

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
ABSTRACT	x
INTISARI	xi
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.5 Keaslian Penelitian	6
II. TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI	8
2.1 Tinjauan Pustaka	8
2.1.1 Sikap dan preferensi konsumen terhadap keputusan pembelian	8
2.1.2 Preferensi konsumen terhadap keputusan pembelian	9
2.1.3 Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku dan sikap konsumen	9
2.2 Landasan Teori	10
2.2.1 Jeruk	10
2.2.2 Jenis-jenis jeruk	11
2.2.3 Sikap Konsumen	13
2.2.4 Faktor-faktor sikap konsumen	13
2.2.5 Choice Experiment	15
2.2.6 Utility Theory	16
2.2.7 Preferensi Konsumen	19
2.2.8 Keputusan Pembelian	20
2.3 Kerangka Pemikiran	21
2.4 Hipotesis Penelitian	22
III. METODE PENELITIAN	23
3.1 Metode Dasar	23
3.2 Jenis dan Sumber Data	23
3.3 Metode Sampling dan Waktu Pelaksanaan	23
3.4 Metode Pengumpulan Data	24
3.5 Asumsi dan Batasan Masalah	25
3.6 Definisi Variabel Penelitian	25
3.7 Metode Analisis	27
3.7.1 Uji Validitas	28
3.7.2 Uji Reliabilitas	28
3.7.3 Analisis Deskriptif	30
3.7.4. Analisis Multiatribut <i>Fishbein</i>	30
3.7.5. Paired Sampel T-Test	33
3.7.6 Regresi Linier Berganda	34
3.7.7 Analisis konjoin	38
IV. KEADAAN UMUM DAERAH PENELITIAN	41
4.1 Keadaan Alam Kota Malang	41
4.2 Keadaan Penduduk	43
4.2.1. Struktur Penduduk Berdasarkan Kelompok Usia	43
4.2.2. Struktur Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin	43
4.2.3. Struktur Penduduk Berdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir	44

4.2.4. Struktur Penduduk Berdasarkan Mata Pencaharian.....	45
4.3 Keadaan Perekonomian.....	45
V. KARAKTERISTIK KONSUMEN	46
5.1 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin.....	46
5.2 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Umur	46
5.3 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Tingkat Pendidikan	47
5.4 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Status Pernikahan.....	48
5.5 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Jumlah Anggota Keluarga.....	48
5.6 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Posisi dalam Keluarga	49
5.7 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Jenis Pekerjaan	49
5.8 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Pendapatan Rumah Tangga per Bulan	50
VI. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	52
6.1 Uji Validitas.....	52
6.2 Uji Reabilitas	53
6.3 Proses Pengambilan Keputusan dalam Pembelian Buah Jeruk Siam Malang dan Jeruk Siam Jember	53
6.4 Sikap Konsumen terhadap Jeruk Siam Malang dan Jeruk Siam Jember ..	62
6.4.1. Sikap Konsumen terhadap Jeruk Siam Malang	63
6.4.2. Sikap Konsumen terhadap Jeruk Siam Jember.....	66
6.5 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Sikap Konsumen terhadap Atribut Jeruk Siam Malang dan Jeruk Siam Jember	72
6.5.1. Uji Asumsi Klasik Jeruk Siam Malang dan Jeruk Siam Jember	72
6.5.2. Uji hipotesis Jeruk Siam Malang	74
6.5.3. Uji Hipotesis Jeruk Siam Jember	77
6.6. Kombinasi Atribut yang Mempengaruhi Preferensi Konsumen terhadap Jeruk Siam Malang dan Jeruk Siam Jember	79
6.6.1. Kombinasi Atribut yang Mempengaruhi Preferensi Konsumen terhadap Jeruk Siam Malang	80
6.6.2. Kombinasi Atribut yang Mempengaruhi Preferensi Konsumen terhadap Jeruk Siam Jember	83
VII. KESIMPULAN DAN SARAN	87
7.1 Kesimpulan.....	87
7.2 Saran.....	87
DAFTAR PUSTAKA.....	89
DAFTAR LAMPIRAN	96

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Perkembangan Produksi Tanaman Buah Jeruk (Ton) Tahun 2019-2020.	2
Tabel 1.2	Rata-rata Konsumsi Buah Perkapita Per Minggu di Kota Malang Tahun 2020-2021	2
Tabel 2.1	Kondisi keragaman beberapa jenis jeruk siam di Indonesia	12
Tabel 3.1	Kategori tingkat kepentingan dan tingkat kepercayaan.....	32
Tabel 3.2	Kategori nilai sikap konsumen masing-masing atribut jeruk lokal	32
Tabel 3.3	Kriteria Keseluruhan Sikap Konsumen.....	33
Tabel 3.4	Atribut buah jeruk lokal dan tarafnya	39
Tabel 3.5	Skala likert untuk penilaian terhadap setiap stimuli yang ditawarkan ...	40
Tabel 4.1	Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin di Kota Malang Tahun 2022	43
Tabel 4.2	Jumlah Penduduk Kota Malang Menurut Jenis Kelamin Tahun 2022...	44
Tabel 4.3	Persentase Penduduk Menurut Pendidikan Tertinggi yang Ditamatkan di Kota Malang Tahun 2021	44
Tabel 4.4	Banyaknya Penduduk Menurut Mata Pencarian di Kota Malang Tahun 2022	45
Tabel 5.1.	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin.....	46
Tabel 5.2	Karakteristik Konsumen Berdasarkan umur.....	47
Tabel 5.3	Karakteristik Konsumen Berdasarkan tingkat pendidikan	47
Tabel 5.4	Karakteristik konsumen berdasarkan status pernikahan.....	48
Tabel 5.5	Karakteristik Konsumen Berdasarkan jumlah anggota keluarga.....	48
Tabel 5.6	Karakteristik konsumen berdasarkan posisi dalam keluarga	49
Tabel 5.7	Karakteristik konsumen berdasarkan jenis pekerjaan.....	49
Tabel 5.8	Karakteristik Konsumen berdasarkan pendapatan rumah tangga perbulan	50
Tabel 5.9	Karakteristik konsumen berdasarkan frekuensi pembelian jeruk siam Malang dan jeruk siam Jember perbulan	51
Tabel 6.1	Hasil uji Validitas pada Instrumen Penelitian Pada Tingkat Kepercayaan dan Tingkat Kepentingan	52
Tabel 6.2	Hasil Uji Reabilitas Pada Tingkat Kepercayaan dan Tingkat Kepentingan	53
Tabel 6.3	Pengenalan Kebutuhan terhadap Jeruk Siam Malang dan Jeruk siam Jember di Kota Malang Tahun 2023	54
Tabel 6.5	Pertimbangan dalam Pembelian Jeruk Siam Malang dan Jeruk Siam Jember di Kota Malang Tahun 2023	56
Tabel 6.6	Sumber Pertimbangan Keputusan Pembelian Buah Jeruk di Kota Malang Tahun 2023	57
Tabel 6.7	Alasan Konsumen Membeli Buah Jeruk di Kota Malang Tahun 2023 ..	58
Tabel 6.8	Frekuensi Pembelian Jeruk Siam Malang dan Jeruk Siam Jember Perbulan di Kota Malang Tahun 2023.....	58
Tabel 6.9	Jumlah Pembelian Jeruk Siam Malang dan Jeruk Siam Jember Perbulan di Kota Malang Tahun 2023	59
Tabel 6.10	Tindakan Konsumen Ketika Buah Jeruk Tidak Tersedia di Tempat Perbelanjaan Saat Diwawancarai di Kota Malang Tahun 2023	60
Tabel 6.11	Tingkat Kepuasan Konsumen Buah Jeruk di Kota Malang Tahun 2023	60
Tabel 6.12	Pendapat Konsumen Ketika Harga Buah Jeruk Mengalami Kenaikan di Kota Malang Tahun 2023	61
Tabel 6.13	Keinginan Melakukan Pembelian Ulang Buah Jeruk di Kota Malang Tahun 2023	62
Tabel 6.14	Niat Melakukan Rekomendasi Kepada Orang Lain	62
Tabel 6.15	Penilaian Evaluasi (Tingkat Kepentingan) Atribut Jeruk Siam Malang .	63

Tabel 6.16	Penilaian tingkat Kepercayaan Atribut Jeruk Siam Malang.....	64
Tabel 6.17	Sikap Konsumen terhadap Atribut Jeruk Siam Malang.....	65
Tabel 6.18	Penilaian Evaluasi (Tingkat Kepentingan) Atribut Jeruk Siam Jember .	67
Tabel 6.19	Penilaian tingkat Kepercayaan Atribut Jeruk Siam Jember	68
Tabel 6.20	Sikap Konsumen terhadap Atribut Jeruk Siam Jember.....	69
Tabel 6.21	Kepentingan Konsumen Jeruk Siam Lokal di Kota Malang	70
Tabel 6.22	Kepercayaan Konsumen Jeruk Siam Lokal di Kota Malang	71
Tabel 6.23	Sikap Konsumen Jeruk Siam Lokal di Kota Malang.....	71
Tabel 6.25	Ringkasan Hasil Uji Multikolinearitas Model Regresi Jeruk Siam Malang	72
Tabel 6.26	Ringkasan Hasil Uji Multikolinearitas Model Regresi Jeruk Siam Jember	73
Tabel 6.27	Ringkasan Hasil Uji Heteroskedastisitas Model Regresi Jeruk Siam Malang.....	73
Tabel 6.28	Ringkasan Hasil Uji Heteroskedastisitas Model Regresi Jeruk Siam Jember	73
Tabel 6.29	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Sikap Konsumen terhadap Atribut Jeruk Siam Malang.....	74
Tabel 6.30	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Sikap Konsumen terhadap Atribut Jeruk Siam Jember	77
Tabel 6.31	Preferensi Konsumen terhadap Atribut Jeruk Siam Malang	80
Tabel 6.31	Preferensi Konsumen terhadap Atribut Jeruk Siam Jember	84

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kurva Utilitas Total dan Utilitas Marjinal	17
Gambar 2.2 Kurva Indiferen Kombinasi Makanan dan Pakaian	18
Gambar 2.3 Kurva Garis Anggaran Barang X dan Barang Y	18
Gambar 2.4 Kerangka Pemikiran Penelitian	22
Gambar 4.1 Peta Kota Malang (BPS Kota Malang, 2023).....	41