

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Buah-buahan merupakan salah satu komoditas hortikultural yang memegang peranan penting untuk meningkatkan mutu gizi dalam makanan sehari-hari yang dibutuhkan oleh konsumen dan juga bagi pembangunan pertanian di Indonesia. Pada saat ini, banyak masyarakat yang sudah mulai mengonsumsi buah-buahan yang mengandung banyak vitamin dan mineral sebagai salah satu komponen gizi yang memiliki manfaat untuk menjaga kebugaran dan kesehatan tubuh bagi konsumen. (dalam Sugiarto, 2017)

Permintaan pasar akan buah-buahan baik untuk dikonsumsi maupun untuk bahan baku industri merupakan peluang agribisnis buah. Dari sisi penawaran dapat terlihat bahwa semakin tinggi harga buah maka berbanding lurus dengan semakin banyak jumlah buah yang ditawarkan oleh penjual. Hal ini tentu akan dirasakan oleh pedagang disaat terjadinya kenaikan harga buah dipasaran. Namun seiring dengan perkembangan pasar yang ada saat ini, keputusan pembelian buah tidak hanya sekedar berdasarkan konsep permintaan dan penawaran tetapi juga dipengaruhi oleh faktor perilaku konsumen. Tidak selamanya harga tinggi mengakibatkan konsumen tidak membeli buah. Konsumen tetap akan membeli buah sesuai dengan kebutuhannya karena merasa bahwa konsumsi buah menjadi hal yang sangat penting bagi tubuh. (dalam Sugiarto, 2017)

Sikap merupakan salah satu bentuk psikologi konsumen yang turut mempengaruhi keputusan konsumen. Menurut Sumarwan dan Agus (dalam

Prihantari dkk, 2018) berpendapat bahwa sikap merupakan ungkapan perasaan konsumen tentang suatu objek apakah disukai atau tidak dan sikap juga menggambarkan kepercayaan konsumen terhadap berbagai atribut dan manfaat dari objek. Dalam hal pembelian buah-buahan, konsumen memiliki sikap dan pertimbangan-pertimbangan tertentu untuk mengambil keputusan yaitu kepercayaan konsumen terhadap produk tersebut, atribut tersebut yang terkandung dalam produk dan manfaat produk itu sendiri. Hal ini berpengaruh terhadap jumlah produk yang akan dikonsumsi.

Lingkungan Secara Umum dapat diartikan sebagai segala sesuatu yang ada disekitar manusia dan secara langsung maupun tidak langsung mempengaruhi kehidupan dan perkembangan manusia. Dalam kaitanya dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Harlianto (2015) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif antara lingkungan individu dan psikologis dengan keputusan pembelian konsumen. Menurut Swastha dan Handoko (2000:57) Faktor eksternal merupakan pengaruh yang berasal dari luar diri atau pribadi manusia. Faktor eksternal merupakan faktor diluar perusahaan yang akan berpengaruh pada kelangsungan dan kelancaran aktivitas bisnis yang dijalankan perusahaan. Faktor eksternal memberikan pengaruh yang berbeda-beda bagi masing-masing konsumen sehingga konsumen memiliki sikap, pendapat, selera, dan keinginan yang berbeda dalam melakukan pengambilan keputusan.

Menurut Kotler (2016:181) ada dua faktor yang mempengaruhi konsumen berada diantara niat pembelian dan keputusan pembelian. Faktor pertama adalah sikap orang lain terhadap perilaku pembelian yang dilakukan, sikap positif akan

mendorong seseorang untuk memutuskan membeli suatu produk dan sebaliknya sikap negatif akan mempengaruhi seseorang untuk tidak membeli produk tersebut. Selain itu hal yang juga berpengaruh terhadap sikap konsumen untuk memutuskan membeli suatu produk adalah Lingkungan keluarga, teman sebaya atau kelompok referensi, pengalaman serta kepribadian konsumen. Faktor yang kedua adalah faktor situasional yang tidak diharapkan, dimana konsumen mungkin membentuk niat pembelian berdasarkan faktor-faktor seperti pendapatan, harga, dan manfaat produk yang diharapkan. Namun, kejadian tak terduga bisa mengubah niat pembelian.

Menurut Kotler dan Keller (2012:166), Keputusan pembelian adalah keputusan yang diambil konsumen untuk melakukan pembelian suatu produk melalui tahapan-tahapan yang dilalui konsumen sebelum melakukan pembelian yang meliputi kebutuhan yang dirasakan, kegiatan sebelum membeli, perilaku waktu memakai, dan perasaan setelah membeli. Definisi konsumen dinyatakan dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen, Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.

Setelah menemui masalah tersebut, maka konsumen akan mulai mencari informasi tentang kebutuhan apa saja yang akan mereka beli atau mereka konsumsi. Salah satunya buah-buahan yang akan dikonsumsi oleh konsumen setiap hari. Buah-buahan merupakan kebutuhan yang sangat penting bagi

konsumen karena buah-buahan mampu meningkatkan mutu gizi dalam makanan sehari-hari yang dibutuhkan oleh konsumen serta buah-buahan mengandung banyak vitamin dan mineral sebagai salah satu komponen gizi yang memiliki manfaat untuk menjaga kebugaran dan kesehatan tubuh bagi konsumen.

Buah-buahan seperti halnya produk pertanian segar lainnya yang didistribusikan kepada konsumen melalui berbagai macam bentuk saluran distribusi salah satunya dapat ditemui di pasar tradisional dan di pasar modern. Pasar tradisional yang menjual buah-buahan seperti pasar melati, pasar pagi, pasar MMTC, pasar lauci dan lain lain. Pasar modern yang menjual buah-buahan seperti Transmart, Brastagi Buah, Bina Swalayan, Pondok Indah Pasar Buah, Irian, Smarco Supermarket dan lain-lain. Salah satu pasar modern yang menjual buah-buahan yaitu Pondok Indah Pasar Buah Setia Budi Medan. Pondok Indah Pasar Buah Setia Budi Medan merupakan salah satu usaha yang bergerak dibidang ritel dengan format minimarket, serta salah satu bisnis ritel yang melayani kebutuhan pokok dan kebutuhan sehari-hari dengan menawarkan buah-buahan segar dan sayur-sayuran segar. Pondok Indah Pasar Buah Setia Budi Medan terletak di Jalan Setia Budi Tanjung Rejo Medan merupakan minimarket yang baru berdiri pada tanggal 18 Juni 2014.

Pondok Indah Pasar Buah Setia Budi Medan dipilih konsumen sebagai pilihan tempat belanja, ditengah semakin banyaknya pusat perbelanjaan lain yang menjadi pesaing Pondok Indah Pasar Buah Setia Budi Medan yang tentunya menawarkan kualitas layanan, harga yang murah dan terjangkau maupun fasilitas yang baik akan menarik pelanggan untuk berbelanja di daerah setia budi. Selain

Pondok Indah Pasar Buah, terdapat beberapa pesaing sejenisnya seperti toko buah yang ada di sekitar Jalan Tanjung Rejo Setia Budi dan tempat perbelanjaan lainnya yang sama-sama terletak pada lokasi yang strategis dan tentunya sama-sama menawarkan berbagai pilihan produk buah. Namun seperti yang sudah disebutkan diatas yang membedakan Pondok Indah Pasar Buah Setia Budi Medan dengan toko buah lainnya yang ada disekitar Jalan Tanjung Rejo Setia Budi adalah dengan menawarkan buah-buahan segar serta sayuran segar yang menjadikan daya tarik konsumen yang tidak dimiliki oleh pesaing lainnya atau toko buah lainnya. Selain itu lokasi yang ditawarkan oleh Pondok Indah Pasar Buah Setia Budi Medan dan toko buah lainnya terletak sangat strategis, Pondok indah pasar buah dan toko buah lain yaitu lokasi berdekatan dengan daerah padat penduduk, keragaman produk yang dijual dipondok indah pasar buah setia budi medan tidak terdapat di toko buah lainnya serta harga yang terjangkau yang di tawarkan di toko buah tersebut yang dapat menarik konsumen untuk membeli produk buah di Pondok Indah Pasar Buah Setia Budi Medan dengan toko lainnya.

THE  
*Character Building*  
UNIVERSITY

Tabel 1.1

**Perbandingan Harga Produk Buah-Buahan Di Pondok Indah Pasar Buah  
Setia Budi Medan & Brastagi Buah Pada Bulan November-Januari 2020**

Jenis Buah	Harga Buah November 2019		Harga Buah Desember 2019		Harga Buah Januari 2020	
	Pondok Indah Pasar Buah	Brastagi Buah	Pondok Indah Pasar Buah	Brastagi Buah	Pondok Indah Pasar Buah	Brastagi Buah
Anggur Merah	Rp. 49.500/kg	Rp.37.500/kg	Rp. 49.500/kg	Rp.37.500/kg	Rp. 49.500/kg	Rp.37.500/kg
Anggur Hijau	Rp.124.900/kg	Rp.155.000/kg	Rp.124.900/kg	Rp.155.000/kg	Rp.124.900/kg	Rp.155.000/kg
Anggur Hitam	Rp. 85.000/kg	Rp.102.000/kg	Rp. 85.000/kg	Rp.102.000/kg	Rp. 85.000/kg	Rp.102.000/kg
Apel Merah	Rp. 42.500/kg	Rp.40.500/kg	Rp. 42.500/kg	Rp.40.500/kg	Rp. 42.500/kg	Rp.40.500/kg
Pear	Rp.18.900/kg	Rp.43.500/kg	Rp.18.900/kg	Rp.43.500/kg	Rp.18.900/kg	Rp.43.500/kg
Jeruk Mandarin	Rp.39.900/kg	Rp.34.500/kg	Rp.39.900/kg	Rp.34.500/kg	Rp.39.900/kg	Rp.34.500/kg
Jeruk Madu	Rp.17.500/kg	Rp.35.000/kg	Rp.17.500/kg	Rp.35.000/kg	Rp.17.500/kg	Rp.35.000/kg
Pepaya	Rp.10.00/kg	Rp.13.000/kg	Rp.10.00/kg	Rp.13.000/kg	Rp.10.00/kg	Rp.13.000/kg
Alpoket	Rp.21.900/kg	Rp.29.500/kg	Rp.21.900/kg	Rp.29.500/kg	Rp.21.900/kg	Rp.29.500/kg
Salak Pondok	Rp.15.000/kg	Rp.24.000/kg	Rp.15.000/kg	Rp.24.000/kg	Rp.15.000/kg	Rp.24.000/kg
Pisang	Rp.20.000/kg	Rp.13.000/kg	Rp.20.000/kg	Rp.13.000/kg	Rp.20.000/kg	Rp.13.000/kg
Mangga	Rp.33.000/kg	Rp.34.500/kg	Rp.33.000/kg	Rp.34.500/kg	Rp.33.000/kg	Rp.34.500/kg
Stroberi	Rp.19.000/pack	Rp.43.500/pack	Rp.19.000/pack	Rp.43.500/pack	Rp.19.000/pack	Rp.43.500/pack
Kelengkeng	Rp.33.000/kg	Rp.34.000/kg	Rp.33.000/kg	Rp.34.000/kg	Rp.33.000/kg	Rp.34.000/kg
Buah Naga	Rp.34.500/kg	Rp.32.000/kg	Rp.34.500/kg	Rp.32.000/kg	Rp.34.500/kg	Rp.32.000/kg
Lemon	Rp.34.900/ kg	Rp.42.500/kg	Rp.34.900/ kg	Rp.42.500/kg	Rp.34.900/ kg	Rp.42.500/kg
Manggis	Rp.31.000/kg	Rp.33.000/kg	Rp.31.000/kg	Rp.33.000/kg	Rp.31.000/kg	Rp.33.000/kg
Plum	Rp.175.000/kg	Rp.122.000/kg	Rp.175.000/kg	Rp.122.000/kg	Rp.175.000/kg	Rp.122.000/kg
Belimbing	Rp.11.500/kg	Rp.16.500/kg	Rp.11.500/kg	Rp.16.500/kg	Rp.11.500/kg	Rp.16.500/kg
Jeruk Bali	Rp.18.500/kg	Rp.21.000/kg	Rp.18.500/kg	Rp.21.000/kg	Rp.18.500/kg	Rp.21.000/kg
Apel Fuji	Rp.46.500/kg	Rp.49.500/kg	Rp.46.500/kg	Rp.49.500/kg	Rp.46.500/kg	Rp.49.500/kg
Jeruk Sankis	Rp.32.500/kg	Rp.34.500/kg	Rp.32.500/kg	Rp.34.500/kg	Rp.32.500/kg	Rp.34.500/kg
Semangka	Rp.3.450/kg	Rp.9.000/kg	Rp.3.450/kg	Rp.9.000/kg	Rp.3.450/kg	Rp.9.000/kg
Duku	Rp.15.000/kg	Rp.19.900/kg	Rp.15.000/kg	Rp.19.900/kg	Rp.15.000/kg	Rp.19.900/kg
Kiwi	Rp.69.250/kg	Rp.79.000/kg	Rp.69.250/kg	Rp.79.000/kg	Rp.69.250/kg	Rp.79.000/kg
Melon	Rp.15.000/kg	Rp.16.000/kg	Rp.15.000/kg	Rp.16.000/kg	Rp.15.000/kg	Rp.16.000/kg

**Sumber : Pondok Indah Pasar Buah Setia Budi Medan & Brastagi Buah, 2020**

Dapat dilihat dari tabel diatas bahwa data perbandingan harga produk buah-buahan di Pondok Indah Pasar Buah Setia Budi Medan lebih murah dibandingkan harga buah-buahan di brastagi buah yang merupakan salah satu factor utama konsumen membeli buah-buahan di Pondok Indah Pasar Buah Setia

Budi Medan. Namun, juga ada beberapa komoditas buah-buahan seperti anggur merah, apel merah, buah naga, dan buah plum.

**Tabel 1.2**  
**Data Penjualan Produk Buah-Buahan Di Pondok Indah Pasar Buah Setia Budi Medan Pada Bulan November-Januari 2020**

Jenis Buah	November 2019	Desember 2019	Januari 2020
Anggur Merah	35 kg	42 kg	49 kg
Anggur Hijau	35 kg	28 kg	21 kg
Anggur Hitam	35 kg	42 kg	49 kg
Apel Merah	68 kg	68 kg	68 kg
Pear	60 kg	75 kg	90 kg
Jeruk Mandarin	50 kg	30 kg	30 kg
Jeruk Madu	50 kg	60 kg	70 kg
Pepaya	39 kg	26 kg	26kg
Alpoket	20 kg	30 kg	40 kg
Salak Pondok	36 kg	45 kg	54 kg
Pisang	39 kg	52 kg	78 kg
Mangga	40 kg	50 kg	60 kg
Stroberi	12 kg	12 kg	12 kg
Kelengkeng	33kg	44 kg	44 kg
Buah Naga	60 kg	45 kg	60 kg
Lemon	45 kg	60 kg	75 kg
Manggis	30 kg	20 kg	20 kg
Plum	55 kg	40 kg	45 kg
Belimbing	40 kg	30 kg	20 kg
Jeruk Bali	20 kg	20 kg	20 kg
Apel Fuji	68 kg	85 kg	85 kg
Jeruk Sankis	75 kg	75 kg	75 kg
Semangka	60 kg	75 kg	90 kg
Duku	32 kg	48 kg	32 kg
Kiwi	27 kg	36 kg	45 kg
Melon	60kg	75 kg	90 kg

**Sumber : Pondok Indah Pasar Buah Setia Budi Medan, 2020**

Dapat dilihat dari tabel diatas bahwa data penjualan produk buah-buahan di pondok indah pasar buah Setia Budi Medan setiap bulannya ada yang

mengalami kenaikan, stabil bahkan ada setiap bulan yang mengalami penurunan. Tidak semua jenis buah dapat dipanen setiap bulan. Ada beberapa jenis buah yang lebih sedikit berbuah pada bulan tertentu seperti bulan Januari sampai februari salah satunya buah belimbing walaupun keputusan pembelian buah belimbing sangat banyak diminati oleh konsumen. Selain itu terdapat juga buah impor yang banyak diminati oleh konsumen salah satunya yaitu buah plum. Buah yang memiliki manfaat bagi kesehatan tubuh manusia, namun buah plum merupakan buah yang sulit ditemukan walaupun banyak peminat dari buah plum itu sendiri.

Proses pemasaran buah-buahan sangat penting untuk di realisasikan atau pelaksanaan dari perencanaan produk, perencanaan harga, perencanaan distribusi , dan perencanaan promosi, mengatur dan mengarahkan kegiatan pemasaran buah-buahan sehingga diminati oleh konsumen yang muda, tua maupun anak-anak. Berdasarkan hasil observasi awal terhadap pembelian buah dapat diketahui bahwa berbagai keadaan yang terjadi bahwa masih banyak konsumen yang belum mengkonsumsi buah-buahan, dikarenakan sikap konsumen yang masih enggan untuk mengkonsumsi buah-buahan dikarenakan mahalnya harga buah-buahan tersebut.

**Tabel 1.3**  
**Sebaran Data Pengunjung Pondok Indah Pasar Buah November- Januari**  
**Per Minggu Tahun 2020**

Bulan	Minggu Pertama	Jumlah	Minggu Kedua	Jumlah	Minggu Ketiga	Jumlah	Minggu Keempat	Jumlah
November	Senin	15	Senin	15	Senin	15	Senin	15
	Selasa	20	Selasa	20	Selasa	20	Selasa	20
	Rabu	25	Rabu	25	Rabu	25	Rabu	25
	Kamis	30	Kamis	30	Kamis	30	Kamis	30
	Jum'at	35	Jum'at	35	Jum'at	35	Jum'at	35
	Sabtu	40	Sabtu	40	Sabtu	40	Sabtu	40
	Minggu	50	Minggu	50	Minggu	50	Minggu	50
<b>Total Keseluruhan</b>								<b>1.075</b>
Desember	Senin	20	Senin	15	Senin	10	Senin	10
	Selasa	25	Selasa	20	Selasa	15	Selasa	15
	Rabu	30	Rabu	25	Rabu	20	Rabu	20
	Kamis	35	Kamis	30	Kamis	25	Kamis	25
	Jum'at	40	Jum'at	35	Jum'at	30	Jum'at	30
	Sabtu	45	Sabtu	40	Sabtu	35	Sabtu	35
	Minggu	50	Minggu	50	Minggu	40	Minggu	40
<b>Total Keseluruhan</b>								<b>810</b>
Januari	Senin	25	Senin	25	Senin	25	Senin	25
	Selasa	38	Selasa	38	Selasa	37	Selasa	37
	Rabu	63	Rabu	63	Rabu	62	Rabu	62
	Kamis	88	Kamis	88	Kamis	87	Kamis	87
	Jum'at	100	Jum'at	100	Jum'at	100	Jum'at	100
	Sabtu	125	Sabtu	125	Sabtu	125	Sabtu	125
	Minggu	138	Minggu	138	Minggu	137	Minggu	137
<b>Total Keseluruhan</b>								<b>2.300</b>

**Sumber : Pondok Indah Pasar Buah Setia Budi Medan, 2020**

Berdasarkan tabel diatas terlihat bahwa terdapat peningkatan pengunjung setiap harinya dalam rentan bulan November 2019 – Januari 2020. Di pondok indah pasar buah setia budi medan peningkatan jumlah pengunjung tidak hanya disebabkan oleh konsumen yang membeli buah-buahan akan tetapi konsumen juga banyak yang membeli sayur-sayuran, selain itu jumlah pengunjung akan meningkat pada saat weekend. Dari hasil pengamatan yang dilakukan di pondok

indah pasar buah setia budi medan pada saat pertengahan bulan,terdapat perbandingan 50% antara konsumen yang membeli kebutuhan pokok dan 50% lainnya yang membeli buah. Konsumen yang berkunjung melakukan pembelian produk tentunya memiliki banyak faktor-faktor dan pertimbangan-pertimbangan yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam melakukan keputusan pembeliannya. Mempelajari dan menganalisis perilaku konsumen dalam melakukan keputusan pembelian adalah hal yang penting dilakukan karena dengan memiliki pemahaman yang baik mengenai perilaku konsumen dan lingkungannya akan memberikan dampak yang baik untuk rencana dan strategi pemasaran perusahaan di masa depan.

Salah salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen adalah situasi konsumen itu sendiri. Situasi konsumen merupakan peristiwa yang terjadi sementara dan terdiri dari faktor lingkungan sementara yang membentuk konteks dalam suatu kegiatan konsumen yang terjadi pada tempat dan waktu tertentu.Dari uraian diatas penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul

**“Pengaruh Sikap Konsumen dan Lingkungan Eksternal Terhadap Keputusan Pembelian Buah Di Pondok Indah Pasar Buah Setia Budi Medan.”**

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Sesuai dengan judul dan latar belakang masalah maka yang menjadi identifikasi masalah adalah :

1. Sikap konsumen yang masih enggan untuk mengkonsumsi buah-buahan dikarenakan mahalnya harga buah-buahan.

2. Situasi lingkungan eksternal tentu sangat mempengaruhi keputusan konsumen dalam menentukan pembelian produk buah.
3. Masih banyak pengusaha toko buah yang tidak memperhatikan dan mengabaikan aspek-aspek eksternal dalam menjalankan marketing suatu produk.

### **1.3 Batasan Masalah**

Berdasarkan identifikasi diatas, agar tidak terjadi kesimpangsiuran dan mengambang dari tujuan yang semula telah direncanakan sehingga mendapatkan data dan informasi yang diperlukan, maka penulis akan menetapkan batasan-batasan masalah pada sikap konsumen dan lingkungan eksternal terhadap keputusan pembelian.

### **1.4 Rumusan masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut :

- a. Apakah pengaruh sikap konsumen terhadap keputusan pembelian buah di Pondok Indah Pasar Buah Setia Budi Medan ?
- b. Apakah pengaruh lingkungan eksternal terhadap keputusan pembelian buah di Pondok Indah Pasar Buah Setia Budi Medan ?
- c. Apakah pengaruh sikap konsumen dan lingkungan eksternal terhadap keputusan pembelian buah di Pondok Indah Pasar Buah Setia Budi Medan ?

### 1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penulis melakukan penelitian ini adalah :

- a. Untuk mengetahui pengaruh sikap konsumen terhadap keputusan pembelian buah di Pondok Indah Pasar Buah Setia Budi Medan ?
- b. Untuk mengetahui pengaruh lingkungan eksternal terhadap keputusan pembelian buah di Pondok Indah Pasar Buah Setia Budi Medan ?
- c. Untuk mengetahui pengaruh sikap konsumen dan lingkungan eksternal terhadap keputusan pembelian buah di Pondok Indah Pasar Buah Setia Budi Medan ?

### 1.6 Manfaat Penelitian

- a. Bagi Penulis, akan memperluas pengetahuannya dan wawasan penulis dalam melakukan penelitian di bidang pemasaran agribisnis.
- b. Bagi Perusahaan, hasil penelitian ini diharapkan dapat dipergunakan sebagai kegiatan pemasaran khususnya pada Swalayan Pondok Indah Pasar Buah dengan mengetahui Pengaruh sikap konsumen dan lingkungan terhadap keputusan pembelian buah. Dalam Upaya mempengaruhi keputusan konsumen dalama melakukan pembelian buah sehingga Swalayan Pondok Indah Pasar Buah mampu meningkatkan volume penjualan khususnya pada pembelian buah segar.
- c. Bagi Universitas Negeri Medan, sebagai tambahan literature kepustakaan tentang hasil penelitian pengaruh sikap konsumen dan lingkungan terhadap keputusan pembelian buah.

- d. Bagi Peneliti Selanjutnya, sebagai bahan referensi bagi penelitian selanjutnya, yang nantinya dapat memberikan perbandingan dalam mengadakan penelitian dimasa yang akan datang.



THE  
*Character Building*  
UNIVERSITY