

## INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui motivasi konsumen dalam membeli buah jeruk lokal dan impor di Kota Yogyakarta dan faktor-faktor yang berhubungan dengan motivasi konsumen buah jeruk lokal dan impor. Penentuan lokasi dilakukan secara *purposive*, dengan pertimbangan lokasi tersebut merupakan salah satu usaha yang bergerak dibidang penyediaan buah jeruk lokal dan impor didalam satu kios di Kota Yogyakarta. Teknik pengumpulan data menggunakan kuisisioner dan wawancara kemudian dianalisis dengan deskriptif dan *Rank Spearman*. Hasil penelitian terhadap 100 konsumen menunjukkan bahwa motivasi konsumen buah jeruk lokal di kios buah Kota Yogyakarta berada pada kategori tinggi. Motivasi buah jeruk lokal berasal dari atribut kesegaran dan harga sedangkan untuk Motivasi konsumen buah jeruk impor di kios buah Kota Yogyakarta berada pada kategori tinggi yang berasal dari atribut mudah di dapat dan kemasan. Variabel jumlah anggota keluarga, pengaruh teman dan pendapatan berhubungan dengan motivasi konsumen buah jeruk lokal sedangkan untuk variabel pendidikan dan pendapatan berhubungan dengan motivasi konsumen buah jeruk impor.

**Kata kunci:** Motivasi Konsumen, Buah Jeruk Lokal, Buah Jeruk Impor.

**MOTIVASI KONSUMEN BUAH JERUK LOKAL DAN IMPOR  
DI KIOS BUAH KOTA YOGYAKARTA**

***THE MOTIVATION OF LOCAL AND IMPORT ORANGES' CONSUMERS  
IN THE FRUIT STALL LOCATED IN YOGYAKARTA CITY***

Melina Widi Astiti / 2014 022 0166  
Dr. Susanawati, SP. MP / Dr. Ir. Indardi. M. Si  
*Agribusiness Departement Faculty of Agriculture  
Muhammadiyah University of Yogyakarta*

***ABSTRACT***

This study aims to determine the motivation of consumers in buying local and import oranges in Yogyakarta City and the factors related to the motivation of the local and import oranges' consumer. The location determination is conducted purposively, considering that location is one of the business which engages in supplying the local and import oranges in the fruit stall located in Yogyakarta city. Technique of collecting data were using questioner and conducted interview then analyzed with descriptive and Rank Spearman technique. The results of research towards 100 consumers are showing that the motivation of local oranges' consumer in Yogyakarta City is categorized in the high-level. The motivation of local oranges' consumer is regarding the freshness and price's attributes, while the motivation import orange's consumer is in term of the easiness to get and packaging. The variable number of family members, the influence of friends and income correlates with the motivation of local oranges' consumer, while education and income are the variable related to the motivation of import oranges' consumer.

**Keywords:** Consumer Motivation, Local Oranges, Import Oranges.