

**ANALISIS SIKAP KONSUMEN TERHADAP BUAH JERUK  
DI KOTA PADANG  
(Kasus pada Jeruk Gunung Omeh dan Jeruk Medan)**

**SKRIPSI**

**OLEH**

**FADILLAH**



**FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS ANDALAS  
PADANG**

**2019**

# ANALISIS SIKAP KONSUMEN TERHADAP BUAH JERUK DI KOTA PADANG

(Kasus pada Jeruk Gunung Omeh dan Jeruk Medan)

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui proses tahap pengambilan keputusan pembelian buah jeruk dan sikap konsumen terhadap buah Jeruk Gunung Omeh dan Jeruk Medan di Kota Padang. Metode yang digunakan adalah metoda survei yang menggunakan kuesioner sebagai instrumen dalam pengumpulan data. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* sebanyak 100 responden. Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif untuk mendeskripsikan karakteristik umum konsumen dan tahap pengambilan keputusan konsumen buah jeruk serta menggunakan analisis multiatribut fishbein untuk mengukur sikap konsumen. Hasil yang didapatkan adalah responden lebih menyukai kinerja atribut buah Jeruk Gunung Omeh yang memiliki nilai sikap keseluruhan sebesar 198,84 point, sedangkan Jeruk Medan sebesar 194,20 point. Atribut buah Jeruk Gunung Omeh yang dianggap baik (positif) oleh konsumen adalah atribut kesegaran, warna kulit, ukuran, aroma, vitamin, tekstur daging buah dan promosi penjualan buah. Sedangkan untuk atribut harga, rasa, derajat kematangan serta kemudahan memperoleh buah Jeruk Medan lebih baik (positif) daripada Jeruk Gunung Omeh. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan saran yang dapat diberikan adalah : (1) Bagi pihak pemerintah, produsen dan pemasar disarankan agar meningkatkan kualitas produk jeruk yang sangat dipertimbangkan oleh konsumen (2) Penelitian selanjutnya dapat memperdalam penelitian ini dengan melihat persepsi, kepuasan, ataupun loyalitas konsumen.

Kata kunci : *Buah jeruk, Multiatribut fishbein, Sikap Konsumen*



# ANALYSIS OF CONSUMER ATTITUDE TOWARDS ORANGE FRUIT IN PADANG

(The Case of Gunung Omeh and Medan Oranges)

## ABSTRACT

This study aims to determine the process of purchasing decision of consumers and consumer attitude towards Gunung Omeh and Medan Oranges in City of Padang. Data was collected through a survey method with sample of 100 consumers. This research used descriptive qualitative research method to describe the characteristics of consumers and the decision-making process of consumers in purchasing oranges. Meanwhile to analyze consumer attitude towards the orange this research used Fishbein Multi-Attributes model. The result reveals that consumers preferred the performance of Gunung Omeh orange's attributes compared to Medan Orange with the attitude score of 198.84 points and 194.20 points respectively. The attributes of Gunung Omeh Orange that are considered good (positive) by consumers are freshness, skin color, size, smell, vitamins, texture of fruit and fruit sales promotions. Whereas for attributes of price, taste, maturity and ease of obtaining, Medan orange is better (positive) than Gunung Omeh oranges. Based on research findings the suggestions that can be given are: (1) The government, producers (farmers) and marketers should improve their performance to maintain and improve the attributes of orange that are highly considered by consumers. (2) It is needed the further research to study the perceptions, satisfaction, and consumer loyalty toward the oranges.

**Keywords:** *Consumer Attitude, Fishbein Multi-atribut, Oranges*

