya sampel

$\sum X$ = Jumlah skor tiap item

$\sum Y$ = Jumlah skor total

Kriteria pengujian yang digunakan sebagai berikut :

Jika r hitung > r tabel maka pernyataan dinyatakan valid

Jika r hitung < r tabel maka pernyataan dinyatakan tidak valid Pada saat pengujian validitas data, peneliti menggunakan alat bantu yaitu program komputer SPSS versi 18.0, dimana jika suatu alat ukur mempunyai nilai r hitung yang signifikan antara skor item terhadap skor totalnya maka dikatakan alat skor tersebut adalah valid.

Uji Reliabilitas Data

Uji reliabilitas merupakan indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan (Aconk dalam Singarimbun dan Effendi, 1995:140). Sehingga suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengujian reliabilitas dilakukan dengan cara mengkorelasikan skor antar item - item variabel yang terdapat dalam instrumen penelitian. Sedangkan dalam pengambilan keputusan uji reliabilitas, suatu instrumen dikatakan reliabel jika nilai Cronbach Alpha lebih besar dari 0,60

(Ghozali, 2001:57). Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan rumus Cronbach Alpha (Arikunto, 2002:193), dengan rumus sebagai berikut :

$$r = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_i^2}{\sigma^2} \right)$$

Dimana :

r = Reliabilitas instrumen

k = Banyaknya pertanyaan

σ_i = Jumlah varian total (butir)

σ^2 = Varian total

Dalam melakukan perhitungan *Cronbach Alpha*, peneliti menggunakan alat bantu program komputer yaitu SPSS versi 18.0, dimana instrumen dapat dikatakan reliabel bila nilai Alpha Cronbach lebih besar dari 0,60.

Uji Asumsi Klasik

Menurut Sarwono (2006,115-117) bahwa uji asumsi klasik dilakukan untuk mengetahui apakah model estimasi telah memenuhi kriteria ekonometrika, dalam arti tidak terjadi penyimpangan yang cukup serius dari asumsi - asumsi yang harus dipenuhi dalam metode *Ordinary Least Square* (OLS). Terdapat enam asumsi yang diperlukan dalam penaksiran OLS, yaitu :

1. Rata - rata kesalahan pengganggu (e) sama dengan nol;
2. Kesalahan pengganggu berbentuk distribusi normal;
3. Kesalahan pengganggu tidak berkorelasi dengan variabel independen;
4. Tidak adanya Autokorelasi antar gangguan (e);

5. Tidak adanya Multikolinearitas; dan
6. Varian kesalahan pengganggu tetap (tidak terjadi Heteroskedastisitas).

Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas adalah suatu keadaan dimana terdapatnya hubungan yang linear atau mendekati linear diantara variabel - variabel bebas. Dalam penelitian ini teknik untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas dalam model regresi adalah dengan melihat nilai *Variance Inflation Factor (VIF)*, dan nilai *tolerance*. Apabila nilai *tolerance* mendekati 1, dan nilai VIF disekitar angka 1 serta tidak lebih dari 10, maka dapat disimpulkan tidak terjadimultikolinearitas antara variabel bebas dalam suatu model regres (Sarwono, 2006:116).

Uji Normalitas

Menurut Sarwono (2006:116) bahwa uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi, variabel terikat, variabel bebas atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah jika memiliki distribusi data normal atau penyebaran data statistik pada sumbu diagonal dari grafik distribusi normal. Pengujian normalitas dalam penelitian ini digunakan dengan melihat *normal probability plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dari data sesungguhnya dengan distribusi kumulatif dari data normal.

Adapun dasar pengambilan keputusan untuk uji normalitas data sebagai berikut :

- a) Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram menunjukkan

distribusi normal, maka model regresi tersebut memenuhi asumsi normalitas.

- b) Jika data menyebar jauh dari diagonal dan atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan distribusi normal, maka model regresi tersebut tidak memenuhi asumsi normalitas.

Uji Heteroskedastisitas

Menurut Sarwono (2006:117) behaw uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Cara mendeteksi heteroskedastisitas adalah dengan melihat ada atau tidaknya pola tertentu pada grafik *Scatterplot* antara SRESID dan ZPRED, dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual (Yprediksi – Ysesungguhnya) yang telah di-*standardized*.

Adapun dasar pengambilan keputusan untuk uji heteroskedastisitas sebagai berikut :

- a) Jika terdapat pola seperti titik yang membentuk pola tertentu atau teratur (bergelombang, melebur kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
- b) Jika tidak ada pola yang jelas, serta terdapat titik - titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Metode Analisis Data

Ardhana dalam Moleong (2002:103) mengungkapkan bahwa analisis data adalah proses mengatur urutan data, mengorganisasikanya ke dalam suatu pola, kategori, dan satuan

uraian dasar. Adapun Taylor (1995:79) mendefinisikan analisis data sebagai proses yang merinci usaha secara formal untuk menemukan tema dan merumuskan hipotesis (ide) seperti yang disarankan dan sebagai usaha untuk memberikan bantuan dan tema pada hipotesis. Sehingga dapat disimpulkan bahwa metode analisis data adalah proses menyusun data secara sistematis yang diperoleh dari observasi melalui pengorganisasian data ke dalam kategori, melakukan hipotesa sampai membuat kesimpulan secara lengkap.

Menurut Sugiyono (2004:15), metode kuantitatif adalah metode yang digunakan untuk meneliti populasi pada sampel tertentu yang pada umumnya dilakukan secara random dengan menggunakan instrumen penelitian untuk menguji hipotesis yang diterapkan. Analisis kuantitatif pada penelitian ini menggunakan bantuan komputer dengan program *Statistical Product and Service Solution* (SPSS) versi 18.0. Data yang diperoleh akan diolah kemudian dianalisis dengan metode regresi linear berganda.

Persamaan regresi berganda dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen atau bebas yaitu kesadaran konsumen (X1), persepsi konsumen (X2) dan preferensi konsumen (X3) terhadap perilaku konsumen dalam mengkonsumsi buah lokal (Y). Adapun rumus matematis dari regresi berganda yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Dimana,	
Y	= Perilaku konsumen dalam mengkonsumsi buah lokal
a	= Konstanta
b ₁ , b ₂ , b ₃	= Koefisien regresi
X ₁	= Variabel kesadaran konsumen
X ₂	= Variabel persepsi konsumen
X ₃	= Variabel preferensi konsumen

e = Faktor pengganggu

Menurut Arikunto (1996: 67) hipotesis adalah penjelasan yang bersifat sementara yang diajukan dalam sebuah penelitian. Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan, maka hipotesis yang diajukan sebagai berikut :

Ho = Tidak ada pengaruh kesadaran, persepsi dan preferensi kosumen terhadap perilaku konsumen dalam mengkonsumsi buah lokal pada kawasan industri di Jakarta Utara.

H1 = Terdapat pengaruh kesadaran, persepsi dan preferensi konsumen terhadap perilaku konsumen dalam mengkonsumsi buah lokal pada kawasan industri di Jakarta Utara.

Untuk memvalidasi bentuk persamaan regresi linear berganda diatas maka perlu dilakukan uji statistik sebagai berikut :

a. Uji t – Statistik

Uji t atau uji signifikan parsial dilakukan untuk menguji apakah setiap variabel bebas memiliki pengaruh atau tidak terhadap variabel terikat. Uji t dilakukan dengan membandingkan nilai t hitung dengan nilai t tabel (Widarjono, 2007:69). Adapun kriteria yang digunakan sebagai berikut :

Ho ditolak apabila : $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $Sig < \alpha$, derajat bebas tertentu

H1 ditolak apabila : $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $Sig > \alpha$, derajat bebas tertentu

b. Uji F- Statistik

Uji F- Statistik dilakukan untuk melihat apakah semua variabel independen dalam model secara bersama – sama memiliki pengaruh yang nyata terhadap variabel independen yang diteliti. Uji F dilakukan dengan membandingkan nilai Fhitung dengan nilai Ftabel atau dengan membandingkan nilai signifikansi dari Fhitung dengan nilai α (Widarjono, 2007:73). Adapun kriteria untuk uji F yang digunakan sebagai berikut :

Ho ditolak apabila : Fhitung > Ftabel atau Sig < α , derajat bebas tertentu

H1 ditolak apabila : Fhitung < Ftabel atau Sig > α erajat bebas tertentu

c. Koefisien Determinasi (R2)

Koefisien determinasi dihitung untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah $0 < R^2 < 1$. Nilai R2 yang kecil menandakan bahwa kemampuan variabel - variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Adapun nilai yang mendekati satu menandakan bahwa variabel – variabel independen mampu memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Widarjono, 2007:71).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Validitas

Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung (nilai *Corrected Item – Total Correlation* pada *Output Cronbach Alpha*) dengan nilai r tabel untuk *degree of freedom* (df) = n – 2. Pada

penelitian ini jumlah sampel yang digunakan (n) = 100 dan besarnya df dapat dihitung dengan cara $100 - 2 = 98$. Sehingga dengan df = 98 dan $\alpha = 0,05$ maka didapat r tabel dengan uji dua sisi = 0,196.

Berdasarkan pengujian validitas yang dilakukan diketahui bahwa nilai r hitung dari semua indikator variabel lebih besar dari nilai r tabel. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa semua indikator dalam penelitian ini adalah valid, terkecuali pada 4 indikator pada pernyataan variabel kesadaran konsumen, dan 4 indikator pada pernyataan variabel perilaku konsumen dalam mengkonsumsi buah lokal, sehingga didapatkan 38 butir pernyataan yang dinilai valid yang secara terperinci`

Uji Reliabilitas Data

Dalam pengambilan keputusan uji reliabilitas, suatu instrumen dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,60 (Ghozali, 2001:57). Berdasarkan pengujian reliabilitas diketahui bahwa semua variabel memiliki nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,60, sehingga dapat disimpulkan bahwa keseluruhan variabel dalam penelitian ini reliabel. Adapun hasil uji reliabilitas secara terperinci dapat dilihat pada Lampiran 7.

Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk mengetahui apakah hasil estimasi model perilaku konsumen dalam mengkonsumsi buah lokal yang dilakukan telah terbebas dari gejala heteroskedastisitas, multikolinearitas dan data terdistribusi normal.

Uji Normalitas

Berdasarkan hasil uji normalitas yang secara terperinci dapat dilihat pada Lampiran 8, diketahui bahwa data menyebar di sekitar garis diagonal sehingga menunjukkan distribusi normal. Sehingga model regresi dalam penelitian ini telah memenuhi asumsi normalitas.

Uji Multikolinearitas

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas yang secara terperinci dapat dilihat pada Lampiran 8, diketahui bahwa kesadaran konsumen (X1) memiliki VIF sebesar 1.472 dengan nilai *tolerance* 0.680, persepsi konsumen (X2) dengan VIF sebesar 1.436 dan nilai *tolerance* 0.696, serta preferensi konsumen (X3) dengan VIF sebesar 1.522 dengan nilai *tolerance* 0.657, sehingga seluruh variabel bebas memiliki nilai VIF < 10 dan *tolerance* mendekati 1, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multiokolinearitas antara variabel bebas dalam model regresi yang digunakan.

Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan grafik *scatterplot* hasil uji heteroskedastisitas yang secara terperinci dapat dilihat pada Lampiran 8, terlihat titik – titik menyebar secara acak baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi yang digunakan. Dengan demikian, asumsi normalitas, multikolinearitas dan heteroskedastisitas dalam model regresi telah terpenuhi.

Model Perilaku Konsumen dalam Mengonsumsi Buah Lokal di

Kawasan Industri di Jakarta Utara Tahun 2014

Berikut adalah model regresi linear berganda yang merumuskan pengaruh kesadaran, persepsi dan preferensi konsumen terhadap perilaku mengonsumsi buah lokal pada kawasan industri di Jakarta Utara.

Tabel 23 Hasil Dugaan Pengaruh Kesadaran, Persepsi, dan Preferensi Konsumen terhadap Perilaku Mengonsumsi Buah Lokal di Kawasan Industri Jakarta Utara Tahun 2014

Variabel	Koefisien	T _{hitung}	Sig	F _{hitung}	Sig	R ² Square
Konstanta	-7,760	-2,301	0,024	44,143	0,000	0,580
Kesadaran	0,443	4,507	0,000			
Persepsi	0,054	0,629	0,531			
Preferensi	0,543	5,867	0,000			
t _{tabel} = 1,984						
F _{tabel} = 2,70						

Berdasarkan Tabel 23 di atas, maka diperoleh model perilaku konsumen dalam mengonsumsi buah lokal sebagai berikut :

$$Y = -7,760 + 0,443X_1 + 0,054 X_2 + 0,543 X_3$$

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur besarnya kontribusi dari variabel independen yang diteliti terhadap variabel dependen. Jika nilai R² hitung semakin besar (mendekati satu) maka kontribusi dari variabel independen terhadap variabel dependen semakin besar. Hal ini mengindikasikan bahwa model yang digunakan semakin kuat untuk menerangkan variasi variabel dependen. Berdasarkan hasil analisis yang terdapat pada Tabel 23, maka diperoleh koefisien determinasi (R²) sebesar 0,580. Hal ini menunjukkan bahwa 58% perilaku konsumen dalam mengonsumsi buah lokal di kawasan industri di Jakarta Utara dapat dijelaskan oleh variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kesadaran, persepsi dan preferensi konsumen. Sedangkan sebanyak 42% sisanya dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian ini.

Uji F dilakukan untuk mengetahui apakah variabel bebas secara bersama – sama dapat

berpengaruh nyata terhadap variabel terikat yang diteliti, dimana nilai df_1 merupakan hasil $k-1$, dan k merupakan jumlah variabel bebas dan terikat. Sedangkan df_2 didapat dari $n - k$, dengan n adalah jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian. Uji F dilakukan dengan membandingkan F_{hitung} dengan F_{tabel} atau dengan membandingkan nilai signifikansi dengan nilai α , dengan ketentuan sebagai berikut :

H_0 : ditolak, jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau Signifikansi $< \alpha$

H_1 : ditolak, jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau Signifikansi $> \alpha$

Berdasarkan hasil uji F yang terlihat pada Tabel 23 di atas diketahui bahwa pada taraf kepercayaan sebesar 5% dan $df_1 = 3$ dan $df_2 = 96$ maka didapatkan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($44,143 > 2,70$) atau signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ maka tolak H_0 dan H_1 diterima yang berarti terdapat pengaruh kesadaran, persepsi dan preferensi konsumen secara bersama - sama terhadap perilaku konsumen dalam mengkonsumsi buah lokal di kawasan industri di Jakarta Utara.

Uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas secara individual terhadap variabel terikat yang diteliti. Variabel bebas yang diduga berpengaruh terhadap perilaku mengkonsumsi buah lokal di kawasan industri di Jakarta Utara adalah kesadaran, persepsi dan preferensi konsumen yang kemudian akan dibandingkan dengan t_{tabel} dan t_{hitung} atau dengan membandingkan nilai signifikansi dengan nilai α , dengan ketentuan sebagai berikut :

H_0 : ditolak, jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau Signifikansi $< \alpha$

H_1 : ditolak, jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau Signifikansi $> \alpha$

Berdasarkan analisis data, maka analisis uji t dapat dilihat pada Tabel 23 dengan taraf signifikansi 5%, dengan $(n) = 100$ responden serta $DK = n - 1 = 100 - 1 = 99$, sehingga dari ketentuan tersebut diperoleh t tabel sebesar 1,984.

Dengan membandingkan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} atau nilai signifikansi dengan nilai α maka didapat hasil sebagai berikut :

- a. Variabel kesadaran dengan $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan nilai $4,507 > 1,984$ atau dengan nilai probabilitas sebesar $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima yang berarti kesadaran konsumen mempunyai pengaruh yang nyata terhadap perilaku mengkonsumsi buah lokal pada kawasan industri di Jakarta Utara.
- b. Variabel persepsi dengan $t_{hitung} < t_{tabel}$ dengan nilai $0,629 < 1,984$ atau dengan nilai probabilitas sebesar $0,531 > 0,05$ maka terima H_0 dan H_1 ditolak yang berarti persepsi seseorang tidak mempunyai pengaruh yang nyata terhadap perilaku mengkonsumsi buah lokal pada kawasan industri di Jakarta Utara.
- c. Variabel preferensi dengan $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan nilai $5,867 > 1,984$ atau dengan nilai probabilitas sebesar $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima yang berarti preferensi seseorang mempunyai pengaruh yang nyata terhadap perilaku mengkonsumsi buah lokal pada kawasan industri di Jakarta Utara.

Berdasarkan model perilaku konsumen dalam mengkonsumsi buah lokal tersebut diperoleh nilai konstanta sebesar -7,760 yang berarti

jika skor variabel kesadaran, persepsi dan preferensi dianggap tidak ada atau sama dengan nol, maka skor variabel perilaku konsumen dalam mengkonsumsi buah lokal berkurang. Dengan kata lain perilaku konsumen dalam mengkonsumsi buah lokal akan berada pada tingkat -7,760, hal ini menunjukkan bahwa responden tanpa memiliki kesadaran, persepsi dan preferensi terhadap konsumsi buah lokal akan berperilaku mengkonsumsi buah impor.

Pengaruh Kesadaran Konsumen terhadap Perilaku Konsumen dalam Mengkonsumsi Buah Lokal di Kawasan Industri di Jakarta Utara Tahun 2014

Model perilaku konsumen dalam mengkonsumsi buah lokal memiliki koefisien dari masing – masing variabel bebas yang akan menentukan nilai dugaan jika terjadi perubahan. Variabel kesadaran (X1) memiliki koefisien bernilai positif sebesar 0,443. Tanda positif ini menunjukkan pengaruh yang searah antara kesadaran seseorang dalam mengkonsumsi buah lokal dengan perilaku konsumen dalam mengkonsumsi buah lokal. Dengan kata lain jika kesadaran konsumen dalam mengkonsumsi buah lokal meningkat sebesar satu satuan maka akan terjadi peningkatan perilaku konsumen dalam mengkonsumsi buah lokal sebesar 0,443 satuan.

Variabel kesadaran memiliki t hitung > t tabel dengan nilai $4,507 > 1,985$, yang berarti kesadaran seseorang mempunyai pengaruh yang nyata terhadap perilaku konsumen dalam mengkonsumsi buah lokal di kawasan industri di Jakarta Utara. Hasil ini menunjukkan bahwa kesadaran akan membentuk perilaku seseorang, dalam hal ini perilaku

konsumen dalam mengkonsumsi buah lokal.

Berdasarkan hasil tabulasi komponen kesadaran konsumen yang secara terperinci dapat dilihat pada Lampiran 3, didapatkan indikator dengan total skor terendah dan tertinggi. Indikator terendah yaitu tindakan konsumen untuk mengadopsi perilaku mengkonsumsi buah lokal untuk membantu kesejahteraan petani lokal dengan total skor 342. Hal ini menunjukkan bahwa kesadaran konsumen untuk mengkonsumsi buah lokal tidak mempertimbangkan pada aspek kebenaran tindakan tersebut, dalam hal ini membantu kesejahteraan petani lokal.

Adapun indikator dengan total skor tertinggi atau dominan yaitu kondisi fisik konsumen setelah mengkonsumsi buah lokal dengan total skor 422. Hal ini menunjukkan bahwa kesadaran konsumen terbentuk dari kondisi internal seseorang dalam hal ini kondisi fisik setelah mengkonsumsi buah lokal yang merasa lebih segar karena merasakan manfaat nutrisi buah bagi tubuh.

Menurut Halawa dalam Santoso (2010:11) bahwa kesadaran merupakan unsur dalam diri manusia yang berguna untuk memahami realitas dan menunjukkan bagaimana cara bertindak atau menyikapi realitas tertentu. Pada fase ini, konsumen mulai memahami mengenai dampak kebijakan pemerintah terkait perdagangan bebas khususnya produk buah – buahan. Konsumen memahami realitas bahwa seiring waktu berjalan, semakin banyak buah impor yang masuk di pasaran yang dinilai memiliki kualitas rasa yang lebih baik (stabil), tampilan warna yang menarik, kebersihan yang terjaga melalui pengemasan serta

harga yang cukup bersaing dengan buah lokal. Sehingga konsumen menunjukkan bagaimana cara bertindak untuk menyikapi realitas tersebut dengan sadar bahwa membeli buah lokal dapat membantu meningkatkan kesejahteraan petani lokal.

Pengaruh Persepsi Konsumen terhadap Perilaku Konsumen dalam Mengkonsumsi Buah Lokal di Kawasan Industri di Jakarta Utara Tahun 2014

Koefisien regresi untuk persepsi (X2) juga bernilai positif sebesar 0,054. Tanda positif ini menunjukkan pengaruh yang searah antara persepsi seseorang terhadap buah lokal dengan perilaku seseorang dalam mengkonsumsi buah lokal. Artinya jika persepsi seseorang dalam mengkonsumsi buah lokal meningkat sebesar satu satuan, maka akan terjadi peningkatan perilaku seseorang dalam mengkonsumsi buah lokal sebesar 0,054 satuan.

Variabel persepsi mempunyai $t_{hitung} < t_{tabel}$ dengan nilai $0,629 < 1,985$, yang berarti persepsi seseorang tidak mempunyai pengaruh yang nyata terhadap perilaku mengkonsumsi buah lokal pada kawasan industri di Jakarta Utara. Hal ini menunjukkan bahwa stimulus yang ditujukan pada konsumen sudah cukup baik direspon oleh konsumen meskipun tidak memberikan pengaruh yang nyata terhadap perilaku konsumen dalam mengkonsumsi buah lokal di Jakarta Utara, karena persepsi seseorang terhadap suatu objek pasti berbeda – beda.

Pengaruh Preferensi Konsumen terhadap Perilaku Konsumen dalam Mengkonsumsi Buah Lokal

di Kawasan Industri di Jakarta Utara Tahun 2014

Koefisien regresi untuk preferensi (X3) pun bernilai positif sebesar 0,543. Tanda positif ini menunjukkan pengaruh searah antara preferensi seseorang dalam mengkonsumsi buah lokal terhadap perilaku konsumen dalam mengkonsumsi buah lokal. Artinya jika terdapat peningkatan preferensi seseorang dalam mengkonsumsi buah lokal maka akan terjadi peningkatan perilaku konsumen dalam mengkonsumsi buah lokal sebesar 0,543 satuan.

Variabel preferensi memiliki $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan nilai $5,867 > 1,985$, yang berarti preferensi seseorang mempunyai pengaruh yang nyata terhadap perilaku konsumen dalam mengkonsumsi buah lokal di kawasan industri di Jakarta Utara. Berdasarkan hasil tabulasi komponen preferensi konsumen yang secara terperinci dapat dilihat pada Lampiran 5, didapatkan indikator dengan total skor terendah dan tertinggi. Indikator terendah yaitu kepentingan konsumen untuk menunjukkan preferensi terhadap perilaku konsumen dalam mengkonsumsi buah lokal dengan total skor 351. Hal ini menunjukkan bahwa preferensi konsumen untuk mengkonsumsi buah lokal tidak mempertimbangkan pada aspek kepentingan tersebut, Kondisi ini dapat dikaitkan dengan kualitas produk pesaing (buah impor) yang dinilai masih lebih unggul sehingga mampu memenuhi kepentingan konsumen.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Karakteristik responden penelitian didominasi oleh distribusi jenis kelamin 74% laki – laki, distribusi rentang usia 19 – 24 tahun sebanyak 28% , distribusi status pernikahan 64% telah menikah, distribusi tingkat pendidikan sarjana sebanyak 60%, distribusi status pekerjaan 72% sebagai karyawan industri besar milik swasta, distribusi besaran pendapatan/ bulan Rp. 2.200.000 – Rp. 3.360.000 sebanyak 58%, distribusi besaran pengeluaran untuk konsumsi buah lokal/ bulan Rp. 75.000 – Rp. 260.000 sebanyak 79%, serta distribusi besaran pengeluaran untuk konsumsi non buah/ bulan Rp. 1.900.000 - Rp. 3.010.000 sebanyak 56%.
2. Kesadaran konsumen (X1) berpengaruh positif nyata terhadap perilaku konsumen dalam mengkonsumsi buah lokal pada kawasan industri di Jakarta Utara dengan indikator dominan yaitu kondisi fisik konsumen setelah mengkonsumsi buah lokal dengan total skor 422.
3. Persepsi konsumen (X2) berpengaruh positif tidak nyata terhadap perilaku konsumen dalam mengkonsumsi buah lokal pada kawasan industri di Jakarta Utara dengan indikator dominan yaitu waktu konsumen dalam mengkonsumsi buah lokal dengan total skor 399.

4. Preferensi konsumen (X3) berpengaruh positif nyata terhadap perilaku konsumen dalam mengkonsumsi buah lokal pada kawasan industri di Jakarta Utara dengan indikator dominan yaitu atribut produk dimana konsumen mendapatkan kemudahan dalam memperoleh buah lokal di pasaran dengan total skor 431.
5. a) Kesadaran (X1), persepsi (X2), dan preferensi konsumen (X3) berpengaruh secara bersama – sama terhadap perilaku mengkonsumsi buah lokal pada kawasan industri di Jakarta Utara. b) Kemampuan variabel bebas kesadaran (X1), persepsi (X2), dan preferensi konsumen (X3) dalam menjelaskan variabel terikat perilaku konsumen dalam mengkonsumsi buah lokal pada kawasan industri di Jakarta Utara sebesar 58%, sedangkan sisanya sebesar 42% dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian ini.

Saran

Berdasarkan hasil temuan dalam penelitian ini maka dapat dikemukakan beberapa saran sebagai upaya untuk membantu mengatasi masalah perilaku konsumen dalam mengkonsumsi buah lokal di kawasan industri di Jakarta Utara sebagai berikut :

1. Dari sisi akademis :
 - a. Melakukan penelitian dengan variabel bebas yang berbeda atau dengan menambah jumlah variabel bebas yang lain
 - b. Peneliti perlu memperbanyak sampel agar generalisasi hasil lebih akurat. Menambah jenis

- buah selain buah lokal yaitu dengan buah non lokal (buah impor) sebagai objek penelitian, namun menggunakan alat analisis yang berbeda sehingga penelitian lebih bervariasi
- d. Penelitian selanjutnya hendaknya dilakukan di berbagai banyak tempat yang memiliki potensi unggul lainnya
 2. Seorang pemasar hendaknya memberikan stimulus kepada konsumen secara intensif terkait dengan kelebihan dan kekurangan dari kualitas buah lokal yang berada di kawasan industri di Jakarta Utara untuk menarik perhatian konsumen.
 3. Pemegang kebijakan daerah diharapkan aktif untuk membantu pemasar buah lokal mensosialisasikan iklan atau bentuk promosi lain di *public area* sebagai bentuk rangsangan stimulus konsumen.
- DAFTAR PUSTAKA**
- Dumairy. *Perekonomian Indonesia Cetakan ke – 5*. Jakarta: Erlangga. 2004
- Firdaus, Muhammad. *SIKUH: Integrasi Analisis Ekonomi, Teknologi Budidaya dan Sistem Informasi untuk Menunjang Kewirausahaan di Bidang Hortikultura. Orange Book 2*. IPB Press. 2011
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: BP Undip. 2001
- Hasan, Iqbal. *Metode Penelitian dan Aplikasinya*. Jakarta: Ghalia Indonesia. 2006
- Kementerian Keuangan. 2010. *Tinjauan Ekonomi dan Keuangan Daerah DKI Jakarta Tahun 2009*. Diakses pada 30 Agustus 2014 pkl 08.00 dari <http://www.djpk.depkeu.go.id/attachments/article/257/09.%20DKI%20JAKARTA.pdf>
- Kementerian Perindustrian. 2012. *Perdagangan Bebas Indonesia dengan ACFTA Tahun 2002*. Diakses pada 30 Agustus 2014 pkl 10.00 dari http://www.lemhannas.go.id/portal/images/stories/humas/jurnal/jurnal_internasional.pdf
- . 2012. *Peranan Sektor Industri dalam Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Nasional Tahun 2011*. Diakses pada 30 Agustus 2014 pkl 10.00 dari <http://www.kemenperin.go.id/artikel/5422/Peran-Sektor-Industri-dalam-Mendorong-Pertumbuhan-Ekonomi-Nasional>
- Kementerian Pertanian. 2010. *Produksi Buah- buahan di Indonesia Tahun 2006 – 2010*. Diakses pada 30 Agustus 2014 pkl 10.00 dari http://www.pertanian.go.id/ap_pages/mod/datahorti
- . 2012. *Perkembangan Volume Impor Buah – buahan di Indonesia Tahun 2007 – 2011*. Diakses pada 30 Agustus 2014 pkl 10.00 dari http://www.pertanian.go.id/ap_pages/mod/datahorti.

- . 2012. *Rata – rata Pengeluaran per Kapita untuk Buah – buahan dari Hasil Susenas Tahun 2011*. Diakses pada 26 Agustus 2014 pkl 21.00 dari pusdatin.setjen.pertanian.go.id/.. *./Buletin-Konsumsi*
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran, Jilid 1 dan 2*. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia. 2005
- Lukman. *Pengantar Teori Mikro Ekonomi*. Jakarta: UIN Jakarta Press. 2007
- Makhfudli dan Effendi. *Keperawatan Kesehatan Komunitas: Teori dan Praktek Ilmu Keperawatan*. Jakarta: Salemba Medika. 2009
- Ma'ruf, Hendri. *Pemasaran Ritel*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama. 2005
- Moeleong, Lexy, J. 2000. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Muzdalifah. *Kajian Preferensi Konsumen terhadap Buah – buahan Lokal di Kota Banjarbaru*. [Skripsi]. Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Fakultas Pertanian Universitas Lambung Mangkurat. 2012.
- Nazir, M. *Metode Penelitian Cetakan 5*. Jakarta: Ghalia: Indonesia. 2005
- Notoatmodjo, S. *Perkembangan Psikologi Remaja*. Jakarta: Bumi Aksara. 2007
- Nur Hidayat, Dedy. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada. 2006
- Peter, JP dan Olson DW. *Consumer Behavior and Marketing Strategy Edisi ke- 4*. Chicago (US): Irwin Inc 1999
- Ritonga,dkk. *Pelajaran Ekonomi Jilid 1*. Jakarta : Erlangga. 2003
- Riduwan dan Akdon. *Rumus dan Data dalam Analisis Statistika*. Bandung: Alfabeta. 2010
- * Alamat korespondensi:
siti.rochaeni@uinjkt.ac.id