

## **I. PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Indonesia memiliki berbagai potensi yang besar yaitu potensi alam, sosial budaya, dan sumber daya manusia. Kekayaan sumber daya alam yang luar biasa seperti iklim dan lahan yang memungkinkan musim panen berbeda-beda di tiap daerahnya, sehingga potensi buah lokal Indonesia sangat besar. Menurut Badan Pusat Statistik dan Direktorat Jendral Hortikultura (2015) pertumbuhan produksi buah-buahan di Indonesia pada tahun 2011-2014 yang meningkat pesat seperti buah rambutan, manggis, duku, jeruk, dan durian.

Kabupaten Malang memiliki tiga potensi sektor unggulan yaitu sektor pertanian, sektor perdagangan, hotel dan restoran, dan sektor industri pengolahan. Perekonomian Malang paling banyak didukung dari sektor pertanian, terlihat dari jumlah produksi hortikultura Kabupaten Malang yang semakin meningkat di setiap tahunnya (BPS Kabupaten Malang, 2015). Hasil pertanian Kabupaten Malang yang cukup banyak yaitu dari komoditi buah-buahan seperti pada tabel.1

Tabel 1. Produksi buah-buahan Kabupaten Malang (kwintal) 2015

Jenis buah-buahan	Jumlah
1. Jeruk	664.601
2. Mangga	117.157
3. Pepaya	395.765
4. Pisang	6.901.357
5. Salak	435.829
6. Nangka	218.351
7. Apel	594.083
8. Rambutan	149.374
9. Durian	508.008

Sumber : Badan Statistik Kabupaten Malang 2015

Dari hasil produksi buah-buahan tersebut dapat dijadikan sebagai bahan baku makanan olahan. Hal ini didukung dari banyaknya jumlah industri olahan makanan dan minuman yang ada di Malang. Salah satu industri makanan dan minuman yaitu pengolahan dan pengawetan buah-buahan dan sayuran seperti pengolahan keripik buah, ada berbagai macam keripik buah yang diproduksi seperti keripik buah apel, keripik nangka, keripik salak, keripik nanas, keripik mangga, dan masih banyak yang lainnya. Potensi pasar keripik buah di Malang hingga saat ini terus meningkat sehingga persaingan pasar keripik buah juga semakin meningkat.

Produk keripik buah memiliki harga yang ber variasi, sesuai jenis keripik buah dan ukurannya, Seperti kemasan yang berukuran 100 gram dengan harga Rp.13.000, kemasan 250 harga Rp.30.000, kemasan 500 gram harga Rp.60.000, dan kemasan Los (5kg) harga Rp.100.000. Banyaknya produsen yang memproduksi keripik buah dengan berbagai merek dan harga yang berbeda mengakibatkan persaingan bisnis keripik buah yang ada di Malang semakin ketat. Konsumen juga di hadapkan dengan banyaknya pilihan produk keripik buah.

Pangsa pasar dari keripik buah adalah masyarakat daerah setempat dan para wisatawan yang datang berkunjung ke Malang. Profil konsumen, latar belakang konsumen, daerah asal konsumen, pekerjaan dan pendapatan yang berbeda-beda akan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hal ini menyebabkan proses pengambilan keputusan belanja sangat penting dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Dengan keadaan yang demikian, konsumen bebas memilih produk yang diinginkan di tempat tertentu yang dapat memenuhi kebutuhan, selera dan kepuasannya (Imanita, 2014). Berdasarkan latar belakang seperti dijelaskan sebelumnya, penelitian ini akan membahas mengenai pengambilan keputusan konsumen dalam pembelian kripik buah di Malang, dengan rumusan masalah:

1. Bagaimana karakteristik kosumen keripik buah di Malang.
2. Bagaimana proses pengambilan keputusan konsumen terhadap pembelian keripik buah di Malang.
3. Apa faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap keripik buah di Malang.

## **B. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk mengungkapkan masalah-masalah yang diidentifikasi sebelumnya, yaitu:

1. Untuk mengetahui karakteristik konsumen keripik buah di Malang.
2. Untuk mengetahui proses pengambilan keputusan konsumen dalam pembelian keripik buah di Malang.
3. Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian keripik buah di Malang.

## **C. Kegunaan**

Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat bagi:

1. Bagi pihak retailer, penelitian ini diharapkan dapat mengevaluasi diri dan selanjutnya akan meningkatkan kualitas produk yang dihasilkannya agar dapat lebih diterima oleh masyarakat kemudian berimplikasi pada peningkatan volume penjualan produk, menentukan segmentasi pasar, dan menambah varian rasa keripik buah.
2. Bagi masyarakat umum, penelitian ini dapat memberikan wawasan dan informasi terkait tentang proses pengambilan keputusan. Diharapkan konsumen lebih bijak dalam melakukan keputusan pembelian terutama terhadap produk-produk makanan dan minuman.
3. Bagi pembina bisnis, penelitian ini dapat memberikan informasi terkait pengambilan keputusan pembelian sehingga diharapkan agar lebih meningkatkan pelayanannya kepada pelaku bisnis, bagi pembisnis bisa mengembangkan variasi produknya.