

PENGARUH PERSEPSI DAN PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BUAH LOKAL

Wilda Widiawati¹, Sukma², Burnama Azhari³, Rista Astari Rusdin⁴

^{1,2,3,4}Universitas Muhammadiyah Enrekang, Jl. Jend. Sudirman, Enrekang, Indonesia.

Email: wildawidiawati@unimen.ac.id

Article History

Received: 26-01-2025

Revision: 29-01-2025

Accepted: 31-01-2025

Published: 15-02-2025

Abstract.

High fruit imports in Indonesia threaten the existence of local fruits. Consumers tend to choose imported fruit because the quality and supply of local fruit is not stable. This study aims to analyze the influence of consumer perceptions and preferences on purchasing decisions for local fruit. This study applied a quantitative approach by collecting data through questionnaires. Furthermore, the data were analyzed using the SPSS program with multiple linear regression analysis techniques, validity tests, reliability tests, and hypothesis tests which include t tests and F tests. The results of this study are quite surprising, as they show that factors that are generally considered by consumers, such as quality, safety, price, and taste, no substantial effect on consumer choice in purchasing local fruit

Keywords: Local fruit, purchase decision, consumer perception.

Abstrak.

Tingginya impor buah di Indonesia mengancam keberadaan buah lokal. Konsumen cenderung memilih buah impor karena kualitas dan pasokan buah lokal yang belum stabil. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi dan preferensi konsumen terhadap keputusan pembelian buah lokal. Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif dengan mengumpulkan data melalui kuesioner. Selanjutnya, data tersebut dianalisis menggunakan program SPSS dengan teknik analisis regresi linier berganda, uji validitas, uji reliabilitas, serta uji hipotesis yang meliputi uji t dan uji F. Hasil penelitian ini cukup mengejutkan, karena menunjukkan bahwa faktor-faktor yang umumnya dipertimbangkan konsumen, seperti kualitas, keamanan, harga, dan rasa, ternyata tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian buah lokal.

Kata Kunci: Buah_lokal, keputusan_pembelian_persepsi konsumen.

PENDAHULUAN

Indonesia banyak mengimpor buah-buahan, terutama dari Tiongkok yang telah mendominasi pasar sejak tahun 2010. Pada tahun 2022 saja, Tiongkok mengirimkan 479,5 ton buah di Indonesia (Djuanda, 2023) Selain Tiongkok, negara-negara seperti Thailand, Amerika Serikat, Mesir, Australia, Pakistan dan beberapa negara Asia Tenggara juga menjadi pemasok utama buah-buahan impor (Putri, 2023).

Data dari Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan tren peningkatan impor buah-buahan. Meskipun volume impor buah-buahan Indonesia menurun pada tahun 2022, nilai impornya justru meningkat. Hal ini menunjukkan bahwa Indonesia mengimpor buah dengan harga yang lebih tinggi (BPS, 2024). Fenomena ini tentu memprihatikan, Departemen Pertanian (Depan) RI menyatakan keprihatinannya atas kondisi ini, karena masyarakat cenderung lebih menyukai buah impor yang dianggap berkualitas lebih baik. Kondisi ini mengancam pemasaran buah lokal, padahal Indonesia memiliki potensi besar dalam produksi buah-buahan (BPPSDMP, 2019).

Untuk menganalisis permasalahan ini lebih lanjut, mari kita telaah data impor buah-buahan di Indonesia, kebijakan pemerintah terkait impor, faktor-faktor yang mendorong preferensi masyarakat terhadap buah impor, upaya peningkatan daya saing buah lokal, serta dampak impor terhadap petani lokal.

Data statistik menunjukkan fluktuasi volume dan nilai impor buah-buahan di Indonesia dalam beberapa tahun terakhir. Tabel berikut menunjukkan data impor buah-buahan Indonesia tahun 2018 hingga 2023.

Tabel 1. Impor Buah-buahan Menurut Negara Asal Utama, 2018-2023

Negara Asal	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Berat Bersih : 000 Kg						
Tiongkok	397,717.30	435,918.60	441,922.60	514,902.70	479,557.10	458,257.40
Australia	27,166.30	36,235.80	25,964.80	31,352.20	34,903.40	39,769.80
Thailand	61,576.80	75,868.60	35,134.80	58,359.10	71,178.80	51,452.80
Amerika Serikat	38,045.30	42,604.80	33,375.40	34,948.30	26,809.70	21,308.10
Pakistan	48,859.30	28,179.20	16,807.00	33,123.80	23,053.40	10,210.00
Mesir	23,975.40	23,522.40	25,146.50	24,177.10	30,047.80	26,697.60
Afrika Selatan	11,711.50	14,310.60	8,223.00	13,022.00	13,921.80	15,895.90
Selandia Baru	6,589.50	9,431.80	6,616.20	7,897.00	6,337.50	6,041.90
Peru	2,730.10	4,202.60	1,361.30	2,725.30	2,701.70	4,690.20
Vietnam	1,560.00	2,086.80	1,797.40	2,810.80	4,434.00	4,851.20
Lainnya	42,821.70	51,769.90	42,207.30	52,104.10	56,909.80	50,749.10

Jumlah	662,753.20	724,131.10	638,556.30	775,422.40	749,855.00	689,924.00
Nilai CIF: 000 US\$						
Tiongkok	741,351.40	814,227.80	823,705.80	915,397.00	906,263.50	919,409.40
Australia	100,704.30	139,268.40	97,807.60	124,521.70	125,935.10	135,196.10
Thailand	112,881.90	141,097.80	63,145.70	109,805.30	134,763.50	92,006.20
Amerika Serikat	110,523.00	124,886.70	102,098.30	94,250.30	88,923.00	69,574.60
Pakistan	69,059.10	44,555.50	27,538.90	49,647.90	28,719.50	14,397.30
Mesir	27,461.60	30,276.00	29,256.80	30,195.00	36,917.80	30,512.70
Afrika Selatan	22,550.20	28,519.90	14,660.50	25,156.30	25,058.40	31,632.50
Selandia Baru	19,880.60	27,912.30	20,723.40	24,821.20	21,214.60	20,523.10
Peru	11,272.90	17,436.00	5,388.40	10,989.50	10,840.70	19,956.20
Vietnam	7,050.80	8,429.40	4,555.90	7,587.40	13,919.50	11,588.00
Lainnya	88,137.80	109,400.90	82,648.80	107,218.80	108,026.60	100,747.40
Jumlah	1,310,873.60	1,486,010.70	1,271,530.10	1,499,590.40	1,500,582.20	1,445,543.50
Catatan:	1 Berdasarkan Keppres No.12/2014 tentang penggunaan kata Tiongkok untuk menggantikan kata Cina Sejak Tahun 2010 Termasuk Kawasan Berikat Diolah dari dokumen kepabeanan Ditjen Bea dan Cukai (PEB dan PIB) Data dikutip dari Publikasi Statistik Indonesia					

tabel di atas, terlihat bahwa volume impor buah-buahan mengalami penurunan pada tahun 2020 dan 2021, kemungkinan akibat pandemic Covid-19 yang mengganggu rantai pasok global (BPS, 2024). Data yang tersedia di BPS tidak merinci jenis buah-buahan yang diimpor. Namun, berdasarkan pengamatan di pasar, beberapa jenis buah impor yang populer di Indonesia antara lain apel, jeruk, anggur dan buah-buahan subtropis lainnya. Buah-buahan tersebut umumnya diimpor dari negara-negara seperti Tiongkok, Amerika Serikat, Australia dan Chile.

Impor buah-buahan memiliki dampak yang kompleks terhadap petani buah di Indonesia. Di satu sisi, impor dapat memenuhi kebutuhan konsumen akan ragam buah dan menjaga stabilitas harga. Namun, di sisi lain, impor juga dapat mengancam kelangsungan hidup petani buah lokal. Departemen Pertanian RI mencatat bahwa masyarakat cenderung memilih buah impor karena kualitas buah lokal yang belum standar dan pasokannya tidak stabil (Perwita et al., 2018). Akibatnya, petani dan pedagang buah lokal, seperti di Kecamatan Anggeraja, Kabupaten Enrekang Sulawesi Selatan kesulitan bersaing.

Kecamatan Anggeraja sendiri sebenarnya banyak dihasilkan buah-buahan lokal seperti alpukat, nangka dan salak. Namun, buah-buahan tersebut kalah bersaing dengan buah impor seperti apel dan pir yang dianggap memiliki rasa lebih baik (Rosalina & Zati, 2019). Untuk mengatasi hal ini, masyarakat di sana berupaya mengolah buah lokal menjadi produk turunan

seperti sirup fermentasi agar nilai jualnya meningkat.

Untuk meningkatkan daya saing buah lokal, Indonesia perlu fokus pada peningkatan kualitas dan pemasaran buah lokal (Najib, 2014). Selain itu, penting juga untuk memahami preferensi konsumen karena mereka memiliki pengaruh besar dalam menentukan kesuksesan suatu produk (Andirwan et al., 2023). Produsen harus aktif meneliti dan menyesuaikan produk mereka dengan keinginan konsumen (Dede Djuniardi et al., 2023).

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan data numerik yang dikumpulkan melalui kuesioner. Analisis ini dilakukan menggunakan SPSS untuk menguji hubungan antara persepsi dan preferensi konsumen dengan keputusan pembelian produk.

Teknik analisis data yang dipakai dalam penelitian ini adalah

1. Regresi linier berganda. merupakan teknik statistik untuk menguji dan mengukur pengaruh satu atau lebih variabel bebas terhadap variabel terikat (Brigham et al, 2013). Estimasi tersebut menggunakan rata-rata populasi yang diprediksi dari variabel-variabel yang sudah diketahui (Sinaga et al., 2022). Penelitian ini menggunakan persamaan regresi untuk menganalisis tingkat pengaruh variabel independent (Widiawati, 2022).
2. Uji validitas kuesioner bertujuan memastikan setiap pertanyaan tepat sasaran dalam mengukur variabel penelitian, sehingga menghasilkan data yang valid dan reliabel (Purwanto et al., 2021). Indikator valid jika nilai korelasi item-total terkoreksi (*Corrected Item-Total Correlation*) lebih $\geq r$ tabel ($df = n-2$, $\alpha = 0,05$) dan bernilai positif (Marhawati et al., 2022).
3. Uji Reliabilitas, diukur dengan metode *one shot* dan uji *Cronbach Alpha* (α), menunjukkan konsistensi jawaban responden (Sugiyono, 2010). variabel reliabel memiliki nilai $\alpha > 0,6$.
4. Uji hipotesis, Uji ANOVA mengukur pengaruh dua atau lebih variabel bebas terhadap variabel terikat secara bersamaan, sedangkan uji t-statistik menguji pengaruh masing-masing variabel bebas secara individual.
 - a) Uji t dalam regresi. Uji t dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui signifikansi pengaruh setiap variabel bebas terhadap variabel terikat.

Prosedur Uji Hipotesis:

- 1) Hipotesis: H_0 : Koefisien regresi = 0 (tidak ada pengaruh) dan H_a : Koefisien regresi $\neq 0$ (ada pengaruh)
- 2) Tingkat Signifikansi: $\alpha = 5\%$
- 3) t Hitung: diperoleh dari analisis regresi, menunjukkan kekuatan dan arah hubungan antara variabel. Semakin besar nilai t, semakin kuat hubungannya.

- 4) t Tabel: ditentukan berdasarkan α dan derajat bebas (df= n-k-1).
 - 5) Perbandingan t Hitung dan t Tabel: [t hitung] > t tabel: H0 ditolak, variabel berpengaruh signifikan. [t hitung] < t tabel: H0 diterima, variabel tidak berpengaruh signifikan.
 - 6) Kesimpulan: Uji t merupakan variabel mana yang berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.
- b) Uji F dalam regresi menguji pengaruh semua variabel independent terhadap variabel dependen secara serentak.
- Hipotesis: H0 = variabel independent tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. HA= variabel independent berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- Keputusan: F hitung > F tabel atau probabilitas < 0.05: H0 ditolak (ada pengaruh). F hitung \leq F tabel atau probabilitas \geq 0.05: H0 diterima (tidak ada pengaruh).

HASIL

1. Uji Validitas

a. Variabel Kualitas (X1)

Tabel berikut menyajikan hasil analisis korelasi *Pearson*. Sig. menunjukkan apakah hubungan tersebut signifikan secara statistik. Nilai signifikansi kurang dari 0.05 mengindikasikan hubungan yang signifikan. Mari telaah lebih lanjut hasil analisis korelasi pada tabel berikut ini:

Tabel 2. Uji Validitas Variabel (X1)

		P1	P2	P3	P4	TOTAL
P1	Pearson	1	.390	.229	-	.725**
	Correlation		*		.025	
	Sig. (2-tailed)		.013	.154	.878	<,001
	N	40	40	40	40	40
P2	Pearson	.390	1	-	-	.592**
	Correlation	*		.069	.081	
	Sig. (2-tailed)	.013		.671	.617	<,001
	N	40	40	40	40	40
3	Pearson	.229	-	1	.246	.570**
	Correlation		.069			
	Sig. (2-tailed)	.154	.671		.127	<,001
	N	40	40	40	40	40
P4	Pearson	-	-	.246	1	.423**

	Correlation	.025	.081		
	Sig. (2-tailed)	.878	.617	.127	.007
	N	40	40	40	40
TOTAL	Pearson	.725	.592	.570	.423
AL	Correlation	**	**	**	**
	Sig. (2-tailed)	<,00	<,00	<,00	.007
		1	1	1	
	N	40	40	40	40

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

1. Menafsirkan hasil uji validitas item 1 yaitu hasil uji korelasi menunjukkan bahwa item 1 valid. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi (p) sebesar 0,01 yang lebih kecil dari 0,05 dan nilai korelasi *Pearson* sebesar 0,725 yang bernilai positif.
2. Menafsirkan hasil uji validitas item 2 yaitu hasil uji korelasi menunjukkan bahwa item 2 valid. Hasil uji statistik menunjukkan adanya hubungan positif yang signifikan antara kedua variabel, yang ditunjukkan oleh nilai signifikansi (p) sebesar 0.01 yang lebih kecil dari 0.05 dan nilai korelasi *Pearson* sebesar 0.592.
3. Menafsirkan hasil uji validitas item 3 yaitu hasil uji korelasi menunjukkan bahwa item 3 valid. Hasil uji statistic menunjukkan adanya hubungan positif yang signifikan antara kedua variabel yang ditunjukkan oleh nilai signifikansi (p) sebesar 0.01 yang lebih kecil dari 0.05 dan nilai korelasi *Pearson* sebesar 0.570.
4. Menafsirkan hasil uji validitas item 4 yaitu nilai signifikansi (p) > 0.05: Artinya, korelasi antara item 4 dengan skor total tidak signifikan. Hubungan tersebut mungkin terjadi secara kebetulan, sehingga item 4 dianggap tidak valid.

a. Variabel Kesehatan/ Keamanan (X2)

Tabel ini menunjukkan hasil analisis korelasi *Pearson* . Analisis ini dilakukan untuk mengetahui seberapa erat dan ke arah mana (positif atau negative) hubungan antar variabel tersebut. Mari telaah lebih lanjut hasil analisis korelasi pada tabel berikut ini:

Tabel 3. Uji Validitas Variabel (X2)

		P5	P6	P7	TOTAL
					L
P5	Pearson	1	.234	.128	.677**
	Correlation				
	Sig. (2-tailed)		.146	.433	<,001
	N	40	40	40	40
P6	Pearson	.234	1	.455**	.788**
	Correlation				
	Sig. (2-tailed)	.146		.003	<,001

	N	40	40	40	40
P7	Pearson	.128	.455**	1	.681**
	Correlation				
	Sig. (2-tailed)	.433	.003		<,001
	N	40	40	40	40
T	Pearson	.677**	.788**	.681**	1
O	Correlation				
T	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	
A	N	40	40	40	40
L					

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed)

1. Menafsirkan hasil uji validitas item 5 yaitu nilai signifikansi 0.01 dan korelasi *Pearson* 0.677 menunjukkan bahwa pernyataan ini valid dan dapat diandalkan.
2. Menafsirkan hasil uji validitas item 6 yaitu nilai signifikansi 0.01 dan korelasi *Pearson* 0.788 menunjukkan bahwa pernyataan ini valid dan dapat diandalkan.
3. Menafsirkan hasil uji validitas item 7 yaitu nilai (p) sebesar 0.01 yang lebih kecil dari 0.05 serta nilai korelasi *Pearson* yang positif dan kuat (0.681) menunjukkan korelasi yang sangat signifikan dan valid.

b. Variabel Harga (X3)

Tabel ini menyajikan hasil analisis korelasi *Pearson* yang digunakan untuk mengukur keeratan dan arah hubungan. Mari telaah lebih lanjut analisis korelasi tabel berikut ini:

Tabel 4. Uji Validitas Variabel (X3)

		P8	P9	P10	P11	TOTAL
P8	Pearson	1	-.271	-.160	-	.419
	Correlation				.046	
	Sig. (2-tailed)		.090	.324	.779	.001
	N	40	40	40	40	40
P9	Pearson	-	1	-	-	.479**
	Correlation	.27		.414*	.044	
	Sig. (2-tailed)	.090		.008	.786	.002
	N	40	40	40	40	40
P10	Pearson	-	-	1	-	.085
	Correlation	.160	.414*		.146	
	Sig. (2-tailed)	.324	.008		.369	.602
	N	40	40	40	40	40

P11	Pearson Correlation	-	-.044	-.146	1	.510**
	Sig. (2-tailed)	.046	.779	.786	.369	<.001
	N	40	40	40	40	40
TOTAL	Pearson Correlation	.219	.479*	.085	.510**	1
	Sig. (2-tailed)	.174	.002	.602	<.001	
	N	40	40	40	40	40

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed)

1. Menafsirkan hasil uji validitas item 8 valid yaitu nilai signifikansi (p) sebesar 0.01 yang lebih kecil dari 0.05 dan nilai korelasi Pearson sebesar 0.419 yang bernilai positif menunjukkan korelasi yang sangat signifikan dengan skor total.
2. Menafsirkan hasil uji validitas item 9 valid yaitu nilai signifikansi (p) sebesar 0.02, yang lebih kecil dari 0.05, menunjukkan hubungan yang kuat dan bukan terjadi secara kebetulan. Korelasi Pearson yang positif (0.479) semakin besar skornya, semakin besar juga skor totalnya.
3. Menafsirkan hasil uji validitas item 10 valid yaitu nilai signifikansi (p) sebesar 0.06 sedikit di atas ambang batas 0.05 korelasi *Pearson* yang sangat tinggi (0.85) menunjukkan hubungan yang sangat kuat.
4. Menafsirkan hasil uji validitas item 11 valid yaitu nilai signifikansi (p) yang kecil (0,01) menunjukkan hubungan yang kuat dan bukan terjadi secara kebetulan. Korelasi Pearson yang positif (0,510) menunjukkan bahwa semakin tinggi, semakin tinggi pula skor totalnya.

c. Variabel Rasa (X4)

Tabel ini menampilkan hasil analisis korelasi *Pearson* yang bertujuan untuk mengukur keeratan dan arah hubungan antara variabel. Dengan melihat tabel ini, kita bisa menganalisis hubungan antar variabel. Mari telaah analisis korelasi tabel berikut ini:

Tabel 5. Uji Validitas Variabel (X4)

		P12	P13	P14	P15	P16	TOTAL
P12	Pearson Correlation	1	.000	.095	-.138	.412**	.574**
	Sig. (2-tailed)		1.000	.561	.396	.008	<.001
	N			1			

	N	40	40	40	40	40	40
P13	Pearson Correlation	.000	1	-	-	-	523
				.153	.092	.083	
	Sig. (2-tailed)	1.000		.346	.572	.612	.001
	N	40	40	40	40	40	40
P14	Pearson Correlation	.095	-	1	.163	-	.348*
			.153			.177	
	Sig. (2-tailed)	.561	.346		.315	.275	.028
	N	40	40	40	40	40	40
P15	Pearson Correlation	-	-	.163	1	-	.579**
		.138	.092	.316		.316*	
	Sig. (2-tailed)	.396	.572	.315		.047	<.001
	N	40	40	40	40	40	40
P16	Pearson Correlation	.412**	-	-	-	1	.256
			.083	.177	.316*		
	Sig. (2-tailed)	.008	.612	.275	.047		.111
	N	40	40	40	40	40	40
TOTAL	Pearson Correlation	.574**	.238	.348*	.579**	.256	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	.168	.028	<.001	.111	

* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed)

**Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed)

1. Menafsirkan hasil uji validitas item 12 valid yaitu nilai signifikansi 0.01 dan korelasi *Pearson* 0.574 menunjukkan adanya hubungan yang kuat dan berarti antara kedua variabel.
2. Menafsirkan hasil uji validitas item 13 valid yaitu nilai signifikansi 0.01 dan korelasi *Pearson* 0.523 menunjukkan adanya hubungan yang kuat dan bermakna antara kedua variabel.
3. Menafsirkan hasil uji validitas item 14 tidak valid yaitu ada korelasi positif yang kecil (0.233) antara item 14 dan skor total, namun hubungan ini tidak signifikan karena nilai signifikansinya 0.08.
4. Menafsirkan hasil uji validitas item 15 yaitu nilai signifikansi 0.01 dan korelasi *Pearson* 0.579 menunjukkan adanya hubungan yang kuat dan bermakna antara kedua variabel.

5. Menafsirkan hasil uji validitas item 16 yaitu ada korelasi positif antara item 16 dan skor total, namun hubungan ini tidak signifikan karena nilai signifikansinya 0.11.

2. Uji Realibilitas

a. Variabel Kualitas (X1)

Mari kita bahas lebih lanjut arti nilai *Cronbach Alpha* ini dan implikasinya terhadap instrument yang diukur berikut ini:

Tabel 6. Uji Realibilitas Variabel (X1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.707	4

Hasil pengujian reliabilitas dengan metode Alpha Cronbach menunjukkan bahwa keempat pertanyaan yang diajukan untuk mengukur kualitas dalam keputusan pembelian buah lokal sudah baik dan konsisten. Nilai Cronbach Alpha 0.707 menunjukkan bahwa 70.7% dari varians total skor kuesioner dapat dijelaskan oleh varians bersama di antara item-item kuesioner.

b. Variabel Kesehatan atau Keamanan

Mari kita bahas lebih lanjut arti nilai *Cronbach Alpha* dan implikasinya terhadap instrument yang diukur berikut ini:

Tabel 7. Uji Reability (X2)

Reliability Statistics	
ronbach's Alpha	N of Items
.781	3

Analisis reliabilitas dengan *Alpha Cronbach* menunjukkan bahwa ketiga item pertanyaan yang berkaitan dengan kesehatan dan keamanan dalam pembelian buah lokal memiliki tingkat konsistensi internal yang tinggi. Nilai *Cronbach Alpha* 0.781 >0,60 yang mengindikasikan bahwa semua item tersebut mengukur konsep kesehatan dan keamanan dengan cara yang konsisten dan dapat diandalkan.

c. Variabel Harga (X3)

Mari kita bahas lebih lanjut *Cronbach Alpha* dan implikasinya terhadap instrument yang diukur berikut ini:

Tabel 8. Uji Reabilitas Variabel (X3)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.241	4

Analisis reliabilitas dengan Alpha Cronbach menunjukkan bahwa keempat item pertanyaan tentang harga dalam angket tidak cukup konsisten untuk mengukur variable harga yang baik. nilai Cronbach Alpha 0.241 >0,60 yang mengindikasikan rendahnya reliabilitas internal dari item-item tersebut.

d. Variabel Rasa (X4)

Mari kita bahas lebih lanjut *Cronbach Alpha* dan implikasinya terhadap instrument yang diukur berikut ini:

Tabel 9. Uji Reliability(X4)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
	5

Uji reliabilitas dengan Alpha Cronbach pada variabel rasa (X4) kuesioner dengan 5 pertanyaan ini cukup reliabel dengan nilai 0.786. Nilai ini lebih besar dari 0,60 yang menunjukkan bahwa semua item pertanyaan untuk variabel rasa dalam keputusan pembelian buah lokal adalah reliabel atau konsisten.

3. Hasil Pengujian Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji T)

1) Variabel Kualitas (X1)

Tabel ini menampilkan hasil uji Tukey HSD yang digunakan untuk melakukan perbandingan berpasangan antara kelompok-kelompok pada variabel “ keputusan pembelian” berdasarkan faktor “ kualitas”.

Tabel 10. Uji t (X1)

kualitas			
			Subset for alpha = 0.05
	keputusan pembelian	N	1
Tukey HSD^{a,b}	15	1	13.182
		1	
	14	1	13.333
		5	
	13	1	13.857
		4	
	Sig.		.518

- a) hasilnya tidak signifikan karena nilai signifikan 0.518 melebihi batas kritis 0,05, mengindikasikan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk (X1) terhadap keputusan pembelian buah lokal (Y).
- b) Meskipun tidak dijelaskan nilai kritis yang digunakan dalam uji statistik, hasil uji statistic menunjukkan bahwa variabel tersebut tidak memiliki pengaruh yang signifikan karena nilai t hitung lebih kecil dari nilai t tabel.

2) Variabel Kesehatan atau Keamanan (X2)

Tabel ini menyajikan hasil uji Tukey HSD yang digunakan untuk membandingkan rata-rata “keputusan pembelian” antar kelompok berdasarkan faktor “keamanan”.

Tabel 11. Uji t (X2)

Tukey HSD ^{a,b}	14	15	9.133
	15	11	9.182
	13	14	9.286
	Sig.		.966

- a) Nilai signifikansi (sig.) > 0,05: Nilai signifikansi 0,966 lebih besar dari 0,05, menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan antara keamanan (X2) terhadap keputusan pembelian buah lokal (Y).
- b) Perbandingan t hitung dengan t tabel: Meskipun tidak dijelaskan nilai t tabel berapa yang digunakan, jika t hitung lebih kecil dari t tabel, maka kesimpulannya tetap sama, yaitu tidak ada pengaruh yang signifikan.

3) Variabel Harga (X3)

Tabel ini menyajikan hasil uji Tukey HSD yang digunakan untuk membandingkan rata-rata “ keputusan pembelian antar kelompok berdasarkan faktor harga”

Tabel 12. Uji t (X3)

harga			
		Subset for alpha = 0.05	
	keputusanpembelian	N	1
Tukey HSD^{a,b}	15	1	17.909
	13	1 4	17.929
	14	1 5	18.333
	Sig.		.599

- a) Nilai signifikansi (sig.) > 0,05: Nilai signifikansi 0,599 lebih besar dari 0,05, menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan antara rasa (X3) terhadap keputusan pembelian buah lokal (Y).
- b) Perbandingan t hitung dengan t tabel: Meskipun tidak dijelaskan nilai t tabel berapa yang digunakan, jika t hitung lebih kecil dari t tabel, maka kesimpulannya tetap sama, yaitu tidak ada pengaruh yang signifikan.

4) Variabel Rasa (X4)

Tabel ini menyajikan hasil uji Tukey HSD yang digunakan untuk membandingkan rata-rata “keputusan pembelian antar kelompok berdasarkan faktor rasa”.

Tabel 13. Uji t (X4)

	rasa		
	keputusan pembelian	N	Subset for alpha =0.05
			1
Tukey HSD^{a,b}	15	11	18.364
	14	15	19.133
	13	14	19.143
	Sig.		.606

- a) Nilai signifikansi (sig.) > 0,05: Nilai signifikansi 0,606 lebih besar dari 0,05, menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan antara rasa (X4) terhadap keputusan pembelian buah lokal (Y).
- b) Perbandingan t hitung dengan t tabel: Meskipun tidak dijelaskan nilai t tabel berapa yang digunakan, jika t hitung lebih kecil dari t tabel, maka kesimpulannya tetap sama, yaitu tidak ada pengaruh yang signifikan.

b. Uji F

Tabel berikut menampilkan hasil analisis ANOVA yang digunakan untuk menguji pengaruh variabel independent (X1, X2, X3 dan X4) terhadap variabel dependen (Y).

Tabel 14. Uji F

ANOVA					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	1.983	4	0.496	221	.404.000 ^b
Residual	22.792	35	0.651		
Total	24.775	39			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X4, X3, X1, X2

- a) Nilai signifikansi (sig.) $> 0,05$: hasilnya tidak signifikan karena nilai signifikannya 0.404 melebihi 0.05 yang artinya antara variabel kualitas (X1), keamanan (X2), harga (X3), dan rasa (X4) secara simultan terhadap prestasi (Y).
- b) Perbandingan F hitung dengan F tabel: Meskipun F hitung (0,404) lebih besar dari F tabel (0,304), kesimpulannya tetap sama karena nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Hipotesis ditolak, yang berarti tidak ada pengaruh yang signifikan.

DISKUSI

Berdasarkan hasil uji statistik yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa nilai signifikansi di atas 0.05 untuk semua variabel (kualitas, keamanan, harga, dan rasa) menunjukkan bahwa hubungan antara variabel-variabel tersebut dengan keputusan pembelian buah lokal kemungkinan besar terjadi secara kebetulan, bukan karena adanya pengaruh yang nyata. Tidak ada pengaruh signifikan secara simultan antara variabel kualitas, keamanan, harga, dan rasa terhadap keputusan pembelian buah lokal. Uji F (ANOVA): Nilai signifikansi (0,404) $> 0,05$ menunjukkan bahwa secara bersama-sama, kualitas, keamanan, harga, dan rasa tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Hasil penelitian ini mengisyaratkan adanya variabel lain di luar variabel independent yang diteliti yang berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian buah lokal. Penelitian selanjutnya dapat menjajaki variabel-variabel tersebut, termasuk kemungkinan adanya variabel moderasi dan mediasi yang mempengaruhi hubungan antar variabel.

KESIMPULAN

Hasil penelitian ini cukup mengejutkan, karena menunjukkan bahwa faktor-faktor yang umumnya dipertimbangkan konsumen, seperti kualitas, keamanan, harga dan rasa ternyata tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian buah lokal. Untuk memahami sepenuhnya mengapa orang membeli buah lokal, diperlukan penelitian lanjutan yang menemukan faktor-faktor baru yang lebih berpengaruh.

Penelitian ini memiliki keterbatasan dalam menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian buah lokal karena hanya mencakup sejumlah terbatas variabel independen. Penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas ruang lingkup penelitian dengan memasukkan variabel-variabel lain yang relevan serta menganalisis kemungkinan adanya variabel moderasi atau mediasi yang mempengaruhi hubungan antar variabel.

REKOMENDASI

Hasil penelitian ini menunjukkan perlunya kajian ulang terhadap instrument penelitian, terutama pada item-item pertanyaan yang mengukur variabel kualitas, keamanan, harga dan rasa. Hal ini dikarenakan terdapat faktor-faktor lain di luar variabel tersebut yang juga dapat mempengaruhi keputusan pembelian buah lokal, seperti merek, promosi dan distribusi. Oleh karena itu, penelitian lanjutan disarankan untuk menggunakan metode penelitian yang berbeda, misalnya penelitian kualitatif, agar dapat menggali lebih dalam faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian buah lokal. Dengan demikian, diharapkan dapat diperoleh pemahaman yang lebih komprehensif dan mendalam tentang faktor-faktor yang berperan dalam keputusan pembelian konsumen terhadap buah lokal.

UCAPAN TERIMA KASIH

Perjalanan menyelesaikan tulisan ini tidaklah mudah. Banyak rintangan yang harus dihadapi, mulai dari pengumpulan data hingga penyusunannya. Semua kesulitan akhirnya bisa diatasi karena adanya dukungan dan bantuan dari berbagai pihak.

Dalam kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan apresiasi dan rasa terima kasih kepada:

1. Rektor Universitas Muhammadiyah Enrekang, atas kesempatan yang diberikan untuk menimba ilmu.
2. Ketua Program Studi Biokewirausahaan, atas bimbingan dan arahan selama masa perkuliahan.
3. Orangtua tercinta, atas dukungan moral, materi, dan doa yang tak henti-hentinya.
4. Rekan-rekan mahasiswa, atas segala masukan, saran, dan semangat yang diberikan.

Tanpa dukungan dari semua pihak, baik yang terlibat langsung maupun tidak langsung, tulisan ini tidak mungkin terselesaikan. Terima kasih.

REFERENSI

- Andirwan, A., Asmilita, V., Zhafran, M., Syaiful, A., & Beddu, M. (2023). Strategi Pemasaran Digital : Inovasi untuk Maksimalkan Penjualan Produk Konsumen di Era Digital. *JIMAT: Jurnal Ilmiah Multidisiplin Amsir*, 2(1), 155–166. <https://journal.stieamsir.ac.id/index.php/abrj/article/view/405>
- BPPSDMP. (2019). Laporan Kinerja, Badan Penyuluhan dan Pengembangan SDM Pertanian Tahun 2021. *Sustainability (Switzerland)*, 11(1), 1–14. http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI
- BPS. (2024). Impor Buah-Buahan Menurut Negara Asal Utama 2018-2023. In *Bps.Go.Id* (p. 1). <https://www.bps.go.id/id/statistics-table/1/MjAxMCMx/impor-buah-buahan-menurut-negara-asal-utama--2018-2023.html>
- Dede Djuniardi et al. (2023). *Manajemen Pemasaran: Teori dan Praktik Menciptakan Loyalitas Pelanggan*.
- Djuanda, M. (2023). Penerapan Aplikasi Laporan Keuangan di Kementerian Indonesia: Rekonsiliasi Single Database Sakti. *Kompak :Jurnal Ilmiah Komputerisasi Akuntansi*, 16(1), 52–60. <https://doi.org/10.51903/kompak.v16i1.1041>
- Marhawati, Mahmud, R., Nurduana, Astuty, S., Setyawan, D. A., Prasaja, Fahrädina, N., One, L., Faelasofi, R., Widyasari, T., Mawardati, R., Otaya, L. G., & Rahmatina, S. (2022). Statistika Terapan. *Statistik Terapan*, 247.
- Najib, dan. (2014). Strategi Peningkatan Pemasaran Mangga. *J. Hort*, 24(1), 85–93.
- Perwita, A. D., Darwis, V., & Suhartini, S. H. (2018). Buah ropikaT Berorientasi Ekspor Dynamics of Institutional Supply Chain Partnership Institutions Export Oriented Tropicän Fruit. *Forum Penelitian Agro Ekonomi*, 36(1), 45–61.
- Purwanto, A., Asbari, M., & Santoso, T. I. (2021). Analisis Data Penelitian Manajemen Pendidikan: Perbandingan Hasil antara Amos, SmartPLS, WarpPLS, dan SPSS untuk Jumlah Sampel Kecil. *International Journal of Social, Policy and Law (IJOSPL)*, 01(01), 111–122. <https://ijospl.org/index.php/ijospl/article/view/64>
- Putri, O. H. (2023). Analisis Ekspor Komoditas Pertanian di Indonesia. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 9(3), 937–942. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v9i3.1213>
- Rosalina, D., & Zati, M. R. (2019). Analisis Daya Saing Jeruk Lokal Terhadap Jeruk Impor di Kabupaten Tanah Karo. *Jurnal Samudra Ekonomika*, 3(1), 26–33.
- Sugiyono, D. (2010). Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D. In *Penerbit Alfabeta* (Issue January).
- Widiawati, W. (2022). Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi dan Manajemen (JIKEM). *Pengaruh Kepemimpinan, Motivasi, Dan Komunikasi Pada Gabungan Kelompok Tani (Gapoktan) Bungin Jaya Terhadap Kepuasan Kerja*, 2(1), 2094–2096.