p-ISSN No. 2337-7070
e-ISSN No. 2620-4177

JURNAL ILMU ILMU AGRIBISNIS:
JOURNAL OF AGRIBUSINESS SCIENCE

VOLUME 9 NOMOR 2, MEI 2021, HALAMAN 183—363

Alamat : Jl. Prof. Dr. Soemantri Brodjonegoro No.1 Bandar Lampung 35145
Telp./Fax. (0721) 781821, *e-mail* : editor.jiia@fp.unila.ac.id

ISSN 2337-7070

e-ISSN 2620-4177

ISSN 2337-7070
e-ISSN 2620-4177

Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis: *Journal of Agribusiness Science*

Editor in Chief : Dr. Ir. Yaktiworo Indriani, M.Sc.

Associate Editor : Dr. Ir. Ktut Murniati, M.T.A.

Editorial Boards :
1. Dr. Ir. R Hanung Ismono, M.P.
2. Dr. Ir. Fembriarti Erry Prasmatiwi, M.P.
3. Dr. Ir. Dyah Aring Hepiana Lestari, M.Si.
4. Dr. Ir. Sumaryo Gs, M.Si.
5. Ir. Rabiatul Adawiyah, M.Si.
6. Ir. Indah Nurmayasari, M.Sc.

Managing Editors :
1. Rio Tedi Prayitno, S.P., M.Si.
2. Lina Marlina, S.P., M.Si.
3. Yuliana Saleh, S.P., M.Si.
4. Dewi Mulia Sari, S.P., M.Si.

Reviewers :
1. Prof. Dr. Ir. Dwi Putra Darmawan, M.P. (Universitas Udayana)
2. Prof.Dr. Ir. Yonariza, M.Sc. (Universitas Andalas)
3. Prof. Dr. Ir. Bustanul Arifin, M.Sc. (Universitas Lampung)
4. Prof. Dr. Ir. Wan Abbas Zakaria, M.S. (Universitas Lampung)
5. Dr. Ir. Nurbani Kalsum, M.Si. (Politeknik Negeri Lampung)
6. Dr. Jangkung Handoyo Mulyo, M.Ec. (Universitas Gadjah Mada)
7. Dr. Ir. Arya Hadi Dharmawan, MSc.Agr. (IPB University)
8. Dr. Ir. Wuryaningsih Dwi Sayekti, M.S. (Universitas Lampung)
9. Dr. Ir. M. Irfan Affandi, M.Si. (Universitas Lampung)
10. Dr. Ir. Dewangga Nikmatullah, M.S. (Universitas Lampung)
11. Dr. Ir. Tubagus Hasanuddin, M.S. (Universitas Lampung)
12. Dr. Abdul Mutolib, S.P. (Universitas Lampung)
13. Dr. Ir. Lies Sulistyowati, M.S. (Universitas Padjajaran)
14. Dr. Fitriani, S.P., M.E.P. (Politeknik Negeri Lampung)

Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis: *Journal of Agribusiness Science* merupakan forum publikasi untuk hasil-hasil penelitian dalam bidang agribisnis, ekonomi pertanian, pembangunan pertanian, sosiologi pedesaan, penyuluhan pertanian, ketahanan pangan dan gizi, serta bidang keilmuan lain yang terkait. Jurnal ini terbit empat kali setiap tahunnya yaitu pada Bulan Februari, Mei, Agustus, dan November.

DAFTAR ISI

Halaman

1. Analisis Pendapatan Usahatani dan Faktor-Faktor yang Memengaruhi Produksi Cabai Merah Di Desa Trimulyo Kecamatan Tegineneng Kabupaten Pesawaran (Intan Sayna Rahmadanti, Wan Abbas Zakaria, Lina Marlina) 183-190

2. Sistem Agribisnis Tanaman Hias Bunga (Adenium, Anggrek, Dan Mawar) Di Kota Bandar Lampung (Filipus Cahya Kusuma Putra, Yaktiworo Indriani, Maya Riantini) 191-197

3. Analisis Efisiensi Distribusi Dan Tingkat Ketepatan Pendistribusian Program Rastra dan BPNT Pada Rumah Tangga Penerima Manfaat di Kelurahan Yukum Jaya, Kabupaten Lampung Tengah (Annisa Nevy Prihartini, Raden Hanung Ismono, dan Zainal Abidin) 198-205

4. Struktur Biaya, Keuntungan, dan Nilai Tambah Agroindustri Gula Kelapa di Kecamatan Negeri Katon Kabupaten Pesawaran (Ayla Vilin Windyata, Dwi Haryono, Maya Riantini) ... 206-211

5. Analisis Efisiensi Produksi dan Pendapatan Usahatani Padi Sawah di Kecamatan Balige Kabupaten Toba Samosir (Natha Marwin, Wan Abbas Zakaria, Suriaty Situmorang) 212-219

6. Analisis Efisiensi Teknis Usaha Tambak Udang *Vanname* Petambak Mandiri Eks Plasma PT Central Pertiwi Bahari di Kabupaten Tulang Bawang (Ristiana Restuti, Fembriarti Erry Prasmatiwi dan Wuryaningsih Dwi Sayekti) 220-227

7. Analisis Pendapatan dan Tingkat Kesejahteraan Rumah Tangga Petani Ubi Kayu di Kecamatan Terbanggi Besar Kabupaten Lampung Tengah (Sony Putra, Rabiatul Adawiyah, Achdiansyah Soelaiman) 228-234

8. Analisis Efisiensi Pemasaran Usahatani Jagung di Kecamatan Bandar Sribhawono Kabupaten Lampung Timur (Asih Titiana, Ktut Murniati, Eka Kasymir)..... 235-241

9. Pengaruh Program Upaya Khusus Terhadap Produktivitas, Biaya Pokok Produksi dan Pendapatan Usahatani Kedelai di Kabupaten Lampung Timur (Fajar Setya Dharma, Agus Hudoyo, dan Achdiansyah Soelaiman) 242-249

10. Analisis Pendapatan dan Nilai Tambah Agroindustri Tahu dan Tempe di Desa Bandar Agung Kecamatan Terusan Nunyai Kabupaten Lampung Tengah (Desti Yuliatami, Muhammad Irfan Affandi, Eka Kasymir) 250-256

11. Pendapatan dan Tingkat Kesejahteraan Rumah Tangga Petani Ubi Kayu di Kabupaten Lampung Selatan (Grace Lia Ronauli Siahaan, Teguh Endaryanto, Muhammad Ibnu)..... 257-264

12. Analisis Keragaan Agroindustri Klanting di Desa Gantimulyo Kecamatan Pekalongan Kabupaten Lampung Timur (Gusti Ayu Komang Theresia Aidawati, Ktut Murniati, Maya Riantini) 265-270

13. Analisis Keunggulan Komparatif dan Kompetitif Usahatani Ubi Kayu di Kecamatan Blambangan Pagar Kabupaten Lampung Utara (Sayu Hadiyati Iswara, Raden Hanung Ismono, Muhammad Irfan Affandi)..... 271-278

14. Analisis Kinerja Produksi dan Strategi Pemasaran Agroindustri Kerupuk Kemplang di Kota Bandar Lampung (Andy Lareza, Adia Nugraha, Muhammad Irfan Affandi) 279-286

15. Hubungan Motivasi, Kemampuan, Kedisiplinan, dan Kepuasan Kerja dengan Kinerja Mandor Di PT Great Giant Pineapple Departemen PG 2 Lampung Tengah (Arnum Wahida Banati Husna, Wuryaningsih Dwi Sayekti, Adia Nugraha)..... 287-293

16. Analisis Manajemen Produksi Tepung Tapioka di PT Gunung Sugih Kabupaten Lampung Tengah (Rosi Jayanti, Dwi Haryono, Sumaryo Gitosaputro) 294-300

17. Preferensi Konsumen Terhadap Buah-Buahan di Kota Bandar Lampung (Riski Tuan Abda'u, Bustanul Arifin, Muhammad Ibnu)..... 301-308

18. Sistem Replanting Kelapa Sawit, Opportunity Pendapatan Kelapa Sawit dan Tingkat Kesejahteraan Petani pada Masa Replanting di Perkebunan Kelapa Sawit Rakyat Kabupaten Lampung Tengah (Ria Kurniasih, Raden Hanung Ismono, Teguh Endaryanto)..... 309-316

19. Analisis Pendapatan dan Risiko Usahatani Cabai Merah di Kecamatan Way Sulan Kabupaten Lampung Selatan (Dian Febriany Anugrah, Bustanul Arifin, Ani Suryani)..... 317-324

20. Pengambilan Keputusan, Sikap dan Kepuasan Konsumen Terhadap Paket Nasi Liwet di RM Sasa Bandar Lampung (Erin Apriani, Yaktiworo Indriani, Rabiatul Adawiyah)..... 325-332

21. Partisipasi Petani Anggota Perkumpulan Petani Pemakai Air (P3A) dalam Pengelolaan Air Irigasi di Kecamatan Palas Kabupaten Lampung Selatan (Wida Alviyanti, Indah Nurmayasari, Fembriarti Erry Prasmatiwi)..... 333-340

22. Analisis Manajemen Risiko dan Strategi Pemasaran Agroindustri Kopi Bubuk (Studi Kasus Agroindustri Kopi Bubuk Cap Gunung Betung) (Asila Jelita Maharani, Dwi Haryono, Adia Nugraha)..... 341-347

23. Analisis Sistem Agribisnis Usaha Ternak Kambing Saburai pada Koperasi Produsen Peternak (KPP) Saburai Mandiri di Kecamatan Gisting Kabupaten Tanggamus (Panji Hirawan, Dyah Aring Hepiana Lestari, Eka Kasymir)..... 348-355

24. Ketahanan dan Kemandirian Pangan Rumah Tangga Petani Padi di Daerah Rawan Pangan Kecamatan Pagelaran Utara Kabupaten Pringsewu (Titis Widyawati Sholeha, Fembriarti Erry Prasmatiwi, Dyah Aring Hepiana Lestari)..... 356-363

PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP BUAH-BUAHAN DI KOTA BANDAR LAMPUNG

(*The Consumer Preferences for Fruits in Bandar Lampung City)*

Riski Tuan Abda'u, Bustanul Arifin, Muhammad Ibnu

Jurusan Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Lampung, Jl. Prof. Dr. Soemantri Brojonegoro No. 1 Bandar Lampung 35145, *e-mail :* bustanul.arifin@fp.unila.ac.id

ABSTRACT

Fruit consumption in Indonesia, especially in Lampung Province, has not reached the Nutrient Adequacy Ratio (NAR) yet, and this threatens the health of young people in the future. Efforts to improve the consumption begin by analyzing the influence of social and personal factors then evaluate consumer preferences for fruits in Bandar Lampung. The consumer preferences explained by different attributes combination for several fruits, such as mangoes, oranges, and bananas. Data were collected with the survey method to 100 respondents. Social factors significantly influence fruit consumption. The social factors relate to the influence of other peoples that affects fruits consumptions. Price is an essential attribute considered by consumers when choosing fruits. Consumers prefer cheap fruits, sweet tasted, small, and clean skinned.

Key words: conjoint analysis, consumption, fruit, preferences.

PENDAHULUAN

Buah-buahan memiliki kandungan vitamin, mineral, dan serat yang berfungsi sebagai antioksidan atau penangkal senyawa jahat dalam tubuh. Konsumsi buah yang cukup merupakan salah satu indikator sederhana gizi seimbang, karena dapat menjaga tekanan darah, kadar gula, dan kolesterol darah serta dapat mencegah gangguan pencernaan dan risiko obesitas (Kementerian Kesehatan Republik Indonesia 2018).

Konsumsi buah di Indonesia hanya sebesar 67 gram/kapita/hari dari 150 gram/kapita/hari yang dianjurkan oleh Badan Kesehatan Dunia atau WHO. Provinsi Lampung memiliki tren konsumsi buah yang juga tidak mencapai Angka Kecukupan Gizi (BPS 2016).

Provinsi Lampung memiliki jumlah penduduk yang besar, yaitu 8.289.577 jiwa (BPS 2017). Rendahnya konsumsi buah pada jumlah masyarakat yang besar dapat menyebabkan gangguan kesehatan dan penurunan kualitas sumberdaya manusia secara masif. Kota Bandar Lampung berperan penting dalam konsumsi buah di Provinsi Lampung, karena memiliki kepadatan penduduk terbesar.

Konsumsi buah merupakan salah satu bentuk pengambilan keputusan jika dilihat dari sudut pandang perilaku konsumen. Faktor sosial dan faktor pribadi berperan penting dalam perilaku konsumen secara umum (Kotler 2002). Faktor sosial dan pribadi belum dipastikan berpengaruh terhadap konsumsi buah di Kota Bandar Lampung. Andarwangi, Indriani dan Prasmatiwi (2016) pernah meneliti tentang gaya hidup rumah tangga dalam mengonsumsi buah di Kota Bandar Lampung. Penelitian tersebut belum membahas pengaruh faktor sosial dan faktor pribadi terhadap konsumsi buah.

Konsumsi buah juga ditentukan oleh preferensi yang menjelaskan tentang tingkat kesukaan konsumen terhadap atribut buah. Atribut buah merupakan ciri khas yang melekat pada buah. Atribut produk dapat membentuk profil buah. Profil buah dapat mempengaruhi konsumen dalam memilih buah-buahan.

Buah mangga, jeruk, dan pisang banyak tersedia di Kota Bandar Lampung, namun belum ada penelitian tentang preferensi konsumen terhadap ketiga buah tersebut. Peneliti terdahulu yang mempelajari perilaku konsumen buah belum membahas preferensi secara spesifik. Preferensi konsumen adalah kecenderungan konsumen dalam memilih produk sesuai tingkat kesukaan setiap konsumen.

Preferensi konsumen terhadap buah-buahan dipengaruhi oleh kombinasi atribut dan level yang dihadapkan. Hasil penelitian preferensi konsumen dapat menambah literatur baru tentang buah-

buahan. Penelitian tentang preferensi konsumen terhadap buah mangga, jeruk dan pisang di Kota Bandar Lampung penting untuk dilakukan. Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah dipaparkan, tujuan penelitian ini adalah menganalisis pengaruh faktor sosial dan faktor pribadi konsumen terhadap konsumsi buah mangga, jeruk dan pisang di Kota Bandar Lampung serta menganalisis preferensi konsumen terhadap buah mangga, jeruk dan pisang di Kota Bandar Lampung.

METODE PENELITIAN

Metode pengumpulan data yang digunakan adalah metode survei. Metode survei merupakan pendekatan metode deskriptif untuk memperoleh data dari sejumlah sampel tertentu. Data diperoleh dengan penyusunan daftar pertanyaan pada kuesioner dan wawancara secara langsung. Teknik pengumpulan data konsumsi dilakukan dengan cara *recall*. Konsumen diminta untuk mengingat kembali jumlah buah yang dihabiskan dalam sepekan atau sebulan. Teknik pengumpulan data preferensi dilakukan dengan evaluasi kombinasi atribut dan tingkatan pada setiap buah.

Penelitian dilakukan di Pasar Way Halim, Pasar Tempel Way Kandis, Pasar Tugu, Pasar Pasir Gintung, Mall Boemi Kedaton, Trans Mart Lampung, Pasar Swalayan *Chandra Superstore* Tanjung Karang dan Pasar Swalayan *Giant* Kedaton. Pemilihan lokasi didasarkan pada hasil prasurvei. Letak pasar yang strategis dan ketersediaan buah yang beragam adalah alasan pemilihan pasar-pasar tersebut. Pengambilan data dilakukan pada bulan April hingga Mei tahun 2019.

Data yang digunakan terdiri dari data primer dan sekunder. Data primer berupa karakteristik pribadi dan sosial konsumen serta evaluasi konsumen terhadap atribut buah. Data sekunder terdiri dari data kecamatan, pasar swalayan dan pasar tradisional di Kota Bandar Lampung. Teknik pengambilan sampel yang dipilih adalah *non probability sampling*, yaitu dengan *judgement sampling.*

Menurut Nazir (2005), *judgement sampling* dilakukan dengan kriteria-kriteria yang telah dirumuskan sebelumnya oleh peneliti. Pemilihan teknik tersebut dikarenakan tidak seluruh individu dapat menjadi sampel penelitian. Kriteria responden adalah berusia 19-64 tahun; mengonsumsi buah minimal satu kali dalam sepekan terakhir; berperan sebagai pengambil keputusan. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 100 orang responden. Menurut Green dan Srinivasan (1978), jumlah sampel minimum yang disarankan pada penelitian yang menggunakan analisis konjoin adalah 100 orang.

Tabel 1. Penentuan atribut buah berdasarkan tingkat kepentingan

Atribut Buah	Rerata Skor Kepentingan	*Ranking*
Rasa	3,70	1
Harga	3,50	2
Warna kulit	3,35	3
Ukuran	3,10	4
Aroma	2,95	5
Kandungan vitamin	2,85	6
Varietas	2,60	7

Pengaruh Faktor Sosial dan Faktor Pribadi Terhadap Konsumsi Buah Dianalisis dengan Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk menjawab tujuan pertama, yaitu pengaruh faktor sosial dan pribadi konsumen terhadap konsumsi buah mangga, jeruk dan pisang di Kota Bandar Lampung. Model persamaan yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$Y_i = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \beta_6 D_1 + \beta_7 D_2 + e \quad \ldots\ldots\ldots\ldots\ldots\ldots\ldots\ldots\ldots\ldots (1)$$

Keterangan:
Y_i = Konsumsi buah (1:mangga, 2:jeruk, 3:pisang) (gram/hari)
β_0 = Konstanta
β_i = Koefisien
X_1 = Usia
X_2 = Pendapatan (Rp/bulan)
X_3 = Jumlah anggota rumah tangga
X_4 = Jarak pembelian (km)
X_5 = Lama pendidikan (tahun)
D_1 = Jenis kelamin (1:perempuan, 0:lainnya)
D_2 = Pengaruh orang lain (1:dipengaruhi, 0: lainnya)

Preferensi Konsumen Terhadap Atribut Buah Mangga, Jeruk dan Pisang ditentukan dengan Analisis Konjoin

Analisis konjoin digunakan untuk menjawab tujuan kedua, yaitu preferensi konsumen terhadap buah mangga, jeruk dan pisang di Kota Bandar Lampung. Langkah-langkah yang dilakukan sebagai berikut:

Tabel 2. Penentuan atribut dan level atribut buah mangga, jeruk dan pisang

Atribut	Level Atribut	Buah Mangga	Buah Jeruk	Buah Pisang
Harga (H)	Murah (H1)	11.000-15.000	11.000-15.000	13.000-15.000
	Cukup Murah (H2)	16.000-20.000	16.000-20.000	16.000-18.000
	Mahal (H3)	21.000-25.000	32.000-41.000	19.000-21.000
Rasa (R)	Manis (R1)	Manis	Manis	Manis
	Cukup Manis (R2)	Cukup Manis	Cukup Manis	Cukup Manis
Ukuran (U)	Kecil (U1)	4 Buah/Kg	11 Buah/Kg	10 Buah/Kg
	Sedang (U2)	3 Buah/Kg	9 Buah/Kg	8 Buah/Kg
	Besar (U3)	2 Buah/Kg	7 Buah/Kg	6 Buah/Kg
Warna Kulit (WK)	Tanpa Bercak (WK1)	Tanpa Bekas Getah	Tanpa Bercak Hitam	Kuning
	Ada Bercak (WK2)	Ada Berkas Getah	Ada Bercak Hitam	Hijau Kekuningan

1) Beberapa atribut dipilih berdasarkan tingkat kepentingan menurut responden. Pada penelitian ini dipilih empat atribut dengan skor kepentingan tertinggi. Rincian tingkat kepentingan atribut tertera pada Tabel 1.

   Atribut rasa dianggap paling penting bagi calon konsumen, dengan rata-rata sebesar 3,73. Atribut harga merupakan atribut penting kedua, kemudian warna kulit dan ukuran. Atribut buah yang terpilih selanjutnya ditambahkan level atau tingkatan. Pemaparan atribut dan level tertera pada Tabel 2. Atribut harga dan ukuran memiliki 3 tingkatan, rasa dan warna kulit memiliki 2 tingkatan.

2) Prosedur *orthogonal* dilakukan untuk mendapatkan kombinasi tertentu. Kombinasi yang seharusnya dihasilkan adalah sebanyak 36 kombinasi (3x2x3x2). Kombinasi yang terlalu banyak dapat mempersulit konsumen dalam penilaian. Prosedur *orthogonal* SPSS digunakan agar tidak semua kombinasi harus dianalisis. Hasil *orthogonal* menunjukkan terpilih 9 kombinasi yang harus dinilai oleh konsumen.

Tabel 3. Hasil prosedur *orthogonal* SPSS

Atribut				Kombi-nasi
Harga (H)	Rasa (R)	Uku-ran (U)	Warna Kulit (WK)	
H3	R1	U1	WK 2	1
H1	R2	U3	WK 2	2
H3	R1	U3	WK 1	3
H2	R1	U2	WK 2	4
H2	R1	U3	WK 1	5
H1	R1	U1	WK 1	6
H1	R1	U2	WK 1	7
H2	R2	U1	WK 1	8
H3	R2	U2	WK 1	9

3) Konsumen memberikan skor dari kombinasi yang disukai (9) hingga kombinasi yang paling tidak disukai (1). Pendapat konsumen digunakan untuk penentuan preferensi dengan analisis konjoin. Model yang digunakan pada analisis konjoin dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\mu(x) = a_0 + a_{1j} X_{1j} + a_{2j} X_{2j} + a_{3j} X_{3j} + a_{4j} X_{4j} \ldots (2)$$

   Keterangan:
   $\mu(x)$ = Utilitas dari setiap stimuli buah x
   a_0 = Konstanta atau total utilitas seluruh atribut
   a_{ij} = Utilitas atribut (i) pada level (j)
   X_{ij} = Bernilai 1 jika atribut (i) dan level (j) terjadi, 0 lainnya

4) Estimasi utilitas pada setiap stimuli $\mu(x)$ pada ketiga buah dilakukan. Jika $\mu(x)$ bernilai positif atau lebih besar, maka konsumen menyukai atribut tersebut. *SPSS subfile summary* juga menunjukkan urutan kepentingan atribut.

5) Keakurasian peramalan diukur dengan koefisien korelasi, yaitu nilai Pearson's R dan Kendall's Tau. Nilai tersebut diuji dengan α=0,05. Jika berbeda nyata, maka pendapat konsumen dapat diterima dan dianalisis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Konsumen

Konsumen termuda pada penelitian ini berusia 19 tahun, sedangkan konsumen tertua adalah 53 tahun. Sebanyak 91 persen konsumen berada pada masa remaja akhir, masa dewasa awal dan dewasa akhir. Konsumen pada masa dewasa awal (26-35 tahun) berjumlah paling banyak, yaitu 35 persen. Konsumen laki-laki berjumlah 25 persen, sedangkan konsumen perempuan berjumlah 75 persen.

Tabel 4. Konsumsi buah mangga, jeruk dan pisang per rumah tangga dan per kapita per hari di Kota Bandar Lampung

Buah	Rerata konsumsi (g/RT/hari)	Rerata konsumsi (g/kapita/hari)
Mangga	162,671	62,308
Jeruk	138,029	55,467
Pisang	140,357	55,238

Konsumen dengan pendidikan terakhir SMA berjumlah paling banyak, yaitu 52 persen. Pendapatan terendah responden adalah Rp1.000.000,00 per bulan. Pendapatan tertinggi konsumen sebesar Rp9.500.000,00 per bulan. Pendapatan rata-rata konsumen sebesar Rp3.251.000,00 per bulan.

Jumlah anggota rumahtangga berkisar antara 1 sampai 6 orang. Terdapat 26 persen konsumen memiliki jumlah tanggungan keluarga sebanyak 4 orang. Jarak terdekat kediaman konsumen dari pasar sejauh 0,20 kilometer, sedangkan jarak terjauh adalah 5 kilometer. Sebanyak 62 persen responden dipengaruhi oleh orang lain dalam mngonsumsi buah-buahan.

Konsumsi buah mangga lebih banyak daripada buah jeruk dan pisang, yaitu sejumlah 62,308 gram per kapita per hari (Tabel 4). Jika konsumen hanya mengonsumsi salah satu buah, maka konsumsi buah di Kota Bandar Lampung belum mencukupi AKG yang dianjurkan (150 gram per kapita per hari). Apabila ketiga buah dikonsumsi secara bersamaan, maka dapat memenuhi AKG. Kelemahan penelitian ini adalah pengumpulan data konsumsi dengan teknik *recall* tidak dilakukan secara tepat dan rinci. Konsumsi buah sepekan seharusnya dirincikan dengan konsumsi per hari. Ketidaktepatan *recall* membuat konsumen memperkirakan jumlah konsumsi buah yang kurang akurat. Data konsumsi buah mangga, jeruk dan pisang tidak dibedakan berdasarkan jenis (varietas) buah dan asal buah (lokal/impor). Data konsumsi buah yang diperoleh masih sangat umum. Kelemahan tersebut dapat dikembangkan peneliti lain untuk mendapatkan data konsumsi buah-buahan dengan lebih baik dan tepat.

Pengaruh Faktor Sosial dan Faktor Pribadi Terhadap Konsumsi Buah Dijawab dengan Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Uji Normalitas dan Uji Multikolinearitas

Uji normalitas dan multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui kelayakan pengambilan keputusan. Pengujian dengan *Kolmogorov-Smirnov Test* pada residual regresi konsumsi buah mangga, jeruk dan pisang menunjukkan bahwa nilai signifikansi lebih besar dari 0,05.

Hasil pengujian tersebut menunjukkan bahwa data observasi terdistribusi normal. Pada hasil uji kolinearitas (Tabel 5), semua variabel bebas memiliki nilai VIF < 10 dan nilai toleransi > 0,05. Tidak terdapat hubungan yang erat antara variabel bebas. Dengan demikian, hasil analisis dapat diterjemahkan untuk mengambil keputusan.

Hasil Uji F

Nilai F-hitung buah mangga, jeruk dan pisang lebih besar dari F-tabel (2,111) dengan signifikansi lebih kecil dari 0,05 (Tabel 5). Hal tersebut berarti bahwa faktor pribadi dan faktor sosial secara bersamaan mempengaruhi konsumsi buah mangga, jeruk dan pisang.

Tabel 5. Analisis pengaruh faktor sosial dan pribadi terhadap konsumsi buah mangga, jeruk dan pisang di Kota Bandar Lampung

Variabel	Konsumsi Mangga		Konsumsi Jeruk		Konsumsi Pisang		VIF
	Koefisien	Sig.	Koefisien	Sig.	Koefisien	Sig.	
Usia (X_1)	-0,156	0,219	-0,198	0,128	-0,029	0,817	1,782
Pendapatan (X_2)	-0,248	0,183	-0,152	0,301	-0,080	0,558	2,169
Jml anggota RT (X_3)	0,246*	0,078	0,238*	0,094	0,283 **	0,039	2,121
Jarak pembelian (X_4)	-0,096	0,383	-0,254**	0,022	-0,205 **	0,047	1,211
Jenis kelamin (D_1)	0,296**	0,010	0,035	0,760	-0,090	0,395	1,291
Pendidikan (X_5)	0,024	0,851	-0,189	0,142	-0,162	0,184	1,713
Pengaruh orang lain (D_2)	0,300***	0,004	0,311***	0,003	0,303 ***	0,002	1,079
R Square		0,210		0,217		0,210	-
F-hitung	3,198 (sig.0,005)		3,295 (sig. 0,004)		3,497 (0,002)		-

Keterangan:
***) signifikan pada tingkat kepercayaan 99%
**) signifikan pada tingkat kepercayaan 95%
*) signifikan pada tingkat kepercayaan 90%

Faktor pribadi terdiri dari variabel usia, pendapatan, lama pendidikan dan jenis kelamin. Faktor sosial terdiri dari variabel jumlah anggota rumah tangga, jarak pembelian dan pengaruh orang lain. Nilai *R Square* yang kecil menunjukkan bahwa pada model penelitian terdapat kekurangan. Ketidakmampuan model menjelaskan populasi disebabkan, karena penggunaan variabel dan sampel yang kurang tepat. Sampel yang digunakan terlalu sedikit untuk menganalisis tujuh variabel bebas, sehingga *R Square* yang dihasilkan rendah.

Hasil Uji t

Variabel usia (X_1) tidak mempengaruhi konsumsi buah mangga, jeruk dan pisang (Tabel 5). Pertambahan usia pada konsumen tidak terbukti dapat menambah jumlah konsumsi buah. Hasil tersebut mematahkan pernyataan Bahria dan Triyati (2010) yang menyebutkan bahwa generasi muda kurang mengonsumsi buah. Konsumen berusia muda tidak selalu mengonsumsi buah lebih sedikit dari konsumen yang lebih tua.

Pendapatan (X_2) tidak berpengaruh terhadap konsumsi buah mangga, jeruk dan pisang. Perbedaan jumlah pendapatan konsumen tidak mempengaruhi jumlah buah yang dikonsumsi. Hasil ini bertolak belakang dengan penelitian Rachman, Mustika dan Kusumawati (2017). Rachman *et al.* (2017) mengklaim bahwa pendapatan berhubungan signifikan dengan perilaku konsumsi buah. Penelitian tersebut menggunakan sampel yang lebih spesifik, yaitu remaja di sekolah. Perbedaan hasil wajar terjadi karena asal pendapatan yang tidak sama, sehingga tidak menunjukkan pengaruh yang nyata.

Menurut Andarwangi *et al.* (2016), permintaan pisang dipengaruhi oleh pendapatan. Permintaan diukur dengan pengeluaran yang menunjukkan kemampuan pembelian konsumen. Konsumsi diukur dengan jumlah barang yang dihabiskan. Kemampuan pembelian tidak menentukan kemauan untuk menghabiskan buah-buahan yang telah dibeli.

Jumlah anggota rumah tangga (X_3) berpengaruh terhadap konsumsi buah mangga, jeruk dan pisang dengan tingkat kepercayaan 90 persen dan 95 persen. Pertambahan anggota rumah tangga dapat meningkatkan kuantitas konsumsi buah. Perilaku konsumsi salah satu anggota keluarga dapat mempengaruhi anggota keluarga lainnya. Hasil tersebut sejalan dengan penelitian Desfaryani, Hartoyo dan Anggraeni (2016). Desfaryani *et al.* (2016) menyatakan bahwa variabel jumlah anggota rumah tangga berpengaruh terhadap permintaan buah. Pengaruh anggota rumah tangga bukan hanya berpengaruh pada permintaan, tetapi juga perilaku konsumsi. Konsumsi buah masyarakat Kota Bandar Lampung dapat berubah sesuai dengan jumlah anggota rumah tangganya.

Jarak pembelian (X_4) berpengaruh negatif terhadap konsumsi buah jeruk dan pisang. Pertambahan jarak pembelian dapat menurunkan jumlah konsumsi jeruk dan pisang. Hal ini dikarenakan buah tersebut hanya tersedia di pasar-pasar yang cukup jauh dari kediaman konsumen. Hasil ini sesuai dengan hasil penelitian Ralibi, Ichdayati dan Rochaeni (2015). Ralibi *et al.* (2015) menyatakan bahwa tempat pembelian mempengaruhi konsumsi buah. Tempat pembelian yang jauh dari kediaman konsumen dapat mengurangi konsumsi buah tersebut atau bahkan menggantikannya dengan produk lain.

Jenjang pendidikan (X_5) tidak menunjukkan pengaruh pada konsumsi buah mangga, jeruk dan pisang. Tingginya pendidikan yang telah ditempuh konsumen tidak dapat meningkatkan konsumsi buah. Artinya, konsumen yang berpengetahuan luas belum tentu mengonsumsi buah lebih banyak.

Variabel pengaruh orang lain (D_1) mempengaruhi konsumsi buah mangga, jeruk dan pisang dengan tingkat kepercayaan 99 persen. Konsumen yang mengonsumsi buah karena pengaruh orang lain terbukti lebih banyak mengonsumsi buah. Pengaruh orang lain dapat mengubah perilaku konsumsi buah. Pengaruh orang lain dapat berasal dari keluarga, teman sekolah, teman kerja, tokoh publik dan iklan.

Variabel jenis kelamin (D_2) mempengaruhi komsumsi buah mangga dengan tingkat kepercayaan 95 persen. Konsumen perempuan dapat mengonsumsi buah mangga lebih banyak daripada konsumen laki-laki.

Faktor pribadi dan sosial berpengaruh terhadap perilaku konsumen secara umum (Kotler 2002). Hasil penelitian sesuai dengan teori dasar, namun terdapat perbedaan proporsi pengaruh faktor pribadi dan sosial terhadap konsumsi buah. Konsumsi buah mangga, jeruk dan pisang lebih banyak dipengaruhi oleh faktor sosial dibandingkan faktor pribadi. Faktor sosial yang berpengaruh meliputi variabel pengaruh orang lain, jumlah tanggungan keluarga dan jarak pembelian.

Besarnya pengaruh faktor sosial karena manusia adalah makhluk sosial yang dapat dipengaruhi oleh lingkungan. Peran lingkungan melalui hubungan sosial yang terjalin antar individu dapat mengubah perilaku sehari-hari, termasuk konsumsi buah.

Pengaruh faktor sosial harus menjadi landasan utama untuk meningkatkan konsumsi buah di Kota Bandar Lampung. Kota Bandar Lampung dengan masyarakat perkotaan yang heterogen dan berpikir yang terbuka, seharusnya lebih mudah menyerap informasi baru.

Preferensi Konsumen Terhadap Atribut Buah Mangga, Jeruk dan Pisang Ditentukan dengan Hasil Analisis Konjoin

Preferensi konsumen diinterpretasikan dari hasil analisis konjoin melalui nilai estimasi utilitas. Level atribut dengan nilai utilitas paling tinggi mempengaruhi preferensi konsumen. Nilai utilitas yang betanda positif berarti lebih disukai konsumen. Hasil analisis konjoin pada atribut buah mangga tertera pada Tabel 6.

Harga buah mangga yang berharga Rp11.000,00-Rp15.000,00 memiliki nilai utilitas tertinggi, yaitu sebesar 1,362. Artinya harga mangga yang murah mempengaruhi preferensi konsumen. Harga Rp16.000,00-Rp20.000,00 lebih disukai konsumen dibandingkan harga Rp21.000,00-Rp25.000,00.

Buah mangga dengan rasa manis lebih diharapkan daripada yang terasa cukup manis. Ukuran mangga kecil (berjumlah 4 buah per kilogram) paling disukai konsumen. Mangga yang berjumlah 3 buah per kilogram lebih disukai daripada berjumlah 2 buah per kilogram. Buah mangga dengan kulit tanpa bekas getah lebih disukai daripada yang ada bekas getah.

Seluruh sub-atribut yang bernilai positif digabungkan dalam satu kombinasi. Kombinasi tersebut adalah gambaran profil buah yang menjadi preferensi konsumen.

Preferensi konsumen terhadap buah mangga berharga Rp11.000,00-Rp15.000,00 rasanya manis, berukuran 4 buah per kilogram dan kulit tanpa bekas getah. Buah jeruk yang menjadi pilihan utama konumen berharga Rp11.000,00-Rp15.000,00 rasanya manis, berukuran 11 buah per kilogram, dan kulit tanpa bercak hitam. Buah pisang yang paling disukai konsumen berharga Rp13.000,00-Rp15.000,00 rasanya manis, berukuran 10 buah per kilogram, dan kulit berwarna kuning.

Secara umum, atribut harga buah yang paling murah, jumlah banyak per kilogram, rasa manis, dan kulit bersih mempengaruhi preferensi konsumen. Konsumen cenderung memilih atribut pada level yang tinggi.

Konsumen menginginkan buah yang semurah mungkin, tetapi dengan kualitas sebaik mungkin. Buah dengan seluruh atribut yang paling baik sulit didapatkan, maka preferensi dapat dianalisis lebih rinci dengan tingkat kepentingan atribut.

Tingkat kepentingan atribut adalah pertimbangan konsumen dalam memilih buah. Atribut dengan nilai tertinggi berarti paling penting bagi konsumen. Tingkat kepentingan atribut buah mangga, jeruk dan pisang terdapat pada Tabel 7.

Harga merupakan atribut yang paling penting bagi konsumen dalam memilih buah. Tingkat kepentingan harga buah mangga, jeruk dan pisang bernilai masing-masing sebesar 43,499; 47,441; dan 44,768.

Tabel 6. Hasil analisis konjoin dalam menentukan preferensi konsumen terhadap buah mangga, jeruk dan pisang di Kota Bandar Lampung

Atribut	Level Atribut	Utilitas		
		Buah Mangga	Buah Jeruk	Buah Pisang
Harga (H)	Murah (H1)	1,362	1,356	1,417
	Cukup Murah (H2)	0,346	0,689	0,450
	Mahal (H3)	-1,708	-2,044	-1,867
Rasa (R)	Manis (R1)	0,756	0,723	0,808
	Cukup Manis (R2)	-0,756	-0,723	-0,808
Ukuran (U)	Kecil (U1)	0,219	0,169	0,200
	Sedang (U2)	0,029	-0,074	-0,130
	Besar (U3)	-0,248	-0,094	-0,070
Warna Kulit (WK)	Tanpa Bercak (WK1)	0,138	0,293	0,168
	Ada Bercak (WK2)	-0,138	-0,293	-0,168

Tabel 7. Tingkat kepentingan atribut buah mangga, jeruk dan pisang di Kota Bandar Lampung

Tingkat Kepentingan	Mangga	Jeruk	Pisang
Harga	43,499	47,441	44,768
Rasa	21,363	20,410	22,398
Ukuran	23,391	20,272	19,513
Warna Kulit	11,747	11,877	13,321

Konsumen sangat mementingkan harga dibandingkan atribut lainnya. Konsumen lebih memilih buah yang murah, meskipun tidak dengan rasa, ukuran dan kulit yang terbaik. Konsumen memahami bahwa harga buah berbanding lurus dengan kualitas yang didapatkan. Hal ini berkaitan dengan penelitian yang dilakukan oleh Octaviani, Indriani dan Situmorang (2014). Octaviani *et al.* (2014) menjelaskan bahwa harga berperan dalam pembelian kembali produk jus buah. Hal tersebut menunjukkan bahwa kepentingan harga berlaku untuk produk buah segar dan olahannya.

Atribut ukuran terpenting kedua pada buah mangga, yaitu sebesar 23,391. Buah mangga yang terlalu besar kurang disukai konsumen. Ukuran buah dapat menentukan jumlah buah yang diperoleh. Kuantitas buah yang lebih banyak membuat konsumen berpendapat bahwa buah tersebut lebih murah. Mayoritas konsumen memilih buah bukan hanya untuk diri sendiri, tetapi untuk seluruh anggota keluarga.

Atribut rasa pada buah jeruk dan pisang, dinilai konsumen sebagai atribut terpenting kedua. Rasa buah jeruk dan pisang yang manis lebih disukai konsumen. Hal tersebut sesuai dengan penelitian Rajagukguk, Sayekti dan Situmorang (2013) yang mengemukakan bahwa atribut rasa sangat penting bagi konsumen dalam memilih buah jeruk. Atribut yang paling tidak penting bagi konsumen adalah warna kulit. Konsumen menilai bahwa kebersihan kulit bukanlah ciri buah dengan rasa yang manis.

Kepercayaan terhadap hasil analisis konjoin dapat dinilai melalui koefisien korelasi. Koefisien korelasi didefiniskan dengan nilai Pearson's R dan Kendall's Tau pada Tabel 8.

Tabel 8. Koefisien korelasi analisis konjoin atributbuah mangga, jeruk, dan pisang

Nilai	Mangga	Jeruk	Pisang
Pearson's R	0,985	0,989	0,987
Kendal's Tau	0,986	0,889	0,944

Nilai Pearson's R pada buah mangga, jeruk dan pisang masing-masing sebesar 0,985; 0,989; dan 0,987 (Tabel 8). Nilai Kendall's Tau pada ketiga buah masing-masing sebesar 0,986; 0,889; dan 0,944. Kedua nilai tersebut memiliki signifikansi sebesar 0,000 pada seluruh buah yang ditelliti. Artinya, data observasi tidak jauh berbeda dengan estimasi. Hasil analisis konjoin untuk preferensi konsumen terhadap buah mangga, jeruk dan pisang dapat dipercaya.

KESIMPULAN DAN SARAN

Faktor sosial terbukti berperan besar pada jumlah konsumsi buah mangga, jeruk dan pisang. Hal ini terjadi karena pada dasarnya manusia adalah makhluk sosial yang dapat dipengaruhi oleh lingkungan. Perilaku mengonsumsi buah secara terus menerus dan berulang dapat ditiru oleh manusia lainnya. Informasi tentang pentingnya mengonsumsi buah lebih mudah diserap oleh konsumen dengan penjelasan dan pembuktian secara langsung.

Atribut harga, rasa, ukuran dan warna kulit pada tingkatan lebih tinggi terbukti mempengaruhi preferensi konsumen. Harga adalah atribut terpenting yang dipertimbangkan konsumen dalam mengonsumsi buah mangga, jeruk dan pisang. Konsumen lebih memilih buah yang murah meskipun tidak dengan atribut rasa, ukuran dan warna kulit yang paling baik. Konsumen menyukai buah yang berukuran lebih kecil. Konsumen mempertimbangkan jumlah anggota keluarga dalam memilih buah. Kuantitas buah yang lebih banyak lebih disukai oleh konsumen di Kota Bandar Lampung.

Peneliti lain dalam memperoleh data konsumsi buah-buahan perlu menggunakan metode *recall* yang tepat dan rinci. Penggunaan metode *recall* yang tepat dapat menyajikan data konsumsi yang lebih rinci dan akurat. Peneliti dan konsumen tidak harus menerka jumlah konsumsi buah yang dihabiskan dalam waktu tertentu. Data konsumsi buah berdasarkan varietas dapat dikumpulkan untuk perbandingan buah dengan varietas yang berbeda-beda. Varietas buah perlu digunakan sebagai atribut dalam menganalisis preferensi konsumen. Pengembangan tersebut dapat menambah kajian baru tentang evaluasi konsumen terhadap atribut buah. Peneliti yang menganalisis pengaruh aspek pribadi dan sosial terhadap konsumsi buah harus memilih variabel dan sampel yang tepat, sehingga dapat mewakili populasi.

Konsumsi buah dapat ditingkatkan dengan penyediaan buah dengan harga yang terjangkau. Harga buah yang murah dapat diwujudkan dengan membentuk *platform online* berbentuk aplikasi penjualan buah. Penjualan buah secara online dapat mempermudah konsumen dalam memperoleh buah-buahan, sehingga tidak harus mempertimbangkan jarak pembelian. Harga yang terjangkau, kualitas buah yang baik dan pemberian hadiah (reward) dapat meningkatkan minat konsumen untuk mengonsumsi buah. Pemberian hadiah dapat dilakukan kepada konsumen yang setiap hari mengonsumsi buah dengan jumlah dan jenis tertentu. Ketertarikan konsumen akan hadiah yang ditawarkan dapat memicu peningkatan konsumsi buah secara masif. Pengaruh sosial yang diberikan antar konsumen dapat mengubah paradigma masyarakat, yaitu mengonsumsi buah sebagai tren masa kini.

DAFTAR PUSTAKA

Andarwangi T, Indriani Y, dan Prasmatiwi FE. 2016. Gaya hidup rumah tangga dalam mengonsumsi buah-buahan di Bandar Lampung. *Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis*, 4 (1): 94-103. http://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/JIA/article/view/1219. [20 Februari 2019].

BPS [Badan Pusat Statistik]. 2016. *Survei Sosial Ekonomi Nasional (SUSENAS)*. www.bps.go.id. [27 Januari 2019].

_____. 2017. *Jumlah dan Kepadatan Penduduk Provinsi Lampung Berdasarkan Kabupaten/Kota*. www.bps.go.id. [27 Januari 2019].

Bahria dan Triyati. 2010. Faktor-faktor yang terkait dengan konsumsi buah dan sayur pada remaja di Empat SMA Jakarta Barat. *Jurnal Kesehatan Masyarakat*, 4 (2): 63-71. http://jurnal.fkm.unand.ac.id/index.php/jkma/article/view/70. [20 Februari 2019].

Desfaryani R, Hartoyo S, dan Anggraeni L. 2016. Permintaan buah-buahan rumahtangga di Propinsi Lampung. *Jurnal Agribisnis Indonesia*, 4 (2): 137-148. https://journal.ipb.ac.id/index.php/jagbi/article/view/17128. [20 Februari 2019].

Green PE dan Srinivasan V. 1978. Conjoint Analysis in consumer research: issues and outlook. *The Journal of Consumer Research*, 5 (2): 103-123. https://academic.oup.com/jcr/article/5/2/103/1805825. [7 Maret 2019].

KEMKES RI [Kementerian Kesehatan Republik Indonesia]. 2018. *Konsumsi Makanan Penduduk Indonesia*. Pusat Data dan Informasi, Kementerian Kesehatan Republik Indonesia. www.kemkes.go.id. [8 Maret 2019].

Kotler P. 2002. *Manajemen Pemasaran Edisi Millenium Jilid II*. PT. Prehallindo. Jakarta.

Nazir M. 2005. *Metode Penelitian*. Ghalia Indonesia. Jakarta.

Octaviani MW, Indriani Y, dan Situmorang S. 2014. Pengaruh bauran pemasaran (marketing mix) dan perilaku konsumen terhadap pengambilan keputusan pembelian jus buah segar Bandar Lampung. *Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis*, 2 (2): 133-141. https://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/JIA/article/view/736/677#. [17 Juli 2020].

Rachman BN, Mustika IG, dan Kusumawati IGAW. 2017. Faktor yang berhubungan dengan perilaku konsumsi buah dan sayur siswa SMP di Denpasar. *Jurnal Gizi Indonesia*, 6 (1): 9-16. https://ejournal.undip.ac.id/index.php/jgi/article/view/17749/12608. [19 Februari 2019].

Rajagukguk MJ, Sayekti WD, dan Situmorang S. 2013. Sikap dan pengambilan keputusan konsumen dalam membeli buah jeruk lokal dan jeruk impor di Bandar Lampung. *Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis*, 1 (4): 351-357. https://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/JIA/article/view/713/655. [17 Juli 2020].

Ralibi U, Ichdayati LI, dan Rochaeni S. 2015. Pengaruh kesadaran, persepsi dan preferensi konsumen terhadap perilaku mengkonsumsi buah lokal di kawasan pemukiman Jakarta Timur. *Skripsi*. Program Studi Agribisnis, Fakultas Sains dan Teknologi, UIN Syarif Hidayatullah. Jakarta.