



INTISARI

Buah-buahan merupakan salah satu komoditas hortikultura yang memiliki nilai ekonomis tinggi. Tingkat konsumsi masyarakat akan buah-buahan diantaranya dipengaruhi oleh perilaku konsumen dalam mengambil keputusan pembelian. Produsen dan pelaku usaha perlu memahami perilaku konsumen untuk meningkatkan pendapatan, keuntungan usaha dan kepuasan konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang menentukan perilaku konsumen dan atribut yang dipertimbangan konsumen dalam pembelian buah lokal di Kota Semarang. Buah lokal yang diteliti adalah pisang ambon, pisang raja, jeruk siam dan jeruk keprok. Metode *incidental sampling* digunakan untuk memilih 120 konsumen buah lokal di pasar tradisional Kota Semarang. Data dianalisis menggunakan analisis faktor konfirmatori dan multiatribut Fishbein. Hasil analisis faktor menyimpulkan bahwa faktor -faktor yang menentukan perilaku konsumen dalam pembelian buah lokal adalah faktor psikologis, faktor pribadi, faktor budaya dan faktor sosial. Secara umum, faktor psikologis merupakan faktor dominan yang menentukan perilaku pembelian buah lokal di Kota Semarang. Rasa pada buah pisang ambon, pisang raja dan jeruk siam dinilai paling penting dan mendapat skor kepercayaan tertinggi. Pada buah jeruk keprok yang dinilai paling penting dan mendapat skor kepercayaan tertinggi adalah manfaat dan kandungan gizi. Sikap konsumen terhadap atribut buah pisang ambon, pisang raja, jeruk siam, dan jeruk keprok adalah positif dan tergolong baik. Konsumen lebih menyukai pisang raja dibandingkan pisang ambon dan lebih menyukai jeruk keprok dibanding jeruk siam.

Kata kunci: analisis faktor, buah lokal, multiatribut Fishbein, perilaku konsumen



ABSTRACT

Fruit is one of horticultural commodities that have high economic value. The level of people's consumption of fruits is influenced by consumer behavior in making purchasing decisions. Farmers and business actors need to understand consumer behavior to increase revenues, profits and customer satisfaction. This study aims to determine the factors that influence consumer behavior and attributes that consumers considered in purchasing local fruit in the Semarang City. Local fruits that were studied including 'ambon' banana, 'raja' banana, 'siam' orange and tangerine. The incidental sampling method was used to select 120 local fruit consumers in the traditional market of Semarang City. Data were analyzed using Confirmatory Factor Analysis and Fishbein model. The result of factor analysis concluded that factors determine consumer behavior in purchasing local fruits were psychological factors, personal factors, cultural factors and social factors. In general, psychological factors were the dominant factors affecting the purchasing behavior of local fruit in Semarang City. The attribute of taste on the 'ambon' banana, 'raja' banana and 'siam' orange was considered as the most important and highest beliefs score. The most important attribute on tangerine and got the highest beliefs score it's benefit and nutrient content. Consumer attitudes toward attributes of 'ambon' banana, 'raja' banana, 'siam' orange and tangerine were positive and good. Consumers prefer 'raja' banana compared to 'ambon' banana and they prefer tangerine than 'siam' orange.

Keywords: consumer behavior, factor analysis, Fishbein model, local fruit