

Halaman Pengesahan
NASKAH PUBLIKASI
Yang Berjudul:

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

Oleh:
Melina Widi Astiti
2014 0220 166
Program Studi Agribisnis

Pembimbing Utama,



Dr. Susanawati, SP, MP
NIP: 1974022 | 200004 133 052

Pembimbing Pendamping,



Dr. Ir. Indardi, M. Si
NIK: 19651013199303 133 016



Mengetahui
Program Studi Agribisnis



Ir. Eni Istiyanti, M.P

NIK: 19650120 199812 133 003

**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 on 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.

PENDAHULUAN

Hortikultura merupakan salah satu subsektor pertanian yang memegang peranan penting dalam perekonomian. Jeruk merupakan salah satu jenis buah yang menjadi komoditas unggulan yang dikembangkan, karena mempunyai sebaran lokasi yang luas dan mempunyai arti ekonomi (Sigit 2001).

Berdasarkan data yang di dapatkan dari Pusat Kajian Hortikultura Tropika IPB pada tahun 2016 terlihat perkembangan konsumsi perkapita buah (kg/perkapita/tahun) di Indonesia pada tahun 2014-2015. Buah jeruk pada tahun 2014 menduduki nilai tertinggi yaitu sebesar 3,59 kg/perkapita/tahun dibandingkan buah lainnya seperti buah apel, alpukat, durian, dan mangga yang hanya menduduki nilai sebesar 1,61 kg/perkapita/tahun. Sedangkan pada tahun 2015 buah jeruk menduduki nilai konsumsi sebesar 4,03 kg/perkapita/tahun dibandingkan buah lainnya seperti buah apel, alpukat, durian, dan mangga yang hanya menduduki nilai konsumsi sebesar 2,39 kg/perkapita/tahun.

Daerah Istimewa Yogyakarta memiliki 4 kabupaten dan 1 kota yang memiliki kepadatan penduduk tertinggi berada pada kota yogyakarta sebesar 1176184 jiwa. Seiring dengan meningkatnya jumlah penduduk akan mendorong meningkatnya permintaan buah lokal dan buah impor. Daerah Istimewa Yogyakarta memiliki sekitar kurang lebih 17-50 pasar tradisional yang tersebar di berbagai kabupaten di Daerah Istimewa Yogyakarta dan memiliki pusat perbelanjaan kurang lebih 12-30 pusat perbelanjaan yang tersebar di Daerah Istimewa Yogyakarta (BPS. D.I Yogyakarta). Kota Yogyakarta memiliki wilayah yang luas dan memiliki sumber daya alam yang memadai oleh karena itu sangat baik apabila digunakan untuk mengembangkan hasil tanaman pangan yang bergerak di bidang agribisnis khususnya pada komoditas hortikultura. Kota yogyakarta memiliki kurang lebih 18-30 kios buah yang terserbar di Kota Yogyakarta (BPS. Kota Yogyakarta).

Buah jeruk lokal dan buah jeruk impor tentunya memiliki keunggulan dan kelebihan masing-masing diantaranya kelebihan jeruk impor terletak pada rasanya yang manis, warna yang bagus, aroma yang khas dan memiliki harga yang relatif lebih murah dibandingkan buah lokal sedangkan kelebihan dari jeruk lokal

terletak pada rasanya yang manis serta memiliki kandungan gizi yang tinggi karena biasanya buah jeruk lokal di produksi (di tanam secara langsung) tanpa di tambahkan bahan pengawet sekaligus. Berbagai keunggulan tersebut serta banyaknya kios yang tersebar di kota Yogyakarta tentunya akan menjadi alasan dan dorongan konsumen untuk membeli buah jeruk lokal dan buah jeruk impor. Adanya perbedaan, banyaknya kios dan keunggulan dari masing-masing buah tentunya membedakan konsumen dalam mengkonsumsi buah jeruk lokal dan impor. Motivasi merupakan salah satu faktor yang berasal dari diri konsumen untuk mengkonsumsi buah jeruk lokal dan buah jeruk impor.

Kesimpulan yang dapat diambil dari masalah tersebut yaitu apa motivasi konsumen buah jeruk lokal dan impor di kios buah Kota Yogyakarta. Hal tersebut memungkinkan terdapat ada beberapa faktor yang berhubungan dengan motivasi konsumen buah jeruk lokal dan impor di kios buah Kota Yogyakarta. Dalam hal ini untuk dapat mengetahui sebab-sebab terjadinya masalah diatas maka akan dilakukan penggalian informasi dari motivasi para konsumen. Hal ini pasti akan memunculkan banyak motivasi konsumen buah terhadap jeruk lokal dan jeruk impor. Dari latar belakang diatas, dengan kondisi demikian maka akan dilakukan penelitian tentang “*Motivasi Konsumen Buah Jeruk Lokal dan Impor di Kios Buah Kota Yogyakarta*”. Dengan tujuan untuk mengetahui apa motivasi konsumen buah jeruk lokal dan impor di kios buah Kota Yogyakarta dan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang berhubungan dengan motivasi konsumen buah jeruk lokal dan impor di kios buah Kota Yogyakarta.

METODE PENELITIAN

Metode dasar yang digunakan pada penelitian ini adalah metode deskriptif. Metode deskriptif adalah suatu metode dalam penelitian status sekelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran, ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang (Nazir, 2007). Lokasi penelitian ini dipilih secara sengaja (*Purposive*) yaitu di Kios Buah Bu ida, Kios Rezeki Buah, dan Kios Mutiara Buah Jl. Kebun Raya No.2 Rejowinangun, Kotagede, Kota Yogyakarta (Timur bonbin) dan Kios Buah Mbah Muji, Kios Buah Mbak Sam Jl. Colombo No.1 Kota Yogyakarta karena lima kios ini menyediakan buah jeruk

lokal dan jeruk impor dalam satu kiosnya terlebih lagi kios ini terletak di Kota Yogyakarta dan memiliki tempat yang strategis. Metode pengambilan responden pada penelitian ini menggunakan teknik *accidental sampling* dengan jumlah responden 100 dengan pembagian 50 konsumen buah jeruk lokal dan 50 konsumen buah jeruk impor. Dalam hal ini untuk menentukan motivasi konsumen menggunakan interval sebagai berikut.

a. Kategori *Maintenance Factors*:

$$\begin{aligned} \text{Interval (i)} &= \frac{\text{skor tertinggi} - \text{skor terendah}}{\text{kategori}} \\ &= \frac{52 - 13}{4} = 9,75 \end{aligned}$$

Tabel 1. Interval *Maintenance Factors*

Kategori <i>Maintenance Faktor</i>	Kisaran skor
Sangat Rendah	13,00 - 22,75
Rendah	22,76 - 32,50
Tinggi	32,51 - 42,25
Sangat Tinggi	42,26 - 52,00

b. Kategori *Motivation Factors*:

$$\begin{aligned} \text{Interval (i)} &= \frac{\text{skor tertinggi} - \text{skor terendah}}{\text{kategori}} \\ &= \frac{44 - 11}{4} = 8,25 \end{aligned}$$

Tabel 2. Interval *Motivation Factors*.

Kategori <i>Mativation Faktor</i>	Kisaran skor
Sangat Rendah	11,00 - 19,25
Rendah	19,26 - 27,50
Tinggi	27,51 - 35,75
Sangat Tinggi	35,76 - 44,00

c. Kategori 4 Indikator Kesegaran *Maintenance Factors*.

$$\begin{aligned} \text{Interval (i)} &= \frac{\text{skor tertinggi} - \text{skor terendah}}{\text{kategori}} \\ &= \frac{16 - 4}{4} = 3 \end{aligned}$$

Tabel 3 . Indikator Kesegaran dari *Maintenance Factors*.

Kategori	Kisaran skor
Sangat Rendah	4,00 - 6,00
Rendah	7,00 - 9,00
Tingg	10,00 - 12,00
Sangat Tinggi	13,00 - 16,00

- d. Kategori 3 Indikator Mudah didapat, Kebiasaan, Manfaat, Harga, Warna, dan Kemasan *Maintenance Factors* dan *Motivation Factors*.

$$\begin{aligned} \text{Interval (i)} &= \frac{\text{skor tertinggi} - \text{skor terendah}}{\text{kategori}} \\ &= \frac{12 - 3}{4} = 2,25 \end{aligned}$$

Tabel 4. Indikator Mudah didapat, Kebiasaan, Manfaat, Harga, Warna, dan Kemasan.

Kategori	Kisaran skor
Sangat Rendah	3,00 – 5,24
Rendah	5,25 – 7,49
Tinggi	7,50 – 9,74
Sangat Tinggi	9,75 – 12,00

- e. Kategori 2 Indikator Rasa *Motivation Factors*.

$$\begin{aligned} \text{Interval (i)} &= \frac{\text{skor tertinggi} - \text{skor terendah}}{\text{kategori}} \\ &= \frac{8 - 2}{4} = 1,5 \end{aligned}$$

Tabel 5. Indikator Rasa *Motivation Factors*.

Kategori	Kisaran skor
Sangat Rendah	2,00 – 3,40
Rendah	3,50 – 4,90
Tinggi	5,00 – 6,40
Sangat Tinggi	6,50 – 8,00

- f. Motivasi Buah Jeruk Lokal dan Impor di Kota Yogyakarta dapat di tentukan sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Interval (i)} &= \frac{\text{skor tertinggi} - \text{skor terendah}}{\text{kategori}} \\ &= \frac{96 - 24}{4} = 18 \end{aligned}$$

Tabel 6. Interval Motivasi Konsumen Buah Jeruk Lokal dan Impor.

Kategori	Kisaran skor
Sangat Rendah	24,00 - 42,00
Rendah	42,01 - 60,00
Tinggi	60,01 - 78,00
Sangat Tinggi	78,01 - 96,00

Sedangkan untuk mengetahui faktor-faktor yang berhubungan dengan motivasi konsumen dapat diketahui dengan menggunakan teknik uji signifikansi hipotesis menggunakan *Rank Spearman*. Untuk mengetahui hubungan antar variabel dapat dilakukan dengan cara:

a. Dasar pengambilan keputusan

- 1) Jika Nilai Signifikasi $> 0,05$. Artinya tidak ada hubungan antara faktor-faktor dengan motivasi konsumen.
- 2) Jika Nilai Signifikasi $< 0,05$. Artinya ada hubungan antara faktor-faktor motivasi konsumen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Identitas Konsumen Buah Jeruk Lokal dan Impor

Deskripsi Identitas Konsumen merupakan salah satu teknik analisis data yang digunakan untuk menggambarkan mengenai identitas konsumen dalam penelitian ini dengan cara pengelompokan menjadi beberapa kelompok berdasarkan umur, pendidikan, pekerjaan, pendapatan, dan jumlah anggota keluarga.

Tabel 7. Sebaran Konsumen Buah Jeruk Lokal Dan Impor Di Kota Yogyakarta.

Uraian	Jeruk Lokal		Jeruk Impor	
	Jumlah (orang)	Presentase (%)	Jumlah (orang)	Presentase (%)
Umur (Tahun)				
21 – 29	13	26	18	36
30 – 38	19	38	13	26
39 – 47	16	32	17	34
48 - 56	2	4	2	4
Pendidikan				
SD	2	4	1	2
SMP	10	20	4	8
SMA	25	50	22	44
PT	13	26	23	46
Pendapatan(Rp/bulan)				
1.000.000 - 4.490.000	46	92	40	80
4.500.000 - 7.990.000	2	4	9	18
8.000.000 - 11.490.000	1	2	1	2
11.500.000 - 15.000.000	1	2	-	-
Jumlah keluarga (orang)				
2 – 3	23	46	24	48
4 – 5	24	48	24	48
6 – 7	3	6	2	4

Sumber: Data Primer 2018.

1. Umur

Dari data tersebut dapat diketahui bahwa konsumen buah jeruk lokal didominasi oleh konsumen dengan umur 30-38 tahun sebanyak 19 orang dengan presentase sebesar 38% sedangkan buah jeruk impor didominasi oleh konsumen dengan umur 21-29 tahun sebanyak 18 orang dengan presentase sebesar 36%. Hal tersebut tentunya beralasan jika Buah Jeruk Lokal di minati oleh semua kalangan.

2. Pendidikan

Konsumen yang membeli buah jeruk lokal sebagian besar memiliki latar belakang pendidikan SMA yaitu sebanyak 25 orang dengan persentase 50% sedangkan konsumen buah jeruk impor didominasi oleh konsumen yang memiliki latar belakang pendidikan sebagai perguruan tinggi sebanyak 23 konsumen dengan konsumen 46%. Hal ini bisa dijelaskan bahwa semakin tinggi pendidikan seseorang maka seseorang akan lebih selektif dalam pemilihan produk yang akan dibeli dan dikonsumsi dan tentunya konsumen lebih mengetahui banyak informasi tentang manfaat dan nilai gizi buah jeruk lokal dan buah jeruk impor.

3. Pendapatan

Dari tabel diatas juga dapat diketahui bahwa konsumen yang membeli buah jeruk lokal sebagian konsumen memiliki pendapatan sebesar Rp1.000.000 – Rp4.490.000 yaitu sebanyak 46 orang dengan presentase 92%. Untuk konsumen buah jeruk impor juga didominasi oleh konsumen yang memiliki pendapatan sebesar Rp. 1.000.000 – Rp. 4.490.000 yaitu sebanyak 40 orang dengan presentase 80% pendapatan tersebut di dominasi dengan latar belakang pekerjaan sebagai ibu rumah tanga, mahasiswa, pegawai negeri sipil sampai dengan pedagang.

4. Jumlah Anggota Keluarga

Berdasarkan pada tabel 7 diatas juga dapat diketahui bahwa jumlah anggota keluarga dalam satu rumah untuk konsumen buah jeruk lokal didominasi oleh konsumen yang memiliki jumlah anggota keluarga 4-5 orang dengan presentase 48% sedangkan konsumen buah jeruk impor didominasi oleh konsumen yang memiliki jumlah anggota keluarga 2-5 sebanyak 48 orang dengan persentase 48%. Rata-rata konsumen yang memiliki jumlah anggota keluarga

dalam satu rumah meliputi orang tua, suami, istri, dan anak yang masih menjadi tanggungan konsumen. Hal ini terbukti bahwa semakin banyak jumlah anggota keluarga konsumen maka semakin banyak juga pembelian buah jeruk lokal dan impor di Kota Yogyakarta.

B. Motivasi Konsumen Buah Jeruk Lokal dan Impor

Motivasi konsumen secara umum buah jeruk lokal dan impor ini didapat dari hasil gabungan antara *maintenance factors* dan *motivation factors* yang berisi beberapa atribut dan indikator pernyataan didalamnya, kemudian hasilnya dirata-rata dan digolongkan ke dalam kategori sangat rendah hingga sangat tinggi. Motivasi konsumen secara umum ini dicari untuk mengetahui apakah konsumen termotivasi untuk membeli kemudian mengkonsumsi buah jeruk lokal dan jeruk impor melalui 2 teori yang telah di cetus oleh teori dua faktor Herzberg, Dari penjelasan tersebut dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 8 . Motivasi Konsumen Secara Umum Buah Jeruk Lokal Dan Impor Di Kios Buah Kota Yogyakarta.

Motivasi Konsumen	Jeruk Lokal		Jeruk Impor	
	Rata-rata skor	Kategori	Rata-rata skor	Kategori
<i>Maintenance Factors</i>				
1. Kesegaran	11,18	Tinggi	12,46	Tinggi
2. Mudah Di Dapat	9,42	Tinggi	10,1	Sangat Tinggi
3. Kebiasaan	7,44	Rendah	8,52	Tinggi
4. Manfaat	8,62	Tinggi	9,6	Tinggi
<i>Motivation Factors</i>				
1. Rasa	5,88	Tinggi	6,64	Sangat Tinggi
2. Harga	9,1	Tinggi	9,4	Tinggi
3. Warna	6,56	Rendah	8,78	Tinggi
4. Kemasan	6,46	Rendah	10,88	Sangat Tinggi
Total	64,66	Tinggi	76,83	Tinggi

Sumber: Data Primer 2018.

Keterangan :

Sangat Rendah	: 24,00 – 42,00
Rendah	: 42,01 – 60,00
Tinggi	: 60,01 – 78,00
Sangat Tinggi	: 78,01 – 96,00

Motivasi konsumen buah jeruk lokal termasuk kedalam kategori tinggi dengan memperhatikan mulai dari segi kesegaran, mudah di dapat, harga, manfaat, kebiasaan, warna, kemasan, dan yang terakhir konsumen memperhatikan rasa dari buahnya karna menurut konsumen dalam membeli buah jeruk lokal lebih memperhatikan kesegarannya buahnya dan manfaat setelah mengkonsumsi buah jeruk lokal, menurut hasil yang dilakukan peneliti dengan konsumen, konsumen menilai asalkan masih produk lokal dan memiliki manfaat setelah mengkonsumsi buah jeruk konsumen lebih memilih buah jeruk lokal dibandingkan dengan buah jeruk impor karna biasanya jeruk lokal memiliki kesegaran buah yang alami dibandingkan dengan buah jeruk impor, akan tetapi motivasi konsumen dari segi kebiasaan, warna, dan kemasannya termasuk kedalam kategori rendah karena menurut konsumen dalam membeli dan mengkonsumsi buah jeruk lokal tidak tergantung dari segi kebiasaan dan warnanya konsumen membeli dan mengkonsumsi buah karena ingin mendapatkan kesehatan setelah mengkonsumsi buah jeruk dan konsumen menilai apabila buah jeruk lokal masih dalam keadaan sempurna dan fisik tidak cacat buah tersebut masih layak untuk dikonsumsi karena kesegaran buah tetap terjaga.

Motivasi konsumen buah jeruk impor termasuk kedalam kategori tinggi dengan memperhatikan mulai dari kesegaran, kemasan, mudah di dapat, manfaat, harga, warna, kebiasaan, dan yang terakhir dari segi rasa buahnya. Motivasi konsumen buah jeruk impor ini memiliki motivasi yang paling tinggi dibandingkan dengan buah jeruk lokal hal ini dikarenakan konsumen kebanyakan menilai buah jeruk dari fisik buah, kemasan dan warna yang sempurna terlebih dari itu konsumen menilai buah jeruk impor memiliki kesegaran yang tinggi dibandingkan dengan atribut yang lainnya. Konsumen lebih memilih buah jeruk impor dibandingkan dengan buah jeruk lokal karena konsumen sering mendapatkan buah jeruk dengan kesegaran, rasa, dan atribut lainnya sesuai dengan yang mereka harapkan dibandingkan dengan buah jeruk lokal.

C. Faktor-Faktor yang Berhubungan dengan Motivasi Konsumen Buah Jeruk Lokal Dan Impor.

Tabel 9. Korelasi Faktor-Faktor yang Berhubungan dengan Maintenance Factor Motivation Factors dan Motivasi Buah Jeruk Lokal.

Faktor-faktor yang berhubungan	Motivasi jeruk lokal			Motivasi Jeruk impor		
	Ma	Mo	Motivasi	Ma	Mo	Motivasi
Umur	0,199	0,065	0,217	-0,053	-0,035	-0,028
Pendidikan	0,065	0,120	0,004	-0,160	0,355*	0,023
Jumlah anggota keluarga	0,206	0,285*	0,159	0,082	-0,049	0,015
Pengaruh teman	0,063	-0,337*	-0,248	-0,114	0,333*	0,061
Pendapatan	0,305*	0,254	0,338*	0,091	0,084	0,043

Sumber: Data Primer 2018.

Keterangan: Ma: *Maintenance Factros*

Mo: *Motivation Factors*

* : Korelasi signifikan pada tingkat kepercayaan 95%

1. Umur

Umur konsumen buah jeruk lokal dan impor tidak memiliki hubungan yang signifikan dengan *maintenance factor*, *motivation factor* dan motivasi secara keseluruhan pada tingkat kepercayaan 95%. Nilai korelasinya positif berarti hubungan antara variabel umur dengan *maintenance factor*, *motivation factor* dan motivasi secara keseluruhan ini searah. Nilai negatif pada korelasi artinya memiliki arah yang berlawanan dengan kecenderungan bahwa semakin tinggi umur konsumen maka semakin rendah motivasi konsumen dalam pembelian buah jeruk impor.

2. Pendidikan

Variabel pendidikan tidak memiliki hubungan yang signifikan dengan *maintenance factor*, *motivation factor* dan motivasi secara keseluruhan pada tingkat kepercayaan 95%. Tetapi variabel pendidikan konsumen buah jeruk impor memiliki nilai yang negatif tetapi memiliki hubungan yang signifikan dengan *motivation factor* pada tingkat kepercayaan 95%. Nilai korelasinya positif maka hubungan antara variabel pendidikan dengan *maintenance factor*, *motivation factor* dan motivasi secara keseluruhan ini searah, hal ini dapat dijelaskan bahwa semakin tinggi pendidikan seseorang maka semakin tinggi motivasi seseorang

untuk menentukan dalam pembelian buah jeruk lokal yang nantinya akan dikonsumsi untuk memenuhi kebutuhan akan buah-buahan.

3. Jumlah Anggota Keluarga

Terdapat hubungan yang signifikan antara jumlah anggota keluarga konsumen buah jeruk lokal dengan *motivation factor* pada tingkat kepercayaan 95% dan sedangkan jumlah anggota keluarga konsumen buah jeruk impor tidak memiliki hubungan yang signifikan pada *maintenance factor*, *motivation factor* dan motivasi secara keseluruhan pada tingkat kepercayaan 95%. Hal ini dapat dijelaskan bahwa semakin banyak jumlah anggota keluarga maka motivasi konsumen buah jeruk lokal semakin meningkat. Ini disebabkan karena semakin banyak jumlah anggota keluarga maka semakin banyak juga jumlah pembelian buah jeruk lokal perkilonya untuk mencukupi kebutuhan keluarganya.

4. Pengaruh Teman

Pengaruh teman konsumen buah jeruk lokal memiliki nilai negatif tetapi memiliki hubungan yang signifikan dengan *motivation factors* pada tingkat kepercayaan 95%, sedangkan variabel pengaruh teman konsumen buah jeruk impor memiliki nilai yang positif tetapi memiliki hubungan yang signifikan dengan *motivation factor* pada tingkat kepercayaan 95%. Nilai negatif pada korelasi yang berarti memiliki arah yang berlawanan dengan kecenderungan bahwa semakin banyak konsumen terpengaruh untuk membeli buah jeruk lokal maka motivasi konsumen dalam pembelian buah jeruk lokal pun semakin menurun/rendah, ini disebabkan karena kepercayaan pada orang lain tidak menjamin akan mendapatkan buah sesuai keinginan konsumen itu sendiri.

5. Pendapatan

Variabel pendapatan konsumen buah jeruk lokal memiliki hubungan yang signifikan dengan *maintenance factors* dan motivasi secara keseluruhan pada tingkat kepercayaan 95%. Sedangkan variabel pendapatan konsumen buah jeruk impor tidak memiliki hubungan yang signifikan dengan *maintenance factor*, *motivation factor* dan motivasi secara keseluruhan pada tingkat kepercayaan 95%. Hal ini bisa diartikan bahwa Semakin besar pendapatan yang dihasilkan oleh konsumen maka *maintenance factors* dan motivasi konsumen secara keseluruhan

dalam membeli buah jeruk lokal akan semakin meningkat dengan tingkat kepercayaan 95%.

Tabel 10. Jenis Kelamin dengan Motivasi Konsumen Buah Jeruk Lokal dan Impor di Kios Buah Kota Yogyakarta.

Motivasi Konsumen	Jeruk Lokal		Jeruk Impor	
	Laki-laki	Perempuan	Laki-laki	Perempuan
<i>Maintenance Factors</i>				
1. Sangat Rendah	0	0	0	0
2. Rendah	0	2	0	0
3. Tinggi	18	29	19	21
4. Sangat Tinggi	0	1	5	5
<i>Motivation Factors</i>				
1. Sangat Rendah	0	0	0	0
2. Rendah	9	8	1	1
3. Tinggi	6	19	14	18
4. Sangat Tinggi	3	5	9	7
Total	18	32	24	36

Sumber : Data Primer 2018.

Berdasarkan tabel 24 diatas dapat diketahui bahwa konsumen yang membeli buah jeruk lokal dan jeruk impor di kios yang berada di Kota Yogyakarta paling banyak berjenis kelamin perempuan. Konsumen buah jeruk lokal terdiri dari 32 orang dan 26 orang konsumen perempuan buah jeruk impor Sedangkan konsumen buah jeruk lokal yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 18 orang dan konsumen buah jeruk impor 24 orang. Hal ini dikarenakan perempuan pada umumnya lebih sering berbelanja kebutuhan rumah tangga dibandingkan dengan laki-laki, Disamping itu laki-laki biasanya berperan dalam mencari nafkah untuk kemudian hasilnya dikelola oleh perempuan. Perempuan juga biasanya lebih banyak berperan dalam pengambilan keputusan pembelian kebutuhan sehari-hari, termasuk juga kebutuhan akan buah-buahan yang akan dikonsumsi.

Dari tabel diatas juga dapat dijelaskan bahwa perempuan kebanyakan membeli buah jeruk lokal dan impor lebih memperhatikan beberapa indikator yang menjadi tolak ukur mereka untuk menentukan dalam pembelian buah jeruk

lokal maupun buah jeruk impor dibandingkan dengan laki-laki. Terbukti dari data diatas bahwa perempuan banyak menilai indikator *Maintenance Faktor* dalam kategori tinggi yaitu sebanyak 29 konsumen jeruk lokal dan 21 konsumen jeruk impor dibandingkan dengan laki-laki hanya 18 konsumen buah jeruk lokal dan 19 konsumen buah jeruk impor. Dari segi *Motivation Faktorsnya* kebanyakan konsumen yang berjenis kelamin perempuan menilai dalam kategori tinggi dengan jumlah 19 konsumen buah jeruk lokal dan 18 konsumen buah jeruk impor, hal ini dapat dijelaskan bahwa setiap konsumen memiliki pandangan yang berbeda dalam menentukan pembelian buah sehari-hari untuk kebutuhan mereka.

Faktor dari jenis kelamin ini tidak bisa dihubungkan dengan motivasi konsumen buah jeruk lokal dan impor dengan menggunakan analisis *Rank Spearman* karena faktor ini memiliki data yang nominal dimana dikategorikan dalam simbol 1 yang bearti berjenis kelamin laki-laki dan simbol 2 berjenis kelamin perempuan, oleh sebab itu faktor dari jenis kelamin ini diukur dengan menggunakan teknik analisis *Crosstab*.

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan dapat ditarik kesimpulan dalam beberapa hal sebagai berikut ini:

1. Motivasi konsumen buah jeruk lokal dan impor di Kios Buah Kota Yogyakarta berada pada kategori tinggi dengan motivasi konsumen buah jeruk impor yang berasal dari motivasi *maintenance factornya* dengan total skor 40,68 berada pada kategori lebih tinggi dibandingkan dengan motivasi konsumen buah jeruk lokal yang berasal dari motivasi *maintenance factornya* dengan total skor 36,66.
2. Motivasi konsumen buah jeruk lokal dan impor secara bersama-sama berhubungan dengan jumlah anggota keluarga, pendidikan, pengaruh teman, dan pendapatan terhadap motivasi *maintenance factors* dan *motivation factors*.

B. SARAN

1. Variabel dari buah jeruk lokal dan buah jeruk impor seperti kesegaran, manfaat, rasa, harga, warna, kemasan, mudah didapat, dan kebiasaan konsumen perlu diperhatikan karena dapat meningkatkan motivasi konsumen untuk membeli buah jeruk lokal dan impor yang berada di Kios Buah Kota Yogyakarta.
2. Pada penelitian selanjutnya dapat dilakukan penelitian mengenai permintaan buah jeruk lokal dan jeruk impor di Kios Buah Kota Yogyakarta.

DAFTAR PUSTAKA

- Aan. 2007. *Konsumsi Buah Penduduk Indonesia*. [Www. Kompas](http://www.kompas.com) Cybermedia. Com. Index.html.
- Antara. 2017. Buah Impor Dilarang Masuk Adisujipto Yogyakarta [internet].[diakses 29 Juli 2017]. Tersedia pada:<http://semarang.bisnis.com/read/20170221/14/92268/buahimpordilarang-masuk-adisutjipto-yogyakarta>.
- BPS. 2015. Jumlah Penduduk Daerah Istimewa Yogyakarta. Badan Pusat Statistik. Yogyakarta..
- BPS Indonesia. 2016. Statistik Perdagangan Luar Negeri (Import). Badan Pusat Statistik. Jakarta
- Devi, S. R. M., & Hartono, G. (2016). Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Membeli Sayuran Organik Di Salatiga. *Agric*, 27(1), 60-67. <http://ejournal.uksw.edu/agric/article/view/217> (Diakses pada 30 Jul 2017 21:20)
- Nazir. 2007. *Metode Penelitian Sosial*. PT. Gramedia. Jakarta.
- Rajagukguk, M. J, Sayekti, W. D, dan Situmorang, S. 2013. Sikap Dan Pengambilan Keputusan Konsumen Dalam Membeli Buah Jeruk Lokal Dan Jeruk Impor Di Bandar Lampung. *JIIA. Vol.1 No.4*.
- Setiawan, & Nuddin Harahab. (2013). Analisis Motivasi Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Produk Olahan Seafood di Malang. *Jurnal ESCOFim*, 1(1), 235-336.<http://ecsofim.ub.ac.id/index.php/ecsofim/article/downloadSuppFil7/7>
- Sigit, Soehardi. 2001. *Pemasaran Praktis, Edisi Ketiga*. BPFE. Yogyakarta.
- Sugiyono. 2014. *Metode penelitian bisnis*. Alfabeta. Bandung.
- Theressa, D., & Lianto, G. G. (2014). Analisa Motivasi dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Kuliner Malam Di Surabaya . *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*, 2(1), 328-344. <http://studentjournal.petra.ac.id/index.php/manajemenperhotelan/article/view/1483/0> (Diakses pada 7 Jul 2017 16:20:45 GMT)