



**ANALISIS KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM PEMBELIAN
RUJAK BUAH SEGAR
(Studi Kasus: Rujak Njedir, Kota Batu)**

SKRIPSI

Oleh:

ALINDA AGUSTINA

22001032007



PROGRAM STUDI AGRIBISNIS

FAKULTAS PERTANIAN

UNIVERSITAS ISLAM MALANG

MALANG

2024



**ANALISIS KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM PEMBELIAN
RUJAK BUAH SEGAR
(Studi Kasus: Rujak Njedir, Kota Batu)**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
Gelar Sarjana Pertanian Strata Satu (S-1)

Oleh:

ALINDA AGUSTINA

22001032007



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ISLAM MALANG
MALANG
2024**



RINGKASAN

Alinda Agustina (22001032007) Analisis Keputusan Konsumen dalam Pembelian Rujak Buah Segar (Studi Kasus: Rujak Njedir Kota Batu). Dosen Pembimbing : 1). Dr. Ir. Zainul Arifin, MP. 2). Dr. Ir Bambang Siswandi, MP.

Buah-buahan merupakan bahan pangan yang melimpah di Indonesia. Buah juga merupakan unsur yang penting bagi makanan yang sehat. Mengonsumsi buah sesuai dengan anjuran dapat menurunkan resiko penyakit, tetapi kurangnya mengonsumsi buah merupakan penyebab resiko ke-10 tertinggi dari angka kematian di dunia (Kusmiyati, et al., 2022). Pada umumnya buah memiliki nilai gizi dan kandungan nutrisi yang lengkap, mengonsumsi buah dalam jumlah yang cukup dapat meningkatkan imunitas tubuh. Dengan kurangnya minat masyarakat untuk mengonsumsi buah, maka dari itu memberikan peluang bisnis untuk membuat olahan buah segar. Olahan buah tersebut diantaranya merupakan rujak buah. Dengan adanya diversifikasi pangan dari buah segar yang hanya dipotong menjadi rujak buah segar dapat menambah minat masyarakat untuk mengonsumsi buah segar. Karena hal tersebut, setiap orang memiliki keputusan tersendiri dalam pembelian rujak buah segar di Rujak Njedir, sehingga tujuan dari penelitian ini adalah 1) Mendeskripsikan profil konsumen pembeli rujak buah segar di Rujak Njedir 2) Untuk menganalisis faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan konsumen untuk membeli rujak buah segar di Rujak Njedir.

Penelitian ini dilakukan di Rujak Njedir lebih tepatnya di Kota Batu. Metode pengambilan sampel ini yaitu dengan cara *accidental sampling* yang merupakan teknik penentuan sampel yang berdasarkan dengan kebetulan atau siapa saja yang bertemu dengan peneliti bisa dijadikan sebagai sampel, bila dipandang cocok sebagai sumber data. Dikarenakan jumlah sampel dan populasi belum diketahui maka peneliti menggunakan teori Sugiyono yaitu untuk menentukan sampel menggunakan rumus mengalikan jumlah variabel dengan 10. Dari hasil perhitungan maka sampel yang digunakan adalah 50 responden untuk minimum pengambilan datanya, lebih baiknya penulis menggunakan 70 responden. Sumber data yang digunakan pada penelitian adalah data primer dan sekunder. Metode analisis data yang digunakan yaitu menggunakan metode regresi logistik untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian rujak buah segar.

Dari hasil analisis bahwa profil konsumen dalam keputusan pembelian rujak buah segar di Rujak Njedir didominasi oleh konsumen berjenis kelamin perempuan di umur 21-35 tahun dengan pendidikan terakhir SMA yang memiliki jumlah anggota keluarga sebanyak 4 anggota dan pendapatan per bulan sebesar lebih dari Rp 1.000.000.

Dari hasil analisis regresi logistik diketahui dari total 4 variabel yang diujikan, terdapat 3 variabel menghasilkan nilai $\text{Exp}(B)$ yang tinggi, sedangkan 1 rendah. Variabel harga sebesar 2,009, produk sebesar 2,208, promosi sebesar 1,006, dan tempat hanya sebesar 0,264.

Berdasarkan hasil penelitian maka disarankan untuk Rujak Njedir mempertahankan harga dan produk, serta meningkatkan kualitas produk dengan mempertahankan kebersihan kemasan. Peneliti selanjutnya dapat melakukan riset lebih lanjut dengan menambah variabel kedalam model dan menambahkan hubungan antara Rujak Njedir dengan kuliner dan sector pariwisata di Kota Batu.

RINGKASAN

Alinda Agustina (22001032007) Analisis Keputusan Konsumen dalam Pembelian Rujak Buah Segar (Studi Kasus: Rujak Njedir Kota Batu). Dosen Pembimbing : 1). Dr. Ir. Zainul Arifin, MP. 2). Dr. Ir Bambang Siswandi, MP.

Fruits are an abundant food in Indonesia. Fruit is also an important element of a healthy diet. Consuming fruit as recommended can reduce the risk of disease, but the lack of fruit consumption is the 10th highest risk cause of mortality in the world (Kusmiyati, et al., 2022). In general, fruit has nutritional value and complete nutritional content, consuming fruit in sufficient quantities can increase the body's immunity. With the lack of public interest in consuming fruit, it provides a business opportunity to make processed fresh fruit. These processed fruits include fruit salad. With the diversification of food from fresh fruit that is only cut into fresh fruit salad can increase public interest in consuming fresh fruit. Because of this, each person has their own decision in purchasing fresh fruit salad at Rujak Njedir, so the objectives of this study are 1) To describe the consumer profile of fresh fruit salad buyers at Rujak Njedir 2) To analyze the factors that influence consumer decision making to buy fresh fruit salad at Rujak Njedir.

This research was conducted at Rujak Njedir, more precisely in Batu City. This sampling method is by accidental sampling which is a sampling technique based on chance or anyone who meets the researcher can be used as a sample, if deemed suitable as a data source. Due to the unknown number of samples and populations, the researchers used Sugiyono's theory, namely to determine the sample using the formula multiplying the number of variables by 10. From the results of the calculation, the sample used was 50 respondents for a minimum of data collection, it is better for the author to use 70 respondents. The data sources used in the study were primary and secondary data. The data analysis method used is using the logistic regression method to determine the factors that influence consumer decisions in purchasing fresh fruit salad.

From the results of the analysis that the consumer profile in the decision to purchase fresh fruit salad at Rujak Njedir is dominated by female consumers aged 21-35 years with the latest high school education who have 4 family members and a monthly income of more than Rp. 1,000,000.

From the results of logistic regression analysis, it is known that out of a total of 4 variables tested, 3 variables produce high $\text{Exp}(B)$ values, while 1 is low. The price variable is 2.009, the product is 2.208, the promotion is 1.006, and the place is only 0.264.

Based on the research results, it is recommended that Rujak Njedir maintain prices and products, and improve product quality by maintaining cleanliness of packaging. Further researchers can conduct further research by adding variables to the model and adding a relationship between Rujak Njedir and the culinary and tourism sectors in Batu City.

BAB I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Indonesia merupakan negara tropis dan juga penghasil buah segar terbesar kedelapan di dunia dengan jumlah produksi 24,9 juta ton per tahun. Penggunaan lahan pertanian di Indonesia yang terdiri dari lahan kering, lahan kering campur semak, perkebunan dan sawah seluas 61.693.800 Ha. Indonesia juga memiliki potensi keanekaragaman buah-buahan yang dibudidayakan di berbagai wilayah (Setiyani, et al., 2023). Tetapi di Indonesia minat masyarakat untuk mengkonsumsi buah sangat rendah. Berdasarkan penelitian WHO pada (Kusmiyati, et al., 2022) menunjukkan bahwa pada tahun 2020 rata-rata konsumsi buah sebesar 81,14 gr/kapita/hari atau 54,09% dari batas minimal sebesar 150 gr/kapita/hari.

Buah-buahan merupakan bahan pangan yang melimpah di Indonesia. Buah juga merupakan unsur yang penting bagi makanan yang sehat. Mengkonsumsi buah sesuai dengan anjuran dapat menurunkan resiko penyakit, tetapi kurangnya mengkonsumsi buah merupakan penyebab resiko ke-10 tertinggi dari angka kematian di dunia (Kusmiyati, et al., 2022). Pada umumnya buah memiliki nilai gizi dan kandungan nutrisi yang lengkap, mengkonsumsi buah dalam jumlah yang cukup dapat meningkatkan imunitas tubuh.

Dengan kurangnya minat masyarakat untuk mengkonsumsi buah, maka dari itu memberikan peluang bisnis untuk membuat olahan buah segar. Olahan buah tersebut diantaranya merupakan rujak buah. Dengan adanya diversifikasi pangan dari buah segar yang hanya dipotong menjadi rujak buah segar dapat menambah minat masyarakat untuk mengkonsumsi buah segar.

Upaya diversifikasi pangan berbasis buah-buahan telah banyak dilakukan untuk meningkatkan nilai jual. Salah satu usaha yang didirikan yaitu Rujak Njedir yang berlokasi di Kota Batu, Jawa Timur. Rujak Njedir sendiri merupakan usaha berbasis olahan buah-buahan segar yang diolah menjadi salad buah, rujak buah, asinan buah dan rujak serut. Dengan berbagai macam olahan buah yang dibuat oleh produsen dapat menambah minat masyarakat untuk mencoba dan juga mengkonsumsi buah yang telah diolah dengan berbagai macam jenis olahan, selain itu juga dapat menambah nilai jual buah.

Rujak buah merupakan buah potong segar yang cara mengkonsumsinya ditambahkan dengan saus yang terbuat dari gula aren dan ditambahkan dengan kacang tanah giling. Rujak buah sudah lama dikenal masyarakat, namun keberadaannya tidak tenggelam dengan kemunculan produk olahan buah segar yang baru. Permintaan masyarakat untuk mengkonsumsi rujak buah masih sangat tinggi sehingga aktivitas penjualan produk rujak buah masih banyak dilakukan oleh pelaku usaha. Banyaknya pedagang rujak buah terkhusus di Kota Batu menimbulkan persaingan yang ketat antara pelaku usaha. Dengan situasi demikian, pera pelaku usaha harus meningkatkan berbagai upaya agar produk yang dimiliki tetap selalu diminati konsumen.

Para pelaku bisnis saat ini ditantang untuk menciptakan rasa puas dan nyaman untuk konsumen. Rasa aman dan nyaman tersebut tidak hanya berpatokan pada menu yang telah disediakan, tetapi juga lokasi usahanya. Dengan cara tersebut menambahkan pengalaman konsumen dalam mengkonsumsi produk dan jasa, sehingga membuat konsumen terkesan dan menambah pengalaman yang tak terlupakan.

Rasa aman dan nyaman konsumen tersebut dapat diukur melalui persepsi konsumen yang merupakan proses konsumen memilih dan mengorganisasikan untuk menghasilkan gambaran tentang produk yang akan dibeli. Persepsi konsumen sendiri sangat melekat terhadap keputusan pembelian. Keputusan pembelian merupakan tindakan yang dilakukan oleh konsumen untuk mendapatkan sesuatu yang diinginkan yaitu produk maupun jasa. Keputusan konsumen dapat terjadi karena keinginan maupun kebutuhan konsumen. Salah satu strategi yang dilakukan oleh perusahaan membuat suasana dan lingkungan yang bersih serta nyaman yang akan menciptakan kesan dan pesan yang baik bagi konsumen maupun calon konsumen. Pada umumnya minat konsumen untuk mengkonsumsi rujak buah segar didasari dari gaya hidup serta minimnya minat untuk konsumsi terhadap buah segar.

Berdasarkan penjelasan di atas, persepsi konsumen dalam mengkonsumsi rujak dipengaruhi oleh faktor gaya hidup dan juga kurangnya minat untuk mengkonsumsinya. Sehingga dalam hal ini perlu adanya penelitian mengenai

persepsi masyarakat dalam mengkonsumsi rujak buah segar, dari beberapa faktor yang dapat mempengaruhi minat konsumen untuk mengkonsumsi rujak buah segar.

Berdasarkan permasalahan diatas penulis mengambil topik tentang “Analisis Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Rujak Buah Segar (Studi Kasus: Rujak Njedir, Kota Batu)”. Dengan adanya penelitian ini bermaksud untuk membuktikan alternatif masyarakat dalam mengkonsumsi buah segar menjadi olahan. Adanya penelitian ini juga sebagai bahan pengetahuan dan evaluasi bagi produsen produk olahan buah khususnya Rujak Njedir.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana profil konsumen pembeli rujak buah segar di Rujak Njedir?
2. Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi pengambilan keputusan konsumen untuk membeli rujak buah segar di Rujak Njedir?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, maka dapat disusun tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Mendeskripsikan profil konsumen pembeli rujak buah segar di Rujak Njedir
2. Untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan konsumen untuk membeli rujak buah segar di Rujak Njedir.

1.4. Batas Penelitian

Batas dalam penelitian ini adalah:

1. Penelitian ini dilakukan di Kota Batu dan Kota Malang
2. Masyarakat yang menjadi sampel adalah konsumen Rujak Njedir
3. Pembahasan dalam penelitian ini adalah faktor yang mempengaruhi minat masyarakat dalam mengkonsumsi rujak buah segar meliputi gaya hidup maupun kurangnya minat dalam mengkonsumsi buah segar, serta faktor keputusan pembelian konsumen di Rujak Njedir meliputi kepuasan dan kenyamanan konsumen saat melakukan pembelian.

1.5. Manfaat dan Output Penelitian

1.5.1. Manfaat Penelitian

Dalam penyusunan penelitian ini dilaksanakan dengan maksud untuk memberikan manfaat terhadap:

1. Bagi peneliti, sebagai syarat untuk memenuhi studi sarjana S1 program studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Islam Malang.
2. Bagi tempat penelitian, memberikan informasi terkait dengan keputusan konsumen dalam pembelian rujak buah segar sebagai alternatif untuk menambah minat masyarakat dalam mengkonsumsi buah segar.
3. Bagi pemilik usaha Rujak Njedir, sebagai dasar untuk merancang strategi pemasaran serta menciptakan kualitas produk yang dapat dijadikan promosi terhadap keputusan dengan tujuan menambah jumlah pembelian.

1.5.2. Output Penelitian

Adapun output dari penelitian ini adalah:

1. Artikel yang diterbitkan pada jurnal terakreditasi nasional.
2. Publikasi pada media massa terkait dengan hasil penelitian yang telah didapatkan.

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dijelaskan secara rinci pada bab pembahasan dapat ditarik kesimpulan yaitu sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan peneliti, bahwa profil konsumen dalam keputusan pembelian rujak buah segar di Rujak Njedir didominasi oleh konsumen berjenis kelamin perempuan di umur 21-35 tahun dengan pendidikan terakhir SMA yang memiliki jumlah anggota keluarga sebanyak 4 anggota dan pendapatan per bulan sebesar lebih dari Rp 1.000.000.
2. Berdasarkan hasil analisis uji wald regresi logistik diketahui 3 dari 4 variabel menghasilkan nilai Exp (B) yang tinggi sedangkan 1 variabel rendah, diantaranya variabel harga sebesar 2,009, variabel produk sebesar 2,208, dan variabel promosi sebesar 1,006, sedangkan variabel tempat hanya menghasilkan sebesar 0,264.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka diperoleh saran sebagai berikut:

1. Untuk Rujak Njedir dapat mempertahankan harga dan produk karena sesuai dengan keinginan dan harapan konsumen.
2. Rujak Njedir dapat meningkatkan kualitas produk dengan mempertahankan kebersihan kemasan yang digunakan.
3. Bagi peneliti selanjutnya, dapat melakukan riset lebih lanjut dengan menambah variabel yang dimasukkan kedalam model, seperti menambah model dengan memasukkan karakteristik responden.
4. Bagi peneliti selanjutnya, juga dapat melakukan riset lebih lanjut dengan menautkan antara Rujak Njedir dengan kuliner dan pariwisata di Kota Batu.

DAFTAR PUSTAKA

- Aliyati, A. S., Nuril, H., & Ahmad, R. (2018). *Perilaku Konsumen Teori dan Aplikasi Pada Riset Pemasaran*. Depok: PT RajaGrafindo Persada.
- Badan Pusat Statistik. (2021). *Konsumsi Buah-Buahan Indonesia Tahun 2021*. Badan Pusat Statistik.
- Badan Pusat Statistik. (2022). *Produksi Buah-Buahan Indonesia Tahun 2022*. Badan Pusat Statistik.
- Daengs, A., Istanti, E., & Kristiawati, I. (2022). Peran Timelimenes dalam Meningkatkan Customer Satisfaction, Customer Loyaty PT. JNE. *Jurnal Baruna Horizon* , 3.
- Eldisthia, E., Muhaimin, W. A., & Setiawan, B. (2023). Pengaruh Atribut Produk, Sikap dan Minat Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Buah Jeruk Lokal Di Kota Malang. *Ekonomi Pertanian dan Agribisnis (JEPA)*, 427-434.
- Ernawati, D. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung. *Jurnal Wawasan Manajemen*, 17-32.
- Gujarati, & Damodar. (1995). *Ekonometrika Dasar*. Jakarta: Erlangga.
- Hardiyanti, F., Saty, M. F., & Unteawati, B. (2022). Analisis Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Sayuran Organik Di Lampung. *Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*.
- Hidayat, T. (2020). Analisis Pengaruh Produk, Harga, Promosi dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 95-105.
- Isa, M., & Istikomah, R. (2019). Analisis Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Makanan Di Kota Surakarta. *Ekonomi Manajemen Sumber Daya*, 98-108.

- Isa, M., Mardalis, A., & Mangifera, L. (2018). Analisis Keputusan Konsumen Dalam Melakukan Pembelian Makanan Dan Minuman Di Warung HIK.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). Principle of Marketing. London: Pearson Education.
- Kotler, P., Molan, B., & Sarwiji, B. (2005). Manajemen Pemasaran. Jakarta: Indeks.
- Kusmiyati, Rasmi, C. A., Sedijani, P., & Khairuddin. (2022). Penuluhan Tentang Pentingnya Konsumsi Buah Untuk Menjaga Imunitas Tubuh. Pengabdian Magister Pendidikan IPA, 2.
- Mahendra, M. M., & & Ardani, S. K. (2015). Pengaruh Umur, Pendidikan dan Pendapatan Terhadap Niat Beli Konsumen pada Produk Kosmetik The Body Shop di Kota Denpasar. E-Jurnal Manajemen, 442-456.
- Muyadi, N. M. (2022). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Lapis Talas Kujang Bogor Untuk Keperluan Usaha Waralaba. Jurnal Ilmiah Manajemen, 511-518.
- Naimutasqib, L., Siswadi, B., & Susilowati, D. (2019). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen dalam Pembelian Kopi Latte Di Kopi Kenangan (Studi Pada Pelanggan Outlet "Kopi Kenangan"). SEAGRI, 1-7.
- Purbohastuti, W. A. (2021). Efektivitas Bauran Pemasaran Pada Keputusan Pembelian Konsumen Indomaret. Sains Manajemen.
- Rahmadini, A. K., Arifin, Z., & Maharianti, S. T. (2024). Persepsi Konsumen dalam Keputusan Pembelian Buah Lokal di Hypermart Malang Town Square. Seagri.
- Setiyani, R., Lestari, D. R., & Saputri, D. A. (2023). Analisis Perilaku Konsumen Dalam Mengonsumsi Buah Dan Produk Olahannya Dimasa Pandemi Covid-19. Inovasi Pertanian, 10.
- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Yanti, Z. &. (2019). Pengaruh Pendapatan, Jumlah Anggota Keluarga dan Tingkat Pendidikan Terhadap Konsumsi Rumah Tangga di Kecamatan Muara Dua Kota Lhokseumawe. *Jurnal Ekonomi Indonesia*, 72-81.

