

## PENGARUH NILAI YANG DIANUT TERHADAP PREFERENSI DAN PERILAKU PEMBELIAN BUAH-BUAHAN

Za'iemah Asy Syifa<sup>1</sup>, Hartoyo<sup>1\*)</sup>

<sup>1</sup>Departemen Ilmu Keluarga dan Konsumen, Fakultas Ekologi Manusia, Institut Pertanian Bogor, Bogor 16680, Indonesia

\*E-mail: hartoyo@ipb.ac.id

---

### Abstrak

Penelitian ini didasarkan pada tinjauan teoritis dan empiris untuk menjelaskan pengaruh nilai terhadap preferensi dan perilaku pembelian buah-buahan. Penelitian ini dilakukan dengan memberikan kuesioner kepada 162 mahasiswa melalui metode *convenience sampling*. Hasil uji korelasi *Pearson* menunjukkan ada hubungan yang signifikan antara orientasi nilai dengan kesadaran dan tanggung jawab. Selanjutnya, kesadaran perilaku juga menunjukkan hubungan langsung yang kuat dengan tanggung jawab, dan norma personal juga menunjukkan hubungan yang signifikan dengan kebiasaan perilaku dalam mengonsumsi buah-buahan. Preferensi buah apel dipengaruhi oleh suku, orientasi nilai, dan kesadaran, sedangkan preferensi buah jeruk dipengaruhi oleh tanggung jawab. Pembelian buah apel dipengaruhi oleh gender dan preferensi, sedangkan pembelian buah jeruk dipengaruhi oleh norma pribadi dan preferensi buah jeruk. Ada kecenderungan bahwa dengan peningkatan nilai, kesadaran perilaku, tanggung jawab, dan norma pribadi akan meningkatkan pembelian buah lokal.

### Effect of Values on Preferences and Purchasing Behavior of Fruits

#### Abstract

This research was based on theoretical and empirical reviews to explain the effect of values on the preferences and purchasing behavior of fruits. This research was performed by providing questionnaires to 162 college students by convenience sampling method. Pearson correlation test result showed there were significant relationships between value orientation with awareness and responsibility. Furthermore, awareness of behavior also showed strong direct relationships with responsibility, and personal norm also showed a significant relationship with habitual behavior in consuming fruits. Preference of the apple was influenced by ethnicity, value orientations, and awareness, while preference of orange was influenced by responsibility. Purchase of apple was influenced by gender and preferences, while purchasing of orange was influenced by personal norm and preference of orange. There was a tendency that with increasing values, behavior awareness, responsibility, and personal norms can increase purchasing of local fruits.

*Keywords: awareness, local fruits, personal norms, responsibility, value*

---

### PENDAHULUAN

Pemberlakuan perjanjian perdagangan bebas Asia-Cina (*Asian China-Free Trade Agreement/AC-FTA*) yang telah dimulai sejak tanggal 1 Januari 2010 menghasilkan kesepakatan penurunan tarif masuk impor menjadi nol persen. Hal ini diberlakukan juga untuk komoditi hortikultura, salah satunya buah-buahan. Akibatnya, saat ini pasar buah Indonesia telah dibanjiri oleh sejumlah buah impor dari berbagai negara pengekspor buah seperti Amerika Serikat, Eropa, Australia, Cina, Selandia Baru, dan Thailand. Sebanyak 60 persen buah-buahan segar yang tersaji di pusat-pusat perbelanjaan modern di seluruh Indonesia diisi oleh produk impor, produk buah lokal hanya mampu mengisi 40 persen (BPS

2010). Kenyataan ini berdampak pada menurunnya daya saing pemasaran buah lokal. Sering dikatakan bahwa kualitas produk buah lokal masih kalah bersaing dengan produk buah impor, sehingga saat ini diduga banyak orang yang lebih memilih mengonsumsi buah impor dibandingkan mengonsumsi buah lokal.

Permasalahan yang muncul saat ini adalah kesadaran dan tanggung jawab konsumen dalam konsumsi buah-buahan lokal yang terbentuk melalui nilai yang dianut. Nilai merupakan komponen penting dalam perilaku pembelian, dimana nilai menuntun individu untuk memasuki suatu situasi dan bagaimana individu bertindak dalam situasi tersebut (Rokeach, 1973, diacu dalam De Groot & Steg, 2006). Saat ini dipertanyakan apakah

konsumen Indonesia telah menyadari dan memiliki tanggung jawab untuk mengonsumsi buah lokal. Konsumen diharapkan memiliki kesadaran dan tanggung jawab yang tinggi dalam mengonsumsi buah-buahan lokal, sehingga akan diikuti oleh norma personal dan perilaku yang mengarah pada peningkatan konsumsi buah-buahan lokal.

Secara umum, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh nilai yang dianut terhadap preferensi dan perilaku pembelian buah pada mahasiswa Institut Pertanian Bogor. Secara khusus, penelitian ini bertujuan untuk (1) menganalisis nilai, kesadaran berperilaku, tanggung jawab, norma personal, preferensi, serta perilaku pembelian dan konsumsi buah pada mahasiswa, (2) menganalisis hubungan antarvariabel penelitian, (3) menganalisis pengaruh karakteristik individu, nilai, kesadaran berperilaku, tanggung jawab, dan norma personal terhadap preferensi dan perilaku pembelian buah apel dan jeruk lokal.

## METODE

Penelitian ini dilakukan di kampus Institut Pertanian Bogor. Lokasi penelitian ini dipilih secara *purposive* dengan pertimbangan merupakan salah satu perguruan tinggi terbesar di Indonesia. Pengambilan data dilakukan mulai bulan Mei 2010 sampai dengan bulan Juni 2010.

Mahasiswa dalam penelitian ini adalah mahasiswa mayor-minor IPB yang masih aktif dari seluruh fakultas dan dipilih dengan metode *convenience sampling*. Mahasiswa berjumlah 162 mahasiswa yang dihitung dengan formula Slovin (Umar, 2003). Jumlah mahasiswa setiap fakultas dikategorikan secara *proportional* sesuai dengan proporsi dari masing-masing fakultas terhadap total mahasiswa IPB.

Data primer yang dikumpulkan dalam penelitian ini diperoleh melalui alat bantu kuesioner yang meliputi karakteristik mahasiswa, orientasi nilai, kesadaran berperilaku, tanggung jawab, norma personal, preferensi, dan perilaku konsumen (jenis buah yang dibeli/dikonsumsi, frekuensi konsumsi buah, dan asal jenis buah yang dibeli).

Karakteristik mahasiswa terdiri atas usia, jenis kelamin, suku bangsa, dan uang saku. Berdasarkan usia, mahasiswa dikategorikan dalam dua kategori yaitu remaja akhir (14-18 tahun) dan dewasa awal (19-40 tahun). Suku

bangsa dalam penelitian ini terdiri atas suku Jawa, Sunda, Betawi, Minang, Batak, dan Melayu. Uang saku mahasiswa dalam penelitian ini dikelompokkan dalam tiga kategori yaitu uang saku kategori rendah (<Rp600.000,00), uang saku kategori sedang (Rp600.000,00-Rp1.200.000,00), dan uang saku kategori tinggi (>Rp1.200.000,00).

Orientasi nilai dalam penelitian ini diartikan sebagai orientasi dari keyakinan individu yang dapat mempengaruhi perilaku dalam membeli dan mengonsumsi. Ada tiga jenis orientasi nilai yang diamati yaitu orientasi nilai internal, orientasi nilai altruistik, dan orientasi nilai eksternal. Orientasi nilai diukur menggunakan 12 pernyataan dengan pilihan jawaban yaitu sangat setuju, setuju, tidak setuju, dan sangat tidak setuju.

Kesadaran berperilaku diartikan sebagai kesadaran individu untuk mengakui akan konsekuensi positif dan negatif terhadap perilaku pembelian dan konsumsi buah. Kesadaran berperilaku diukur dengan menggunakan sembilan pernyataan dengan sangat setuju/setuju, ragu-ragu/netral, dan tidak setuju/kurang setuju sebagai pilihan jawaban. Instrumen yang digunakan telah reliabel dengan nilai *Cronbach's alpha* sebesar 0,599.

Tanggung jawab dalam penelitian ini diartikan sebagai kesediaan untuk melakukan, menanggung akibat yang ditimbulkan oleh perilaku atau suatu kebiasaan sehingga menimbulkan rasa kewajiban moral untuk melakukannya. Tanggung jawab terhadap konsumsi buah diukur menggunakan sembilan pernyataan dengan sangat setuju/setuju, ragu-ragu/netral, dan tidak setuju/kurang setuju sebagai pilihan jawaban. Instrumen yang digunakan telah reliabel dengan nilai *Cronbach's alpha* sebesar 0,710.

Norma personal merupakan aturan yang dianut atau ukuran yang digunakan oleh individu apakah tindakan yang digunakannya merupakan kebiasaan yang sering dilakukan. Norma personal diukur menggunakan 14 pernyataan dengan pilihan jawaban sangat tidak penting/tidak penting, ragu-ragu/netral, dan penting/sangat penting. Instrumen yang digunakan telah reliabel dengan nilai *Cronbach's alpha* sebesar 0,660.

Preferensi buah merupakan kesukaan seorang individu terhadap buah. Pada penelitian ini, preferensi digunakan untuk

melihat tingkat kesukaan antara apel dan jeruk lokal dibandingkan dengan apel dan jeruk impor. Perbandingan tersebut dikategorikan menjadi tiga kategori yaitu apel dan jeruk lokal (1) lebih disukai, (2) sama disukai, atau (3) kurang disukai dibandingkan dengan apel dan jeruk impor.

Perilaku konsumen buah merupakan tahapan yang dilalui konsumen dalam mengonsumsi buah-buahan mulai dari jenis, jumlah, dan frekuensi konsumsi. Jenis buah yang diamati dalam penelitian ini adalah semangka, melon, apel fuji, jambu biji, nanas, jeruk ponkam (impor), mangga, pepaya Bangkok, pepaya California, jeruk sunkist (impor), dan pisang *sunpride*. Rata-rata konsumsi buah per hari dikategorikan dalam tiga kategori yaitu <70 gram, 70-140 gram, dan >140 gram. Frekuensi membeli buah dikategorikan dalam tiga kategori yaitu setiap hari, setiap 2-6 hari dalam seminggu.

Data yang telah dikumpulkan diolah dan dianalisis. Analisis data yang digunakan adalah uji korelasi *Pearson*, uji beda *Mann Whitney*, uji beda *independent t-test*, dan uji regresi logistik. Uji korelasi *Pearson* digunakan untuk menganalisis hubungan antarvariabel penelitian. Uji beda digunakan untuk menganalisis perbedaan nilai, kesadaran berperilaku, tanggung jawab, norma personal, preferensi, serta perilaku pembelian dan konsumsi antara buah apel dan buah jeruk. Sementara itu, uji regresi dilakukan untuk menganalisis pengaruh karakteristik mahasiswa, nilai, kesadaran berperilaku, tanggung jawab, dan norma personal terhadap preferensi dan perilaku pembelian buah apel dan jeruk.

## HASIL

**Karakteristik Mahasiswa.** Mahasiswa terdiri atas 40,7 persen laki-laki dan 59,3 persen perempuan. Hampir seluruh mahasiswa (87,7%) termasuk ke dalam tahapan usia dewasa awal (19-40 tahun). Rata-rata usia pada jenis kelamin laki-laki sebesar 20,83 tahun dan perempuan sebesar 20,62 tahun. Secara keseluruhan usia mahasiswa cenderung seragam berkisar antara 18 sampai 23 tahun dengan rata-rata usia 20,71 tahun. Dominan mahasiswa berasal dari pulau Jawa, yaitu suku Jawa (54,9%) dan suku Sunda (22,8%).

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa hampir separuh mahasiswa (48,8%) memiliki uang saku pada kategori sedang (jumlah uang

saku Rp600.000,00-Rp1.200.000,00) dan separuh-nya lagi (47,5%) memiliki uang saku dalam kategori rendah (<Rp600.000,00). Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa rata-rata uang saku mahasiswa perempuan (Rp723.229,00) lebih besar dibandingkan dengan mahasiswa laki-laki yaitu sebesar Rp696.970,00. Berdasarkan besar uang saku, mahasiswa laki-laki dan perempuan tergolong pada kategori sedang.

**Orientasi Nilai.** Lebih dari separuh mahasiswa (53,09%) menyatakan tidak setuju bahwa status sosial penting. Tidak jauh berbeda dengan jumlah mahasiswa yang merasa bahwa status sosial penting, yaitu sebesar 46,91 persen. Nilai internal berarti respon negatif atau positif dari keyakinan yang dimiliki setiap individu yang berfokus pada pengembangan diri. Proporsi terbesar pada nilai internal berada pada kategori sedang (68,5%) (Tabel 1).

Hasil penelitian memperlihatkan bahwa hampir separuh mahasiswa (54,9%) berada pada kategori sedang dan hampir separuh mahasiswa (45,1%) berada pada kategori tinggi pada nilai altruistik (Tabel 1). Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa lebih dari separuh mahasiswa memiliki nilai eksternal kategori sedang (52,5%) dan hampir separuh mahasiswa berada pada kategori tinggi (47,5%). Secara keseluruhan, orientasi nilai yang diyakini mahasiswa berada pada kategori sedang (82,7%).

**Kesadaran Berperilaku.** Analisis kesadaran berperilaku menunjukkan bahwa lebih dari separuh mahasiswa (51,2%) memiliki kesadaran berperilaku tinggi. Akan tetapi, terlihat pula bahwa hampir separuh mahasiswa (48,2%) memiliki kesadaran berperilaku sedang (Tabel 2). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian mahasiswa telah menyadari kondisi pasar buah di Indonesia saat ini, merasa bangga mengonsumsi produk buah lokal dan peduli pada kesejahteraan petani buah Indonesia.

Tabel 1 Sebaran mahasiswa berdasarkan tingkat orientasi nilai

Kategori	Internal (%)	Altruistik/ sosial (%)	Eks-ternal (%)	Orientasi nilai Total (%)
Rendah	7,4	0,0	0,0	0,0
Sedang	68,5	54,9	52,5	82,7
Tinggi	24,1	45,1	47,5	17,3
Total	100,0	100,0	100,0	100,0

Tabel 2 Sebaran mahasiswa berdasarkan kesadaran berperilaku, tanggung jawab, dan norma personal dalam konsumsi buah-buahan lokal

Kategori	Kesadaran berperilaku (%)	Tanggung jawab (%)	Norma personal (%)
Rendah	0,6	0,0	0,0
Sedang	48,2	29,0	29,0
Tinggi	51,2	71,0	71,0
Total	100,0	100,0	100,0

**Tanggung Jawab.** Analisis tanggung jawab menunjukkan bahwa hampir sebagian besar mahasiswa (71,0%) termasuk dalam kategori tanggung jawab tinggi (Tabel 2). Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa masih memiliki tanggung jawab yang tinggi terhadap konsumsi buah-buahan lokal disamping banyaknya penjualan produk buah impor di pasaran. Sebaran mahasiswa berdasarkan tanggung jawab dalam mengonsumsi buah lokal disajikan pada Tabel 2.

**Norma Personal.** Proporsi terbesar mahasiswa (70,9%) termasuk ke dalam kategori tinggi pada norma personal. Hal ini berarti norma personal yang dimiliki mahasiswa memiliki kecenderungan memilih buah yang berkualitas dengan harga yang terjangkau. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa hampir sebagian besar mahasiswa (79,6%) setuju bahwa penting untuk mengurangi konsumsi buah impor. Sebaran mahasiswa berdasarkan norma personal dalam mengonsumsi buah lokal disajikan pada Tabel 2.

**Preferensi Buah.** Analisis preferensi buah menunjukkan bahwa proporsi terbesar mahasiswa lebih menyukai apel lokal (45,7%) dan jeruk lokal (47,5%) dibanding dengan apel impor dan jeruk impor. Hal ini menunjukkan bahwa rata-rata mahasiswa masih meminati produk buah lokal. Sebaran mahasiswa berdasarkan preferensi terhadap buah lokal disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3 Sebaran mahasiswa berdasarkan preferensi terhadap buah lokal dan impor

Jenis buah	Dibandingkan dengan buah impor (%)		
	Lebih disukai	Sama disukai	Kurang disukai
Apel lokal	45,7	27,8	26,5
Jeruk lokal	47,5	26,5	25,9
Rata-rata	46,6	27,2	26,2

**Perilaku Konsumsi Buah.** Frekuensi makan diukur dalam satuan kali per hari, kali per minggu, maupun kali perbulan, dalam hal ini disamakan menjadi kali/minggu. Proporsi terbesar mahasiswa berada pada frekuensi 2-6 hari dalam seminggu dalam mengonsumsi buah (35,8%), sedangkan konsumsi buah dalam kurun waktu satu minggu sekali sebesar 33,3 persen, dan hanya sebanyak 7,4 persen mahasiswa yang mengonsumsi buah setiap harinya.

Buah yang paling banyak dikonsumsi oleh seluruh mahasiswa adalah buah melon dan semangka masing-masing sebesar 25,31 persen. Sebanyak 20,37 persen mahasiswa mengonsumsi apel fuji (impor) dan sebanyak 13,58 persen mahasiswa mengonsumsi jeruk ponkam (impor). Dari keempat jenis buah yang paling banyak dikonsumsi oleh mahasiswa terdapat dua jenis buah impor. Mahasiswa lebih banyak mengonsumsi buah apel dan jeruk impor dibandingkan dengan buah apel dan jeruk lokal. Hal ini diduga karena ketersediaan buah impor di pasaran lebih banyak dibandingkan buah lokal.

Konsumsi buah mahasiswa berkisar antara 8-661 gram/hari. Rata-rata konsumsi buah mahasiswa adalah 83 gram/hari. Proporsi terbesar mahasiswa mengonsumsi buah kurang dari 70 gram/hari, yaitu 63,6 persen. Dibandingkan anjuran konsumsi buah dalam sehari yaitu 200 g/hari (Depkes 2008), maka konsumsi buah mahasiswa baru mencapai 41,5 persen. Sementara itu terdapat 21,0 persen mahasiswa mengonsumsi buah sebanyak 70-140 gram/hari. Dari keseluruhan mahasiswa, terdapat 15,7 persen mahasiswa yang mengonsumsi buah sebanyak lebih dari 140 gram/hari, dari jumlah tersebut terdapat 15 orang (9,3%) mahasiswa yang mengonsumsi buah lebih dari jumlah yang dianjurkan (200 g/hari). Analisis uji beda *independent sample t-test* menunjukkan adanya perbedaan antara konsumsi buah pada mahasiswa laki-laki dan perempuan ( $p < 0,05$ ,  $p = 0,013$ ). Terlihat bahwa mahasiswa perempuan lebih banyak mengonsumsi buah dibandingkan mahasiswa laki-laki (Tabel 4).

Tabel 4 Sebaran mahasiswa berdasarkan jumlah konsumsi buah per hari

Konsumsi buah (gram/hari)	Laki-laki	Perempuan	Total
	%	%	%
< 70gram	74,2	56,3	63,6
70-140 gram	16,7	24,0	21,0
> 140 gram	9,1	19,8	15,4
Total	100,0	100,0	100,0

**Hubungan Orientasi Nilai, Kesadaran Berperilaku, Tanggung Jawab, dan Norma Personal.** Analisis korelasi *Pearson* menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan positif antara orientasi nilai dengan kesadaran berperilaku ( $r=0,268$ ;  $p=0,001$ ). Analisis korelasi *Pearson* juga menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan positif antara orientasi nilai dengan tanggung jawab pada konsumsi buah lokal ( $r=0,237$ ;  $p=0,002$ ). Kesadaran berperilaku berhubungan signifikan positif dengan tanggung jawab ( $r=0,666$ ;  $p=0,000$ ). Kesadaran berperilaku juga berhubungan signifikan dengan norma personal ( $r=0,254$ ;  $p=0,001$ ). Analisis korelasi *Pearson* juga menunjukkan bahwa tanggung jawab berhubungan signifikan positif dengan nilai personal dalam mengonsumsi buah-buahan ( $r=0,258$ ;  $p=0,001$ ).

**Pengaruh Karakteristik Mahasiswa, Nilai, Kesadaran Berperilaku, Tanggung Jawab, dan Norma Personal terhadap Preferensi Buah.** Pengaruh karakteristik mahasiswa, nilai, kesadaran berperilaku, tanggung jawab, dan norma personal terhadap preferensi buah dalam penelitian ini dianalisis menggunakan uji regresi logistik dengan metode *entered*. Variabel bebas dalam uji regresi logistik ini adalah karakteristik mahasiswa (usia, jenis kelamin, suku bangsa, dan uang saku), nilai, kesadaran berperilaku, tanggung jawab, dan norma personal, sedangkan variabel terikatnya adalah preferensi buah apel dan jeruk lokal.

Hasil uji regresi logistik menunjukkan nilai *Nagelkerke R Square* sebesar 0,242 yang berarti bahwa variabel bebas pada model mampu menjelaskan varian preferensi buah apel lokal sebesar 24,2 persen dan sisanya yaitu sebesar 75,8 persen dijelaskan oleh variabel lain. Variabel yang berpengaruh secara signifikan terhadap preferensi buah apel lokal adalah suku bangsa ( $\beta=2,948$ ,  $p<0,05$ ), nilai ( $\beta=1,252$ ,  $p<0,05$ ), dan kesadaran berperilaku ( $\beta=1,136$ ,  $p<0,1$ ).

Analisis regresi logistik pada preferensi jeruk lokal menunjukkan bahwa tidak semua variabel bebas pada uji pengaruh preferensi buah jeruk lokal memiliki nilai yang signifikan. Nilai *Nagelkerke R Square* pada model ini adalah 0,111. Artinya, 11,1 persen preferensi jeruk lokal dapat dijelaskan oleh variabel bebas pada model dan sisanya 88,9 persen dijelaskan oleh variabel lain diluar model. Variabel yang berpengaruh signifikan terhadap preferensi jeruk lokal adalah tanggung jawab ( $\beta=1,129$ ,  $p<0,1$ ). Tanggung jawab memiliki pengaruh

yang nyata terhadap preferensi buah jeruk. Semakin tinggi skor tanggung jawab mahasiswa maka semakin meningkat pula kesukaan mahasiswa pada buah jeruk lokal. Peluang menyukai jeruk lokal pada mahasiswa dengan tanggung jawab tinggi adalah 1,129 kali dibandingkan mahasiswa yang memiliki tanggung jawab rendah.

Variabel nilai, kesadaran berperilaku, dan norma personal tidak berpengaruh signifikan terhadap preferensi buah jeruk. Akan tetapi terdapat kecenderungan dengan melihat koefisien positif pada preferensi jeruk lokal. Mahasiswa yang memiliki nilai, kesadaran berperilaku, dan norma personal yang lebih positif terhadap preferensi jeruk lokal maka peluang untuk menyukai jeruk lokal cenderung lebih besar. Sementara suku bangsa dan jenis kelamin memiliki kecenderungan berpengaruh negatif. Hal ini dapat diartikan bahwa mahasiswa dengan suku bangsa Jawa dan mahasiswa perempuan memiliki kecenderungan menyukai jeruk impor. Kecenderungan mahasiswa dengan suku Jawa menyukai jeruk impor diduga karena ketersediaan jeruk impor di pulau Jawa lebih banyak dibandingkan jeruk lokal.

**Pengaruh Karakteristik Mahasiswa, Nilai, Kesadaran Berperilaku, Tanggung Jawab, dan Norma Personal Terhadap Pembelian Buah.** Analisis regresi logistik menunjukkan bahwa jenis kelamin ( $\beta= 15,939$ ;  $p<0,05$ ) dan preferensi ( $\beta= 27,838$ ;  $p<0,05$ ) berpengaruh signifikan terhadap pembelian buah apel dengan nilai *Nagelkerke R Square* sebesar 0,569. Mahasiswa perempuan memiliki peluang 15,939 kali lebih rendah untuk membeli buah lokal dibandingkan mahasiswa laki-laki, dengan kata lain mahasiswa perempuan lebih banyak membeli apel impor dibandingkan apel lokal. Mahasiswa yang memiliki preferensi pada apel lokal memiliki peluang 27,838 kali lebih besar untuk membeli apel lokal.

Analisis regresi logistik menunjukkan bahwa norma personal ( $\beta=1,339$ ;  $p<0,1$ ) dan preferensi buah jeruk ( $\beta=38,788$ ,  $p<0,05$ ) berpengaruh signifikan terhadap perilaku pembelian jeruk lokal dengan nilai *Nagelkerke R Square* sebesar 0,670. Peningkatan skor norma personal akan memberikan peluang 1,339 kali lipat untuk membeli jeruk lokal dibandingkan dengan norma personal rendah. Mahasiswa yang memiliki preferensi pada jeruk lokal memiliki peluang 38,788 kali lebih besar dibandingkan pada mahasiswa dengan preferensi jeruk impor.

## PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh nilai yang dianut terhadap preferensi dan perilaku pembelian buah lokal pada mahasiswa. Buah lokal yang diteliti dalam penelitian ini adalah buah apel dan jeruk. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perilaku pembelian apel lokal dan jeruk lokal pada mahasiswa dipengaruhi oleh preferensi. Menurut Kotler (2000), preferensi konsumen didefinisikan sebagai suatu pilihan suka atau tidak suka oleh seseorang terhadap produk (barang dan jasa) yang dikonsumsi. Proporsi terbesar mahasiswa lebih menyukai apel lokal (45,7%) dan jeruk lokal (47,5%) dibanding dengan apel impor dan jeruk impor. Hal ini menunjukkan bahwa ternyata mahasiswa masih meminati produk lokal. Alasannya, buah lokal memiliki rasa yang lebih enak dan beragam, lebih segar, buah impor menggunakan banyak pengawet, lebih murah, kualitas lebih baik, bentuk lebih bagus, dan kandungan air lebih banyak.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa preferensi mahasiswa terhadap apel lokal dipengaruhi oleh suku bangsa ( $\beta=2,948$ ,  $p<0,05$ ), nilai ( $\beta=1,252$ ,  $p<0,05$ ), dan kesadaran berperilaku ( $\beta=1,136$ ,  $p<0,1$ ). Sebagian mahasiswa berasal dari suku Jawa yang identik dengan apel malang sehingga ada kecenderungan mahasiswa untuk memilih apel lokal dibandingkan impor. Hal ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa salah satu faktor yang berpengaruh terhadap jenis dan jumlah pangan yang dikonsumsi adalah suku (Riyadi, 1996). Sementara itu, preferensi mahasiswa terhadap jeruk lokal dipengaruhi oleh tanggung jawab ( $\beta=1,129$ ,  $p<0,1$ ). Skor tanggung jawab mahasiswa terhadap konsumsi buah lokal yang semakin tinggi akan meningkatkan kesukaan mahasiswa terhadap jeruk lokal.

Berdasarkan teori aktivasi norma, perilaku dipengaruhi oleh norma personal, kesadaran berperilaku, dan tanggung jawab (Schwartz, 1977, diacu dalam De Groot & Steg, 2007). Selain itu, secara tidak langsung perilaku dipengaruhi oleh nilai (De Groot & Steg, 2007). Kesadaran berperilaku merupakan sadar akan perbuatan dimana dapat menempatkan diri manusia sesuai dengan yang diyakininya. Kesadaran berperilaku dalam penelitian ini yaitu menyadari pentingnya mengonsumsi buah lokal dibandingkan buah impor. Lebih dari separuh mahasiswa (51,2%) memiliki kesadaran berperilaku tinggi. Hal ini berdasarkan jawaban mahasiswa yang

menyatakan bahwa sebagian mahasiswa telah menyadari kondisi pasar buah saat ini, merasa bangga jika mengonsumsi produk buah lokal dan sadar jika membeli buah-buahan lokal adalah baik untuk membantu perekonomian para petani kecil (produsen) buah di Indonesia. Akan tetapi, terlihat pula bahwa hampir separuh mahasiswa (48,2%) memiliki kesadaran berperilaku sedang. Hal ini sesuai dengan jawaban mahasiswa bahwa sebagian mahasiswa belum menyadari akan rasa bersalah jika semakin sering membeli buah-buahan impor maka dapat mengancam penjualan produk buah lokal.

Tanggung jawab merupakan kesediaan untuk melakukan serta menanggung akibat yang ditimbulkan oleh perilaku atau suatu keadaan sehingga menimbulkan rasa kewajiban moral untuk melakukannya, seperti tanggung jawab terhadap pentingnya konsumsi produk buah lokal daripada buah impor. Hampir sebagian besar mahasiswa (71,0%) termasuk dalam kategori tanggung jawab tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa masih memiliki tanggung jawab yang tinggi untuk mengonsumsi buah-buahan lokal disamping banyaknya penjualan produk buah impor di pasaran.

Sementara itu, norma personal merujuk pada ukuran yang digunakan oleh individu apakah tindakan yang digunakannya merupakan aturan yang sering dilakukan, sehingga mempengaruhi perilaku mahasiswa dalam memilih, membeli, dan mengonsumsi buah-buahan. Selain itu, norma personal juga merupakan perasaan kewajiban moral untuk melakukan atau menahan diri dari tindakan-tindakan tertentu (Schwartz & Howard, 1981, diacu dalam De Groot & Steg, 2007).

Nilai yang diyakini oleh setiap individu berbeda-beda karena dipengaruhi oleh penalaran dan perasaan masing-masing. Menurut Stern (2000), diacu dalam De Groot dan Steg (2007) dan Mowen & Minor (2002), nilai yang digunakan dalam mengukur perilaku konsumen buah yaitu orientasi nilai yang berfokus pada tiga kelompok, yaitu: (1) internal/egosentris (memaksimalkan nilai-nilai yang berfokus pada hasil individu), (2) sosial-altruistik (nilai-nilai yang mencerminkan kepedulian terhadap kesejahteraan orang lain), (3) orientasi nilai eksternal (yaitu, berkaitan dengan rasa kebersamaan, dihormati, rasa aman, dan cenderung berkeinginan untuk menyesuaikan diri dengan preferensi masyarakat yang lebih besar).

Berdasarkan orientasi nilai internal, sebanyak 53,09 persen mahasiswa menyatakan tidak setuju bahwa status sosial penting. Hal ini berarti status sosial bagi sebagian mahasiswa masih dianggap penting. Status sosial yang menggambarkan harga diri seorang individu menjadi sangat penting untuk mempertahankan citra publiknya. Akan tetapi, terdapat 58,02 persen mahasiswa yang meyakini bahwa semua keinginan harus tercapai. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian mahasiswa memiliki egosentris dalam hal keinginan.

Proporsi terbesar pada nilai internal berada pada kategori sedang (68,5%). Hal ini berarti mahasiswa cukup mementingkan diri sendiri dan berfokus pada mengembangkan diri, sesuai jawaban pertanyaan mahasiswa meyakini bahwa status sosial penting dan semua keinginan harus tercapai.

Nilai altruistik-sosial adalah nilai yang mencerminkan kepedulian terhadap kesejahteraan orang lain. Berdasarkan hasil penelitian dapat terlihat bahwa hampir separuh mahasiswa (54,9%) berada pada kategori sedang dan hampir separuh mahasiswa (45,1%) berada pada kategori tinggi pada nilai altruistik. Hal ini berarti mahasiswa sudah cukup peduli terhadap kesejahteraan orang lain, seperti kesejahteraan para petani buah di Indonesia.

Penelitian ini menemukan bahwa lebih dari separuh mahasiswa memiliki nilai eksternal yang berada pada kategori sedang (52,5%) dan hampir separuh mahasiswa berada pada kategori tinggi (47,5%). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian mahasiswa cukup memiliki rasa kebersamaan, dihormati, rasa aman dan cenderung berkeinginan untuk menyesuaikan diri dengan preferensi masyarakat yang lebih besar, seperti mengikuti *trend* saat ini. Selain itu, mahasiswa memiliki keyakinan bahwa dengan menggunakan produk dalam negeri kita dapat membantu peningkatan perekonomian nasional, serta mahasiswa lebih menyukai menggunakan produk dalam negeri karena dinilai lebih aman.

Secara keseluruhan orientasi nilai yang diyakini mahasiswa berada pada kategori sedang (82,7%). Hal ini berarti orientasi nilai mahasiswa cukup mencerminkan kepedulian terhadap kesejahteraan orang lain. Orientasi nilai mahasiswa juga memiliki kecenderungan untuk menyesuaikan diri dengan preferensi masyarakat yang lebih besar. Selain itu, orientasi nilai mahasiswa juga peduli terhadap

lingkungan yang lebih luas. Nilai merupakan kepercayaan atau segala sesuatu yang dianggap penting oleh seseorang individu. Nilai akan mempengaruhi sikap seseorang, yang kemudian sikap akan mempengaruhi perilaku seseorang (Sumarwan, 2004). Menurut Rokeach (1973), diacu dalam De Groot dan Steg (2007) nilai merupakan keyakinan yang melandasi seseorang untuk bertindak berdasarkan pilihannya. Oleh sebab itu, diduga nilai yang dianut akan mempengaruhi preferensi dan perilaku pembelian buah.

Hasil analisis korelasi *Pearson* menemukan bahwa semakin tinggi orientasi nilai yang dimiliki mahasiswa maka kesadaran berperilaku mahasiswa terhadap pentingnya konsumsi buah lokal semakin meningkat. Selain itu, hasil analisis korelasi *Pearson* juga menemukan bahwa semakin besar orientasi nilai yang dimiliki mahasiswa maka tanggung jawab mahasiswa pada konsumsi buah-buahan lokal juga semakin meningkat. Orientasi nilai juga memiliki hubungan yang signifikan dengan norma personal. Hal ini dapat diartikan bahwa semakin tinggi orientasi nilai yang dimiliki mahasiswa maka norma personal mahasiswa juga akan semakin meningkat dan mengarahkan untuk mengkonsumsi buah lokal.

Hasil lain juga menunjukkan bahwa semakin tinggi kesadaran berperilaku mahasiswa maka tanggung jawab pada pentingnya konsumsi buah lokal juga semakin tinggi. Hal ini juga sesuai dengan teori aktivasi nilai yang dikemukakan oleh Schwartz (1977), diacu dalam De Groot dan Steg (2007) dimana kesadaran memiliki hubungan erat dengan tanggung jawab yang selanjutnya akan mempengaruhi perilaku.

Selain itu, Schwartz juga mengemukakan bahwa norma personal dibentuk dari konsekuensi kesadaran berperilaku dan tanggung jawab. Hal ini sesuai dengan temuan penelitian ini bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara kesadaran berperilaku dan tanggung jawab dengan norma personal dengan korelasi positif dan sedang. Artinya, semakin tinggi kesadaran berperilaku dan tanggung jawab mahasiswa maka norma personal mahasiswa juga akan semakin tinggi dan lebih mengarahkan untuk mengonsumsi buah lokal.

Berdasarkan hasil analisis, mahasiswa yang berasal dari suku Jawa memiliki peluang 2,948 kali lebih tinggi untuk menyukai buah apel lokal daripada mahasiswa yang berasal

dari diluar suku Jawa. Hasil penelitian ini menegaskan bahwa salah satu faktor yang mempengaruhi jenis dan jumlah pangan yang dikonsumsi adalah suku (Riyadi, 1996). Pola kebudayaan mempengaruhi orang dalam memilih pangan. Hal ini juga yang mempengaruhi cara pengolahan, penyiapan, dan penyajiannya. Pilihan pangan biasanya ditentukan oleh adanya faktor-faktor penolakan maupun penerimaan terhadap pangan oleh sekelompok orang. Berdasarkan hasil analisis dapat dilihat juga bahwa peningkatan skor nilai akan nyata terhadap peningkatan peluang mahasiswa untuk apel lokal sebesar 1,252 kali lipat dibandingkan dengan skor nilai rendah. Nilai individu yang mencerminkan kepedulian terhadap orang lain, tanggung jawab, kecintaan terhadap produk lokal akan mendorong individu untuk lebih menyukai produk lokal.

Berdasarkan hasil analisis regresi logistik juga dapat dilihat peningkatan skor kesadaran berperilaku akan nyata terhadap peningkatan peluang mahasiswa menyukai apel lokal sebesar 1,136 kali lipat dibandingkan dengan skor kesadaran berperilaku rendah. Akan tetapi, usia tidak mempengaruhi kesukaan mahasiswa pada buah apel lokal. Hal ini kemungkinan terjadi karena usia mahasiswa yang tidak jauh berbeda (cenderung seragam). Tanggung jawab dan norma personal tidak berpengaruh signifikan terhadap preferensi apel lokal, namun terdapat kecenderungan bahwa mahasiswa yang memiliki skor tanggung jawab dan norma personal tinggi terhadap preferensi apel maka peluang untuk menyukai buah apel lokal akan cenderung lebih besar. Selain itu, variabel jenis kelamin juga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap preferensi apel, akan tetapi mahasiswa yang berjenis kelamin perempuan memiliki ke-cenderungan akan lebih rendah untuk menyukai buah apel lokal. Hal ini diduga perempuan lebih cenderung memperhatikan tampilan dari buah yang baik, sehingga pada atribut apel yang terlihat baik merupakan apel impor.

Penelitian ini menemukan bahwa pembelian apel lokal dipengaruhi oleh jenis kelamin dan preferensi. Mahasiswa perempuan memiliki peluang yang lebih rendah untuk membeli apel lokal dibandingkan dengan mahasiswa laki-laki. Dengan kata lain, mahasiswa perempuan lebih banyak membeli apel impor dibandingkan apel lokal. Hal ini kemungkinan terjadi karena perempuan memiliki kecenderungan untuk lebih memperhatikan penampilan. Apel impor dinilai memiliki tampilan yang lebih baik, seperti warna yang

menarik dan ukuran yang lebih besar dibandingkan dengan apel lokal.

## SIMPULAN DAN SARAN

Orientasi nilai yang diyakini mahasiswa telah menunjukkan kepedulian pada kesejahteraan secara universal, seperti kesejahteraan para petani buah dan membantu meningkatkan perekonomian nasional. Tingkat kesadaran berperilaku, tanggung jawab, dan norma personal mahasiswa sudah cukup tinggi dalam memahami pentingnya konsumsi buah lokal. Preferensi mahasiswa pada buah apel dan buah jeruk menunjukkan bahwa mahasiswa masih menyukai apel dan jeruk lokal. Rata-rata konsumsi buah mahasiswa masih tergolong rendah. Jumlah konsumsi buah pada mahasiswa perempuan lebih banyak dibandingkan mahasiswa laki-laki. Orientasi nilai berhubungan signifikan dan positif dengan kesadaran berperilaku dan tanggung jawab dalam konsumsi buah lokal. Kesadaran berperilaku dan tanggung jawab memiliki hubungan yang signifikan dan positif dengan norma personal. Selain itu, norma personal memiliki hubungan signifikan dan positif dengan perilaku kebiasaan.

Preferensi apel lokal dipengaruhi oleh suku bangsa, nilai, dan kesadaran berperilaku, sedangkan preferensi jeruk lokal dipengaruhi oleh tanggung jawab. Preferensi juga berpengaruh terhadap pembelian apel lokal dan jeruk lokal. Faktor lain yang mempengaruhi pembelian apel lokal adalah jenis kelamin. Perempuan memiliki peluang lebih rendah daripada laki-laki dalam membeli buah lokal. Faktor lain yang mempengaruhi pembelian jeruk lokal adalah norma personal. Peningkatan norma personal akan meningkatkan pembelian jeruk lokal.

Berdasarkan simpulan dari hasil penelitian ini, saran yang dapat diberikan antara lain peningkatan nilai, kesadaran berperilaku dan norma personal akan pentingnya konsumsi buah lokal yang diinternalisasi oleh keluarga. Selain itu, pemerintah diharapkan dapat mengembangkan varietas buah apel dan jeruk lokal dengan kualitas yang tidak kalah baiknya dengan produk apel dan jeruk impor. Pemerintah juga diharapkan dapat membantu petani buah lokal dalam memasarkan buah-buahan lokal.

## DAFTAR PUSTAKA

[BPS] Badan Pusat Statistik. (2010). Jumlah Penduduk Indonesia 2010. [terhubung



- berkala]. Tersedia pada: <http://bps.go.id> [diunduh 12 Juli 2010].
- De Groot, J. I. M., Steg, L., & Dicke, M. (2007). *Value Orientation and the Norm Activation Model*. In F. Columbus (Ed.), *Transportation Research Trends* (in press), NOVA Publishers.
- [Depkes] Departemen Kesehatan. (2008). *Laporan Hasil Riset Kesehatan Dasar (Rikesdas) 2007*. Jakarta: Badan Penelitian dan Pengembangan Kesehatan.
- Kotler, P. (2000). *Manajemen Pemasaran. Jilid I*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Mowen, J. C., & Minor, M. (2002). *Consumer Behavior. 7<sup>th</sup> Edition*. New Jersey: Prantice Hall.
- Riyadi, H. (1996). *Gizi dan Kesehatan dalam Pembangunan Pertanian*. Khomsan, A, & Sulaiman, A., editor. Bogor: IPB Press.
- Suhardjo. (1989). *Sosio Budaya Gizi*. Bogor: Pusat Antar Universitas Pangan dan Gizi. Institut Pertanian Bogor.
- Sumarwan, U. (2004). *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Umar, H. (2003). *Metode Riset Perilaku Konsumen Jasa*. Jakarta: Ghalia Indonesia.