

**PENGARUH STATUS SOSIAL, KELUARGA, SITUASI DAN
KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JERUK DI
DESA PONCOKUSUMO**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat

Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Oleh:

DHANI FIRMANSYAH

NPM 22101081301



**UNIVERSITAS ISLAM MALANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

2025

**PENGARUH STATUS SOSIAL, KELUARGA, SITUASI DAN
KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JERUK DI
PONCOKUSUMO**

**(Studi Kasus pada Perilaku Konsumen dalam keputusan pembelian jeruk di
Poncokusumo)**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
Untuk memperoleh gelar sarjana Manajemen

Oleh :

DHANI FIRMANSYAH

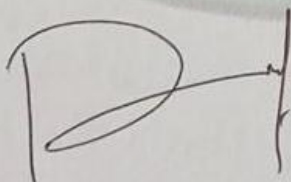
22101081301



Tanggal di setujui :

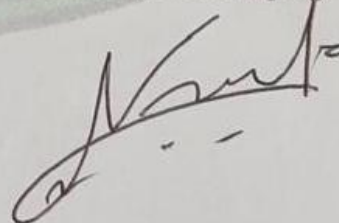
Selasa, 09 Desember 2025

Pembimbing Utama



Mohammad Rizal, SE., ME

Pembimbing Pendamping



Nanik Wahyuningtyas, SE., M.Si., MM



SKRIPSI

**PENGARUH STATUS SOSIAL, KELUARGA, SITUASI DAN KEPERCAYAAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JERUK DI PONCOKUSUMO**
(Studi Kasus pada Perilaku Konsumen dalam keputusan pembelian jeruk di
Poncokusumo)

DHANI FIRMANSYAH
NPM. 22101081301

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Pada Hari/tanggal : Selasa, 09 Desember 2025

SUSUNAN DEWAN PENGUJI

Pembimbing Utama



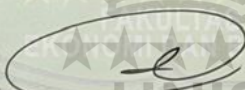
Mohammad Rizal, SE., ME

Pembimbing Pendamping



Nanik Wahyuningtiyas, SE., M.Si., MM

Anggota Dewan Penguji Lain



Dr. Siti Asiyah, SE., MM

Skripsi ini diterima sebagai salah satu persyaratan guna memperoleh gelar:
SARJANA MANAJEMEN

Pada Hari/tanggal : Selasa, 09 Desember 2025



Afifudin, SE., M.SA., Ak., CAP., CBV

Ketua Jurusan



Dr. M. Ridwan Basalamah, SE., MM

UNIVERSITAS ISLAM MALANG
FAKULTAS EKONOMI & BISNIS

Jurusan : Manajemen, Akuntansi, dan Perbankan Syariah

STATUS : UNGGUL



Alamat : Jl. Mayjen Haryono No.193 Malang 65144 telp 0341 - 551932, 551822, Fax.: 0341 - 552249

PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR

Nama : **Dhani firmansyah**
NPM : **22101081301**
Program Studi : **Manajemen**

Menyatakan bahwa Tugas Akhir dengan judul :

Pengaruh Status sosial, Keluarga, Situasi dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian Jeruk di PoncokusumoYang diuji pada tanggal : **09 Desember 2025** adalah benar-benar merupakan hasil karya saya.

Dan saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam Tugas Akhir ini tidak terdapat atau keseluruhan hasil tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan, pendapat maupun pikiran penulis lain yang diakui sebagai hasil tulisan saya sendiri, dan dalam Tugas Akhir ini tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru atau ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulisan aslinya.

Apabila saya secara sengaja maupun tidak sengaja melakukan hal tersebut diatas, maka saya menarik Tugas Akhir yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri dan jika terbukti saya melakukan hal tersebut diatas seolah-olah hasil karya saya sendiri, maka gelar dan Ijazah yang diberikan Universitas Islam Malang berhak untuk dibatalkan.

Malang, 08 Desember 2025

Dhanyatakan,



Dhani firmansyah

Ketua Penguji

Mohammad Rizal, SE., ME.

Anggota

Nanik Wahyuningtiyas,
SE., M.Si., M.M

Anggota

Dr. Siti Asiyah, SE., MM



WARUNG KOPI MUHADI

Alamat : Kabupaten Jombang, Jawa Timur

SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN

Nomor : 001/WKM/SKP/VII/2025

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : **Muhadi**

Jabatan: **Pemilik Warung Kopi Muhadi**

Instansi: **Warung Kopi Muhadi**

Alamat : **Kabupaten Jombang, Jawa Timur**

Dengan ini menerangkan bahwa:

Nama Mahasiswa : **Anugerah Hermawan**

NPM : **22101081110**

Program Studi : **Manajemen**

Fakultas : **Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB)**

Universitas : **Universitas Islam Malang**

Telah melaksanakan dan menyelesaikan kegiatan penelitian di Warung Kopi Muhadi, Kabupaten Jombang, terhitung sejak bulan Februari sampai dengan Juli 2025.

Adapun judul penelitian yang dilakukan adalah:

"HUBUNGAN KUALITAS LAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN WARUNG KOPI MUHADI DI KABUPATEN JOMBANG (Studi Kasus pada Santri Darul 'Ulum Jombang)"

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sebenar-benarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jombang, 10 Juli 2025

Hormat Kami,



Muhadi
Pemilik Warung Kopi Muhadi

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Nama Lengkap : Dhani Firmansyah
Tempat, Tanggal Lahir : Malang, 27 Juni 2002
Nomor Induk Mahasiswa : 22101081301
Jurusan : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
E-mail : Fdhani71@gmail.com
Nama Orang Tua : Imam Zunaidi (Ayah)
Sri Idawati (Ibu)

Riwayat Pendidikan :

1. MI AL AMIN Wonorejo 2008-2014
2. MTS AL ITTIHAD Belung 2014-2017
3. MA AL ITTIHAD Belung 2017-2020
4. Universitas Islam Malang 2021-2025

Pengalaman Kerja:

1. Praktek Koperasi Iqtishod Universitas Islam Malang (2024)

MOTTO

فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا

"Maka, sesungguhnya beserta kesulitan ada kemudahan.

Sesungguhnya beserta kesulitan ada kemudahan"

"Orang lain tidak akan bisa paham *struggle* dan masa sulitnya kita, yang mereka ingin tahu hanya bagian *success stories*. Berjuanglah untuk diri sendiri walaupun tidak ada yang tepuk tangan. Kelak diri kita dimasa depan akan sangat bangga dengan apa yang kita perjuangkan hari ini."

"Tidak ada kesuksesan tanpa kerja keras, tidak ada keberhasilan tanpa kebersamaan, dan tidak ada kemudahan tanpa doa."

(Ridwan Kamil)



HALAMAN PERSEMBAHAN

1. Pertama kepada kedua orang tua yaitu Bapak Imam Zunaidi dan Ibu Sri Idawati, yang selalu bekerja keras, mendoakan, meyakinkan, memberi nasehat, dan memberi semangat demi penulis dapat menempuh pendidikan hingga memperoleh gelar sarjana. Terima kasih atas segala doa, dukungan, kepercayaan, dan motivasi yang selalu diberikan hingga penulis dapat berada hingga tahap ini. Terima kasih telah mengusahakan dan mengantarkan anakmu dalam setiap prosesnya. Sehat selalu Bapak dan Ibu, tetap menjadi penyemangat dalam setiap langkahku meraih kesuksesan, agar kelak aku dapat membalas cinta dan membahagiakan kalian sepenuh hati.
2. Kepada diri saya sendiri Dhani Firmansyah, terima kasih telah bertahan sejauh ini. Dalam lelah, ragu, dan jatuh berkali-kali, kamu memilih untuk bangkit, belajar, dan terus melangkah. Perjalanan ini tidak mudah, tapi kamu membuktikan bahwa usaha, keyakinan, dan keberanian punya tempat yang istimewa dalam setiap prosesnya.
3. Kepada seorang yang tak kalah penting kehadirannya Maurena Dwi Putri Saskia. Terimakasih telah menjadi pendukung, pendengar yang sabar, dan penyemangat yang tak pernah lelah. Semoga Allah memberi keberkahan dalam segala hal yang kita lalui.
4. Kepada keluarga besar yang selalu menjadi tempat pulang penuh cinta dan dukungan, terima kasih atas doa, semangat, dan kebersamaan yang tak ternilai. Dari canda sederhana hingga nasihat penuh makna, setiap hal

yang diberikan menjadi kekuatan tersendiri dalam setiap langkah perjalanan ini.

5. Kepada sahabat dan rekan-rekan, terutama kepada Muhammad Akmal Amin yang telah menjadi bagian dari perjalanan ini, terima kasih atas kebersamaan, dukungan, dan semangat yang diberikan. Kehadiran kalian memberikan warna dalam setiap proses, menjadi penyemangat di saat sulit, dan pengingat bahwa perjuangan ini tidak dijalani sendirian.
6. Kepada Bapak Mohammad Rizal, S.E., M.E. selaku dosen pembimbing pertama dan Ibu Nanik Wahyuningtiyas, SE., M.Si., M.M. selaku dosen kedua yang bukan hanya membimbing secara akademik, tetapi juga menjadi pengarah, penyemangat, dan motivator yang luar biasa. Terima kasih yang sebesar-besarnya atas waktu, kesabaran, dan perhatian yang Bapak Ibu berikan selama proses penulisan skripsi ini. Tanpa bimbingan dan dukungan Bapak dan Ibu yang tulus, mungkin skripsi ini belum bisa selesai. Setiap nasihat dan motivasi dari Bapak Ibu selalu menjadi penyemangat saat penulis merasa lelah. Terima kasih telah mempermudah setiap proses, selalu membuka pintu konsultasi dengan lapang, dan memahami setiap kesulitan yang penulis hadapi. Bapak dan Ibu bukan hanya membimbing dengan ilmu, tetapi juga dengan hati. Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan kesehatan, keberkahan, serta balasan terbaik untuk setiap kebaikan yang Bapak dan Ibu berikan.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas rahmat serta hidayah-Nya kepada penulis, dan tak lupa pula sholawat dan salam penulis panjatkan teruntuk baginda Rasul Nabi besar Muhammad SAW, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul ” **PENGARUH STATUS SOSIAL, KELUARGA, SITUASI DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JERUK DI DESA PONCOKUSUMO**” dengan baik. Skripsi ini guna untuk memenuhi syarat menyelesaikan pendidikan strata satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis menghadapi berbagai tantangan. Namun, berkat bantuan, dukungan, bimbingan, serta doa dari banyak pihak, skripsi ini akhirnya dapat diselesaikan dengan baik dan tepat waktu. Penulis berharap karya ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang berkepentingan maupun para pembaca, serta membantu mereka memahami isi skripsi ini dengan lebih mudah.

Dalam hal ini penulis ingin menyampaikan banyak terimakasih kepada:

1. Bersyukur kepada ALLAH SWT atas nikmat karunianya, ridho dan hidayahnya dalam pengerjaan skripsi dipermudah seta diperlancar, sholawat tetap tercurahkan kepada baginda tercinta Nabi besar Muhammad SAW.
2. Bapak Prof. Drs. H. Junaidi, M.Pd., Ph.D selaku Rektor Universitas Islam Malang.
3. Bapak Afifudin, S.E., M.SA., Ak., CAP., CBV selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang.

4. Bapak Dr. M. Ridwan Basalamah, SE., MM selaku Ketua Prodi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang.
5. Bapak Mohammad Rizal, S.E., M.E. selaku dosen pembimbing satu dan Ibu Nanik Wahyuningtiyas, SE., M.Si., M.M. selaku dosen pembimbing dua yang telah memberikan banyak masukan, motivasi serta dukungan dalam penyusunan skripsi sehingga penulis bisa menyelesaikan dalam waktu yang tepat.
6. Ibu selaku dosen penguji yang telah memberikan banyak masukan sehingga penulis bisa menyelesaikan penelitian dengan hasil yang baik

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih memiliki berbagai kekurangan, baik karena keterbatasan waktu maupun kemampuan yang masih perlu ditingkatkan. Oleh karena itu, penulis memohon maaf apabila terdapat kesalahan atau ketidaksempurnaan dalam penulisan ini. Penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak.

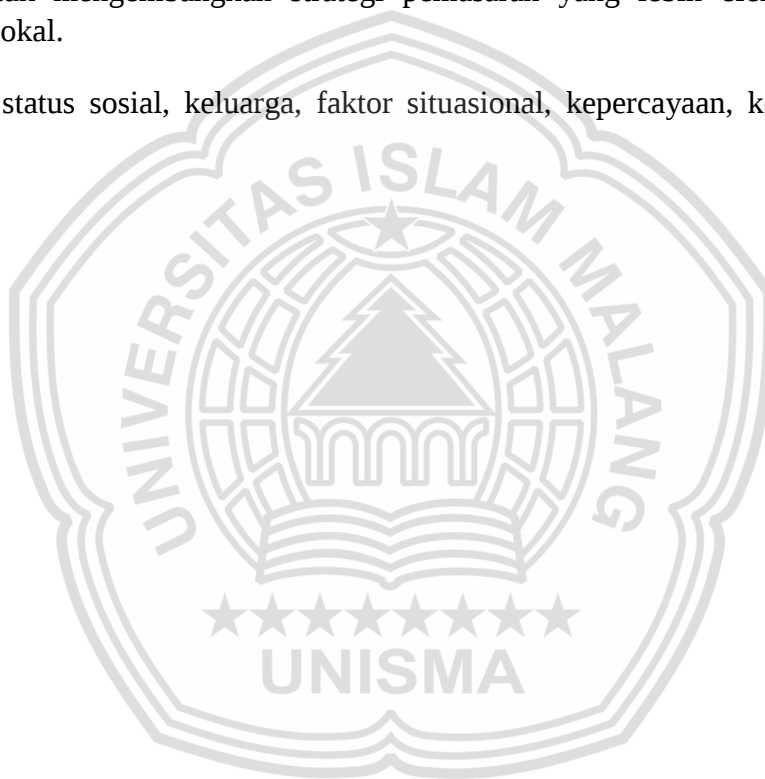
Malang, 2 Desember 2025

Penulis

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji pengaruh status sosial, keluarga, faktor situasional, dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian jeruk oleh konsumen di Desa Poncokusumo. Pendekatan kuantitatif diterapkan dengan menggunakan data survei yang dikumpulkan dari 95 responden yang dipilih melalui teknik purposive sampling. Data dianalisis menggunakan metode regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa status sosial, keluarga, faktor situasional, dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, baik secara simultan maupun parsial. Temuan ini mengindikasikan bahwa keputusan pembelian dipengaruhi oleh faktor sosial dan psikologis, di samping pertimbangan ekonomi. Penelitian ini memberikan wawasan bagi petani lokal dan pelaku agribisnis untuk mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif bagi produk jeruk lokal.

Kata kunci: status sosial, keluarga, faktor situasional, kepercayaan, keputusan pembelian



ABSTRACT

This study examines the effect of social status, family, situational factors, and trust on consumers' purchasing decisions of oranges in Poncokusumo Village. A quantitative approach was applied using survey data collected from 95 respondents selected through purposive sampling. Data were analyzed using multiple linear regression. The results show that social status, family, situational factors, and trust simultaneously and partially have a significant influence on purchasing decisions. These findings indicate that purchasing decisions are influenced by both social and psychological factors, in addition to economic considerations. The study provides insights for local farmers and agribusiness actors to develop more effective marketing strategies for local orange products.

Keywords: social status, family, situational factors, trust, purchasing decision



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam konteks pertanian nasional, jeruk merupakan salah satu komoditas penting yang terus mengalami perkembangan signifikan. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS), produksi jeruk di Indonesia pada tahun 2024 tercatat mencapai 2,65 juta ton, menunjukkan peningkatan yang menggembirakan. Produksi ini berasal dari berbagai daerah penghasil jeruk yang terkenal, seperti Banyuwangi, Malang, Bangli, Karo, Sambas, dan Barito Kuala, masing-masing memiliki karakteristik dan keunggulan tersendiri dalam hal rasa dan kualitas.

Jeruk lokal saat ini tidak hanya dianggap sebagai produk unggulan, tetapi juga menunjukkan kemampuan untuk bersaing dengan produk impor yang lebih dulu mendominasi pasar. Dengan strategi pemasaran yang tepat, jeruk Indonesia telah berhasil menembus pasar modern, termasuk supermarket dan toko-toko ritel besar, yang sebelumnya lebih mengutamakan produk luar negeri.

Keberhasilan ini tidak terlepas dari dukungan berbagai pihak, termasuk pemerintah yang terus mendorong peningkatan kualitas dan produktivitas melalui program pelatihan dan pendampingan bagi petani. Dengan langkah-langkah tersebut, diharapkan jeruk lokal dapat semakin memperkuat posisinya di pasar domestik maupun internasional, serta berkontribusi pada ketahanan pangan nasional.

Muhammad Taufiq Ratule, Pelaksana Tugas Direktur Jenderal Hortikultura Kementerian Pertanian, menegaskan komitmen pemerintah untuk mendorong produksi jeruk lokal. "Kami terus memberikan pelatihan dan pendampingan kepada petani untuk meningkatkan kualitas jeruk lokal," ujarnya di Jakarta, Selasa (18 Maret 2025). Lebih lanjut, Taufiq menyoroti bahwa hasil panen jeruk di daerah tersebut hanya 3,8 ton per hektar. Berdasarkan statistik BPS 2024, produktivitas jeruk lokal justru mencapai 44,8 ton per hektar, jauh lebih tinggi dibandingkan produktivitas jeruk asal Tiongkok yang hanya 19,5 ton per hektar.. (Ditjen Hortikultura Kementerian Pertanian, 2025).

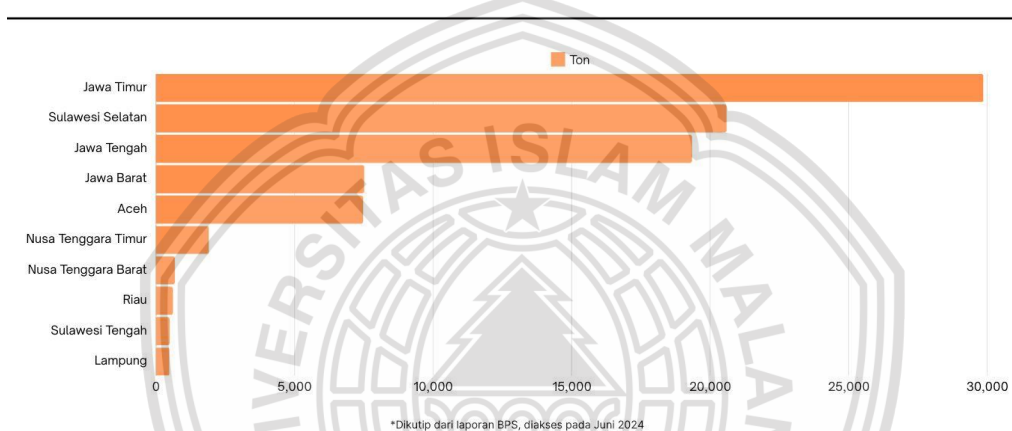
Selain itu, sektor pertanian dan pangan merupakan salah satu pilar utama dalam perekonomian Indonesia, yang berperan penting dalam ketahanan pangan, pemberdayaan petani, serta ekspor komoditas unggulan. Untuk memastikan bahwa sektor ini tetap berkelanjutan dan efisien, diperlukan kolaborasi antara pemerintah, masyarakat, dan sektor swasta dalam menghadapi berbagai tantangan sekaligus memanfaatkan peluang yang ada. Pemerintah dan pihak terkait juga harus terus berinovasi serta mendukung sektor pertanian melalui kebijakan yang berkelanjutan dan berbasis teknologi. Dengan demikian, sektor pertanian Indonesia akan tetap menjadi penggerak utama dalam perekonomian nasional (Commodity- Indonesia, 2025).

Berikut adalah daftar wilayah di Indonesia yang merupakan penghasil jeruk terbesar berdasarkan laporan BPS 2024. Daftar ini

mencakup daerah-daerah yang memiliki kontribusi signifikan terhadap produksi jeruk nasional dan mencerminkan potensi pertanian jeruk yang sangat penting bagi perekonomian dan ketahanan pangan di negara ini, yaitu dapat digambarkan sebagai berikut:

Gambar 1.1 Laporan Produksi Jeruk Besar Menurut Provinsi di Indonesia Tahun 2024 (dalam Ton)

10 Daerah Penghasil Jeruk Besar Terbesar di Indonesia



Sumber: *Inilah.com* (2024)

Menurut laporan BPS 2023, Jawa Timur merupakan daerah penghasil jeruk terbesar di Indonesia, dengan total produksi mencapai 29.867 Ton. Di wilayah ini, jenis jeruk yang paling banyak dihasilkan adalah jeruk manis dan jeruk keprok. Sulawesi Selatan berada di posisi kedua dengan produksi sebesar 20.592 Ton, yang didominasi oleh jeruk manis dan jeruk bali. Jawa Tengah memproduksi 19.343 Ton jeruk, termasuk varietas jeruk keprok dan jeruk siam, sementara Jawa Barat menghasilkan 7.516 Ton jeruk, terutama jeruk manis dan jeruk keprok. Aceh menyumbangkan 7.475 Ton jeruk, dengan varietas jeruk siam dan

jeruk bali.

Nusa Tenggara Timur memproduksi 1.906 Ton jeruk, di mana jeruk manis dan jeruk keprok menjadi jenis utama yang ditanam. Nusa Tenggara Barat menyumbang 680 Ton jeruk, dengan jeruk bali dan jeruk keprok sebagai jenis unggulan. Riau menghasilkan 610 Ton jeruk, terutama jeruk manis dan jeruk siam, diikuti oleh Sulawesi Tengah yang memproduksi 491 Ton jeruk, termasuk jeruk bali dan jeruk keprok. Terakhir, Lampung mencatat produksi sebanyak 487 Ton jeruk, didominasi oleh jeruk manis dan jeruk keprok (Inilah.com, 2024).

Hal tersebut dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Perusahaan sangat membutuhkan pemahaman tentang keputusan pembelian karena ini merupakan dasar untuk membuat strategi pemasaran yang berhasil. Kemampuan perusahaan untuk berkomunikasi dengan efektif melalui strategi pemasaran dan konsistensi dalam mengembangkan variasi produk baru sangat penting untuk kesuksesan mereka dalam memengaruhi konsumen. Proses pengambilan keputusan ini sangat kompleks karena melibatkan banyak variabel yang saling memengaruhi. Pelanggan seringkali menghadapi dilema saat memilih di antara berbagai opsi yang tersedia. (Kurniawan, 2018).

Pada dasarnya, membuat keputusan pembelian adalah proses memilih satu dari dua atau lebih opsi yang tersedia. Ini menunjukkan bahwa untuk membuat keputusan, seseorang harus memiliki banyak pilihan. Selain itu, keputusan untuk membeli adalah bagian dari proses

pengambilan keputusan itu sendiri, yang dipengaruhi oleh perilaku konsumen.(Sarmigi & Parasmala, 2021). Keputusan pembelian jeruk di kalangan konsumen di Desa Poncokusumo dipengaruhi oleh beberapa faktor yang saling berinteraksi, yang dapat dikelompokkan menjadi empat kategori utama: status sosial, keluarga, situasi, dan kepercayaan. Memahami pengaruh masing-masing faktor ini sangat penting agar strategi pemasaran yang diterapkan menjadi lebih efektif dan sesuai dengan kebutuhan pasar. Status sosial merupakan salah satu faktor kunci yang memengaruhi keputusan pembelian. Dalam teori perilaku konsumen, status sosial merujuk pada posisi individu dalam struktur sosial yang berdampak pada pilihan dan perilaku konsumsinya.

Sementara itu, Menurut Ujang Sumarwan dalam (Lestari & Sumarga 2019) status sosial adalah pengelompokan masyarakat ke dalam kelas atau tingkatan strata yang berbeda. Individu dengan status sosial yang lebih tinggi cenderung berada di posisi yang lebih tinggi di masyarakat dibandingkan dengan individu dengan status sosial yang lebih rendah. Konsumen dengan status sosial yang lebih tinggi cenderung lebih selektif dalam memilih produk, termasuk jeruk, dengan mempertimbangkan kualitas dan nilai tambah yang ditawarkan. Mereka lebih cenderung memilih jeruk berkualitas tinggi, seperti jeruk organik, meskipun harus membayar harga yang lebih tinggi. Hal ini mencerminkan tren di kalangan konsumen yang semakin peduli terhadap kualitas dan keberlanjutan produk. Sebaliknya, konsumen dengan status sosial menengah atau rendah lebih fokus pada harga yang terjangkau, tanpa

terlalu memperhatikan asal produk. Oleh karena itu, strategi pemasaran jeruk di Poncokusumo perlu memperhatikan segmentasi pasar berdasarkan status sosial agar dapat menjangkau konsumen yang tepat. Keluarga merupakan fondasi kehidupan sosial dan sangat penting dalam menciptakan masyarakat yang kokoh dan stabil. Tingkat kemakmuran dan kesejahteraan jasmani dan rohani yang dicapai suatu negara atau, di sisi lain, keterbelakangan dan standar hidupnya yang rendah mencerminkan kondisi keluarga-keluarga yang membentuk masyarakat tersebut.

Kualitas agama dalam keluarga, keterlibatan kedua orang tua, dan keinginan untuk memperoleh pendidikan yang lebih terjamin dan bermutu, hanyalah beberapa faktor yang mesti diperhatikan agar tercipta keluarga yang sesuai harapan (Wahid & Halilurrahman, 2019). Budaya kekeluargaan yang kuat di Indonesia juga berperan penting dalam keputusan pembelian. Keputusan ini sering kali merupakan hasil kolaborasi antara anggota keluarga, dengan peran ibu rumah tangga atau kepala keluarga sebagai pengambil keputusan utama dalam hal konsumsi. Keluarga yang peduli kesehatan cenderung memilih produk yang bergizi, dan jeruk menjadi pilihan utama karena kaya akan vitamin.

Di Poncokusumo, kebiasaan mengonsumsi jeruk sebagai buah sehat telah menjadi bagian dari gaya hidup keluarga. Menurut Belk (1975) situasi dapat diartikan sebagai kondisi eksternal dan internal yang memengaruhi perilaku individu, khususnya dalam konteks pengambilan keputusan pembelian. Faktor-faktor ini meliputi lingkungan sekitar,

suasana hati, dan konteks sosial yang dapat memengaruhi cara konsumen berpikir dan bertindak. Misalnya, suasana toko, interaksi dengan penjual, atau bahkan kondisi ekonomi dapat memengaruhi keputusan konsumen untuk membeli.

Faktor situasional juga berkontribusi terhadap keputusan pembelian jeruk. Musim panen yang melimpah dapat menurunkan harga jeruk lokal, mendorong konsumen untuk membeli lebih banyak. Sebaliknya, kekurangan pasokan akibat cuaca atau hama dapat meningkatkan harga, yang berpotensi mengurangi keputusan pembelian di desa poncokusumo. Selain itu, situasi ekonomi yang tidak menentu membuat konsumen lebih berhati-hati dalam memilih produk. Oleh karena itu, pemahaman yang mendalam tentang kondisi pasar dan ekonomi sangat penting bagi petani jeruk di Poncokusumo untuk merencanakan strategi pemasaran yang lebih efektif.

Kepercayaan konsumen terhadap produk lokal semakin penting dalam pengambilan keputusan. Menurut (Kaharudin et al., 2021), mengatakan bahwa kepercayaan konsumen adalah pengetahuan konsumen mengenai suatu objek, atribut, dan manfaatnya. Persepsi konsumen tercermin dalam tingkat keyakinan mereka terhadap suatu produk, fitur-fiturnya, dan keunggulan-keunggulannya. Sikap pelanggan, termasuk keputusan pembelian, akan muncul setelah keyakinan atau kepercayaan pelanggan tercipta. Masyarakat Indonesia kini lebih peduli terhadap asal-usul produk, terutama dalam hal keamanan pangan dan keberlanjutan

lingkungan. Persepsi konsumen tentang kualitas dan metode produksi jeruk Poncokusumo berpengaruh besar terhadap kepercayaan ini.

Jeruk yang dihasilkan secara organik tanpa pestisida berbahaya cenderung lebih dipercaya oleh konsumen yang peduli dengan kesehatan. Informasi yang jelas dari petani Desa Pocokusumo mengenai cara budidaya dan proses pascapanen juga dapat membangun kepercayaan konsumen. Jika petani dapat meyakinkan konsumen tentang kualitas dan keamanan produk mereka, maka peluang untuk menjual jeruk lokal meskipun harga jeruk impor lebih murah akan meningkat. Dengan latar belakang yang telah dipaparkan, peneliti ingin menggali lebih dalam dengan penelitian berjudul **“Pengaruh Status Sosial, Keluarga, Situasi, Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Jeruk Di Desa Poncokusumo.”** Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih komprehensif mengenai perilaku konsumen dalam membeli jeruk, serta menjadi acuan bagi para petani dan pelaku usaha agribisnis dalam merancang strategi pemasaran yang lebih efektif. Dengan demikian, hasil penelitian ini tidak hanya berkontribusi pada pengembangan teori perilaku konsumen, tetapi juga memberikan manfaat praktis dalam meningkatkan daya saing jeruk lokal di pasar.

1.2 Rumusan Masalah

Dari pemaparan latar belakang di atas dapat dirumuskan beberapa hal berikut:

1. Bagaimana pengaruh status sosial, keluarga, situasi dan kepercayaan

terhadap keputusan pembelian jeruk secara simultan di desa poncokusumo?

2. Bagaimana pengaruh status sosial terhadap keputusan pembelian jeruk di Desa Poncokusumo?
3. Bagaimana pengaruh keluarga terhadap keputusan pembelian jeruk di Desa Poncokusumo?
4. Bagaimana pengaruh situasi terhadap keputusan pembelian jeruk di Desa Poncokusumo?
5. Bagaimana pengaruh kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian jeruk di Desa Poncokusumo?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan perumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh status sosial, keluarga, situasi dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian jeruk secara simultan di desa poncokusumo.
2. Untuk menganalisis pengaruh status sosial terhadap keputusan pembelian jeruk di Desa Poncokusumo.
3. Untuk menganalisis pengaruh peran keluarga terhadap keputusan pembelian jeruk Siam di Desa Poncokusumo.

4. Untuk menganalisis pengaruh situasi pasar terhadap keputusan pembelian jeruk di Desa Poncokusumo.
5. Untuk menganalisis pengaruh kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian jeruk di Desa Poncokusumo.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

A. Manfaat Teoritis:

1. Pengembangan Ilmu Pengetahuan: Penelitian ini menambah wawasan dalam literatur tentang faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian, terutama dalam konteks produk agribisnis seperti jeruk.
2. Kerangka Analisis: Penelitian ini menyajikan model teoritis yang dapat digunakan oleh akademisi untuk menganalisis hubungan antara status sosial, keluarga, situasi, dan kepercayaan terhadap perilaku pembelian konsumen.
3. Referensi untuk Penelitian Selanjutnya: Penelitian ini dapat menjadi acuan bagi studi lanjutan yang ingin mengeksplorasi faktor-faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian dalam agribisnis.

B. Manfaat Praktis:

1. Bagi Petani dan Pelaku Agribisnis: Penelitian ini membantu petani dan pelaku usaha agribisnis di Desa Poncokusumo memahami faktor-faktor yang memengaruhi keputusan konsumen dalam membeli jeruk siam, sehingga mereka bisa merancang strategi pemasaran yang lebih efektif.
2. Bagi Konsumen: Penelitian ini memberikan pemahaman kepada konsumen tentang pengaruh faktor sosial, keluarga, dan situasional dalam keputusan pembelian, sehingga meningkatkan kesadaran dalam memilih produk berkualitas.
3. Bagi Pelaku Pemasaran: Pelaku pemasaran dapat menggunakan hasil penelitian ini untuk menyesuaikan strategi promosi dengan mempertimbangkan faktor-faktor kepercayaan konsumen, kondisi sosial, dan kebutuhan situasional pembeli.

BAB V

KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh status sosial, keluarga, situasi, dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian jeruk Poncokusumo. Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

- a. Variabel status sosial, keluarga, situasi, dan kepercayaan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian jeruk Poncokusumo.
- b. Variabel status sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian jeruk Poncokusumo.
- c. Variabel keluarga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian jeruk Poncokusumo.
- d. Variabel situasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian jeruk Poncokusumo.
- e. Variabel kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian jeruk Poncokusumo..

5.2 Keterbatasan

Dalam Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yaitu sebagai berikut

1. penelitian hanya dilakukan di Desa Poncokusumo sehingga hasilnya belum tentu dapat digeneralisasi ke wilayah lain yang memiliki kondisi sosial, ekonomi, dan

budaya berbeda.

2. variabel yang diteliti hanya terbatas pada status sosial, keluarga, situasi, dan kepercayaan, padahal faktor lain seperti harga, promosi, kualitas produk, maupun gaya hidup juga berpotensi memengaruhi keputusan pembelian.
3. data diperoleh melalui kuesioner dengan jawaban subjektif dari responden, sehingga terdapat kemungkinan bias yang membuat hasil tidak sepenuhnya mencerminkan perilaku nyata konsumen.

5.3 Saran

a. Bagi pelaku usaha

hasil penelitian ini menunjukkan pentingnya faktor keluarga dan kepercayaan dalam memengaruhi keputusan pembelian jeruk. Oleh karena itu, pelaku usaha disarankan untuk memperkuat strategi pemasaran dengan menekankan kualitas, keamanan, dan keaslian jeruk Poncokusumo, serta memperluas promosi melalui media digital dan jaringan distribusi modern agar dapat menjangkau konsumen yang lebih luas.

b. Bagi Konsumen

penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran dalam memilih produk yang berkualitas dan sehat. Konsumen perlu lebih bijak dalam mempertimbangkan faktor kepercayaan terhadap produk lokal, karena dengan memilih jeruk hasil produksi dalam negeri, secara tidak langsung mereka turut mendukung kesejahteraan petani dan keberlanjutan ekonomi daerah.

c. **Bagi penelitian selanjutnya**

disarankan untuk memperluas cakupan wilayah penelitian agar hasil dapat digeneralisasi secara lebih luas. Peneliti juga dapat menambahkan variabel lain seperti harga, promosi, gaya hidup, dan preferensi budaya yang berpotensi memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Dengan memperkaya variabel penelitian dan memperluas lokasi kajian, diharapkan hasil yang diperoleh dapat memberikan kontribusi lebih komprehensif bagi pengembangan strategi pemasaran agribisnis, khususnya pada komoditas jeruk lokal.



DAFTAR PUSTAKA

- Aguspriyani et al., (2023). Pengaruh Strategi Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Asuransi Pada Generasi Milenial. *Jurnal Ekonomi Islam*, 8(1), 35–48.
- Belk, R. W. (1975). Situational Variables And Consumer Behavior. *Journal of Consumer Research*, 2(3), 157–64. <https://doi.org/10.1086/208627>.
- Commodity.id Admin (2025, Februari 08). Pilar Ekonomi Pertanian Dan Pangan Di Indonesia. *Commodity-Indonesia.Id* (blog). <https://commodity-indonesia.id>.
- Chulsum & Umi (2017). Pengaruh Lingkungan Keluarga, Kedisiplinan Siswa, Dan Motivasi Belajar Terhadap Hasil Belajar Ekonomi Siswa Di SMA Negeri 7 Surabaya. *Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 5(1), 5–20.
- Dewi, D. (2019). Hubungan Dukungan Keluarga Tentang Senam Lansia Dengan Keaktifan Lansia Mengikuti Senam Lansia Di Desa Sayan Kecamatan Ubud (Disertasi). Institut Teknologi Dan Kesehatan Bali Denpasar.
- Ditjen Hortikultura Kementerian Pertanian (2025). Jeruk Lokal Tetap Digemari, Produksi Nasional Mencukupi. Direktorat Jendral Hortikultura Kementerian Pertanian. <https://hortikultura.pertanian.go.id>
- Engel et al., (2019). *Consumer Behavior* (11 ed). Cengage Learning.
- Hardiansah (2020). Pengaruh Budaya Dan Keluarga Terhadap Keputusan Pembelian Produk California Fried Chicken (CFC) Poso (Disertasi). Universitas Sintuwu Maroso Poso.
- Hidayat., R (2017). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Consumer Decision Making Process (Studi Kasus Rumah Makan Bebek Sinjay Madura). *Journal of Industrial Engineering & Management Systems*, 9(2), 77–95.
- Hidayati, N. L. (2018). Pengaruh Viral Marketing, Onlineconsumer Reviews dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Shopee Di Surabaya, 6(3), 77–84.
- Henslin, J. M (2006). *Sociology: A Down-To-Earth Approach* (7th ed). Pearson Allyn & Bacon.
- Indira Lintang (2024, Juni 21). DATA: 10 Daerah Penghasil Jeruk Terbesar Di Indonesia. *Inilah.Com* (blog). <https://www.inilah.com>.
- Jamil et al., (2023). Pengaruh Persepsi Risiko, Citra Perusahaan Dan Word Of Mouth Terhadap Kepercayaan Konsumen Dan Dampaknya Pada Loyalitas Menggunakan E-Commerce Shopee. *Management Studies and*

Entrepreneurship Journal (MSEJ), 4(1), 102–16.

- Kaharudin et al., (2021). Analisis Kepercayaan Konsumen, Kualitas Produk, Kualitas Website, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis*, 8(2), 1–8.
- Kurniawan, H, D., (2018). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekobis Dewantara*, 1(4), 73–82.
- Kaharudin et al., (2023). Pengaruh Kreativitas Produk Dan Pemanfaatan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kebijakan PSBB Sebagai Variabel Moderating Pada UMKM Di Jakarta. *Jurnal Ilmiah Menejemen dan Bisnis*, 6(1), 1–13.
- Kotler, P. & Keller, K (2016). *Marketing Management* (15 ed). Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). *Marketing Management* (14 ed). Pearson Education.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2019). *Principles of Marketing* (17 ed). Pearson Education.
- Lestari, S, A., & Sumarga, H. (2019). Pengaruh Gaya Hidup Dan Kelas Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Smartphone Advan Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Tangerang. *Dynamic Management Journal*, 3(2), 76–89.
- Liona,F., & Saputra, S. (2024). Pengaruh Berbagai Nilai Makanan Organik Terhadap Kepercayaan Dan Sikap Masyarakat Dalam Melakukan Pembelian. 13(1), 39–57.
- Mamuaya, N., & Legi, M. (2023). Faktor Situasional Untuk Meningkatkan Keputusan Pembelian Produk Food Dan Non-Food. *Jurnal Keuangan dan Bisnis*, 21(2), 197–212.
- Melinda., P (2020). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Di Ceriamart. *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia*, 1–16.
- Mudayat et al., (2023). Pengaruh Media Promosi Online, Brand Image, Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Cozy Arimbi Eatery Pada Pt. Jaya Kirana Samudra Wibowo. *Yos Soedarso Economics Journal*, 5(3), 78–96.
- Puspita, N. (2020). Hubungan Antara Status Sosial Ekonomi Keluarga Dengan Keragaman Konsumsi Pangan Pada Baduta Usia 6-24 Bulan Di Desa Srikamulyan, Kabupaten Karawang Tahun 2020 (Disertasi). Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Mitra Keluarga Bekasi.

- Pristian & Astuti, R. F. (2016). Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Literasi Ekonomi Dan Life Style Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Ikip PGRI Bojonegoro. *Jurnal Edutama*, 3(2), 49-58.
- Sarmigi, E., & Prasmala, E. (2021). Pengaruh Fasilitas, Lokasi, Dan Harga Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Objek Wisata Bukit Khayangan Kota Sungai Penuh. *E-Jurnal AL- Dzahab*, 2(2), 93-105.
- Schiffman, L. G. & Wisenblit, J. (2015). *Consumer Behavior* (11 ed). Pearson Education.
- Sutisna (2001). *Perilaku Konsumen*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (3th ed). Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Cet. Ke - 2) (7th ed). Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Cet Ke Edisi). Bandung: Alfabeta.
- Taluke et al., (2021), "Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua Terhadap Tingkat Keberhasilan Mahasiswa Di Desa Buo Kecamatan Loloda Kabupaten Halmahera Barat," *Jurnal Holistik*, 14(2) (n.d.): 1-15.
- Utami, L. P. (2021), "Analisis Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Onoy Cake & Bakery Di Kota Jambi (Disertasi)" (Universitas Batanghari Jambi, n.d.).
- Wahid A., & Halilurraman, M. (2019), "Keluarga Institusi Awal Dalam Membentuk Masyarakat Berperadaban," *Jurnal Studi Keislaman*, 5(1) (n.d.): 104-18.
- Wijhayanti & Goca, (2020). Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Produk, Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Repurchase Intention Di Tokopedia. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Equilibrium*, 8(1), 102-16.
- Widiastuti, E. (2022). Analisis Pengaruh Faktor Psikologis, Sosial, Dan Situasional Terhadap Cara Pandang Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Di Pasar Tradisional Ir. Soekarno Sukoharjo. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 20(2), 128-38.
- Yam, J. H., & Taufik, R. (2021). Hipotesis Penelitian Kuantitatif Perspektif. *Jurnal Ilmu Administrasi*, 3(2), 96-102.



Zhu et al., (2022). The Role Of Trust And Perceived Risk In Building Customer Loyalty In Sharing Economy Services. *Journal of Business Research*, 14(1), 64–78.

