

**ANALISIS LITERASI FOOD SAFETY DAN FAKTOR YANG
BERPENGARUH TERHADAP PERILAKU KONSUMEN
BUAH IMPOR DI KOTA MAKASSAR**

*Analysis of Food Safety Literacy And Factor That Affect
On Consumer Behavior of Imported Fruit in Makassar City*



TESIS

Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Magister Agribisnis

Oleh:

FITRI REZKI RAJUDDIN

Nomor Induk Mahasiswa : 105051100422

**PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER AGRIBISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH
MAKASSAR
2024**

TESIS

ANALISIS LITERASI FOOD SAFETY DAN FAKTOR YANG BERPENGARUH TERHADAP PERILAKU KONSUMEN BUAH IMPOR DI KOTA MAKASSAR

Yang disusun dan diajukan oleh

FITRI REZKI RAJUDDIN
105051100422

Telah dipertahankan didepan Panitia Ujian Tutup pada
Tanggal 29 Agustus 2024

Menyetujui
Komisi Pembimbing

Pembimbing I,


Dr. Sri Mardiyati, S.P., M.P.

Pembimbing II,


Dr. Ir. Nurdin, M.M.

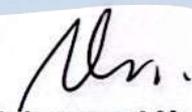
Mengetahui :

Direktur Program Pascasarjana
Unismuh Makassar




Prof. Dr. H. Irwan Akib, M.Pd.
NBM. 613 949

Ketua Program Studi
Magister Agribisnis


Dr. Mohammad Natsir, S.P., M.P
NBM. 733 238

HALAMAN PERSETUJUAN PENGUJI

Judul Tesis : Analisis Literasi Food Safety Dan Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Perilaku Konsumen Buah Impor Di Kota Makassar

Nama Mahasiswa : Fitri Rezki Rajuddin

NIM : 105051100422

Program Studi : Magister Agribisnis

Telah diuji dan dipertahankan didepan panitia penguji Ujian Tutup pada tanggal 29 Agustus 2024 dan dinyatakan telah dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister Agribisnis (M.P) pada Program Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Makassar.

Susunan Tim Penguji

Dr. Sri Mardiyati, S.P., M.P.
(Pembimbing I)

Dr. Ir. Nurdin, M.M.
(Pembimbing II)

Prof. Dr. Ir. H. Syafiuddin, M.Si
(Penguji I)

Dr. Amruddin, S.P., M.Pd., M.Si
(Penguji II)



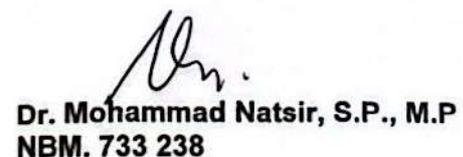
Mengetahui :

Direktur Program Pascasarjana
Unismuh Makassar



Prof. Dr. H. Irwan Akib, M.Pd.
NBM. 613 949

Ketua Program Studi
Magister Agribisnis



Dr. Mohammad Natsir, S.P., M.P.
NBM. 733 238

PERNYATAAN KEASLIAN TESIS

Yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Fitri Rezki Rajuddin

NIM : 105051100422

Program Studi : Magister Agribisnis

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa Tesis yang saya tulis ini benar – benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan pengambilalihan tulisan atau pemikiran orang lain. Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa sebagian atau keseluruhan Tesis ini hasil karya orang lain, saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Makassar, 9 September 2024



Fitri
Fitri Rezki Rajuddin

ABSTRAK

Fitri Rezki Rajuddin ., 2024. Analisis Literasi Food Safety Dan Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Perilaku Konsumen Buah Impor Di Kota Makassar, dibimbing oleh Dr. Sri Mardiyati, S.P., M.P. dan Dr. Ir. Nurdin, M.M.

Penelitian ini bertujuan antara lain : (1) menganalisis karakteristik konsumen buah impor di Kota Makassar ; (2) menganalisis literasi food safety terhadap konsumen buah impor di Kota Makassar; (3) menganalisis faktor – faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen buah impor di Kota Makassar. Jenis penelitian ini adalah jenis penelitian deskriptif kuantitatif dan kualitatif. Penelitian ini dilaksanakan di 4 (empat) toko buah yang menawarkan produk buah impor antara lain Segar Buah, Plaza Buah Hertasing, Fruits Market dan Frestive Sulawesi yang dilaksanakan pada Bulan Maret 2024 sampai dengan Bulan April 2024. Teknik penentuan sampel menggunakan *purposive sampling* yakni memilih secara sengaja terhadap konsumen buah impor, sehingga diperoleh sampel sebanyak 120 konsumen responden. Metode pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner, observasi dan wawancara. Analisis data menggunakan analisis deskriptif kuantitatif, analisis literasi, dan analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa karakteristik konsumen berdasarkan jenis kelamin, usia, tingkat pendapatan, pendidikan terakhir, pekerjaan, periode pembelian dan jumlah pembelian berpengaruh terhadap perilaku konsumen dalam memutuskan untuk membeli dan mengkonsumsi buah impor. Tingkat literasi *food safety* konsumen buah impor berdasarkan tanggapan dari pernyataan pengetahuan dan sikap, berada pada tingkatan performatif dan informational dimana konsumen mampu membaca dan menulis serta memahami pengetahuan dan sikap terkait *food safety* melalui pernyataan yang diberikan. Faktor – faktor yang berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumen buah impor adalah kemasan buah dan lokasi toko. Apabila kemasan buah menarik, informatif dan dapat menarik perhatian konsumen maka keputusan pembelian juga tinggi. Demikian pula dengan lokasi toko semakin mudah dijangkau, maka keputusan pembelian buah juga semakin tinggi. Secara umum konsumen buah impor yang memanfaatkan atribut jenis buah, rasa, harga, ketersediaan, kesegaran, lokasi toko dan gengsi merasa puas dengan atribut tersebut yang ditunjukkan dengan nilai *Customer Satisfaction Index* (CSI) sebesar 4,05.

Kata kunci : buah impor, literasi, keamanan pangan

ABSTRACT

Fitri Rezki Rajuddin., 2024. Analysis of Food Safety Literacy And Factors That Affect On Consumer Behavior of Imported Fruits In Makassar City, guided by Dr. Sri Mardiyati, S.P., M.P. and Dr. Ir. Nurdin, M.M.

The research aims to include: (1) analyzing the characteristics of imported fruit consumers in Makassar City; (2) analyzing food safety literacy against imported fruit consumers in Makassar City; (3) analyzing factors that affect the behavior of imported fruit consumers in Makassar City. This type of research is a kind of quantitative and qualitative descriptive research. The research was conducted in 4 (four) fruit stores offering imported fruit products including Fresh Fruit, Plaza Fruit Hertasning, Fruits Market and Frestive Sulawesi which were held in March 2024 until April 2024. The sample determination technique using purposive sampling is to choose intentionally against imported fruit consumers, so that samples are obtained as many as 120 respondents. The data collection method is done through questionnaires, observations and interviews. Data analysis uses quantitative descriptive analysis, literacy analysis, and multiple linear regression analysis.

The results of the study showed that consumer characteristics based on gender, age, income level, last education, employment, purchase period and purchase amount affect consumer behavior in deciding to buy and consume imported fruit. The level of food safety literacy of imported fruit consumers based on responses from knowledge and attitude statements, is at a performance and informational level where consumers are able to read and write and understand knowledge and attitudes related to food safety through the statement provided. Factors that significantly affect the behavior of imported fruit consumers are fruit packaging and store location. If the packaging of fruit is attractive, informative and can attract consumer attention then the purchase decision is also high. Similarly, the location of the store is easier to reach, the decision to purchase fruit is also higher. In general, imported fruit consumers who utilize the attributes of fruit type, taste, price, availability, freshness, store location and prestige are satisfied with the attribute shown by the value of Customer Satisfaction Index (CSI) of 4,05.

Keywords: imported fruit, literacy, food safety

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kami panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah yang tiada henti diberikan kepada hamba-Nya. Shalawat dan salam tak lupa kami kirimkan kepada Rasulullah SAW beserta para keluarga, sahabat dan para pengikutnya, sehingga penulis dapat menyusun yang berjudul “Analisis Literasi Food Safety Dan Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Perilaku Konsumen Buah Impor Di Kota Makassar” sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi dalam memperoleh Magister Agribisnis pada Program Studi Magister Agribisnis Program Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Makassar.

Penulis menyadari bahwa penyelesaian penulisan tesis ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih banyak kepada yang terhormat:

1. Bapak Dr. Mohammad Natsir, S.P., M.P. selaku Ketua Program Studi Magister Agribisnis Universitas Muhammadiyah Makassar
2. Ibu Dr. Sri Mardiyati, S.P., M.P. selaku Pembimbing I dan Bapak Dr. Ir. Nurdin, M.M. selaku Pembimbing II yang senantiasa meluangkan waktunya membimbing dan mengarahkan penulis sehingga tesis ini dapat diselesaikan.
3. Suami dan segenap keluarga yang senantiasa memberikan dukungan, baik moril maupun materiil sehingga tesis ini dapat terselesaikan.

4. Kepada rekan-rekan seperjuangan S2 Magister Agribisnis Universitas Muhammadiyah Makassar, khususnya angkatan 2022 yang senantiasa memberikan bantuan dan motivasi - motivasi sebagai penyemangat untuk penulis.

Akhir kata penulis ucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang terkait dalam penulisan tesis ini, Penulis menyadari bahwa tesis ini masih jauh dari kesempurnaan. semoga karya tulis ini bermanfaat.

Aamiin Ya Rabbal Al'amiin.

Makassar, 21 Juni 2024

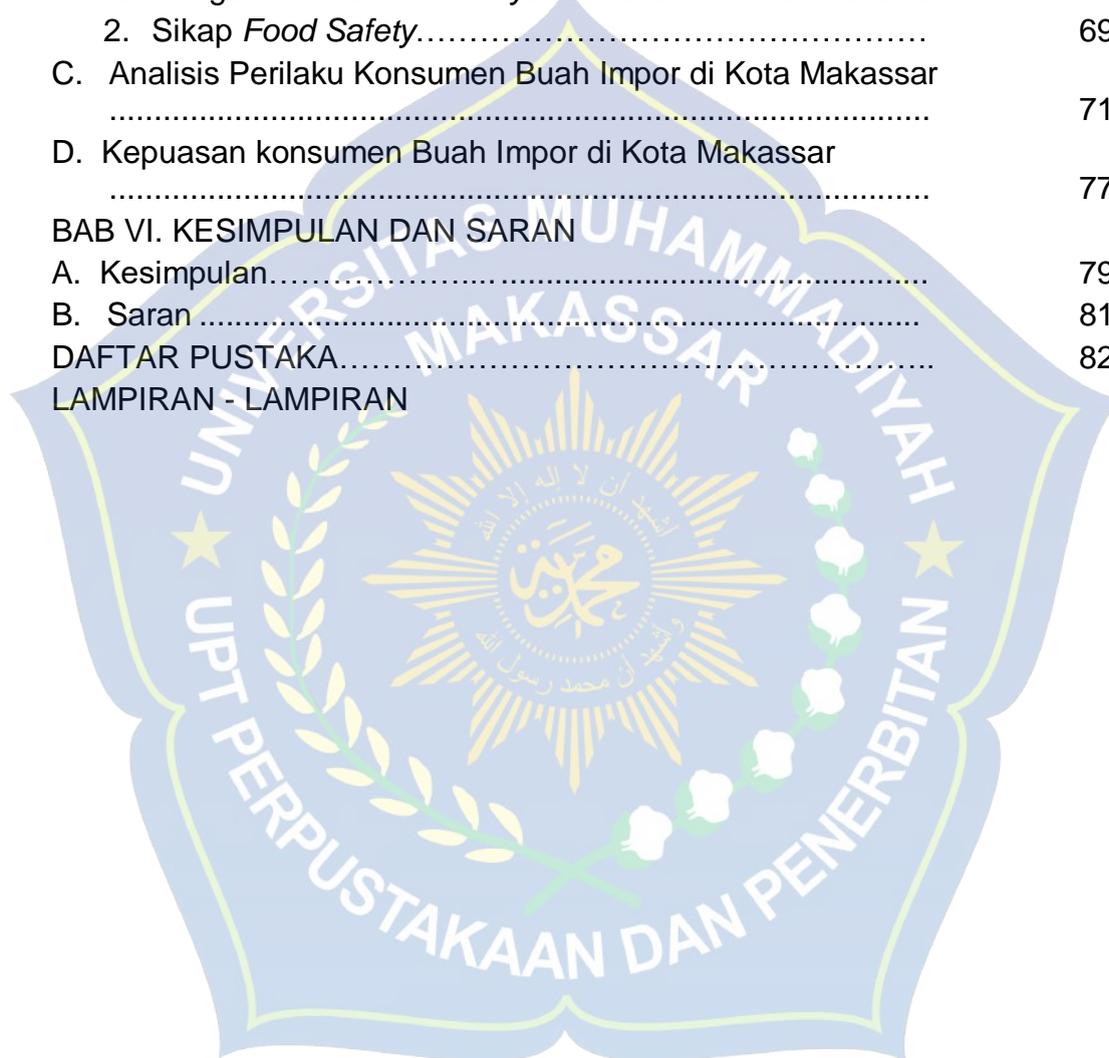
Fitri Rezki Rajuddin



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
BAB I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	7
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	
A. Kajian Teoritis	
1. Komoditas Buah Impor.....	8
2. Konsep <i>Food Safety</i>	10
3. Teori Konsumsi	13
4. Perilaku Konsumen.....	18
5. Konsep Literasi.....	20
6. Determinan Perilaku Konsumen.....	24
B. Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	29
C. Kerangka Pemikiran	33
BAB III. METODE PENELITIAN	
A. Lokasi dan Waktu Penelitian	36
B. Populasi dan Sampel	36
C. Jenis dan Sumber Data	37
D. Teknik Analisis Data	38
E. Definisi Operasional.....	41
BAB IV. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN	
A. Deskripsi Lokasi Penelitian	43
1. Letak Geografis.....	43
2. Luas Wilayah.....	44
3. Iklim dan Musim.....	44
4. Keadaan Penduduk.....	44
B. Sejarah dan Visi Misi Segar Buah	45
C. Sejarah dan Visi Misi Plaza Buah	46
D. Sejarah dan Visi Misi Fruits Market	48

E. Sejarah dan Visi Misi Frestive Makassar.....	49
BAB V. HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN	
A. Karakteristik Responden.....	52
B. Analisis Literasi <i>Food Safety</i>	62
1. Pengetahuan <i>Food Safety</i>	63
2. Sikap <i>Food Safety</i>	69
C. Analisis Perilaku Konsumen Buah Impor di Kota Makassar	71
D. Kepuasan konsumen Buah Impor di Kota Makassar	77
BAB VI. KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan.....	79
B. Saran.....	81
DAFTAR PUSTAKA	82
LAMPIRAN - LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Tabel	Teks	Halaman
Tabel 1.1	Data Konsumsi Buah Impor dan Buah Lokal di Kota Makassar Tahun 2022.....	5
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu yang Relevan	29
Tabel 5.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	52
Tabel 5.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	54
Tabel 5.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan..	55
Tabel 5.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir.....	57
Tabel 5.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan.....	58
Tabel 5.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Periode Pembelian.....	59
Tabel 5.7	Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian.....	61
Tabel 5.8	Tanggapan Responden Mengenai Pengetahuan <i>Food Safety</i> Pada Konsumen Buah Impor di Kota Makassar.....	64
Tabel 5.9	Tanggapan Responden Mengenai Sikap <i>Food Safety</i> Pada Konsumen Buah Impor di Kota Makassar.....	69
Tabel 5.10	Jenis – Jenis Buah Impor pada Toko Segar Buah, Plaza Buah Hertasing, Fruits Market dan Frestive Sulawesi.....	71
Tabel 5.11	Hasil Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Buah Impor Di Kota Makassar.....	73
Tabel 5.12	Tingkat Kepuasan Konsumen Buah Impor Di Kota Makassar.....	77
Tabel 5.13	Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Buah Impor Di Kota Makassar.....	78

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Teks	Halaman
Gambar 2.1	Kerangka Pikir Penelitian.....	35
Gambar 4.1	Struktur Organisasi Plaza Buah Hertasing.....	48
Gambar 4.2	Struktur Organisasi Frestive Makassar.....	51



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Teks	Halaman
Lampiran 1	Kuisisioner Penelitian.....	87
Lampiran 2	Identitas Responden Konsumen Buah Impor di Kota Makassar.....	94
Lampiran 3	Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Buah Impor di Kota Makassar.....	106
Lampiran 4	Pengetahuan Food Safety Pada Konsumen Buah Impor di Kota Makassar.....	112
Lampiran 5	Sikap Food Safety Pada Konsumen Buah Impor di Kota Makassar.....	118
Lampiran 6	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	124
Lampiran 7	Dokumentasi Penelitian.....	125
Lampiran 8	Jenis – Jenis Buah Impor di Kota Makassar	129

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pangan merupakan kebutuhan pokok bagi setiap individu, dan menjamin ketersediaannya merupakan aspek mendasar dalam menegakkan hak asasi manusia. Hak atas kehidupan yang layak, termasuk akses terhadap pangan yang aman dan bergizi, tercantum dalam Undang-Undang Dasar 1945 Pasal 27 ayat (2). Hak asasi manusia yang mendasar ini dijamin bagi setiap warga negara. Menjamin keamanan peredaran pangan merupakan jaminan penting yang harus diperoleh konsumen untuk melindungi masyarakat (Tri Lestari, 2020).

Hal ini sejalan dengan ketentuan yang tercantum dalam Undang – Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UU Perlindungan Konsumen) Pasal 4. Pentingnya penanganan masalah pangan tidak dapat dipungkiri lagi, karena berdampak langsung pada keamanan pangan yang dikonsumsi masyarakat. Menjamin keamanan pangan merupakan prasyarat penting bagi setiap produk pangan. Pemerintah telah mengarahkan perhatiannya pada upaya ketahanan pangan di Indonesia. Hal ini didukung dengan adanya regulasi yang mengatur tentang keamanan pangan dan minuman yang ditetapkan melalui payung hukum seperti Undang-Undang Kesehatan dan Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2012 tentang Pangan (UU Pangan) beserta peraturan perundang-undangannya (Nugraheni, Wiyatini, &Wiradona,

2018:129).

Keamanan pangan merupakan salah satu aspek penting dalam pengelolaan sistem pangan. Dalam ketentuan Peraturan Pemerintah Nomor 86 Tahun 2019 tentang Keamanan Pangan, tujuan penyelenggaraan keamanan pangan adalah agar negara dapat menjamin kesejahteraan dan kehidupan warga negaranya dengan menyediakan pangan yang aman dan sehat untuk dikonsumsi. Untuk menjamin keamanan pangan di masyarakat, diperlukan suatu sistem jaminan keamanan pangan di seluruh mata rantai pangan, mulai dari produksi hingga konsumsi. Dalam upaya menjamin keamanan pangan, seluruh kegiatan dan proses produksi, baik yang dilakukan di dalam negeri maupun di luar negeri, harus memenuhi persyaratan keamanan pangan yang ditetapkan (Tri Lestari, 2020).

Seiring dengan semakin tingginya kesadaran masyarakat untuk menjaga pola hidup sehat, wajar saja jika kesadaran masyarakat untuk menjaga keamanan pangan saat berbelanja kebutuhan pangan semakin meningkat. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Ramadhan dan Utami (2019), konsep keamanan pangan dikaji. Mereka mendefinisikan keamanan pangan sebagai serangkaian kondisi pemrosesan yang diterapkan untuk menjaga kualitas pangan dan mencegah kontaminasi dari bakteri atau penyakit yang mungkin disebabkan oleh pangan. Oleh karena itu, sangat penting untuk memastikan bahwa bahan baku yang digunakan aman dan tidak menimbulkan risiko kesehatan

(Adrian & Irawan, 2020).

Buah-buahan merupakan sumber vitamin dan mineral esensial yang sangat penting untuk kesejahteraan tubuh kita. Buah-buahan memainkan peran penting dalam menjaga kesehatan karena mengandung berbagai nutrisi penting seperti karbohidrat, protein, lemak, mineral, vitamin, asam, minyak atsiri, pektin, air, serat, gula, dan banyak lagi. Ketika membeli pangan, konsumen mengutamakan keamanan pangan dan kualitas yang terjamin. Hal ini berlaku untuk semua jenis buah, baik yang segar maupun yang dipotong (Rukmana, 2008).

Buah merupakan salah satu bentuk makanan yang rapuh dan mudah rusak, sehingga rentan terhadap kerusakan dan memiliki masa pakai yang terbatas. Karakteristik unik dari produk buah memerlukan penanganan yang cermat dan perlakuan khusus di seluruh proses, dari pra panen hingga pasca panen, untuk mempertahankan kualitas optimalnya. Penurunan kualitas produk akan berdampak negatif pada nilai pasarnya. Meskipun demikian, penting untuk mempertimbangkan permintaan pembeli saat mempertimbangkan jumlah penanganan pascapanen, karena penanganan khusus dapat menimbulkan biaya tambahan (Khaeruman & Hanafiah, 2010).

Konsumsi buah oleh masyarakat meningkat, yang sejalan dengan peningkatan impor buah. Tampaknya ada perubahan yang nyata dalam pola konsumsi buah, dengan pergeseran ke arah buah impor dari pada buah lokal. Berdasarkan temuan survei BPS (2019), terlihat bahwa

konsumsi buah di Indonesia masih relatif rendah. Yang mengejutkan, hanya 60,4% orang Indonesia yang mengonsumsi hanya satu porsi buah atau bahkan kurang dalam satu hari. Lebih jauh, konsumsi buah di Indonesia hanya 40,1 kg per kapita per tahun, yang masih jauh di bawah jumlah yang direkomendasikan oleh Organisasi Pangan Dunia (FAO) yaitu 65,7 kg. Kurangnya konsumsi sayur dan buah merupakan salah satu penyebab utama kematian sekitar 2,7 juta jiwa di seluruh dunia setiap tahunnya. Menurut sebuah studi yang dilakukan pada tahun 2010, terbatasnya asupan kedua sumber serat ini telah diidentifikasi sebagai faktor signifikan yang berkontribusi terhadap salah satu dari 10 penyebab kematian teratas secara global.

Kebutuhan buah – buahan penduduk Indonesia tidak dapat sepenuhnya dipenuhi oleh produksi dalam negeri saja, terutama buah-buahan sub tropis seperti apel, anggur, jeruk, pir, dan lain-lain. Buah-buahan impor memenuhi persyaratan kecukupan ini. Ada persepsi di masyarakat bahwa buah – buahan impor mengungguli buah-buahan yang diproduksi secara lokal dalam hal kesegaran, warna, dan rasa. Konsumen tertarik pada buah-buahan impor karena atribut fisiknya yang menarik dan harga yang terjangkau, membuatnya dapat diakses oleh orang-orang dari semua lapisan masyarakat (Sjaifullah, 1996). Sayangnya, banyak orang gagal memasukkan buah – buahan ke dalam makanan sehari-hari mereka untuk memenuhi kebutuhan vitamin dan mineral esensial mereka. Seperti halnya produk pertanian lainnya, buah-buahan didistribusikan kepada

konsumen melalui berbagai saluran, termasuk toko buah, toko eceran, pasar tradisional, dan pasar modern/supermarket. Saluran distribusi ini telah mengalami pertumbuhan yang signifikan. Fenomena ini dapat dikaitkan dengan pola pikir konsumen yang selalu mencari perbaikan dengan pengorbanan seminimal mungkin (mencari harga yang lebih rendah, ekspektasi yang lebih tinggi, dan manfaat yang lebih besar).

Berikut ini adalah tabel yang menampilkan data konsumsi buah impor dan lokal di Kota Makassar:

Tabel 1.1. Data Konsumsi Buah-buahan Impor dan Lokal di Kota Makassar, Tahun 2022.

No.	Komoditas	Buah Impor		Buah Lokal	
		Kg	%	Kg	%
1	Pisang	-	-	2.690	0,09
2	Jeruk Sunkist	22.566.781	32,73	89.016	2,91
3	Apel	25.366.633	36,80	654.300	21,40
4	Pear	1.879.446	2,73	1.552.810	50,79
5	Anggur	18.180.262	26,37	529.273	17,31
6	Pepaya	941.159	1,37	229.514	7,50

Sumber : Badan Pusat Statistik Kota Makassar, 2022

Berdasarkan Tabel 1.1, jumlah buah impor di Kota Makassar jauh lebih banyak dari pada buah lokal. Buah eksotis ini mudah ditemukan di setiap pasar di wilayah Kota Makassar, sehingga memudahkan konsumen untuk menemukan dan menikmatinya.

Jumlah toko buah di Kota Makassar meningkat pesat. Namun, tidak semua orang tertarik untuk berbelanja di pasar modern. Konsumen yang gemar buah dan menikmati kesegaran buah alami setiap hari, sering kali tertarik untuk berbelanja di toko buah. Daya tariknya terletak pada harga yang terjangkau, variasi buah yang beragam, dan kebebasan untuk

membeli sesuai keinginan. Faktor-faktor ini menjadikan toko buah sebagai pilihan yang menarik bagi konsumen yang cerdas.

Industri pemasaran buah di Kota Makassar memiliki potensi pertumbuhan yang sangat besar, terutama bagi para pengusaha dan importir buah - buahan asing. Konsumen memegang kendali dalam membuat keputusan pembelian. Konsumen memiliki berbagai faktor yang perlu dipertimbangkan ketika membeli buah, termasuk preferensi pribadi, kebutuhan diet, dan keterbatasan anggaran. Konsumen cenderung memilih buah yang berkualitas tinggi dan aman dikonsumsi, serta ditawarkan dengan harga yang wajar.

Berdasarkan uraian di atas, penting untuk melakukan penelitian tentang dampak literasi keamanan pangan terhadap kebiasaan membeli individu yang mengonsumsi buah impor di Kota Makassar.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana karakteristik konsumen buah impor di Kota Makassar ?
2. Bagaimana literasi food safety terhadap konsumen buah impor di Kota Makassar ?
3. Faktor – faktor apakah yang mempengaruhi perilaku konsumen buah impor di Kota Makassar ?

C. Tujuan Penelitian

1. Menganalisis karakteristik konsumen buah impor di Kota Makassar.
2. Menganalisis literasi food safety terhadap konsumen buah impor di

Kota Makassar.

3. Menganalisis faktor - faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen buah.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Kajian Teoritis

1. Komoditas Buah Impor

Buah merupakan produk hortikultura yang menarik yang memiliki banyak vitamin, mineral, serat, dan lemak nabati. Setiap jenis buah memiliki kekhasan dan daya tarik tersendiri dalam hal rasa, aroma, warna, atau bentuk, yang merangkum kualitas artistik. Ada berbagai cara untuk menikmati buah, baik dengan memakannya dalam keadaan segar atau mencampurnya ke dalam berbagai resep. Menurut sebuah penelitian oleh Harjadi (1989) yang dikutip dalam penelitian Moorcy (2003), buah segar menunjukkan karakteristik berikut:

1. Dipanen dan dimanfaatkan dalam keadaan segar, sehingga bersifat mudah rusak (perishable)
2. Komponen utama mutu ditentukan oleh kandungan air, bukan oleh kandungan bahan kering (dry matter)
3. Bersifat meruah (voluminous atau bulky) sehingga sulit atau mahal dalam biaya pengangkutannya
4. Harga per komoditi ditentukan oleh mutunya, bukan hanya kuantitasnya saja
5. Buah bukan merupakan kebutuhan pokok yang diperlukan dalam jumlah yang besar, namun diperlukan sedikit setiap harinya
6. Dari segi gizi, produk buah penting sebagai sumber vitamin dan

mineral, bukan diutamakan untuk sumber kalori dan protein.

Menurut Bungaran (2002), tingkat konsumsi buah masih jauh dari standar FAO yang merekomendasikan konsumsi per kapita per tahun sebesar 65,75 kilogram. Begitu pula dengan negara tetangga seperti Malaysia, India, dan bahkan negara berkembang yang memiliki tingkat konsumsi buah rata-rata lebih tinggi, yakni berkisar antara 43,0 hingga 53,4 kilogram per tahun per orang.

Sejak diberlakukannya perdagangan bebas, buah-buahan seperti anggur, apel, pir, jeruk, dan lain-lain telah dikenal sebagai komoditas berharga di pasar global. Menurut Suryawinoto (2006), berbagai negara, termasuk negara-negara di Uni Eropa, Amerika Serikat, Afrika Selatan, Turki, Tiongkok, Australia, Thailand, Taiwan, dan lain-lain, merupakan pengekspor utama buah-buahan. Dari tahun ke tahun, permintaan buah-buahan impor terus meningkat, didorong oleh keinginan untuk mendapatkan buah dalam jumlah yang lebih banyak dan kualitas yang lebih baik. Konsumen sering kali tertarik pada buah-buahan impor karena kualitasnya yang menarik secara visual, yang cenderung melampaui kualitas buah-buahan lokal. Meskipun kehadiran buah impor dapat menjadi tantangan bagi petani dalam negeri, penting untuk memastikan pasokan yang cukup untuk memenuhi permintaan buah masyarakat Indonesia. Meskipun produksi buah dalam negeri berpotensi terus meningkat, Indonesia masih bergantung pada impor dari berbagai negara untuk memenuhi

permintaan buahnya. Menurut laporan Badan Intelijen Negara Republik Indonesia tahun 2013, masuknya buah impor ke pasar lokal menimbulkan bahaya yang signifikan bagi penduduk Indonesia.

2. Konsep *Food Safety*

Menurut Undang-Undang Dasar Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2012, keamanan pangan adalah kondisi dan tindakan yang diperlukan untuk menjaga pangan dari potensi cemaran fisik, biologis, kimia, dan bentuk lain yang dapat membahayakan kesehatan manusia. Smith (2008) dalam karyanya memberikan definisi keamanan pangan secara komprehensif. Ia menjelaskan bahwa keamanan pangan mencakup berbagai kondisi dan upaya yang bertujuan untuk menjaga mutu pangan dan menjaganya dari cemaran serta potensi risiko penyakit bawaan makanan.

Menjamin keamanan pangan merupakan aspek penting dalam pengelolaan sistem pangan. Tujuan utama Peraturan Pemerintah Nomor 86 Tahun 2019 adalah untuk memastikan bahwa negara melindungi kesejahteraan dan keselamatan warga negaranya dengan mendorong konsumsi pangan yang aman dan sehat. Untuk menjamin keamanan pangan di masyarakat, penting untuk membangun sistem yang menjamin keamanan pangan di seluruh rantai pangan, mulai dari produksi hingga ke tangan konsumen. Terkait dengan jaminan keamanan pangan, penting bagi semua kegiatan dan proses produksi, baik yang dilakukan di dalam negeri maupun impor, untuk mematuhi

persyaratan keamanan pangan yang berlaku. Hal ini penting untuk menjamin bahwa makanan yang kita konsumsi aman dan bebas dari potensi risiko apa pun. Berbagai inisiatif telah dilakukan untuk membangun sistem jaminan keamanan pangan, termasuk penerapan pengawasan ketat terhadap makanan dan minuman yang diproduksi di dalam negeri maupun impor. Meskipun demikian, masih ada beberapa jenis makanan yang beredar di masyarakat yang tidak memenuhi standar keamanan konsumsi.

Semua negara di dunia menghadapi masalah keamanan pangan. WHO melaporkan bahwa sekitar 70% dari sekitar 1,5 miliar penyakit menyebar melalui makanan, yang juga dikenal sebagai penyakit bawaan makanan yaitu diare yang merupakan akibat dari keracunan makanan dan secara tragis merenggut nyawa sekitar tiga juta anak di bawah usia lima tahun setiap tahun. Namun, adanya risiko kesehatan dan potensi bahaya bagi konsumen akibat mengonsumsi makanan yang tidak aman menyoroti kerentanan masyarakat sebagai konsumen. Salah satu kemungkinan alasan untuk masalah ini adalah terbatasnya pemahaman dan kesadaran seputar keamanan berbagai jenis makanan dan potensi konsekuensi dari mengonsumsi makanan yang tidak aman (Hura, Njatrijani, & Mahmudah, 2016). Keamanan pangan adalah bidang menarik yang menyelidiki detail rumit dari persiapan, penanganan, dan penyimpanan makanan dan minuman. Tujuan utamanya adalah untuk memastikan bahwa bahan habis pakai

ini tetap bebas dari kontaminan fisik, biologis, atau kimia apa pun. Tujuan utama keamanan pangan adalah untuk melindungi makanan dan minuman dari segala bentuk kontaminasi, baik fisik, biologis, maupun kimia. Hal ini dilakukan untuk meminimalkan risiko penyakit bawaan makanan yang disebabkan oleh potensi bahaya makanan. Kontaminasi fisik mengacu pada keberadaan benda asing dalam makanan atau minuman. Beberapa contoh yang perlu dipertimbangkan adalah rambut, logam, plastik, kotoran, debu, kuku, dan berbagai lainnya. Kontaminasi biologis mengacu pada infiltrasi makanan atau minuman oleh zat yang dihasilkan oleh organisme hidup, termasuk manusia, tikus, kecoak, dan berbagai lainnya. Kontaminasi kimia mencakup berbagai zat, seperti herbisida, pestisida, dan obat-obatan hewan. Kontaminasi kimia dapat muncul dari berbagai sumber, termasuk faktor lingkungan seperti polusi udara, tanah, dan air. Selain itu, migrasi dapat terjadi dari kemasan makanan, serta adanya zat adiktif atau racun alami. Kontaminasi silang juga menjadi perhatian selama pengolahan makanan (Knechtges, 2014).

Keamanan pangan merupakan aspek penting yang mengatur penanganan, pencegahan, dan pengelolaan potensi bahaya dalam pangan secara tepat (Siaputra, 2020). Berdasarkan penelitian yang dilakukan Adrian dan Irawan pada tahun 2020, keamanan pangan mengacu pada kemurnian pangan, yang memastikan bahwa pangan tersebut bebas dari bahan kimia berbahaya. Bahan kimia ini dapat

ditambahkan secara sengaja atau tidak sengaja selama fase pengolahan. Konsumen selalu waspada terhadap keamanan pangan, memastikan bahwa produk yang mereka beli memiliki kualitas terbaik dan bebas dari bahan tambahan berbahaya yang dapat membahayakan kesehatan mereka. Pentingnya keamanan pangan terbukti dari tingkat pengawasan konsumen saat membeli pangan. Keamanan pangan merupakan faktor penting yang dipertimbangkan konsumen saat membuat keputusan pembelian, sebagaimana disorot oleh penelitian yang dilakukan oleh Salleh et al. pada tahun 2010. Konsumen akan dengan senang hati berinvestasi pada pangan yang mereka beli, mengetahui bahwa pangan tersebut disertai dengan jaminan keamanan dan kualitas yang sempurna. Produsen sangat peka untuk memenuhi tuntutan konsumen akan keamanan pangan. Selain itu, penting bagi konsumen untuk memiliki pengetahuan tentang keamanan pangan guna memastikan kelayakan pangan untuk dikonsumsi. Perhatikan komponen pangan, keamanannya, dan potensi keracunan jika mengandung bahan kimia berbahaya. Penelitian yang dilakukan oleh Lismanizar dan Utami (2018) menyoroti empat indikator yang dapat digunakan untuk mengukur keamanan pangan. Indikator tersebut meliputi penerimaan pangan, proses pemasakan, persiapan atau penyajian, serta penawaran atau pembelian.

3. Teori Konsumsi

Konsumsi berasal dari bahasa Inggris, tepatnya dari kata kerja

"to consume" yang berarti tindakan memanfaatkan atau menghabiskan. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, konsumsi diartikan sebagai pemanfaatan barang-barang yang telah diproduksi. Secara umum, konsumsi diartikan sebagai proses pengurangan atau pemanfaatan nilai suatu produk atau jasa, baik sekaligus maupun bertahap, untuk memenuhi berbagai kebutuhan (Akhmad Mujahidin, 2014).

Konsumsi adalah proses pemanfaatan barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan hidup. Barang-barang yang dibutuhkan untuk memenuhi kebutuhan pokok tersebut bergantung pada pendapatan yang diperoleh. Produsen mengkategorikan barang-barangnya menjadi beberapa jenis, yaitu barang mewah dan barang tidak mewah. Selain itu, barang dapat diklasifikasikan lebih lanjut sebagai barang yang memenuhi kebutuhan pokok atau barang yang tidak memenuhi kebutuhan pokok (Soeharno, 2007).

Sedangkan konsumsi makanan diartikan sebagai jenis dan jumlah makanan yang dikonsumsi seseorang untuk tujuan tertentu pada waktu tertentu guna memenuhi kebutuhan biologis, psikologis, dan sosialnya. Topik ini membahas peran makanan yang beraneka ragam, termasuk fungsinya sebagai sumber kenikmatan kuliner, cerminan identitas budaya, dan indikator status ekonomi seseorang. Dengan demikian, cara orang mengekspresikan preferensi makanan mereka berbeda-beda dari orang ke orang (Baliwati, 2004).

Konsumen memainkan peran penting dalam perekonomian

karena mereka membuat keputusan untuk memaksimalkan pilihan mereka dari berbagai macam barang dan jasa. Dalam bidang ekonomi, terdapat dua asumsi yang berlaku yang sering digunakan bersama dengan teori konsumsi :

- a. Asumsi yang mendasarinya adalah bahwa konsumen membuat keputusan rasional dengan mengalokasikan pendapatan mereka yang terbatas secara cermat untuk memperoleh barang dan jasa yang mereka yakini akan memberi mereka kepuasan terbesar.
- b. Pemahaman yang komprehensif tentang barang dan jasa konsumen di pasar, termasuk harga, tingkat pendapatan konsumen, dan preferensi individu, sangat penting (Masyhuri, 2007).

Faktor-faktor yang berpengaruh terhadap pengeluaran konsumsi:

- a. Distribusi pendapatan nasional
- b. Banyaknya kekayaan masyarakat dalam bentuk alat-alat liquid
- c. Banyaknya barang-barang konsumsi tahan lama dalam masyarakat.

Faktor konsumsi merupakan cara konsumen mengekspresikan perilakunya dan memenuhi kebutuhannya terhadap barang dan jasa.

Berbagai faktor berperan dalam menentukan tingkat konsumsi barang normal (Amiruddin, 2013) :

- 1) Pendapatan konsumen
- 2) Tingkat harga
- 3) Tingkat bunga
- 4) Sosial ekonomi

5) Lain-lain

Pendapatan konsumen dan pengeluaran konsumsi saling terkait erat, dengan perubahan pada salah satu hal berdampak langsung pada hal lainnya. Ketika pendapatan konsumen meningkat, pengeluaran mereka pun meningkat, dan sebaliknya, penurunan pendapatan menyebabkan penurunan pengeluaran. Perilaku ini khususnya berlaku untuk barang-barang yang dianggap normal atau yang mematuhi prinsip penawaran dan permintaan. Ada dua cara untuk mengkategorikan pendapatan konsumen: pendapatan nominal dan pendapatan riil. Pendapatan yang diterima konsumen disebut sebagai pendapatan nominal, yang merupakan nilai yang dinyatakan dalam uang. Pendapatan riil mengacu pada pendapatan yang telah disesuaikan dengan perubahan harga barang dan jasa (Amiruddin, 2013).

Secara umum, ada tiga teori yang menjelaskan konsumsi:

1) Hipotesis pendapatan Permanen

Dalam bukunya *A Theory of Consumption Function*, Milton Friedman memperkenalkan teori konsumsi hipotesis pendapatan permanen. Berdasarkan analisis Friedman, pendapatan dapat dikategorikan menjadi dua jenis berbeda:

- a. Pendapatan permanen (*permanent income*)
- b. Pendapatan sementara (*transitory income*)

Pendapatan tetap mengacu pada jenis pendapatan yang diterima

secara teratur dan dapat diprediksi sebelumnya. Contohnya adalah pendapatan gaji (Amiruddin, 2013).

Pendapatan tak terduga adalah jenis pendapatan yang tidak dapat diperkirakan sebelumnya. Pendapatan sementara ini dapat berupa berbagai bentuk, seperti bonus atau kemenangan lotere, atau dapat diimbangi dengan pengeluaran tak terduga seperti biaya perawatan medis yang tiba-tiba. Tingkat pengeluaran seseorang secara langsung dipengaruhi oleh pendapatan jangka panjangnya. Ketika pendapatan sementara mengalami peningkatan, pengeluaran konsumsi juga akan meningkat. Prinsip yang sama berlaku sebaliknya. Dalam sebuah penelitian yang dilakukan oleh Amiruddin pada tahun 2013.

2) Hipotesis Pendapatan Relatif

James Duesenberry memperkenalkan teori konsumsi hipotesis pendapatan relatif dalam bukunya *Income, Saving and The Theory of Consumer Behavior*. Berdasarkan teori ini, kebiasaan belanja individu terutama dipengaruhi oleh tingkat pendapatan puncak mereka. Ketika menghadapi penurunan pendapatan selama periode tertentu, konsumen cenderung kurang cenderung untuk mengurangi pengeluaran konsumsi mereka. Sebaliknya, mereka memilih untuk mengurangi tabungan mereka untuk memenuhi kebutuhan. Seiring berjalannya waktu, ada hubungan langsung antara pendapatan dan konsumsi. Namun, dalam jangka pendek, perubahan konsumsi cenderung kurang jelas dibandingkan dengan perubahan pendapatan.

Pola konsumsi konsumen dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk tingkat pendapatan dan kondisi lingkungan sekitar tempat tinggal mereka (Amiruddin, 2013).

3) Hipotesis Siklus Hidup

Teori konsumsi siklus hidup dikemukakan oleh A. Ando, R. Brumberg, dan F. Modigliani. Teori ini bertujuan untuk menjelaskan perilaku konsumsi individu dengan mempertimbangkan berbagai tahap yang mereka lalui dalam siklus hidup mereka. Biasanya, siklus hidup dibagi menjadi tiga tahap berbeda :

a) Sejak lahir sampai dengan usia 15 tahun, individu dikatakan berada pada tahap usia non-produktif. b) Pada usia 16 sampai dengan 60 tahun, individu dikatakan berada pada tahap usia produktif. c) Pada usia 60 tahun ke atas, individu dikatakan berada pada tahap usia non-produktif (Amiruddin, 2013).

4. Perilaku Konsumen

Konsumen bervariasi berdasarkan berbagai faktor, termasuk usia, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan, status perkawinan, dan tempat tinggal. Selain itu, mereka berbeda dalam aktivitas, minat, preferensi, pendapatan, pilihan makanan, dan kebiasaan pembelian. Studi tentang perilaku konsumen sangat dipengaruhi oleh berbagai disiplin ilmu, seperti yang dikemukakan oleh Nugroho pada tahun 2002.

Perilaku konsumen dapat didefinisikan dengan berbagai cara. Loudon dan Della-Bitta (1993) memberikan definisi perilaku konsumen

yang mencakup proses pengambilan keputusan dan aktivitas fisik yang terlibat dalam mengevaluasi, memperoleh, menggunakan, dan membelanjakan barang atau jasa. Dalam definisi mereka, Engel, Blackwell, dan Miniard (1995) menggambarkannya sebagai berbagai tindakan yang terkait dengan perolehan, penggunaan, dan pembelian produk dan jasa. Ini mencakup proses pengambilan keputusan yang terjadi sebelum dan sesudah tindakan ini.

Menurut Assauri (1999), American Marketing Association menggambarkan perilaku konsumen sebagai interaksi dinamis yang melibatkan pengaruh, kognisi, perilaku, dan peristiwa. Ini mencakup berbagai cara manusia terlibat dalam pertukaran dalam kehidupan mereka. Definisi ini menyoroti tiga konsep utama. Pertama, perilaku konsumen terus berubah dan berkembang. Kedua, perilaku konsumen dipengaruhi oleh berbagai faktor dan melibatkan interaksi yang kompleks antara pikiran, tindakan, dan peristiwa eksternal. Terakhir, perilaku konsumen mencakup gagasan tentang pertukaran antara konsumen dan pasar. Dalam karya mereka, Schiffman dan Kanuk (2000) memberikan definisi perilaku konsumen yang komprehensif. Mereka menggambarkannya sebagai serangkaian tindakan yang dilakukan konsumen saat mereka mencari, membeli, menggunakan, menilai, dan menyingkirkan produk dan layanan yang mereka yakini akan memenuhi kebutuhan mereka.

Analisis perilaku konsumen terhadap barang tertentu

menggunakan teori utilitas. Kepuasan yang diperoleh dari mengonsumsi barang tertentu dikenal sebagai utilitas. Konsumen diyakini berusaha untuk mendapatkan kepuasan dalam aktivitas konsumsi mereka. Konsumen terlibat dalam konsumsi untuk memenuhi berbagai kebutuhan dan keinginan mereka. Kebutuhan sangat penting untuk memastikan fungsi optimal suatu barang. Keinginan terhubung dengan harapan dan aspirasi seseorang, tetapi memenuhinya tidak serta merta meningkatkan fungsi manusia secara keseluruhan karena kepuasan tidak melekat pada sifat kita. Mereka akan terus mengejar hasrat mereka. Perilaku konsumen mencakup proses dinamis dalam memperoleh, memanfaatkan, dan berinvestasi dalam produk dan layanan, yang mencakup proses pengambilan keputusan yang rumit. Menurut penelitian Nugroho tahun 2002, perilaku konsumen mengacu pada proses rumit pengambilan keputusan dan aktivitas yang dilakukan oleh individu untuk menilai, memperoleh, memanfaatkan, atau menangani barang dan jasa. Perilaku konsumtif adalah fenomena menarik di mana individu didorong untuk menuruti konsumsi berlebihan, yang sering kali didorong oleh emosi mereka daripada pemikiran rasional. Prioritas keinginan di atas kebutuhan ini dapat menyebabkan pengejaran harta benda tanpa henti. Perilaku konsumtif muncul ketika individu melakukan konsumsi demi kepuasan atau kesenangan, bukan karena kebutuhan. Hal ini dapat menyebabkan pengeluaran berlebihan.

Berdasarkan berbagai definisi yang diberikan, jelaslah bahwa

perilaku konsumen mencakup berbagai macam aktivitas, tindakan, dan proses psikologis. Faktor-faktor ini memengaruhi tindakan kita sebelum melakukan pembelian, selama pembelian itu sendiri, dan bahkan setelah kita menggunakan atau mengevaluasi produk dan layanan.

5. Konsep Literasi

Asal usul literasi dalam bahasa Inggris dapat ditelusuri kembali ke kata Latin "littera," yang merujuk pada huruf. Literasi mencakup seni menguasai sistem penulisan dan konvensi terkait. Meskipun demikian, literasi sebagian besar terkait dengan bahasa dan pemanfaatannya. Sistem bahasa tulis mengambil peran sekunder. Ketika membahas bahasa, tidak mungkin untuk mengabaikan hubungannya dengan budaya, karena bahasa merupakan komponen integral dari budaya. Oleh karena itu, penting untuk mempertimbangkan berbagai aspek ketika mendefinisikan literasi, seperti bahasa yang digunakan dan konteks sosial budayanya. Menurut Kern (2000), istilah literasi didefinisikan secara komprehensif sebagai berikut: Literasi melibatkan pemanfaatan berbagai praktik sosial, historis, dan budaya untuk membangun dan memahami makna dalam teks tertulis. Mengembangkan literasi melibatkan pengenalan hubungan antara bagaimana teks disusun dan situasi di mana teks tersebut digunakan. Literasi juga melibatkan keterampilan berharga dalam menganalisis dan mengevaluasi hubungan ini. Karena kepekaannya terhadap maksud dan tujuan, literasi merupakan konsep yang terus berkembang yang

dapat berbeda di antara berbagai komunitas dan budaya wacana. Mengembangkan keterampilan literasi melibatkan beragam kemampuan kognitif, pemahaman mendalam tentang bahasa lisan dan tulisan, keakraban dengan berbagai genre, dan pengetahuan budaya yang luas.

Makna teks di atas mencakup bentuk komunikasi tertulis dan lisan. Dalam memahami genre, hal itu melibatkan pengenalan diri dengan berbagai jenis teks yang digunakan dalam berbagai komunitas wacana. Ini dapat mencakup teks naratif, eksposisi, deskripsi, dan banyak lagi. Definisi ini terdiri dari tujuh elemen yang mencakup interpretasi, kolaborasi, konvensi, pengetahuan budaya, pemecahan masalah, refleksi, dan penggunaan bahasa. Berikut adalah tujuh prinsip dasar literasi. Ada tujuh prinsip literasi yang berasal dari definisi Kern (2000) yang disebutkan di atas. Prinsip-prinsip ini adalah:

1. Literasi melibatkan interpretasi

Baik penulis/pembicara maupun pembaca/pendengar terlibat dalam proses penafsiran. Penulis/pembicara menafsirkan berbagai aspek dunia, seperti peristiwa, pengalaman, ide, dan perasaan. Di sisi lain, pembaca/pendengar kemudian menafsirkan pemahaman penulis/pembicara, membentuk konsepsi mereka sendiri tentang dunia.

2. Literasi melibatkan kolaborasi

Kolaborasi terjadi antara dua pihak: penulis/pembicara dan

pembaca/pendengar. Kolaborasi yang ada bertujuan untuk menumbuhkan pemahaman bersama. Penulis/pembicara dengan hati-hati memilih kata-kata dan ide mereka, dengan mempertimbangkan perspektif dan pemahaman pembaca/pendengar. Saat pembaca/pendengar berbagi hasrat, keahlian, dan wawasan mereka, mereka berkontribusi pada teks penulis, memberinya kedalaman dan makna.

3. Literasi melibatkan konvensi

Cara orang terlibat dalam membaca, menulis, mendengarkan, dan berbicara dibentuk oleh konvensi dan kesepakatan budaya yang tidak dianut secara universal. Konvensi ini berkembang melalui penggunaan dan dapat dimodifikasi agar sesuai dengan tujuan individu. Di sini, kami mengeksplorasi konvensi yang mengatur bahasa lisan dan tulisan.

4. Literasi melibatkan pengetahuan kultural

Membaca dan menulis, serta mendengarkan dan berbicara, dipengaruhi oleh sistem sikap, kepercayaan, kebiasaan, cita-cita, dan nilai-nilai tertentu. Individu yang berada di luar suatu sistem budaya mungkin merasa rentan disalahpahami oleh mereka yang berada dalam sistem tersebut.

5. Literasi melibatkan pemecahan masalah

Kekuatan kata-kata terletak pada kemampuannya untuk menghubungkan dan membentuk pemahaman kita tentang dunia.

Saat kita terlibat dalam tindakan mendengarkan, berbicara, membaca, dan menulis, kita terus-menerus menjelajahi jaringan hubungan yang rumit antara kata-kata, frasa, kalimat, dan teks, serta konteks yang lebih luas di mana kata-kata itu berada. Terlibat dalam proses imajinasi dan kontemplasi ini berfungsi sebagai sarana pemecahan masalah.

6. Literasi melibatkan refleksi dan refleksi diri

Pembaca/pendengar dan penulis/pembicara memikirkan bahasa dan hubungan - hubungannya dengan dunia dan diri mereka sendiri. Setelah mereka berada dalam situasi komunikasi mereka memikirkan apa yang telah mereka katakan, bagaimana mengatakannya, dan mengapa mengatakan hal tersebut.

7. Literasi melibatkan penggunaan bahasa

Literasi tidaklah sebatas pada sistem-sistem bahasa (lisan/tertulis) melainkan mensyaratkan pengetahuan tentang bagaimana bahasa itu digunakan baik dalam konteks lisan maupun tertulis untuk menciptakan sebuah wacana/diskursus.

Literasi adalah konsep yang memiliki banyak sisi, karena mencakup berbagai tingkat kemahiran yang dapat dikembangkan dan diperluas. Setelah seseorang mencapai kemahiran dalam satu tahap literasi, mereka berada dalam posisi yang baik untuk maju ke tingkat literasi berikutnya. Menurut Wells (1987), ada empat tingkat literasi yang berbeda: performatif, fungsional, informasional, dan epistemik. Individu dengan

tingkat literasi yang mahir memiliki kemampuan untuk memahami teks tertulis, mengekspresikan diri melalui tulisan, dan berkomunikasi secara efektif menggunakan bahasa. Dalam hal kepraktisan, individu diharapkan memiliki kemampuan untuk menggunakan bahasa untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari mereka, seperti membaca panduan instruksional. Pada tingkat intelektual, individu diharapkan memiliki kemampuan untuk memperoleh pengetahuan melalui bahasa. Pada tingkat epistemik, individu memiliki kemampuan untuk menerjemahkan pengetahuan ke dalam bahasa.

8. Determinan Perilaku Konsumen

Etta Mamang Sangadji dan Sopiah (2013) dan Kotler (2008) telah mengidentifikasi beberapa faktor yang mempunyai pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumen: :

1. Faktor Psikologis

Faktor psikologis mencakup berbagai elemen seperti persepsi, motivasi, pembelajaran, sikap, dan kepribadian. Sikap adalah kecenderungan yang dipupuk untuk secara konsisten menanggapi penawaran produk dalam situasi dan kondisi tertentu. Kepribadian mengacu pada cara unik individu menanggapi berbagai rangsangan yang mereka hadapi di lingkungan mereka. Pendidikan memiliki kekuatan untuk membawa transformasi. Konsumen akan memperoleh pengetahuan melalui kombinasi pengalaman pribadi dan kebijaksanaan yang dibagikan oleh orang lain.

2. Faktor Situasional

Faktor-faktor yang dapat memengaruhi pengalaman berbelanja meliputi kondisi fasilitas dan infrastruktur belanja, waktu yang dihabiskan untuk berbelanja, bagaimana produk akan digunakan, dan kondisi yang ada selama pembelian. Kondisi fasilitas dan infrastruktur belanja meliputi berbagai aspek seperti tempat parkir, struktur bangunan, eksterior toko, AC, pencahayaan, dan tempat ibadah, dan lain-lain. Ada berbagai pilihan waktu untuk berbelanja: pagi, siang, sore, atau malam.

3. Faktor Pribadi

Usia, siklus hidup, pekerjaan, lingkungan ekonomi, dan konsep diri merupakan faktor-faktor yang memengaruhi keadaan pribadi seseorang.

Penentuan jenis perilaku konsumen adalah sebagai berikut :

1. Model Tiga Komponen (*Tricomponent Model*)

Bidang perilaku konsumen telah menawarkan suatu struktur untuk memahami proses pengambilan keputusan konsumen. Dalam karya inovatif mereka, Peter dan Olson (1999) memperkenalkan suatu model analisis konsumen yang dikenal sebagai tiga elemen analisis konsumen. Ada tiga elemen kunci yang perlu dipertimbangkan: afek dan kognisi konsumen, perilaku konsumen, dan lingkungan konsumen. Perasaan konsumen terhadap suatu objek bersifat afektif. Kognitif mengacu pada pikiran konsumen,

khususnya keyakinan mereka mengenai suatu produk. Selain itu, faktor kognitif mencakup informasi yang disimpan konsumen dalam ingatan mereka mengenai suatu produk tertentu. Aspek emosional mencakup pemahaman dan minat konsumen terhadap produk, perhatian dan pemahaman mereka, serta sikap dan niat mereka. Berdasarkan model sikap tiga komponen (Sciffman dan Kanuk, 2000; dan Engel, Blackwell dan Miniard, 1995), sikap terdiri dari tiga komponen: kognitif, afektif, dan konatif. Pengetahuan dan persepsi konsumen, yang diperoleh melalui pengalaman dan informasi dari berbagai sumber, memainkan peran penting dalam proses kognitif. Konsep afektif berkaitan dengan emosi dan sentimen konsumen. Menurut Schiffman dan Kanuk (2000), konsep ini dicirikan sebagai evaluatif, yang menunjukkan penilaian langsung dan menyeluruh terhadap kesukaan atau ketidaksukaan suatu produk, serta kualitasnya. Konsep konatif berkisar pada tindakan atau kecenderungan perilaku seseorang terhadap suatu objek. Konsep ini berkaitan dengan tindakan atau perilaku yang mungkin dilakukan konsumen, yang sering disebut sebagai niat.

Dalam karyanya, Solomon dalam Sumarwan (2003) menyebut model tricomponent sebagai Model Sikap ABC. Sikap mengacu pada keadaan pikiran, perilaku meliputi tindakan, dan keyakinan melibatkan proses kognitif. Sikap mencerminkan emosi individu terhadap suatu objek fokus. Sedangkan kognisi berkaitan dengan

persepsi dan keyakinan individu terhadap suatu objek sikap. Model ABC mengemukakan korelasi antara afek, kognisi, dan perilaku.

2. Model Sikap Multiatribut Fishbein

Pengukuran sikap yang banyak digunakan dalam penelitian konsumen adalah Model Sikap Multi Atribut Fishbein dalam Sumarwan (2003). Model ini mencakup tiga konsep utama: atribut (Salient Belief), keyakinan (Belief), dan evaluasi atribut. Karakteristik objek sikap (Ao) adalah atribut. Keyakinan yang menonjol mengacu pada persepsi konsumen terhadap berbagai atribut suatu produk. Keyakinan adalah kekuatan dahsyat yang mendorong persepsi terhadap atribut suatu produk. Evaluasi atribut melibatkan penilaian aspek positif atau negatif suatu atribut dan menentukan signifikansinya bagi konsumen.

3. Model Sikap Angka Ideal (*The Ideal-Point Model*)

Model lain yang umum digunakan untuk menganalisis sikap konsumen terhadap suatu produk adalah model titik ideal. Dalam penelitian mereka, Engel, Blackwell, dan Miniard (1995) mengusulkan bahwa model titik ideal dapat menawarkan wawasan berharga tentang sikap konsumen terhadap suatu merek produk, serta menjelaskan merek yang dianggap ideal oleh konsumen. Ada perbedaan mencolok antara model Fishbein dan Ideal dalam hal bagaimana sikap ideal konsumen diukur. Model titik ideal menawarkan wawasan tentang evaluasi

konsumen, yang mengungkap kesenjangan antara persepsi dan keinginan mereka. Model ini mengukur perbedaan antara persepsi konsumen yang ideal dan yang sebenarnya.

9. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Penelitian sebelumnya telah meneliti hubungan antara literasi keamanan pangan dan perilaku konsumen terhadap buah impor di Kota Makassar. Beberapa temuan utama dari penelitian ini meliputi:

Tabel 2.1. Kajian Penelitian yang Relevan

No.	Judul/Peneliti	Metode Analisis Data	Hasil Penelitian
1.	Menganalisis Sikap Konsumen Terhadap Buah di Supermarket: Makassar dan Dampaknya terhadap Bauran Pemasaran Buah Nusantara di Supermarket, sebagaimana ditelusuri oleh Jayadi tahun 2005..	Metode analisis yang digunakan adalah Model Fishbein, analisis deskriptif, dan analisis Consumer Matrix.	Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa buah-buahan Indonesia mendapat skor yang cukup rendah, yaitu 92,98 dalam hal sikap konsumen, sedangkan buah-buahan impor memperoleh skor yang jauh lebih tinggi, yaitu 145,84. Selain itu, jelas bahwa sikap konsumen dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti jenis kelamin, usia, status pekerjaan, tingkat pendidikan, tingkat pendapatan, dan jumlah anggota keluarga. Analisis matriks konsumen mengungkapkan beberapa implikasi menarik bagi bauran pemasaran buah-buahan Indonesia. Salah satu temuan utama adalah perlunya inovasi dalam bentuk dan ukuran produk buah-buahan Indonesia, serta perbaikan dalam pengemasan. Hal ini akan membantu meningkatkan strategi produk dan menarik lebih banyak konsumen. Aspek penting lainnya adalah penerapan strategi diskon pada jumlah pembelian tertentu, yang

			<p>dapat menjadi cara yang efektif untuk mengoptimalkan strategi harga. Selain itu, ada kebutuhan yang jelas untuk perbaikan dalam sistem penyimpanan dan distribusi untuk memastikan ketersediaan dan kesegaran buah-buahan Indonesia, sehingga meningkatkan strategi distribusi. Terakhir, sangat penting untuk membangun kepercayaan terhadap produk-produk buah Indonesia dengan mengaitkannya dengan acara-acara nasional, karena hal ini dapat memberikan kontribusi yang signifikan terhadap strategi promosi. Secara keseluruhan, wawasan ini menyoroti pentingnya kreativitas dan analisis akademis dalam membentuk pendekatan pemasaran buah Indonesia.</p>
2	<p>Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam Pembelian Buah Impor di Pasar Modern dan Tradisional Oleh Aci Andika Rahmani, 2019.</p>	<p>Analisis regresi ordinal digunakan untuk menganalisis data.</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel usia dan pendidikan berperan signifikan dalam mempengaruhi pembelian buah impor di pasar tradisional. (2) Variabel pendapatan dan variabel jumlah pembelian sangat mempengaruhi perilaku pembelian buah impor di pasar kontemporer. (3) Perilaku konsumen di pasar tradisional dicirikan dengan penekanan kuat pada realisme. (4) Perilaku konsumen di pasar modern dicirikan dengan tingkat ketidakpastian yang tinggi. Berikut ini adalah persamaan regresi untuk pasar tradisional: $Y = -11,867 + 5,430X1 - 7,094X2 - 8,153X3 - 3,577X4 - 2,567X5 + 4,945X6$ Persamaan regresi untuk pasar modern telah diturunkan, yaitu sebagai berikut: $Y = -98,956 - 46,310X1 - 65,612X2 + 109,447X3 - 3,469X4 + 91,393X5 +$</p>

			161,034X6
3.	<p>Pengaruh Selera Konsumen terhadap Perilaku Konsumsi Buah di Kota Makassar (Studi Kasus di Hertasing Fruit Plaza) / Umrah Ihsan, dkk. 2018</p>	<p>Metode analisis yang digunakan adalah pengujian Validitas dan Reliabilitas instrumen penelitian dengan menggunakan perangkat lunak SPSS versi 21. Selain itu, untuk menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dilakukan analisis Regresi Linier Berganda.</p>	<p>Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa melalui penerapan uji Validitas dan Reliabilitas, diperoleh nilai Korelasi Item Terkoreksi - Total Korelasi sebesar 0,30, yang sejalan dengan nilai r tabel pada tingkat signifikansi 0,05. Jika nilai Korelasi Item Terkoreksi - Total Korelasi melebihi r tabel, hal ini menunjukkan kelayakan indikator tersebut. Sebaliknya, jika berada di bawah r tabel, hal ini menunjukkan sebaliknya. Uji reliabilitas mengungkapkan bahwa semua variabel memiliki koefisien Alpha yang substansial, melampaui 0,60. Ini menyiratkan bahwa semua indikator dalam kuesioner dianggap reliabel. Lebih lanjut, analisis Regresi Linier Berganda menunjukkan bahwa variabel independen X1 (Preferensi konsumen) menunjukkan koefisien regresi positif sebesar 0,587. Di sisi lain, variabel persepsi konsumen (X2) menunjukkan koefisien regresi negatif sebesar -0,338, sedangkan variabel kesadaran konsumen (X3) menunjukkan koefisien regresi positif sebesar 0,829. Terakhir, diperoleh Nilai Koefisien Determinasi R²</p>

			<p>sebesar 0,899 atau 89,9%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen yang diteliti mencakup 89,9% pola yang diamati dalam konsumsi buah, sehingga 10,1% sisanya dipengaruhi oleh faktor yang tidak diteliti. Berdasarkan analisis, dapat disimpulkan bahwa kesadaran konsumen (X3) memiliki pengaruh terbesar terhadap perilaku konsumen dalam mengonsumsi buah di Plaza Buah Hertasing, Kota Makassar. Temuan ini menyoroti pentingnya konsumen untuk menyadari pilihan mereka dan membuat keputusan yang tepat.</p>
4.	<p>Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Buah Impor / Sudyarto, dkk. 2007.</p>	<p>Dengan memanfaatkan perangkat lunak AMOS, kita dapat melakukan analisis komprehensif yang dikenal sebagai Structural Equation Model (SEM). Alat canggih ini memungkinkan kita untuk menyelidiki hubungan rumit dalam data dan mengungkap wawasan berharga.</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan faktor-faktor yang berpengaruh terhadap sikap kepercayaan konsumen dalam membeli buah impor, menunjukkan bahwa :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Perubahan 'budaya' maupun peningkatan karakteristik 'individu' konsumen dapat meningkatkan secara nyata sikap konsumendalam membeli/mengonsumsi buah impor. 2. Sikap kepercayaan konsumen menjadidorongan perusahaan/pemasar buah impor untuk menempuh 'strategi pemasaran'. Konsumen tidak terpengaruh Lingkungan sosialnya dalam membeli dan mengonsumsi buah impor dan 'psikologis' konsumen juga tidak mendukung sikap kepercayaan konsumen dalam membeli dan mengonsumsi buah impor

5.	<p>Penyelenggaraan Keamanan Pangan sebagai Salah Satu Upaya Perlindungan Hak Masyarakat sebagai Konsumen / Tri Rini Puji Lestari. 2020</p>	<p>Analisis ini menggunakan teori dan konsep dari literatur untuk menjawab pertanyaan yang berkaitan dengan penerapan keamanan pangan di Indonesia. Analisis ini mengeksplorasi berbagai faktor yang harus diperhatikan untuk melindungi hak konsumen dan memastikan penerapan langkah-langkah keamanan pangan yang efektif.</p>	<p>Hasil studi menunjukkan bahwa Indonesia saat ini mengikuti sistem multilembaga untuk menerapkan keamanan pangan. Namun, sistem ini dicirikan oleh proses birokrasi yang panjang dan rentan terhadap ego sektoral. Untuk memastikan keamanan pangan, Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) menyarankan untuk mengikuti lima faktor teknis penting. Faktor-faktor tersebut meliputi menjaga kebersihan, mencegah kontaminasi, menyimpan makanan pada suhu yang aman, memanaskan makanan pada suhu yang tepat, dan menggunakan air dan bahan baku yang aman untuk dikonsumsi. Memprioritaskan penerapan langkah-langkah keamanan pangan merupakan tujuan penting yang harus dikejar oleh semua pemangku kepentingan yang terlibat.</p>
6.	<p>Strategi Mewujudkan Keamanan Pangan Dalam Upaya Perlindungan Konsumen /Anna S. Wahongan, dkk. 2021</p>	<p>Penelitian ini menggunakan metode penelitian hukum yang dikenal sebagai Hukum Normatif. Hukum normatif melibatkan pemeriksaan norma, aturan, dan doktrin hukum yang ditemukan dalam undang-undang, peraturan, dan yurisprudensi. Selain itu, penelitian ini melibatkan analisis sumber daya perpustakaan yang mengeksplorasi berbagai pendekatan untuk memastikan keamanan pangan guna melindungi konsumen sesuai dengan undang-undang nasional yang relevan..</p>	<p>Untuk menjamin keamanan pangan dan melindungi konsumen, sangat penting untuk menetapkan peraturan pangan nasional. Peraturan ini berperan penting dalam mengatur berbagai aspek industri pangan, termasuk produksi, penyimpanan, transportasi, dan distribusi. Dengan menerapkan sistem pengaturan, pembinaan, dan pengawasan yang komprehensif, kita dapat secara efektif menjaga integritas seluruh rantai pangan. Kebijakan negara dalam membangun sistem keamanan pangan yang tangguh, yang bertujuan untuk melindungi konsumen, adalah komitmen Badan POM untuk mengawasi dan menerapkan sistem mutu dan keamanan pangan yang</p>

			komprehensif. Tujuan utama dari kebijakan ini adalah untuk memastikan bahwa sektor pangan mengutamakan penyediaan pangan yang aman dan sehat, sehingga melindungi masyarakat dari potensi risiko kesehatan yang terkait dengan pangan yang tidak memenuhi standar.
7	Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Buah Impor Apel Fuji Dan Pir Di Kota Banjarbaru / Salsabila, dkk. 2019	Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif dan analisis multi-atribut Fishbein, memanfaatkan skala Likert untuk mengukur data..	Hasil penelitian ini mengungkap beragam karakteristik konsumen buah di Kota Banjarbaru. Karakteristik tersebut meliputi faktor-faktor seperti jenis kelamin, usia, pekerjaan, pendapatan, suku bangsa, jumlah anggota keluarga, dan tingkat pendidikan. Konsumen cenderung menyukai buah impor yang memiliki rasa manis yang nikmat, dengan skor 4 yang mengesankan. Selain itu, buah impor yang berukuran besar, dengan skor 3,8, sangat diminati. Selain itu, aromanya yang khas, dengan skor 3,6, menambah daya tarik buah-buahan ini. Faktor yang paling signifikan dalam hal buah impor adalah rasa, yang mendapat skor 17,75.

8. Kerangka Pikir

Buah-buahan segar banyak diminati oleh konsumen, terutama yang merupakan buah impor. Kota Makassar memiliki potensi pasar yang cukup besar untuk berbagai produk agribisnis, meliputi produk pangan, hortikultura, perkebunan, perikanan, dan peternakan. Pemasaran produk buah-buahan, khususnya buah impor di pasar modern, memiliki potensi besar untuk dikembangkan dalam industri agribisnis hortikultura. Mereka yang mencari buah impor adalah

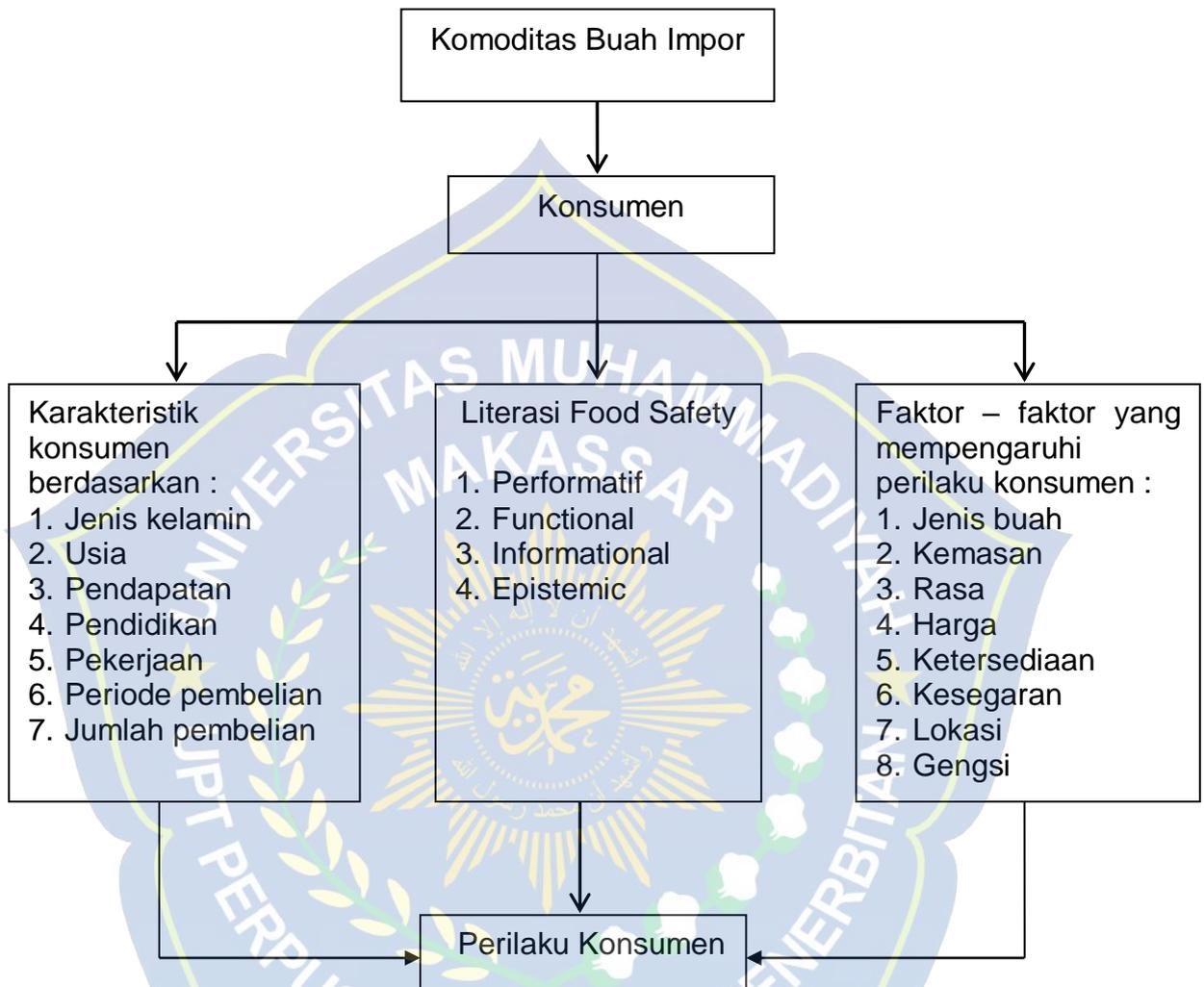
individu yang ingin memenuhi kebutuhan gizinya melalui konsumsi buah-buahan tersebut. Tahapan berikut dilakukan untuk menganalisis karakteristik konsumen yang membeli buah impor, tingkat literasi keamanan pangan, dan perilaku mereka di Kota Makassar:

Menganalisis karakteristik konsumen buah impor di Kota Makassar berdasarkan jenis kelamin, usia, pendapatan, pendidikan, pekerjaan, periode pembelian dan jumlah pembelian. Analisis yang digunakan yaitu deskriptif kuantitatif.

Menganalisis literasi food safety terhadap konsumen buah impor di Kota Makassar dengan menggunakan analisis literasi untuk mengetahui tingkatan literasi konsumen buah impor yang terdiri dari tingkatan performatif, functional, informational dan epistemic.

Perilaku konsumen dapat dilihat melalui faktor - faktor yang mempengaruhi. Menganalisis faktor - faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen buah impor di Kota Makassar yang terdiri dari faktor jenis buah, kemasan, rasa, harga, ketersediaan, kesegaran, lokasi dan gengsi. Analisis yang digunakan yaitu analisis regresi linear berganda

Untuk lebih jelasnya, dapat dilihat pada kerangka pikir penelitian sebagai berikut :



Gambar 3.1. Kerangka Pikir Penelitian

BAB III METODE PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di empat toko buah yang khusus menjual buah impor, yaitu Segar Buah, Plaza Buah Hertasning, Fruits Market, dan Frestive Sulawesi. Faktor - faktor yang menjadi pertimbangan dalam menentukan lokasi penelitian di fokuskan pada satu toko buah yang populer di Kota Makassar. Namun, ada satu toko lain yang menarik perhatian kami, yaitu Frestive Sulawesi, karena toko ini masih tergolong baru dan belum pernah diteliti sebelumnya. Penelitian ini dilakukan selama dua bulan, tepatnya pada bulan Maret 2024 hingga April 2024.

B. Populasi dan Sampel

Penelitian ini difokuskan pada konsumen yang membeli buah impor di lokasi penelitian. Untuk mengatasi minimnya data yang tersedia mengenai konsumsi buah impor, penelitian ini menggunakan Teori Walpole (1995) untuk memenuhi persyaratan pengambilan sampel. Menurut teori ini, sebaiknya sampel yang digunakan berukuran besar saat meneliti subjek, karena akan menghasilkan distribusi yang sangat mirip dengan distribusi normal. Sebaliknya, sampel berukuran kecil atau lebih kecil dari 30 disebut sampel kecil. Menurut Walpole (1995), skala data yang digunakan dalam teori ini harus berupa interval atau rasio. Dengan mempertimbangkan teori ini, peneliti memutuskan untuk mengumpulkan sampel sebanyak 30 konsumen di setiap lokasi penelitian. Proses pengambilan sampel menggunakan metode purposive sampling.

Purposive sampling merupakan teknik pengambilan sampel yang melibatkan pertimbangan - pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2012). Pengambilan sampel dilakukan dengan pertimbangan yang matang oleh peneliti, khususnya menyasar individu yang pernah membeli dan mengonsumsi buah impor. Hasilnya, total responden yang diikutsertakan dalam penelitian ini adalah 120 orang.

C. Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan data primer, khususnya informasi yang dikumpulkan melalui pengisian kuesioner dan wawancara yang telah dipersiapkan sebelumnya. Metode-metode ini dipilih berdasarkan tujuan dan persyaratan penelitian.

1. Kuesioner merupakan alat yang berharga dalam penelitian karena melibatkan serangkaian pertanyaan atau pernyataan yang menggugah pikiran yang diajukan kepada responden. Pertanyaan-pertanyaan ini dirancang untuk mengeksplorasi berbagai variabel penelitian. Kuesioner penelitian mencakup berbagai pertanyaan dan pernyataan yang menggugah pikiran. Ini termasuk mengeksplorasi karakteristik unik konsumen berdasarkan identitas mereka, menilai tingkat literasi keamanan pangan mereka melalui pengetahuan dan sikap mereka, dan menyelidiki berbagai faktor yang membentuk perilaku mereka dalam hal buah impor.
2. Melakukan wawancara dengan responden terpilih, khususnya konsumen yang membeli buah impor di lokasi penelitian, untuk

mengumpulkan pertanyaan dan jawaban langsung.

3. Data sekunder, seperti data yang diperoleh dari berbagai sumber termasuk internet, Badan Pusat Statistik Kota Makassar, dan referensi yang relevan, akan digunakan untuk penelitian ini.

D. Teknik Analisis Data

Analisis data memegang peranan penting dalam mengkaji dan menginterpretasikan hasil penelitian, yang pada akhirnya menghasilkan kesimpulan yang beralasan dan menjawab permasalahan penelitian. Data diorganisasikan, dihimpun, dan diperiksa secara cermat dari perspektif kuantitatif dan kualitatif. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Metode untuk mendeskripsikan data secara kuantitatif untuk tujuan penelitian pertama, digunakan teknik analisis data deskriptif kuantitatif. Data yang terkumpul diorganisasikan, dikategorikan, dan diperiksa secara cermat dari perspektif kuantitatif dan kualitatif. Analisis komprehensif ini memungkinkan kita untuk memahami dampak berbagai variabel independen dan dependen terhadap preferensi dan pilihan konsumen di Kota Makassar dalam hal pembelian dan konsumsi buah impor.

2. Analisis Literasi

Analisis literasi melibatkan pemeriksaan dan interpretasi data menggunakan teknik deskriptif kuantitatif. Selain itu, data dianalisis untuk menilai tingkat literasi konsumen yang membeli buah impor

dalam hal pengetahuan dan sikap mereka terhadap keamanan pangan. Analisis ini bertujuan untuk menjawab tujuan penelitian kedua.

3. Analisis Regresi Linier Berganda

Untuk menjawab tujuan ketiga penelitian ini yaitu faktor – faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen buah impor di Kota Makassar, digunakan analisis regresi linear berganda sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + b_6X_6 + b_7X_7 + b_8X_8 + e$$

Keterangan :

Y = Variabel terikat (skor) → (Perilaku konsumen buah impor)

X_(1,2,3,...) = Variabel bebas (*independent*)

a = Nilai konstanta

b_(1,2,3,...) = Nilai koefisien regresi

X₁ = Jenis buah

X₂ = Kemasan buah

X₃ = Rasa buah

X₄ = Harga buah

X₅ = Ketersediaan buah

X₆ = Kesegaran buah

X₇ = Lokasi

X₈ = Gengsi

e = kesalahan yang ditoleransi (tingkat eror).

Selanjutnya untuk mengetahui perilaku konsumen, persepsi konsumen dan kepuasan konsumen menggunakan analisis data *Customer Satisfaction Index* (CSI). Metode ini memiliki beberapa keunggulan antara lain efisiensi (tidak hanya indeks kepuasan tetapi sekaligus memperoleh informasi yang berhubungan dengan

dimensi/atribut yang perlu diperbaiki), mudah digunakan dan sederhana serta menggunakan skala yang memiliki sensitivitas dan reliabilitas cukup tinggi (Siagian dalam Amran dan Ponti Ekadeputra, 2010).

CSI merupakan indeks untuk menentukan tingkat kepuasan konsumen secara menyeluruh dengan pendekatan yang mempertimbangkan tingkat kepentingan dari atribut-atribut yang diukur. Untuk mengetahui besarnya CSI, maka dapat dilakukan langkah-langkah sebagai berikut :

1. Menentukan *Mean Importance Score (MIS)* tiap-tiap variabel
2. Membuat *Weight Factors (WF)* per variabel. Bobot ini merupakan persentase nilai *MIS* per variabel terhadap total *MIS* seluruh variable,
3. Menentukan *Mean Satisfaction Score (MSS)* tiap atribut,
4. Membuat *Weight Score (WS_k)* tiap variabel. Bobot ini merupakan perkalian antara *WF_k* dengan *MSS_k*, dan
5. Menentukan *Customer Satisfaction Index (CSI)*.

Nilai CSI diperoleh dengan menggunakan persamaan :

$$CSI = \frac{\sum_{k=1}^p WS_k}{HS} \times 100\%$$

Keterangan :

CSI = *Customer Satisfaction Index*

WS_k = Total Nilai *Weight Score*

HS = *Highest Scale* skala maksimum yang digunakan
(Oktaviani, 2006).

E. Definisi Operasional

Dalam studi ini, kami telah memasukkan sejumlah istilah ke dalam definisi operasional kami:

1. Pangan adalah kebutuhan dasar manusia yang paling utama dan pemenuhannya juga merupakan bagian dari hak asasi manusia.
2. Buah adalah salah satu produk hortikultura yang kaya akan vitamin, mineral, serat dan lemak nabati.
3. Keamanan pangan (food safety) adalah kondisi dan upaya yang diperlukan untuk mencegah pangan dari kemungkinan cemaran fisik, biologi, kimia dan benda lain yang dapat mengganggu, merugikan dan membahayakan kesehatan manusia.
4. Konsumsi adalah kegiatan memanfaatkan barang – barang atau jasa dalam memenuhi kebutuhan hidup.
5. Konsumsi pangan adalah jenis dan jumlah pangan yang dikonsumsi oleh seseorang dengan tujuan tertentu pada waktu tertentu untuk memenuhi kebutuhan individu secara biologi, psikologi maupun sosial.
6. Konsumen adalah salah satu unit pengambilan keputusan dalam ekonomi yang bertujuan untuk memaksimalkan keputusan dari berbagai barang dan jasa yang dikonsumsi.
7. Perilaku konsumen adalah semua kegiatan, tindakan serta proses

psikologis yang mendorong tindakan tersebut pada saat sebelum membeli, ketika membeli, menggunakan, menghabiskan produk dan jasa setelah melakukan hal – hal diatas atau kegiatan mengevaluasi.

8. Nilai guna (utility) adalah kepuasan yang diperoleh seseorang dalam mengkonsumsi suatu barang tertentu.
9. Literasi adalah penggunaan praktik – praktik situasi sosial, historis, serta kultural dalam menciptakan dan menginterpretasikan makna melalui teks mencakup teks tulis dan teks lisan.
10. Performative adalah tingkatan literasi yang mampu membaca dan menulis serta berbicara dengan simbol - simbol yang digunakan (bahasa).
11. Functional adalah tingkatan literasi yang menggunakan bahasa untuk memenuhi kehidupan sehari – hari seperti membaca buku manual.
12. Informational adalah tingkatan literasi yang dapat mengakses pengetahuan dan bahasa.
13. Epistemic adalah tingkatan literasi yang dapat mentransformasikan pengetahuan dalam bahasa.
14. Kognitif adalah pengetahuan dan persepsi konsumen yang diperoleh melalui pengalaman dengan suatu produk dan informasi dari berbagai sumber.
15. Afektif adalah perasaan konsumen terhadap suatu produk

16. Konatif adalah tindakan atau perilaku yang akan dilakukan oleh seorang konsumen.



BAB IV GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

A. Deskripsi Lokasi Penelitian

1. Letak Geografis

Kota Makassar adalah ibu kota Provinsi Sulawesi Selatan, yang terletak di bagian Selatan Pulau Sulawesi antara 1190 24'17'38" bujur Timur dan 508'6'19" Lintang Selatan, dengan batas - batas secara administratif sebagai berikut :

- Sebelah Utara berbatasan dengan Kabupaten Pangkajene dan Kepulauan
- Sebelah Timur berbatasan dengan Kabupaten Maros
- Sebelah Selatan berbatasan dengan Kabupaten Gowa dan Takalar
- Sebelah Barat berbatasan dengan Selat Makassar

Makassar, kota yang dinamis terletak di wilayah selatan Pulau Sulawesi, mengundang dengan pesona dan daya tariknya. Kawasan Kota Makassar mulai terbentuk di sepanjang garis pantai yang indah, terletak di antara dua sungai yang megah - Sungai Jeneberang dan Sungai Tallo. Pertumbuhan Makassar sebagai kota perdagangan dan pelabuhan yang ramai sangat difasilitasi oleh lokasinya yang strategis di wilayah utara. Pedalaman membawa berbagai komoditas sumber daya alam ke Makassar untuk dijual di pasar. Di bagian barat Makassar, Anda akan menemukan Selat Makassar yang menakjubkan, dihiasi dengan gugusan pulau-pulau kecil yang menawan. Pulau-pulau tersebut memainkan peran penting dalam mendukung pertumbuhan

dan kemajuan Kota Makassar. Mereka memberikan perlindungan dan memenuhi berbagai kebutuhan kota.

2. Luas Wilayah

Makassar, kota yang dinamis terletak di wilayah selatan Pulau Sulawesi, mengundang dengan pesona dan daya tariknya. Kawasan Kota Makassar mulai terbentuk di sepanjang garis pantai yang indah, terletak di antara dua sungai yang megah - Sungai Jeneberang dan Sungai Tallo. Pertumbuhan Makassar sebagai kota perdagangan dan pelabuhan yang ramai sangat difasilitasi oleh lokasinya yang strategis di wilayah utara. Pedalaman membawa berbagai komoditas sumber daya alam ke Makassar untuk dijual di pasar. Di bagian barat Makassar, Anda akan menemukan Selat Makassar yang menakjubkan, dihiasi dengan gugusan pulau-pulau kecil yang menawan. Pulau-pulau tersebut memainkan peran penting dalam mendukung pertumbuhan dan kemajuan Kota Makassar. Mereka memberikan perlindungan dan memenuhi berbagai kebutuhan kota.

3. Iklim dan Musim

Kota Makassar memiliki iklim tropis yang menawan, yang dikenal dengan pola musim hujannya yang khas. Wilayah ini mengalami kontras yang mencolok antara curah hujan yang melimpah selama musim hujan dan kondisi yang lebih kering di musim kemarau. Biasanya, musim hujan berlangsung dari November hingga Maret, sedangkan musim kemarau berlangsung dari Mei hingga September.

Wilayah Kota Makassar memiliki suhu udara sedang, dengan kisaran 26°C hingga 29°C. Curah hujan tahunan di wilayah ini bervariasi antara 2.700 hingga 3.200 milimeter.

4. Keadaan Penduduk

Berdasarkan data yang diberikan oleh BPS Makassar pada tahun 2022, jumlah penduduk Kota Makassar tercatat sebanyak 1.432.189 jiwa. Jumlah penduduk laki-laki sebanyak 713.362 jiwa dan jumlah penduduk perempuan sebanyak 718.827 jiwa. Penduduk Kota Makassar terdiri dari berbagai suku seperti Makassar, Bugis, Toraja, Mandar, Buton, Tionghoa, Jawa, dan masih banyak lagi..

B. Sejarah dan Visi Misi Segar Buah

Toko Segar Buah merupakan toko ritel unik yang mengkhususkan diri dalam menyediakan berbagai macam buah segar, baik yang bersumber dari dalam negeri maupun luar negeri. Toko Segar Buah telah beroperasi sejak tahun 2010 dan berlokasi di Jl. Arief Rate No. 18, Kelurahan Mangkura, Kecamatan Ujung Pandang, Kota Makassar. Toko ini berada di bawah pengelolaan CV. Segar Buah yang telah berdiri sejak tahun 2008. Toko Segar Buah memiliki visi dan misi yang jelas yang menjadi pedoman dalam menjalankan operasional bisnisnya. Aspirasi kami adalah menjadikan Toko Segar Buah sebagai toko buah terkemuka, yang menyediakan berbagai macam buah lokal dan impor dengan pilihan yang lengkap dan kesegaran yang luar biasa. Dengan visi yang jelas, Toko Segar Buah bertekad untuk memperluas jangkauannya dengan

membuka jaringan toko buah segar di seluruh Makassar. Misi kami adalah memberikan pengalaman terbaik bagi pelanggan setia dan karyawan yang berdedikasi. Visi dan misi tersebut menjadi kerangka dasar dan prinsip panduan bagi seluruh karyawan di Toko Segar Buah. Setiap karyawan harus memahami dan menerapkan prinsip-prinsip tersebut secara menyeluruh dalam tugas sehari-hari, memastikan adanya perspektif bersama dan arah yang jelas untuk mencapai kepuasan pelanggan. Toko Segar Buah menonjol di antara toko buah dan supermarket lainnya dengan menawarkan berbagai pilihan produk buah segar. Dengan fokus pada kualitas, Toko Segar Buah menyediakan berbagai buah impor dan lokal, memastikan beragam pilihan bagi pelanggan. Harga ditetapkan dengan margin yang wajar, memungkinkan Toko Segar Buah berkembang di pasar yang kompetitif. Komitmen toko terhadap kesegaran telah mendapatkan tanggapan positif dari konsumen, yang menghargai dedikasi untuk memberikan produk buah terbaik. Toko Segar Buah dikelola oleh pemilik, yang bekerja sama erat dengan Kepala Toko atau Manajer untuk memastikan pilihan buah yang konsisten dan beragam dari pemasok terpercaya kami. Tim ini terdiri dari 12 orang, dengan satu karyawan yang mengawasi departemen pemasaran dan bertanggung jawab atas 7 anggota tim. Selain itu, ada 5 karyawan yang menangani tugas kasir.

C. Sejarah dan Visi Misi Plaza Buah

Plaza Buah Store merupakan usaha keluarga yang telah beroperasi sejak tahun 2011. Toko ini berdiri berawal dari Bapak Rusli

yang terinspirasi oleh saran pamannya setelah melakukan perjalanan bisnis ke luar negeri. Setelah melalui pertimbangan yang matang, Bapak Rusli memutuskan untuk mengubah lahan pribadinya menjadi Plaza Buah, sebuah toko buah yang terletak di Jl. Letjen Hertasing no. 1, Kelurahan Masale, Kecamatan Panakkukang, Makassar, Sulawesi Selatan. Plaza Buah Hertasing membentang sepanjang 0,09 kilometer dan saat ini memiliki beberapa cabang, khususnya di Jl. Sultan Alauddin dan Daya.

Lokasi Plaza Buah Hertasing yang strategis juga turut mendukung lingkungan bisnisnya, karena memudahkan akses konsumen. Konsumen tertarik dengan area parkir yang luas dan lingkungan belanja yang nyaman sebagai daya tarik utama kunjungan mereka. Plaza Buah Hertasing telah dikenal dengan pilihan buah-buahan segar yang luar biasa dan dedikasinya dalam memberikan layanan pelanggan yang sangat baik. Toko ini menjadi tujuan favorit warga Makassar yang mencari berbagai pilihan buah impor dan lokal. Buah-buahan yang tersedia untuk dibeli dipilih dengan cermat karena kualitasnya yang luar biasa, memastikan buah-buahan tersebut segar, berwarna cerah, dan dikemas dengan sangat hati-hati. Aneka buah yang tersedia untuk dibeli termasuk impor dari Tiongkok, Amerika, Peru, Afrika, Mesir, dan bahkan kurma dari Palestina. Plaza Buah Hertasing menawarkan berbagai macam buah untuk Anda pilih. Anda dapat menemukan apel, jeruk, pisang, mangga, anggur, semangka, melon, durian (saat musimnya), rambutan (saat musimnya), salak, nanas, pepaya, jambu biji, markisa, dan buah naga.

Begitu banyak pilihan lezat untuk memuaskan keinginan Anda akan buah! Ketersediaan buah-buahan ini dapat berfluktuasi tergantung pada waktu dalam setahun dan persediaan di toko.

Plaza Buah Hertasning didorong oleh visi dan misi yang jelas dalam mengejar tujuan bisnisnya. Plaza Buah Hertasning bercita-cita menjadi toko buah yang mempromosikan gaya hidup sehat melalui akses mudah ke buah-buahan segar. Misi kami adalah memberikan layanan yang luar biasa kepada pelanggan kami, terus berinovasi untuk menyediakan produk-produk terbaik, menjaga kontrol kualitas yang ketat atas buah-buahan kami, dan memastikan pengiriman tepat waktu. Kami berusaha untuk menciptakan pengalaman berbelanja yang inklusif untuk semua di Plaza Buah Hertasning Makassar. Struktur organisasi Plaza Buah Hertasning dirancang untuk mengelola pembagian tugas secara efektif dan menetapkan perbedaan yang jelas dalam tingkatan pekerjaan, tanggung jawab, dan posisi. Struktur organisasi Plaza Buah Hertasning melibatkan pemilik yang mengawasi staf administrasi dan staf kasir. Kami memiliki tim yang terdiri dari 10 orang, masing-masing dengan peran unik mereka sendiri. Staf kami meliputi seorang profesional administrasi, empat kasir, tiga Sales Promotion Girls (SPG), dan dua Sales Promotion Boys (SPB). Jam kerja dibagi menjadi dua shift. Shift pertama dimulai pukul 07.00 hingga 16.00 WITA, sedangkan shift kedua dimulai pukul 13.00 hingga 21.00 WITA. Berikut ini adalah rincian struktur organisasinya. :



Gambar 4.1. Struktur Organisasi Plaza Buah Hertasning

D. Sejarah dan Visi Misi Fruits Market

Fruits Market di Makassar didirikan pada tahun 2014. Toko ini dikenal sebagai pusat untuk membeli berbagai jenis buah segar dan produk pangan lainnya. Produk unggulan Fruits Market adalah buah – buahan impor segar dengan kualitas terjamin. Fruits Market beralamat di Jl. Pengayoman Blok G No.4, Kelurahan Masale, Kecamatan Panakkukang, Makassar.

Adapun tujuan didirikannya fruits market ini untuk menyediakan lapangan kerja bagi masyarakat yang memerlukan khususnya di lingkungan sekitar toko, sedangkan bagi toko itu sendiri adalah untuk mendapatkan laba yang maksimal. Jumlah karyawan pada Fruits Market sebanyak 8 orang antara lain bagian kasir sebanyak 2 orang, bagian administrasi sebanyak 1 orang, bagian kebersihan sebanyak 1 orang dan

bagian pemasaran sebanyak 4 orang.

E. Sejarah dan Visi Misi Frestive Makassar

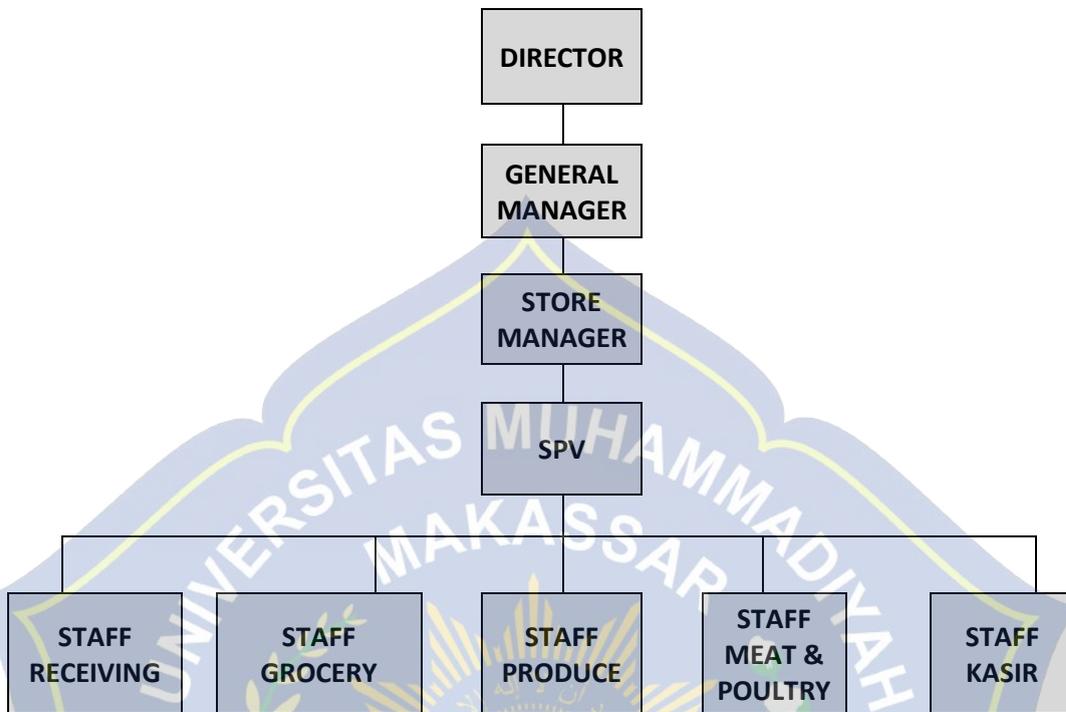
PT. Sumber Agri Sehat (Frestive) merupakan salah satu anak usaha dari PT. Laris Manis Utama yang di dirikan pada tanggal 11 Agustus 2012 dengan cabang pertama berada di Kemang Jakarta. Saat ini Frestive Supermarket sudah memiliki 7 cabang yang terletak di 3 kota besar yang ada di Indonesia antara lain Jakarta, Bali dan Makassar. Frestive Makassar sendiri diresmikan pada tanggal 8 Agustus 2019 yang beralamat di Jl. Sulawesi No. 91C, Kelurahan Pattunuang, Kecamatan Wajo, Makassar.

PT. Sumber Agri Sehat (Frestive) adalah perusahaan yang bergerak di bidang agribisnis di Indonesia. Perusahaan ini fokus pada pengembangan produk – produk buah, produk organik dan sehat untuk mendukung gaya hidup sehat masyarakat dengan komitmen untuk memberikan produk berkualitas tinggi. PT. Sumber Agri Sehat terus mengutamakan inovasi dan kualitas dalam setiap produknya. Frestive juga aktif dalam mengembangkan program – program keberlanjutan dan mendukung petani lokal dalam meningkatkan hasil panen secara berkelanjutan.

Dengan visi untuk menjadi perusahaan agribisnis terkemuka untuk menjual produk segar dengan tetap mempertahankan kualitas yang baik dalam memajukan pertanian di Indonesia. PT. Sumber Agri Sehat (Frestive) terus berkomitmen untuk memberikan solusi kesehatan dan

nutrisi yang baik bagi masyarakat. Misi dari PT. Sumber Agri Sehat yaitu memberikan layanan terbaik dan pemenuhan produk segar berkualitas kepada masyarakat dan mendorong kerjasama dan kerja tim dalam mencapai perusahaan yang sukses dan berkembang di tempat kerja yang menyenangkan bagi karyawan.

Jumlah karyawan di Frestive Makassar sebanyak 30 orang yang terdiri dari 1 orang *general manager* yang bertanggung jawab terhadap seluruh bagian manajemen di perusahaan, *store manager* (manajer toko) terdiri dari 1 orang yang bertanggung jawab mengawasi keseluruhan operasional termasuk penjualan, stok barang, pelayanan pelanggan, dan manajemen karyawan. *Store manager* membawahi *store supervisor* sebanyak 2 orang yang bertanggung jawab memastikan kelancaran operasional toko dengan mengawasi karyawan, menjaga kepuasan pelanggan dan mencapai target penjualan. Adapun staff pada Frestive Makassar terdiri atas 5 bagian, seperti yang tergambar pada struktur organisasi Frestive Makassar di bawah ini :



Gambar 4.2. Struktur Organisasi Frestive Makassar

BAB V

HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

A. Karakteristik Responden

Penelitian ini mengkaji karakteristik responden dari berbagai perspektif, meliputi jenis kelamin, usia, tingkat pendapatan, pendidikan, pekerjaan, periode pembelian, dan jumlah pembelian buah impor.

1. Jenis Kelamin

Karakteristik responden yang melakukan pembelian buah impor berdasarkan jenis kelamin yaitu jumlah responden laki - laki lebih kecil dibandingkan responden perempuan. Klasifikasi responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 5.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Laki-laki	28	23,33
2	Perempuan	92	76,67
Total		120	100

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2024.

Tabel 5.1 menunjukkan bahwa dari 120 responden yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 23,33% sedangkan berjenis kelamin perempuan sebanyak 76,67%. Dengan demikian dalam keluarga yang paling dominan berbelanja kebutuhan akan buah adalah perempuan. Hal ini menunjukkan bahwa perempuan memiliki peran yang besar dalam proses pengambilan keputusan

pembelian. Sejalan dengan hasil penelitian Jayadi (2005) yang menyatakan bahwa besarnya konsumen wanita dibandingkan pria mengindikasikan bahwa wanita sebagai ibu rumah tangga memiliki peran dominan dalam menentukan konsumsi keluarga dan wanita memiliki peranan utama dalam aktivitas bisnis terutama yang menggeluti usaha warung dan catering.

Menurut Huntu (2007) dalam Purimahua (2014), perbedaan gender adalah salah satu perbedaan dalam melakukan pembelian suatu jenis produk. Hal ini dikarenakan perempuan umumnya lebih sering pergi ke pasar dan juga berperan dalam pengambilan keputusan mengenai berbagai kebutuhan sehari – hari termasuk dalam membeli dan mengkonsumsi buah impor.

Dari segi kesehatan, dalam kehidupan sehari – hari perempuan lebih menjaga bentuk tubuh dibandingkan dengan laki – laki, oleh karena itu perempuan lebih memilih mengkonsumsi buah dan mengurangi pangan yang tinggi lemak dan karbohidrat agar berat badan tetap ideal. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Farida (2010), menjelaskan bahwa laki – laki lebih banyak mengkonsumsi makanan yang tinggi kalori dan sedikit mengkonsumsi buah dibandingkan perempuan, karena terdapat perbedaan pada jenis kegiatan serta perbedaan pada postur tubuh. Selain itu, besar kecilnya kebutuhan gizi seseorang ditentukan dari jenis kelamin karena antara jenis kelamin perempuan dan laki – laki

memiliki pertumbuhan dan perkembangan yang berbeda.

2. Usia

Responden atau konsumen yang membeli buah impor sifatnya beragam mulai dari umur 10 tahun sampai umur 50 tahun. Klasifikasi responden berdasarkan umur dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 5. 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Interval Usia (Tahun)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	< 10	-	-
2	11 – 20	2	1,67
3	21 – 30	34	28,33
4	31 – 40	62	51,67
5	> 40	22	18,33
Total		120	100

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2024.

Tabel 5.2 menunjukkan bahwa dari 120 responden, sebagian besar berada pada interval usia 31 - 40 tahun sebanyak 51,67%. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen yang membeli dan mengonsumsi buah impor berada pada kelompok usia produktif. Hal ini dapat disebabkan karena kesadaran pentingnya mengonsumsi buah - buahan yang mengandung vitamin dan mineral untuk kesehatan tubuh. Hal ini sejalan penelitian Ana Rosita yang menyatakan bahwa pada usia tersebut konsumen lebih banyak membutuhkan kandungan gizi yang terdapat dalam buah-buahan untuk dikonsumsi sebagai makanan pendamping selain makanan pokok dan menganggap penting artinya kesehatan, sehingga sadar untuk mengonsumsi buah-buahan untuk

kebutuhan sehari-hari dan kebutuhan untuk kesehatan (Ana Rosita, 2017).

3. Tingkat Pendapatan

Pendapatan adalah sumber daya material yang sangat penting bagi konsumen karena dengan pendapatan itulah, konsumen bisa membiayai kegiatan konsumsinya. Alasan inilah, perlu mengetahui pendapatan konsumen yang menjadi sasaran pasar karena pendapatan konsumen akan menjadi indikator penting yang dapat mempengaruhi keputusan dalam membeli kebutuhan rumah tangga dan besarnya jumlah pendapatan akan menggambarkan besarnya daya beli konsumen. Pendapatan tersebut kemudian akan mempengaruhi proses keputusan pola konsumsi seseorang yang selanjutnya akan mempengaruhi daya beli konsumen terhadap suatu produk (Sumarwan, 2003).

Klasifikasi responden berdasarkan tingkat pendapatannya adalah sebagai berikut :

Tabel 5. 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

No	Pendapatan Per Bulan (Rp)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	100.000 - 500.000	3	2,50
2	600.000 – 1.000.000	-	-
3	1.100.000 – 2.000.000	7	5,83
4	2.100.000 – 3.000.000	14	11,67
5	> 3.000.000	96	80
Total		120	100

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2024.

Tabel 5.3. menunjukkan jumlah responden yang paling banyak memiliki tingkat pendapatan per bulan lebih dari

Rp 3.000.000 sebanyak 96 orang dengan persentase 80% sedangkan responden dengan pendapatan per bulan kurang dari Rp. 1.000.000 sebanyak 3 orang dengan persentase 2.50%. Berdasarkan tingkat pendapatan tersebut maka dapat diketahui bahwa sebagian besar responden adalah golongan ekonomi menengah atas. Adapun responden yang memiliki tingkat pendapatan kurang dari 1.000.000-, adalah responden pelajar/mahasiswa yang masih mendapat uang bulanan dari orang tua dan belum memiliki pendapatan tetap.

Tingkat pendapatan yang diperoleh konsumen juga akan mempengaruhi jumlah dan jenis produk yang dikonsumsi seseorang, hal ini sejalan dengan hukum *Bennet* yang mengatakan bahwa peningkatan pendapatan akan mengakibatkan individu cenderung meningkatkan kualitas konsumsi pangannya dengan harga yang lebih mahal per unitnya zat gizinya (Soekirman, 2000).

4. Pendidikan Terakhir

Tingkat pendidikan seseorang akan mempengaruhi nilai-nilai yang dianutnya, cara berpikir, cara pandang bahkan persepsinya terhadap suatu masalah. Konsumen yang memiliki pendidikan yang lebih baik akan sangat responsif terhadap informasi dan juga mempengaruhi konsumen dalam pemilihan produk maupun merek. Pendidikan yang berbeda akan menyebabkan selera konsumen juga berbeda (Sumarwan, 2003).

Adapun tingkat pendidikan yang diambil dari 120 orang responden konsumen buah impor di Kota Makassar, dapat dilihat pada tabel 5.4 di bawah ini

Tabel 5.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir

No	Pendidikan Terakhir	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	SMP/Sederajat	-	-
2	SMA/Sederajat	19	15,83
3	S1	99	82,50
4	S2	2	1,67
Total		120	100

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2024.

Tabel 5.4. menunjukkan responden dengan tingkat pendidikan terakhir S1 sebanyak 99 orang dengan persentase sebesar 82,50%, responden setingkat SMA sebanyak 19 orang dengan persentase 15,83% dan responden dengan tingkat pendidikan terakhir S2 sebanyak 2 orang dengan persentase 1,67%. Hal ini membuktikan bahwa tingkat pendidikan responden konsumen yang membeli dan mengonsumsi buah impor adalah orang yang berpendidikan tinggi. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Salsabila et al (2019) yang menyatakan bahwa tingkat pendidikan yang tinggi membentuk pola pikir yang cenderung terstruktur dan terarah dengan tujuan yang jelas atau pasti. Banyaknya informasi yang didapatkan oleh konsumen mengenai buah impor yang menyebabkan mereka akan berperilaku kritis dalam pemilihan tempat berbelanja produk buah impor berkualitas untuk kebutuhan mereka. Pendidikan yang telah dijalani

seseorang tentulah tidak sama antara individu satu dengan individu lainnya, sehingga menanamkan sebuah pola pikir yang berbeda pula, dengan pola pikir yang berbeda tentunya dapat mempengaruhi tingkat keputusan pembelian konsumen.

5. Pekerjaan

Jenis pekerjaan yang dimiliki oleh seseorang mempengaruhi pendapatan yang akan diperoleh. Klasifikasi responden berdasarkan tingkat pekerjaan pada penelitian ini yaitu sebagai berikut :

Tabel 5. 5. Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan

No	Pendidikan Terakhir	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	ASN	35	29,17
2	Wiraswasta	34	28,33
3	Karyawan	41	34,17
4	Dokter	1	0,83
5	Ibu Rumah Tangga	6	5
6	Pelajar/Mahasiswa	3	2,50
Total		120	100

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2024.

Tabel 5.5 menunjukkan bahwa status pekerjaan responden yang terbanyak adalah karyawan sebanyak 41 orang dengan persentase sebesar 34,17%, ASN sebanyak 35 orang dengan persentase 29,17%, Wiraswasta sebanyak 34 orang dengan persentase 28,33%. Ketiga jenis pekerjaan tersebut berpengaruh terhadap keputusan dalam membeli dan mengkonsumsi buah impor, karena jenis pekerjaan akan membedakan tingkat pendapatan. Hal ini sesuai dengan pendapat Teme (2006) yang

menyatakan bahwa perbedaan jenis pekerjaan akan membedakan tingkat pendapatan sehingga konsumsi pangan akan dibatasi oleh pendapatan dan harga pangan. Sehingga jenis pekerjaan juga akan menentukan apa yang harus dikonsumsi seseorang.

6. Periode Pembelian

Keputusan konsumen dalam pemilihan waktu pembelian buah bisa saja berbeda. Periode pembelian buah impor dari 120 responden, dapat dilihat pada tabel 5.6 sebagai berikut :

Tabel 5.6. Karakteristik Responden Berdasarkan Periode Pembelian Buah Impor di Kota Makassar

No	Periode Pembelian	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Satu kali seminggu	32	26,67
2	Dua kali seminggu	15	12,50
3	Satu kali sebulan	24	20
4	Tidak ditentukan waktunya	49	40,83
Total		120	100

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2024.

Berdasarkan tabel 5.6, dapat diketahui bahwa responden yang tidak menentukan waktu dalam pembelian buah impor sebanyak 49 orang dengan persentase sebesar 40,83%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden tidak memiliki jadwal – jadwal khusus dalam melakukan pembelian buah impor, ini dapat disebabkan karena tergantung dari pendapatan yang diperoleh juga kebutuhan untuk mengkonsumsi buah tidak dianggap sebagai kebutuhan pokok sehingga secara umum alokasi pengeluaran untuk pembelian buah impor masih sedikit.

Hal ini sesuai dengan pendapat Sumarwan (2003) yang

menyatakan bahwa jumlah pendapatan akan menggambarkan besarnya daya beli dari seorang konsumen. Daya beli akan menggambarkan banyaknya produk dan jasa yang akan dibeli dan dikonsumsi oleh seorang konsumen.

Selanjutnya responden konsumen sebanyak 32 orang dengan persentase sebesar 26,67% melakukan pembelian buah impor setiap satu kali seminggu dikarenakan konsumen tersebut rutin setiap harinya mengkonsumsi buah sehingga setiap minggu membeli buah impor untuk dijadikan sebagai persediaan. Adapun responden konsumen sebanyak 24 orang yang membeli buah impor hanya satu kali sebulan dikarenakan konsumen tersebut tidak sepenuhnya mengkonsumsi buah impor namun mencampur dengan buah lokal untuk dikonsumsi. Hal tersebut dipengaruhi, dengan pertimbangan bahwa harga buah lokal lebih terjangkau dibandingkan dengan harga buah impor. Selain itu, ada beberapa responden konsumen membeli buah impor bukan untuk dikonsumsi namun dijadikan sebagai buah tangan ketika menjenguk keluarga ataupun kerabat yang sedang sakit.

7. Jumlah Pembelian

Konsumen dapat mengambil keputusan tentang seberapa banyak buah impor yang akan dibeli, pembelian buah impor yang dilakukan oleh konsumen bisa lebih dari satu jenis buah sesuai kebutuhan ataupun sesuai dengan pendapatan sehingga dalam hal

ini toko buah harus bisa menyediakan berbagai jenis buah sesuai dengan kebutuhan konsumen. Jumlah pembelian buah impor dari 120 responden, dapat dilihat pada tabel 5.7 sebagai berikut :

Tabel 5.7. Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian Buah Impor di Kota Makassar

No	Jumlah Pembelian (kg)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	1 -10	24	20
2	11 – 20	-	-
3	Sesuai kebutuhan	96	80
4	Sesuai pendapatan	-	-
Total		120	100

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2024.

Tabel 5.7 menunjukkan bahwa responden konsumen dengan jumlah pembelian buah impor sesuai kebutuhan menduduki tingkatan tertinggi sebanyak 96 orang dengan persentase sebesar 80%. Hal ini disebabkan karena konsumen mengkonsumsi buah impor dipengaruhi oleh tingkat pendapatan sehingga ketika konsumen membeli buah impor harus sesuai dengan kebutuhan. Karakteristik konsumen berdasarkan jenis kelamin, usia, tingkat pendapatan, pendidikan terakhir, pekerjaan, periode pembelian dan jumlah pembelian berpengaruh terhadap perilaku konsumen dalam memutuskan untuk membeli dan mengkonsumsi buah impor.

Berdasarkan karakteristik jenis kelamin, perempuan lebih cenderung mengkonsumsi buah impor dibanding laki – laki, usia dapat mempengaruhi jenis buah yang dikonsumsi misalnya remaja lebih menyukai buah yang manis dan berwarna cerah sedangkan orang dewasa mungkin mengkonsumsi buah untuk kesehatan. Dari

segi pendapatan, konsumen dengan pendapatan lebih tinggi membeli buah impor sementara yang berpendapatan lebih rendah mungkin memilih buah lokal dengan harga lebih terjangkau. Tingkat pendidikan dapat mempengaruhi pengetahuan tentang manfaat kesehatan mengkonsumsi buah sehingga mempengaruhi keputusan pembelian.

Berdasarkan jenis pekerjaan dapat mempengaruhi kebiasaan dalam mengkonsumsi buah misalnya konsumen yang memiliki pekerjaan yang padat sehingga sibuk mungkin memilih buah yang mudah dikonsumsi seperti buah potong. Konsumen yang sering membeli buah lebih memperhatikan jenis dan kesegaran buah sedangkan jumlah buah yang dibeli dapat mencerminkan pola konsumsi serta bagaimana buah tersebut dipilih berdasarkan kebutuhan atau pendapatan. Semua karakteristik konsumen ini saling berinteraksi dan dapat mempengaruhi konsumen dalam memilih dan membeli buah impor.

B. Analisis Literasi Food Safety

Analisis literasi merupakan analisis dan pengolahan data melalui teknik deskriptif kuantitatif. Data tersebut dideskripsikan untuk mengetahui tingkat literasi konsumen buah impor terkait food safety melalui pernyataan tentang pengetahuan dan sikap *food safety*. Jawaban atau tanggapan konsumen terhadap pernyataan tersebut

dianggap sebagai tingkat literasi konsumen dalam memahami konsep melalui tulisan dan mengaplikasikan pengetahuan dan sikap *food safety* dalam kehidupan sehari – hari. Hasil analisis ini diperoleh dari dua pernyataan yaitu pengetahuan dan sikap *food safety* yang terdapat dalam kuisioner.

1. Pengetahuan *Food Safety*

Pengetahuan didapat dari belajar, pengalaman, waktu, dan situasi yang digunakan untuk memecahkan masalah, menyesuaikan dengan situasi baru atau sebagai modal untuk belajar hal-hal lain, bahwa dengan pengetahuan yang baik diharapkan akan mempengaruhi sikap dan tindakan yang baik pula, sehingga dapat mencegah atau menanggulangi masalah yang ada. Pengetahuan merupakan hasil dari tahu dan terjadi setelah seseorang melakukan penginderaan terhadap suatu objek tertentu. Perilaku yang didasari oleh pengetahuan akan lebih langgeng daripada perilaku yang tidak didasari pengetahuan (Soekidjo, 2012).

Adapun pertanyaan mengenai pengetahuan *food safety* dalam penelitian ini terdiri dari 10 pertanyaan antara lain :

Tabel 5.8. Tanggapan Responden Mengenai Pengetahuan Food Safety Pada Konsumen Buah Impor di Kota Makassar

No	Pertanyaan	Jumlah Tanggapan		
		a	b	c
1	Buah yang baik untuk dikonsumsi berciri – ciri?	28	92	0
2	Mengapa sebelum mengolah bahan pangan, kuku jari harus pendek dan bersih?	43	3	74
3	Selama pengolahan pangan, alat pelindung diri (APD) yang wajib digunakan?	47	70	3
4	Kapan waktu mencuci tangan ketika mengolah pangan?	4	1	115
5	Bagaimana syarat air yang baik untuk mencuci buah?	111	3	5
6	Peralatan yang digunakan dalam memotong buah harus memenuhi syarat seperti?	62	58	0
7	Bagaimana mencuci peralatan yang digunakan untuk memotong buah?	27	54	39
8	Bagaimana cara mencuci buah yang akan dikonsumsi?	1	103	16
9	Syarat tempat sampah yang baik yaitu?	117	1	2
10	Waktu maksimal peralatan yang telah digunakan untuk memotong buah harus dicuci?	114	5	2
Total		554	390	256

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2024.

Hasil analisis menunjukkan bahwa literasi konsumen melalui pertanyaan pengetahuan *food safety* dari 120 responden, sebanyak 92 responden memberikan tanggapan pada pertanyaan 1b mengenai buah yang baik untuk dikonsumsi yaitu utuh dan segar sedangkan sebanyak 28 responden memberikan tanggapan pada pertanyaan 1a mengenai buah yang baik untuk dikonsumsi yaitu ukurannya besar serta beraroma harum dan segar. Tanggapan tersebut merupakan hal yang penting untuk pengetahuan konsumen mengenai ciri – ciri buah yang layak dan aman untuk dikonsumsi dari segi warna, bentuk, ukuran dan kulit buah. Pada pertanyaan 2c sebanyak 74 responden memberikan tanggapan mengenai

mengapa sebelum mengolah bahan pangan, kuku jari harus pendek dan bersih agar pangan yang dimasak tidak terkontaminasi sedangkan sebanyak 3 responden memberikan tanggapan pada pertanyaan 2b yaitu agar pangan yang dimasak tidak bebas dari kuman.

Pada pertanyaan 3b sebanyak 70 responden memberikan tanggapan yaitu selama pengolahan pangan, alat pelindung diri (APD) yang wajib digunakan antara lain celemek, ikat rambut, dan sarung tangan sedangkan yang memberikan tanggapan dengan menjawab 3a yaitu celemek, penutup kepala, dan alas kaki sebanyak 47 responden serta sebanyak 3 responden yang menjawab dengan 3c yaitu sandal, ikat rambut dan pakaian berlempang panjang. Pertanyaan 4c sebanyak 115 responden memberikan tanggapan mengenai kapan waktu mencuci tangan ketika mengolah pangan yaitu sesudah dan sebelum memasak sedangkan sebanyak 1 responden memberikan tanggapan pada 4b yaitu setiap kali berjabat tangan dengan orang lain.

Hal ini sesuai dengan pendapat Yolenda (2018) bahwa ada lima faktor yang perlu diperhatikan untuk penyediaan pangan yang aman, salah satunya yaitu menjaga kebersihan dengan mencuci tangan menggunakan sabun dan air bersih sebelum dan sesudah memasak atau menyediakan pangan. Hindari sentuhan tangan karena melalui sentuhan tangan, umumnya akan terjadi pencemaran makanan. Mikroorganisme yang melekat pada tangan akan berpindah ke makanan dan berkembang biak dalam makanan, terutama pada makanan jadi.

gunakan sarung tangan atau alat bantu seperti sendok dan lainnya pada saat akan bersentuhan dengan makanan.

Sebanyak 111 responden memberikan tanggapan pada pertanyaan 5a mengenai syarat air yang baik untuk mencuci buah yaitu jernih dan segar. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Tri Lestari (2002) yang menyatakan bahwa gunakan air dan bahan baku yang aman yaitu yang tidak berwarna dan tak berbau. Pada pertanyaan 6a sebanyak 62 responden memberikan tanggapan mengenai peralatan yang digunakan dalam memotong buah harus memenuhi syarat seperti mengkilap dan berbahan dasar *stainless steel*. Selain itu, sebanyak 58 responden memberikan tanggapan pada pertanyaan 6b mengenai peralatan yang digunakan dalam memotong buah harus memenuhi syarat seperti bersih, utuh dan kering. Tanggapan ini sangat penting untuk dapat menjaga keamanan dan kebersihan buah serta mencegah kontaminasi dari kotoran atau bakteri harus menggunakan peralatan yang bersih, utuh dan kering seperti pisau yang bersih, papan potong dan menggunakan sarung tangan. Dengan mematuhi syarat keamanan pangan, dapat dipastikan bahwa proses memotong buah tetap higienis dan aman untuk dikonsumsi.

Pada pertanyaan 7b sebanyak 54 responden memberikan tanggapan mengenai bagaimana mencuci peralatan yang digunakan untuk memotong buah yaitu dicuci dengan sabun kemudian dicelupkan pada ember berisi air, sedangkan sebanyak 39 responden memberikan tanggapan pada pertanyaan 7c yaitu dicuci dengan sabun dan jeruk nipis

kemudian dicelupkan ke ember berisi air dan sebanyak 27 responden memberikan tanggapan 7a yaitu dicuci dengan sabun, dibilas dengan air panas. Tanggapan ini penting untuk menjaga kualitas buah yang akan dipotong tergantung dengan kebersihan peralatan yang digunakan. Mencuci peralatan dengan sabun dan air hangat dapat membantu menghilangkan sisa – sisa kotoran, membilas peralatan dengan air bersih untuk menghilangkan sisa sabun dan mengeringkan peralatan dengan lap bersih.

Sebanyak 103 responden memberikan tanggapan pada pertanyaan 8b mengenai bagaimana cara mencuci buah yang akan dikonsumsi yaitu dicuci di air yang mengalir, sedangkan sebanyak 16 responden memberikan tanggapan pada pertanyaan 8c yaitu menggunakan sabun pencuci (seperti mama lemon atau sunlight) dan 1 responden memberikan tanggapan pada pertanyaan 8a yaitu direndam dalam air panas. Tanggapan tersebut merupakan hal yang sangat penting untuk pengetahuan *food safety* dalam mengkonsumsi buah karena dengan mencuci buah di bawah air yang mengalir dapat menghilangkan kotoran dan mengurangi kandungan cemaran kimia yang terkandung dalam buah.

Secara umum sebanyak 117 responden memberikan tanggapan pada pertanyaan 9a mengenai syarat tempat sampah yang baik yaitu harus kokoh, kedap air dan tertutup. Tanggapan pada pertanyaan 9a merupakan hal sangat penting untuk pengetahuan *food safety* karena dengan menggunakan wadah tempat sampah yang kokoh, kedap air dan

tertutup dapat menghindari kontaminasi pada pangan dan mencegah penyebaran penyakit melalui pangan. Hal ini sejalan dengan penelitian Tri Lestari (2020) yang menyatakan bahwa tujuan utama keamanan pangan adalah untuk mencegah pangan agar tidak terkontaminasi oleh zat asing baik fisik, biologi, maupun kimia sehingga dapat mengurangi potensi terjadinya sakit akibat bahaya pangan. Sedangkan sebanyak 114 responden memberikan tanggapan pada pertanyaan 10a mengenai waktu maksimal peralatan yang telah digunakan untuk memotong buah harus dicuci yaitu 5 menit. Tanggapan pada pertanyaan 10a merupakan hal yang sangat penting terkait dengan pencegahan pertumbuhan bakteri dan kontaminasi silang apabila peralatan yang digunakan untuk memotong buah tidak segera dicuci.

Berdasarkan hasil analisis dari tanggapan responden atas pertanyaan pengetahuan *food safety*, maka dapat diketahui bahwa tingkat literasi konsumen buah impor berada pada tingkatan performatif dan informational dimana konsumen mampu membaca dan menulis serta memahami pengetahuan terkait *food safety* melalui pertanyaan yang diberikan.

Secara keseluruhan, pengetahuan *food safety* ini adalah langkah penting untuk menjaga kesehatan dan keselamatan diri kita dan orang-orang yang kita cintai. Dalam hal pengawasan regulasi, negara memainkan peran penting dalam memastikan keamanan pangan. Negara memiliki sumber daya yang diperlukan untuk menegakkan regulasi dan

mengambil tindakan terhadap setiap penyimpangan yang mungkin terjadi. Mengingat keadaan ini, sangat penting bagi negara untuk memenuhi tugasnya dalam melindungi warga negaranya dari segala potensi risiko terhadap keamanan pangan (Anna S, 2021).

Sikap Food Safety

Menurut Soekidjo (2012), sikap merupakan reaksi atau respon yang masih tertutup dari seseorang terhadap stimulus atau objek. Seperti halnya pengetahuan, sikap mempunyai beberapa tingkatan yaitu : a) Menerima (*Receiving*) diartikan bahwa seseorang atau subjek mau dan memperhatikan stimulus yang diberikan (objek). b) Menanggapi (*Responding*) diartikan memberi jawaban atau tanggapan terhadap pernyataan atau objek yang ditanggapi.

Tabel 5.9. Tanggapan Responden Mengenai Sikap Food Safety Pada Konsumen Buah Impor di Kota Makassar

No	Alternatif Jawaban	Skor	P8		P10	
			Jumlah Responden	Total Skor	Jumlah Responden	Total Skor
1	Sangat Tidak Setuju	1	16	16	0	0
2	Tidak Setuju	2	95	190	1	2
3	Ragu	3	4	12	0	0
4	Setuju	4	0	0	22	88
5	Sangat Setuju	5	5	25	97	485
Total Skor				243		575
Rata Rata Indeks Skor				2,03		4,78
Kategori				Tidak Setuju		Sangat Setuju

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2024.

Analisis literasi diolah berdasarkan tanggapan responden

terhadap pernyataan tentang sikap *food safety*. Berdasarkan hasil tanggapan dari 120 responden, untuk literasi sikap yang terendah terdapat pada pernyataan 8 dengan nilai rata – rata sebesar 2,03 dimana responden memberikan tanggapan tidak setuju menggunakan talenan yang sama untuk memotong daging, sayur dan buah segar sedangkan literasi sikap yang tertinggi dengan nilai rata – rata sebesar 4,78 dimana responden memberikan tanggapan sangat setuju pada pernyataan 10 yaitu memperhatikan informasi label gizi dan tanggal kadaluarsa pada produk pangan.

Hal ini sesuai dengan fakta yang ada, bahwa setiap konsumen sebelum memutuskan untuk membeli produk pangan pasti memperhatikan informasi label gizi dan tanggal kadaluarsa karena sangat penting untuk memastikan keamanan dan kualitasnya. Dengan memperhatikan kedua informasi ini, konsumen dapat membuat pilihan yang tepat dalam memilih dan mengonsumsi produk pangan.

Sesuai hasil penelitian Anna Wahongan et al (2021) yang menyatakan bahwa setiap kali, jika hendak membeli pangan dalam kemasan, langkah pertama yang harus dilakukan konsumen adalah melihat kemasan dan labelnya. Kemasan itu sangat beragam bentuk dan bahannya. Namun, yang lebih penting adalah label yang terdapat pada kemasan itu. Setiap kali, jika hendak membeli pangan dalam kemasan konsumen harus banyak mengetahui produk didalam kemasan itu, yang dapat menjamin keamanan dalam mengonsumsi

produk pangan.

C. Analisis Perilaku Konsumen Buah Impor di Kota Makassar

Perilaku konsumen buah impor di Kota Makassar, diduga dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu jenis buah, kemasan buah, rasa buah, harga buah, ketersediaan buah, kesegaran buah, lokasi toko dan gengsi. Jenis - jenis buah impor yang ditawarkan pada toko buah yang dijadikan lokasi penelitian dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 5.10. Jenis – Jenis Buah Impor Pada Toko Segar Buah, Plaza Buah Hertasning, Fruits Market dan Frestive Sulawesi

No	Nama Buah	Asal
1	Jeruk Shatang Honey	China
2	Jeruk Ponkam	China
3	Jeruk Murcot	Argentina
4	Cherry Turkey	Turki
5	Anggur Hitam	Amerika, Australia, Afrika
6	Anggur Red Globe	Amerika, Australia, Afrika
7	Pear Century	China
8	Apel Pacific Breeze	Australia
9	Apel Hijau	Amerika
10	Pear Singo	China, Korea
11	Apel Ambrosia	Australia
12	Lemon	China
13	Apel Royal Gala	Australia, Perancis, Amerika
14	Jeruk Sunkist	Amerika, Australia
15	Pear Hijau	Africa
16	Apel Merah Kecil	Amerika
17	Apel Fuji	China
18	Jeruk Valencia	Mesir
19	Jeruk Wogan	China
20	Anggur Hijau Prime	Afrika
21	Lengkeng	China, Thailand, Vietnam dan Malaysia

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2024.

Buah impor yang dijual sangat beragam dan memiliki daya tersendiri bagi konsumen untuk membeli buah impor tersebut.

Berdasarkan hasil wawancara dengan konsumen, buah impor yang sering dikonsumsi oleh konsumen yaitu buah Apel Fuji, Anggur Red Globe, Jeruk Ponkam dan Pear Century.

Harga merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen buah impor karena konsumen akan memilih produk buah impor yang sesuai dengan pendapatan mereka. Di sisi lain, persaingan harga buah impor dari setiap toko buah juga dapat mempengaruhi keputusan konsumen. Penawaran harga yang lebih murah dapat menarik konsumen untuk membeli. Harga buah impor berkaitan juga dengan frekuensi pembelian konsumen, semakin tinggi harga buah impor, konsumen mungkin akan membatasi frekuensi pembelian mereka.

Ketersediaan dan kesegaran buah merupakan faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen. Ketersediaan buah yang cukup dan kesegarannya dapat meningkatkan minat konsumen untuk membeli. Buah yang segar sering dianggap lebih lezat dan bergizi, sehingga konsumen lebih cenderung memilih. Sebaliknya jika buah tersebut tidak tersedia secara konsisten atau tidak segar, konsumen pasti mencari alternatif lain atau beralih ke tempat lain untuk memenuhi kebutuhan mereka.

Persepsi gengsi juga dapat berperan dalam membentuk perilaku konsumen terhadap buah impor. Konsumen sering memilih buah impor bukan hanya karena nilai gizi atau kualitasnya, tetapi juga karena status

sosial dan citra yang ditunjukkannya. Membeli dan mengonsumsi buah impor sering kali dianggap sebagai simbol eksklusivitas dan kemewahan, yang berfungsi sebagai sarana untuk menunjukkan status sosial seseorang. Hal ini dapat memengaruhi preferensi konsumen, yang membuat mereka cenderung memilih buah impor dari pada buah lokal. Menurut Philip Kotler (2008), perilaku konsumen dibentuk oleh berbagai faktor sosial, termasuk pengaruh kelompok referensi, dinamika keluarga, serta peran dan status sosial konsumen. Posisi individu dalam setiap kelompok dapat dinilai berdasarkan peran dan statusnya. Setiap posisi memiliki tingkat gengsi tertentu yang merupakan cerminan pengakuan masyarakat secara keseluruhan.

Faktor – faktor yang diduga mempengaruhi perilaku konsumen tersebut selanjutnya dianalisis menggunakan analisis regresi linear berganda, dengan hasil seperti yang terlihat pada tabel 5.11 berikut ini :

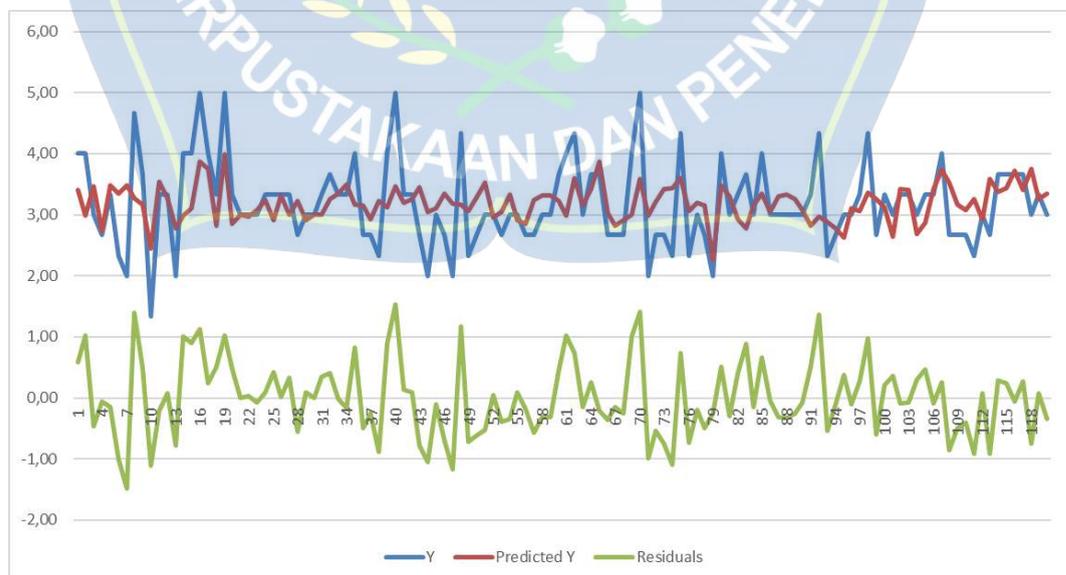
Tabel 5.11. Hasil Analisis Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Buah Impor di Kota Makassar

Variabel	Koefisien	Standard Error	t Stat	P-value
Intercept	3,9544	1,0919	3,6216	0,0004
Jenis buah (X1)	-0,2742	0,1810	-1,5152	0,1326
Kemasan buah (X2)	0,1634	0,0583	2,8040	0,0060
Rasa buah (X3)	-0,2564	0,1895	-1,3529	0,1788
Harga buah (X4)	0,0276	0,0961	0,2869	0,7747
Ketersediaan buah (X5)	-0,1190	0,2140	-0,5560	0,5793
Kesegaran buah (X6)	-0,2323	0,2102	-1,1054	0,2714
Lokasi toko (X7)	0,3985	0,1472	2,7080	0,0078
Gengsi (X8)	-0,0066	0,0784	-0,0842	0,9330

<i>Regression Statistics</i>					
Multiple R	0,42628414				
R Square	0,18171816	18,17%			
Adjusted R Square	0,1227429				
Standard Error	0,64590137				
Observations	120				
<i>Anova</i>					
	<i>Df</i>	<i>SS</i>	<i>MS</i>	<i>F</i>	<i>Significance F</i>
Regression	8	10,28373	1,285467	3,081261	0,003564875
Residual	111	46,30793	0,417189		
Total	119	56,59167			

Sumber : Data primer setelah diolah, 2024.

Tabel 5.11 menunjukkan bahwa nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,1817 yang berarti bahwa jenis buah, kemasan buah, rasa buah, harga buah, ketersediaan buah, kesegaran buah, lokasi toko dan gengsi secara bersama – sama berpengaruh terhadap perilaku konsumen sebesar 18,17%, sedangkan sisanya 81,83% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti.



Berdasarkan hasil analisis regresi maka variabel - variabel yang berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumen buah impor adalah kemasan buah dan lokasi toko. Kemasan buah berpengaruh terhadap perilaku konsumen, artinya jika kemasan buah menarik, informatif, praktis dan dapat menarik perhatian konsumen maka keputusan pembelian juga tinggi. Kemasan yang baik tidak hanya melindungi buah dari kerusakan, tetapi juga memberikan kesan positif dan meningkatkan kepercayaan konsumen. Oleh karena itu, kemasan yang digunakan harus sedemikian rupa sehingga dapat melindungi buah dari gangguan fisik, bahaya pencemaran, dapat menarik perhatian konsumen dan memberi kesan bahwa produk tersebut memiliki mutu atau kualitas yang baik.

Menurut Assauri (1999), kemasan yang digunakan pada sebuah produk harus memenuhi syarat, antara lain : harus dapat melindungi produk terhadap kerusakan, kehilangan dan kekotoran, harus ekonomis dan praktis bagi kegiatan pendistribusian produk tersebut. Dalam hal ini dimaksudkan bahwa perusahaan harus dapat memilih jenis dan cara pembungkusan dengan biaya yang relatif murah, akan tetapi dapat memberi kemudahan bagi konsumen untuk membawa dan menyimpannya, ukuran kemasan hendaklah sesuai dengan kehendak pembeli, misalnya besar kecilnya, dan bentuknya sesuai dengan unit kesatuan produk dan kemasan haruslah memberikan aspek deskriptif dan kemasan hendaklah mempunyai citra dan aspek seni.

Lokasi toko berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumen, apabila toko buah berada dekat dengan area tempat tinggal atau tempat kerja konsumen biasanya lebih diminati karena menghemat waktu dan biaya transportasi. Toko yang terletak di lokasi strategis seperti di jalan utama, mudah dijangkau, kemudahan parkir dan nyaman cenderung menarik konsumen untuk berkunjung. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semakin mudah dijangkau lokasi toko maka keputusan pembelian buah juga semakin tinggi.

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda, tampak bahwa jenis buah, rasa buah, harga buah, ketersediaan dan kesegaran buah tidak memiliki dampak yang signifikan.. Meskipun demikian, faktor-faktor ini sering menjadi motivasi bagi konsumen untuk memilih, membeli dan mengonsumsi buah impor. Dari segi rasa, buah impor memiliki kualitas dan rasa yang lebih baik terutama jika dari negara yang memiliki iklim ideal untuk buah tertentu. Buah impor lebih bervariasi dan memberikan konsumen lebih banyak pilihan. Dilihat dari segi ketersediaan dan kesegaran buah, buah impor lebih segar dan tersedia sepanjang tahun dibandingkan dengan buah lokal yang musiman. Buah impor sering dipilih karena penampilannya dan kemasan yang menarik, dan kadang buah impor harganya bisa lebih terjangkau dengan adanya promo harga sehingga menarik konsumen untuk membeli.

D. Kepuasan Konsumen Buah Impor di Kota Makassar

Setelah melakukan keputusan pembelian, peneliti melakukan analisis apakah konsumen puas atau tidak dalam membeli buah impor berdasarkan variabel terkait. Pengukuran tingkat kepuasan konsumen sangat penting dilakukan untuk mengetahui seberapa besar harapan yang dapat dipenuhi oleh toko buah. Berdasarkan dari hasil perhitungan yang telah dilakukan, diperoleh nilai CSI sebesar 4.05. Nilai CSI ini diperoleh dari pembagian antara total nilai *Weight Score* (WS) dengan skala maksimum yang digunakan dalam penelitian ini. Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh nilai indeks kepuasan tersebut berada pada rentang 0,72 – 0,96 yang berarti secara keseluruhan konsumen buah impor merasa puas terhadap buah impor. Adapun tingkat kepuasan konsumen sebagai berikut :

Tabel 5.12. Tingkat Kepuasan Konsumen Buah Impor di Kota Makassar

Skala	Nilai Indeks	Kategori
1	0 – 0,24	Sangat Tidak Puas
2	0,24 – 0,48	Tidak Puas
3	0,48 – 0,72	Cukup Puas
4	0,72 – 0,96	Puas
5	0,96 – 1,20	Sangat Puas

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2024.

Analisis tingkat kepuasan konsumen dapat diketahui sejauh mana tingkat kinerja atau pelaksanaan atribut – atribut yang diamati dapat memenuhi kebutuhan atau harapan konsumen. Secara umum konsumen buah impor yang memanfaatkan atribut jenis buah, rasa, harga, ketersediaan, kesegaran, lokasi toko dan gengsi merasa puas dengan atribut tersebut yang ditunjukkan dengan nilai CSI sebesar

4.05. Atribut jenis buah dalam penelitian ini berupa jenis buah yang dijual beragam pada toko buah yang dijadikan sebagai lokasi penelitian, berdasarkan hasil analisis yang memiliki nilai rata – rata skor kepuasan (MSS) tertinggi dibandingkan dengan atribut lainnya yaitu sebesar 4,38.

Tabel 5.13. Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Buah Impor di Kota Makassar

Atribut	Rata – Rata Skor Kepentingan (MIS)	Bobot Faktor (WF)	Rata-Rata Skor Kepuasan (MSS)	Skor Bobot (WS)
Jenis Buah	3,19	0,33	4,38	1,44
Kemasan Buah	3,19	0,33	2,38	0,78
Rasa Buah	3,19	0,33	4,19	1,38
Harga Buah	3,19	0,33	4,02	1,32
Ketersediaan Buah	3,19	0,33	4,18	1,38
Kesegaran Buah	3,19	0,33	4,33	1,42
Lokasi Toko	3,19	0,33	4,18	1,38
Gengsi	3,19	0,33	1,52	0,51

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2024.

Keragaman produk adalah salah satu faktor yang harus dipertimbangkan oleh pedagang. Sebuah pasar yang semakin lengkap maka semakin memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Dengan konsep keragaman produk menurut James F. Engels (2000), keragaman produk adalah kelengkapan produk yang berhubungan dengan kedalaman, luas dan kualitas produk yang ditawarkan. Sedangkan untuk atribut gengsi berdasarkan hasil analisis, diperoleh nilai rata – rata skor kepuasan (MSS) terendah yaitu sebesar 1,52 sehingga dapat disimpulkan bahwa gengsi tidak mempengaruhi kepuasan konsumen buah impor di Kota Makassar.

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Dari hasil analisis dan pembahasan yang diperoleh, dapat disimpulkan antara lain :

1. Karakteristik konsumen dari perspektif jenis kelamin, usia, tingkat pendapatan, tingkat pendidikan, pekerjaan, periode pembelian dan jumlah pembelian berpengaruh terhadap perilaku konsumen dalam memutuskan untuk membeli dan mengonsumsi buah impor. Karakteristik konsumen buah impor di Kota Makassar berdasarkan jenis kelamin lebih dominan perempuan sebanyak 76,67% yang membeli dan mengonsumsi buah impor dibanding laki-laki, karakteristik berdasarkan usia lebih dominan kelompok umur 31-40 tahun sebanyak 51,67%, karakteristik berdasarkan tingkat pendapatan lebih dominan konsumen yang berpenghasilan di atas Rp. 3.000.000 per bulannya sebesar 80%, karakteristik berdasarkan pendidikan dominan konsumen yang membeli dan mengonsumsi buah impor berpendidikan S1 sebanyak 82,50%, karakteristik berdasarkan pekerjaan dominan responden adalah karyawan sebanyak 34,17%, karakteristik berdasarkan periode pembelian dominan konsumen yang membeli buah impor tidak menentukan waktu pembelian dengan jumlah responden sebanyak 40,83%, karakteristik konsumen berdasarkan jumlah pembelian

buah impor sebanyak 80% responden membeli buah impor sesuai kebutuhan.

2. Tingkat literasi *food safety* konsumen buah impor berdasarkan tanggapan dari pernyataan pengetahuan dan sikap, berada pada tingkatan performatif dan informational dimana konsumen mampu membaca dan menulis serta memahami pengetahuan dan sikap terkait *food safety* melalui pernyataan yang diberikan.
3. Dari hasil analisis regresi linear berganda, bahwa perilaku konsumen buah impor sangat dipengaruhi oleh kemasan buah dan lokasi toko. Apabila kemasan buah menarik, informatif dan dapat menarik perhatian konsumen maka keputusan pembelian juga tinggi. Demikian pula dengan lokasi toko semakin mudah dijangkau, maka keputusan pembelian buah juga semakin tinggi. Dari segi kepuasan, konsumen buah impor merasa puas dengan beragam jenis buah yang dijual pada toko buah yang dijadikan sebagai lokasi penelitian.

B. Saran

1. Perlu dilakukan penelitian yang menganalisis tentang bagaimana konsumen menilai kualitas dan kesegaran buah impor dan bagaimana penilaian ini mempengaruhi keputusan pembelian buah impor.
2. Terkait dengan literasi *food safety*, pentingnya pengelola toko buah diberikan pemahaman terkait penerapan penanganan pangan yang

baik khususnya buah untuk menghasilkan pangan yang aman dikonsumsi melalui sosialisasi, edukasi dan bimbingan teknis.



DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, S. 1999. Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep dan Strategi. PT. Raja Grafindo Persada: Jakarta.
- Adi Nugroho. 2002. Perilaku Konsumen. Salemba Emas Cetakan Pertama, h.11. Jakarta.
- Almatsier, Sunita. 2006. Prinsip-Prinsip Dasar Ilmu Gizi. Jakarta: Gramedia.
- Anonim. 2010. Konsumsi Buah Masyarakat Sangat Rendah. Diambil dari : <http://kesehatan.kompas.com.id>. (Diunduh 10 Januari 2024).
- Adrian, M. G., & Irawan, A. 2010. Pengaruh Persepsi Nilai, Kesadaran Kesehatan dan Kepedulian Keamanan Pangan Terhadap Niat Beli Makanan Organik di Kota Malang. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 78(1), 140–149.
- Amran, T dan Ekadeputra, P. 2010. Pengukuran Kepuasan Pelanggan Menggunakan Metode Kano Dan *Root Cause Analysis* (2) : 164.
- Amiruddin. 2013. *Ekonomi Mikro. Cetak 1*. Alauddin University Press. Makassar. h.259.
- Akhmad Mujahidin. 2014. *Ekonomi Islam 2*. Al-Mujtahadah Press. Pekanbaru.
- Ana Rosita 2017. Pengambilan Keputusan Konsumen dalam pembelian BuahBuahan di Toko Buah Sekitar Pasar Induk Gemah Ripah. Department of Agribusiness. UMY Repository.
- Bungaran. 2002. Peningkatan Produksi Hortikultura. Jakarta Timur.
- Baliwaty. Y.F. 2004. Pengantar Pangan dan Gizi. Cetakan Ke 1. Penerbit Swadaya. Jakarta.
- Badan Pusat Statistik. *Istilah*. Diakses tanggal 8 Januari 2024. Jam 19.50.

- Farida, I. 2010. Faktor – Faktor yang Berkaitan dengan Perilaku Konsumen Buah pada Remaja di Indonesia. https://lib.unnes.ac.id/35748/1/6411414075_Optimized.pdf
- Hura, D. L., Njatrijani, R., & Mahmudah, S. 2016. Perlindungan Bagi Konsumen Terhadap Makanan Olahan Mengandung Bahan Berbahaya Di Jawa Tengah. *Diponegoro Law Journal*, 5(4), 1–18
- Kern, R. 2000. *Literacy and Language Teaching*. Oxford: Oxford University Press.
- Kotler dan Keller. 2008. *Perilaku Konsumen*. PT. Indeks Kelompok Media, Jakarta.
- Kusuma. B. 2008. *Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Konsumsi Masyarakat Di Indonesia (Tahun 1988-2005)*. Yogyakarta. FE Universitas Islam Indonesia.
- Knechtges, P. L. 2014. *Keamanan Pangan, Teori dan Praktik*. Jakarta : Penerbit Buku Kedokteran EGC.
- Khaeruman dan Hafidz Hanafiah. 2019. Perbandingan Kualitas Produk Sayur Dan Buah Pada Pasar Tradisional Dan Pasar Modern Di Kota Serang Dalam Penerapan Strategi Pemasaran. *Majalah Ilmiah Bijak* Vol. 16, No. 2, September 2019, pp. 110-120. Program Studi Manajemen, Universitas Bina Bangsa Banten.
- Loudon, D. L., Della Bitta, A. J. 1993. *Consumer Behavior: Concepts and Applications*. 4th Edition. McGraw-Hill: New York.
- Lismanizar, & Utami, S. 2018. Pengaruh Keamanan Pangan, Kesadaran Kesehatan, Nilai yang Dirasakan dan Harga terhadap Niat Beli Makanan Cepat Saji di Kota Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 3(2), 86–97
- Moorcy, Fitria. 2003. *Analisa Perilaku Konsumen Toko Swalayan Buah Segar X Jakarta Selatan*. Jurusan Ilmu Sosial Ekonomi Pertanian. Fakultas Pertanian IPB. Bogor.

- Masyhuri. 2007. *Ekonomi Mikro*. UIN – Malang Press. Malang.
- Mamang, Etta Sangadji, Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen : Pendekatan Praktis*. Jakarta : Penerbit Andi.
- Notoatmojo, Soekidjo. 2012. *Pengantar Pendidikan dan Ilmu Perilaku Kesehatan*. Yogyakarta:
- Nugraheni, H., Wiyatini, T., & Wiradona, I. (2018). *Kesehatan Masyarakat dalam Determinan Sosial Budaya*. Yogyakarta: Penerbit Deepublish.
- Oktaviani, R.W.; dan Suryana, R.N. 2006. "Analisis Kepuasan Pengunjung dan Pengembangan Fasilitas Wisata Agro (Studi Kasus di Kebun Wisata Pasirmukti, Bogor)". *Jurnal Agro Ekonomi*. Vol. 24, No. 1, Mei 2006, hal.:41-58.
- Peter, J. P., Olson, J. C. 1999. *Consumer Behavior: Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jilid 1. Edisi 4. Penerbit Erlangga: Jakarta.
- Paramita, D. 2010. *Analisis Tipe Perilaku Konsumen Dalam Membeli Teh Di Pasar Tradisional Kabupaten Wonogiri*. Universitas Sebelas Maret. Surakarta.
- Purimahua, S. 2014. *Faktor – Faktor yang Berhubungan Dengan Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Produk Sayur Studi Kasus Di Fris Market Ambon*. Fakultas Pertanian. Universitas Pattimura.
- Reksoprayitno. Soediyono. 2000. *Ekonomi Makro (Pengantar Analisis Pendapatan Nasional)*. Edisi Kelima. Cetakan Kedua. Liberty. Yogyakarta.
- Rahmat Rukmana. 2008. *Bertanam Buah – Buahan di Pekarangan*. Kanisius. Yogyakarta.

- Sjaifullah. 1996. Petunjuk Memilih Buah Segar. Jakarta : Penerbit Swadaya.
- Schiffman, L. G. & Kanuk, L. L. 2000. Consumer Behavior. 7th Ed. Prentice Hall: New Jersey.
- Soekirman. 2000. Ilmu Gizi dan Aplikasinya. Jakarta. Ditjen DIKTI. Depdiknas.
- Sumarwan, U. 2003. Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran. PT. Ghalia Indonesia & MMA IPB: Jakarta.
- Suryawinoto, 2006. Impor dan Ekspor Buah-buahan Indonesia. Jakarta: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Soeharno. 2007. Teori Mikroekonomi. C.V Andi Offset ; Yogyakarta.
- Smith, D.S. 2008. Food Safety Guide. Retrieved March 5, 2015. From http://www.rightheld.com/topic/food_safety/overview.
- Salleh, M. M., Ali, S. M., Harun, E. H., Jalil, M. A., & Shahrudin, M. R. 2010. Consumer ' s Perception and Purchase Intentions Towards Organic Food Products : Exploring Attitude Among Academician. Canadian Social Science, 6(6), 119–129.
- Sugiyono. 2012. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D. Bandung : Penerbit Alfabeta.
- Siaputra, H. 2020. Bagaimana Keamanan Pangan, Kualitas Makanan Dan Citra Merek Mempengaruhi Minat Beli Ulang. Jurnal Manajemen Perhotelan, 6(2), 79–87. <https://doi.org/10.9744/jmp.6.2.79-87>.
- Teme, Y.V. 2006. Analisis Pola Konsumsi Jeruk Lokal dan Jeruk Impor di Kota Bogor. Jurusan Manajemen Agribisnis. Institut Pertanian Bogor.
- Tri Rini Puji Lestari. 2020. Penyelenggaraan Keamanan Pangan sebagai Salah Satu Upaya Perlindungan Hak Masyarakat sebagai

Konsumen. Pusat Penelitian Badan Keahlian DPR RI. Jl. Gatot Subroto, Senayan, Jakarta Jurnal Masalah-Masalah Sosial | Volume 11, No. 1 Juni 2020. ISSN: 2086-6305 (print) ISSN: 2614-5863 (electronic).

Wells, B. 1987. Apprenticeship in Literacy. Dalam *Interchange* 18,1/2:109

Walpole, Ronald E., 1995. Pengantar Statistika edisi ke-3. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.



Lampiran 1. Kuisisioner Penelitian



**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER AGRIBISNIS**

**FITRI REZKI RAJUDDIN
NIM.105051100422**

Kuisisioner Penelitian untuk Tesis

**ANALISIS LITERASI FOOD SAFETY DAN FAKTOR YANG BERPENGARUH
TERHADAP PERILAKU KONSUMEN BUAH IMPOR DI KOTA MAKASSAR**

Bersamaan ini saya mahasiswa Universitas Muhammadiyah Makassar memohon kesediaan Bapak/Ibu/Sdr/Sdri untuk mengisi daftar pertanyaan sesuai dengan kondisi yang sebenarnya. Atas kesediaan dan kerjasamanya, saya ucapkan terima kasih.

Lokasi Toko : Segar Buah No. Responden :

Plaza Buah Hertasning

Fruits Market

Frestive Sulawesi

Bagian 1.

Petunjuk : Berilah tanda (√) pada pilihan Anda.

Identitas Responden

1. Nama : _____

2. Jenis kelamin : Laki-laki Perempuan

3. Pendapatan perbulan: Rp _____

1. Rp.100.000 – 500.000 4. Rp 2.100.000 – 3.000.000

2. Rp.600.000 – 1.000.000 5. Rp ≥ 3.000.000

3. Rp1.100.000 – 2.000.000

3. Usia : _____ thn

1. < 10 Tahun

4. 31-40 Tahun

2. 11-20 Tahun

5. ≥ 50 Tahun

3. 21-30 Tahun

4. Pendidikan terakhir :

SMP/Sederajat

Strata 1

SMA/Sederajat

Strata 2

5. Pekerjaan : _____

6. Periode Pembelian

Frekuensi anda membeli buah impor :

a. Satu kali seminggu

c. Satu kali sebulan

b. Dua kali seminggu

d. Tidak ditentukan waktunya

7. Jumlah Pembelian

Anda membeli buah impor :

a. 1 – 10 kg

c. sesuai kebutuhan

b. 11 – 20 kg

d. sesuai pendapatan

Bagian 2

Petunjuk : Berilah tanda (√) pada pilihan Anda.

Keterangan : Sangat setuju (5)

Setuju (4)

Ragu (3)

Tidak setuju (2)

Sangat tidak setuju (1)

X1 : Jenis Buah

No	Pernyataan	5	4	3	2	1
1	Jenis buah yang dijual kurang beragam					
2	Jenis buah yang dijual beragam					
3	Jenis buah impor yang paling sering anda beli adalah : a. Anggur b. Apel c. Pear d. Jeruk e. Lengkeng f. Lemon g. Kiwi h. Strawberry i.					

X2 : Kemasan Buah

No	Pernyataan	5	4	3	2	1
1	Buah yang dijual mempunyai kemasan yang menarik					

X3 : Rasa Buah

No	Pernyataan	5	4	3	2	1
1	Buah yang dijual rasanya manis					
2	Buah yang dijual rasanya kurang manis					

X4 : Harga Buah

No	Pernyataan	5	4	3	2	1
1	Harga buah yang dijual sesuai dengan tingkat pendapatan saya.					
2	Harga buah di toko ini bervariasi, sehingga meyakinkan saya untuk membeli buah disini.					
3	Harga buah di toko ini terjangkau lebih murah dibandingkan dengan toko buah yang lain					

X5 : Ketersediaan Buah

No	Pernyataan	5	4	3	2	1
1	Buah yang dijual di toko ini terbatas					
2	Tersedia berbagai jenis buah yang dijual					

X6 : Kesegaran Buah

No	Pernyataan	5	4	3	2	1
1	Buah yang dijual mempunyai kualitas yang baik dan segar.					
2	Buah yang dijual tidak segar					
3	Pemilik/penjual memperhatikan kesegaran dari buah yang di jual.					

X7 : Lokasi Toko

No	Pernyataan	5	4	3	2	1
1	Lokasi tempat membeli buah mudah dijangkau dengan kendaraan umum.					
2	Lokasi tempat membeli buah menyediakan lapangan parkir yang luas dan aman.					
3	Lokasi tempat membeli buah memperhatikan kebersihan pasar dengan baik.					

X8 : Gengsi

No	Pernyataan	5	4	3	2	1
1	Bagi Anda, apakah dengan membeli buah dapat meningkatkan gengsi seseorang					

Keputusan Membeli

No	Pernyataan	5	4	3	2	1
1.	Saya sebagai konsumen ingin membeli buah impor karena adanya vitamin yang terkandung baik untuk kesehatan saya					
2.	Saya sebagai konsumen ingin membeli buah impor karena saya merasa puas dengan khasiat nya					
3.	Saya sebagai konsumen memiliki minat yang tinggi untuk membeli buah impor					

Bagian 3

Petunjuk : Berilah tanda (√) pada pilihan Anda.

(Melalui Google Form. Link: <http://bit.ly/.....>)

Pengetahuan Food Safety

1. Buah yang baik untuk dikonsumsi berciri – ciri...
 - a. Ukurannya besar serta beraroma harum dan segar
 - b. Utuh dan segar
 - c. Utuh, berlubang dan berukuran besar
2. Mengapa sebelum mengolah bahan pangan, kuku jari harus pendek dan bersih?
 - a. Agar pangan yang diolah menyehatkan
 - b. Agar pangan yang dimasak tidak bebas dari kuman
 - c. Agar pangan yang dimasak tidak terkontaminasi
3. Selama pengolahan pangan, alat pelindung diri (APD) yang wajib digunakan?
 - a. Celemek, penutup kepala, dan alas kaki
 - b. Celemek, ikat rambut, dan sarung tangan
 - c. Sandal, ikat rambut dan pakaian berlengan panjang
4. Kapan waktu mencuci tangan ketika mengolah pangan?
 - a. Sesudah mencuci piring kotor
 - b. Setiap kali berjabat tangan dengan orang lain
 - c. Sesudah dan sebelum memasak
5. Bagaimana syarat air yang baik untuk mencuci buah?
 - a. Jernih dan segar
 - b. Terasa manis dan Jernih
 - c. Jernih, terasa segar dan sedikit manis
6. Peralatan yang digunakan dalam memotong buah harus memenuhi syarat seperti?
 - a. Mengkilap dan berbahan dasar *stainless steel*
 - b. Bersih, utuh dan kering (58 Responden)
 - c. Baru dan mengkilap

7. Bagaimana mencuci peralatan yang digunakan untuk memotong buah?
 - a. Dicuci dengan sabun, dibilas dengan air panas
 - b. Dicuci dengan sabun kemudian dicelupkan pada ember berisi air
 - c. Dicuci dengan sabun dan jeruk nipis kemudian dicelupkan ke ember berisi air
8. Bagaimana cara mencuci buah yang akan dikonsumsi?
 - a. Direndam dalam air panas
 - b. Dicuci di air yang mengalir
 - c. Menggunakan sabun pencuci (seperti mama lemon atau sunlight)
9. Syarat tempat sampah yang baik yaitu?
 - a. Kokoh, kedap air dan tertutup
 - b. Kedap air, tertutup dan terbuat dari bahan yang mudah terbakar
 - c. Kokoh, berlubang, terbuat dari bahan tahan karat dan besar
10. Waktu maksimal peralatan yang telah digunakan untuk memotong buah harus dicuci?
 - a. 5 menit
 - b. 10 menit
 - c. 15 menit

Bagian 4.

Petunjuk : Berilah tanda (√) pada pilihan Anda.

Keterangan : Sangat setuju (5)
 Setuju (4)
 Ragu (3)
 Tidak setuju (2)
 Sangat tidak setuju (1)

Sikap Food Safety

No	Pernyataan	5	4	3	2	1
1	Pangan yang terkontaminasi oleh bakteri dapat menimbulkan penyakit					
2	Bakteri merupakan makhluk hidup kecil yang hidup di tempat kotor					

3	Belajar lebih banyak tentang keamanan pangan melalui pelatihan penting bagi konsumen					
4	Penyimpanan bahan pangan tidak menempel pada lantai, dinding, atau langit-langit					
5	Tidak menggunakan peralatan atau fasilitas yang bukan untuk keperluan					
6	Penggunaan tissue dapat mengurangi jumlah bakteri pada tangan penjamah pangan					
7	Tidak perlu memakai pisau yang berbeda jika hendak memotong bahan pangan segar maupun olahan					
8	Menggunakan talenan yang sama untuk memotong daging, sayur dan buah segar					
9	sebelum menggunakan peralatan untuk mengolah pangan harus terlebih dahulu dibersihkan					
10	Memperhatikan informasi label gizi dan tanggal kadaluarsa pada produk pangan					
11	Memakai masker dapat menghindari pangan dari cemaran					
12	Kebersihan tangan yang tepat dapat mencegah cemaran kontaminasi pada pangan					
13	Memakai sarung tangan dapat menghindari makanan dari cemaran					
14	Adanya alat di tempat penyajian pangan dapat mempengaruhi keamanan pangan tersebut					
15	Bahan pangan yang telah disiapkan untuk diolah selalu diletakkan pada tempat yang bersih dan tertutup					
16	Tidak terdapat bahan pangan yang berserakan					
17	Tersedia tempat cuci tangan					
18	Tersedia tempat sampah yang cukup dan tertutup					

Lampiran 2. Identitas Responden Konsumen Buah Impor di Kota Makassar

No	Nama Responden	Jenis Kelamin	Usia (Thn)	Tingkat Pendidikan	Pekerjaan	Pendapatan/ Bulan (Rp)	Periode Pembelian	Jumlah Pembelian
1	Yulia	Wanita	24	S1	Wiraswasta	≥ 3.000.0000	2x seminggu	sesuai kebutuhan
2	Rina	Wanita	20-30	SMA	Karyawan Swasta	2.000.000 - 3.000.000	2x seminggu	sesuai kebutuhan
3	Ahmad	Laki - Laki	30-40	S1	Wiraswasta	≥ 3.000.0000	1x sebulan	sesuai kebutuhan
4	Irmayanti	Wanita	30-40	S1	ASN	≥ 3.000.0000	Tidak ditentukan waktunya	sesuai kebutuhan
5	Hasar	Laki - Laki	≥ 50	S1	Wiraswasta	≥ 3.000.0000	Tidak ditentukan waktunya	sesuai kebutuhan
6	Wahidah	Wanita	≥ 50	S1	ASN	≥ 3.000.0000	Tidak ditentukan waktunya	sesuai kebutuhan
7	Sukma	Wanita	≥ 50	S1	ASN	≥ 3.000.0000	Tidak ditentukan waktunya	sesuai kebutuhan
8	Nana	Wanita	20-30	SMA	Karyawan Swasta	≥ 3.000.0000	1x sebulan	1-10 kg

9	Mira	Wanita	30-40	S1	Karyawan Swasta	1.000.000 - 2.000.000	Tidak ditentukan waktunya	sesuai kebutuhan
10	Magdalena	Wanita	≥ 50	S1	ASN	≥ 3.000.0000	Tidak ditentukan waktunya	sesuai kebutuhan
11	Rezki	Wanita	20-30	SMA	Karyawan Swasta	2.000.000 - 3.000.000	Tidak ditentukan waktunya	sesuai kebutuhan
12	Maya	Wanita	30-40	S1	Karyawan Swasta	≥ 3.000.0000	Tidak ditentukan waktunya	sesuai kebutuhan
13	Toni	Laki - Laki	20-30	S1	Karyawan Swasta	≥ 3.000.0000	2x seminggu	1-10 kg
14	Ria	Wanita	30-40	S1	ASN	≥ 3.000.0000	1x sebulan	sesuai kebutuhan
15	Yaya	Wanita	30-40	S1	Pegawai Bank	≥ 3.000.0000	1x sebulan	1-10 kg
16	Dilla	Wanita	30-40	S1	Wiraswasta	≥ 3.000.0000	Tidak ditentukan waktunya	sesuai kebutuhan
17	Neni	Wanita	20-30	SMA	Karyawan Swasta	1.000.000 - 2.000.000	Tidak ditentukan waktunya	sesuai kebutuhan
18	Tenri	Wanita	20-30	S1	ASN	≥ 3.000.0000	Tidak ditentukan waktunya	sesuai kebutuhan

19	Okta	Laki - Laki	30-40	SMA	Pengusaha	≥ 3.000.0000	Tidak ditentukan waktunya	sesuai kebutuhan
20	Dahlia	Wanita	30-40	S1	Wiraswasta	≥ 3.000.0000	1x sebulan	1-10 kg
21	Ani	Wanita	20-30	S1	ASN	≥ 3.000.0000	1x sebulan	sesuai kebutuhan
22	Indarwati	Wanita	30-40	S1	ASN	≥ 3.000.0000	1x sebulan	sesuai kebutuhan
23	Rani	Wanita	30-40	S1	ASN	≥ 3.000.0000	1x sebulan	1-10 kg
24	Nini	Wanita	30-40	S1	ASN	≥ 3.000.0000	1x sebulan	sesuai kebutuhan
25	Fuji	Wanita	20-30	S1	Karyawan Swasta	1.000.000 - 2.000.000	Tidak ditentukan waktunya	sesuai kebutuhan
26	Kory	Wanita	20-30	SMA	IRT	≥ 3.000.0000	1x seminggu	sesuai kebutuhan
27	Ferdy	Laki - Laki	≥ 50	SMA	Karyawan Swasta	≥ 3.000.0000	1x seminggu	sesuai kebutuhan
28	Tri	Laki - Laki	30-40	S1	Wiraswasta	≥ 3.000.0000	1x sebulan	sesuai kebutuhan
29	Ivana	Wanita	20-30	S1	Wiraswasta	≥ 3.000.0000	2x seminggu	sesuai kebutuhan
30	Nia	Wanita	20-30	S1	Wiraswasta	≥ 3.000.0000	Tidak ditentukan waktunya	1-10 kg
31	Nurfadhillah	Wanita	20-30	S1	Mahasiswi	500,000	Tidak ditentukan waktunya	sesuai kebutuhan
32	Novi	Wanita	40	S1	ASN	≥ 3.000.0000	Tidak ditentukan waktunya	sesuai kebutuhan

33	Hasrah	Wanita	30-40	S1	Karyawan Swasta	≥ 3.000.0000	Tidak ditentukan waktunya	sesuai kebutuhan
34	Suci	Wanita	30-40	S1	Dokter	≥ 3.000.0000	Tidak ditentukan waktunya	sesuai kebutuhan
35	Mira	Wanita	30-40	S1	IRT	2.000.000 - 3.000.000	Satu kali seminggu	sesuai kebutuhan
36	Rahma	Wanita	30-40	S2	ASN	≥ 3.000.0000	Tidak ditentukan waktunya	sesuai kebutuhan
37	Iccang	Laki - Laki	30-40	S1	Karyawan swasta	≥ 3.000.0000	Satu kali sebulan	sesuai kebutuhan
38	Indar	Wanita	≥ 50	S1	ASN	≥ 3.000.0000	Satu kali sebulan	1-10 kg
39	Qolby	Wanita	12-20	SMA	Pelajar	500,000	Tidak ditentukan waktunya	sesuai kebutuhan
40	Dina	Wanita	20-30	SMA	Wiraswasta	1.000.000 - 2.000.000	Tidak ditentukan waktunya	sesuai kebutuhan
41	Ima	Wanita	20-30	SMA	Karyawan swasta	2.000.000 - 3.000.000	satu kali seminggu	sesuai kebutuhan
42	Selvi	Wanita	30-40	SMA	Karyawan swasta	2.000.000 - 3.000.000	satu kali seminggu	sesuai kebutuhan

43	Dana	Wanita	30-40	S1	IRT	≥ 3.000.0000	Satu kali seminggu	sesuai kebutuhan
44	Niar	Wanita	30-40	S1	Wiraswasta	≥ 3.000.0000	Satu kali seminggu	sesuai kebutuhan
45	Tuti Hardianti	Wanita	30-40	S1	Karyawan swasta	≥ 3.000.0000	Dua kali seminggu	1-10 kg
46	Dirga	Laki - Laki	≥ 50	SMA	Karyawan Swasta	2.000.0000 - 3.000.000	Tidak ditentukan waktunya	sesuai kebutuhan
47	Adi	Wanita	30-40	S1	Karyawan swasta	≥ 3.000.0000	Tidak ditentukan waktunya	sesuai kebutuhan
48	Uchi	Wanita	≥ 50	S1	IRT	≥ 3.000.0000	Tidak ditentukan waktunya	sesuai kebutuhan
49	A.Sukma	Wanita	30-40	S1	ASN	≥ 3.000.0000	Satu kali sebulan	sesuai kebutuhan
50	Nurinsanni	Wanita	≥ 50	S1	ASN	≥ 3.000.0000	Tidak ditentukan waktunya	sesuai kebutuhan
51	Yuli	Wanita	30-40	S1	Wiraswasta	≥ 3.000.0000	Tidak ditentukan waktunya	sesuai kebutuhan
52	Susan	Wanita	20-30	S1	Wiraswasta	≥ 3.000.0000	Satu kali seminggu	sesuai kebutuhan

53	Selly	Wanita	20-30	S1	Karyawan	$\geq 3.000.0000$	Tidak ditentukan waktunya	sesuai kebutuhan
54	Agus	Laki - Laki	30-40	S1	ASN	$\geq 3.000.0000$	Satu kali seminggu	sesuai kebutuhan
55	Santi	Wanita	≥ 50	S1	Wiraswasta	$\geq 3.000.0000$	Satu kali seminggu	1-10 kg
56	Fuji	Wanita	20-30	SMA	Karyawan Swasta	1.000.000 - 2.000.000	Tidak ditentukan waktunya	sesuai kebutuhan
57	Chaly	Laki - Laki	30-40	S1	ASN	$\geq 3.000.0000$	Tidak ditentukan waktunya	sesuai kebutuhan
58	Andi	Laki - Laki	30-40	S1	ASN	$\geq 3.000.0000$	Tidak ditentukan waktunya	sesuai kebutuhan
59	Darma	Wanita	30-40	S1	ASN	$\geq 3.000.0000$	Satu kali sebulan	sesuai kebutuhan
60	Huda	Wanita	30-40	S1	ASN	$\geq 3.000.0000$	Satu kali sebulan	sesuai kebutuhan
61	Tami	Wanita	30-40	S1	IRT	$\geq 3.000.0000$	Satu kali seminggu	sesuai kebutuhan
62	Indah	Wanita	30-40	S1	ASN	$\geq 3.000.0000$	Satu kali seminggu	sesuai kebutuhan

63	Jerico	Laki - Laki	20-30	SMA	Karyawan Swasta	$\geq 3.000.0000$	Tidak ditentukan waktunya	sesuai kebutuhan
64	Muh. Annas Sudirman	Laki - Laki	30-40	S1	Pegawai BUMN	$\geq 3.000.0000$	Dua kali seminggu	sesuai kebutuhan
65	Alder	Laki - Laki	≥ 50	S1	Wiraswasta	$\geq 3.000.0000$	Satu kali seminggu	sesuai kebutuhan
66	Agustin	Wanita	≥ 50	S1	ASN	$\geq 3.000.0000$	Satu kali sebulan	sesuai kebutuhan
67	Lili	Wanita	30-40	S1	Wiraswasta	$\geq 3.000.0000$	Tidak ditentukan waktunya	sesuai kebutuhan
68	Fharid	Laki - Laki	20-30	S1	Wiraswasta	$\geq 3.000.0000$	Tidak ditentukan waktunya	sesuai kebutuhan
69	Dewi	Wanita	30-40	S1	ASN	$\geq 3.000.0000$	Satu kali sebulan	1 -10 kg
70	Amel	Wanita	30-40	SMA	Wiraswasta	2.000.0000 - 3.000.000	Tidak ditentukan waktunya	sesuai kebutuhan
71	Miniarti	Wanita	30-40	S1	ASN	$\geq 3.000.0000$	Dua kali seminggu	sesuai kebutuhan
72	Ainun	Wanita	20-30	S1	Wiraswasta	2.000.0000 - 3.000.000	Tidak ditentukan waktunya	sesuai kebutuhan

73	Verawanti	Wanita	≥ 50	S1	Wiraswasta	≥ 3.000.0000	Satu kali seminggu	1 -10 kg
74	Rini	Wanita	20-30	S1	Wiraswasta	2.000.0000 - 3.000.000	Tidak ditentukan waktunya	sesuai kebutuhan
75	Rika	Wanita	20-30	S1	Wiraswasta	2.000.0000 - 3.000.000	Tidak ditentukan waktunya	sesuai kebutuhan
76	Bunis	Wanita	20-30	S1	Wiraswasta	2.000.0000 - 3.000.000	Tidak ditentukan waktunya	sesuai kebutuhan
77	Hamzah	Laki - Laki	30 -40	S1	Karyawan Swasta	≥ 3.000.0000	Tidak ditentukan waktunya	sesuai kebutuhan
78	Resty	Wanita	20 - 30	S1	Karyawan Swasta	≥ 3.000.0000	Satu kali seminggu	sesuai kebutuhan
79	Achmad Ervan	Laki - Laki	49	S2	ASN	≥ 3.000.0000	Satu kali sebulan	1 - 10 kg
80	Aisyah	Wanita	20-30	S1	Wiraswasta	≥ 3.000.0000	Satu kali seminggu	sesuai kebutuhan
81	Lenny	Wanita	30 -40	S1	Karyawan Swasta	≥ 3.000.0000	Satu kali seminggu	1 - 10 kg
82	Sutarmin Wijaya	Laki - Laki	≥ 50	S1	Wiraswasta	≥ 3.000.0000	Satu kali seminggu	1 -10 kg
83	Rinna	Wanita	30 -40	S1	Karyawan Swasta	≥ 3.000.0000	Satu kali seminggu	1 - 10 kg

84	Sri Haryati	Wanita	30 -40	S1	Wiraswasta	≥ 3.000.0000	Tidak ditentukan waktunya	1 - 10 kg
85	Andre	Laki - Laki	12 - 20	SMA	Pelajar	500,000	Tidak ditentukan waktunya	sesuai kebutuhan
86	Daniel	Laki - Laki	20-30	S1	Karyawan Swasta	≥ 3.000.0000	Tidak ditentukan waktunya	sesuai kebutuhan
87	Mujahida	Wanita	30 - 40	S1	ASN	≥ 3.000.0000	Satu kali sebulan	sesuai kebutuhan
88	Agri	Wanita	20 - 30	S1	ASN	≥ 3.000.0000	Satu kali sebulan	sesuai kebutuhan
89	Tenri	Wanita	20 - 30	S1	ASN	≥ 3.000.0000	Satu kali seminggu	1 - 10 kg
90	Rina	Wanita	≥ 50	S1	ASN	≥ 3.000.0000	Satu kali sebulan	sesuai kebutuhan
91	Hikmah	Wanita	30 - 40	S1	Pegawai BUMN	≥ 3.000.0000	Satu kali seminggu	1 - 10 Kg
92	Anto	Laki - Laki	65	SMA	Wiraswasta	≥ 3.000.0000	Dua kali seminggu	sesuai kebutuhan
93	Yani	Wanita	30 - 40	S1	Karyawan Swasta	≥ 3.000.0000	Satu kali seminggu	1 - 10 Kg
94	Hj. Isma	Wanita	30 - 40	SMA	Wiraswasta	2.000.0000 - 3.000.000	Satu kali sebulan	sesuai kebutuhan

95	Glance	Wanita	30 - 40	S1	Wiraswasta	≥ 3.000.0000	Tidak ditentukan waktunya	sesuai kebutuhan
96	Fatma	Wanita	30 - 40	S1	ASN	≥ 3.000.0000	Satu kali sebulan	sesuai kebutuhan
97	Hawiyah	Wanita	≥ 50	S1	ASN	≥ 3.000.0000	Tidak ditentukan waktunya	sesuai kebutuhan
98	Endah A.L	Wanita	20 - 30	S1	Karyawan Swasta	1.000.000 - 2.000.000	Tidak ditentukan waktunya	sesuai kebutuhan
99	Fatmawati	Wanita	30	S1	ASN	≥ 3.000.0000	Tidak ditentukan waktunya	sesuai kebutuhan
100	Ausia Rizki	Wanita	27	S1	Karyawan Swasta	1.000.000 - 2.000.000	Tidak ditentukan waktunya	sesuai kebutuhan
101	Budi	Laki - Laki	≥ 50	S1	Wiraswasta	≥ 3.000.0000	Satu kali seminggu	sesuai kebutuhan
102	Arel	Laki - Laki	30 - 40	S1	Karyawan swasta	≥ 3.000.0000	Satu kali seminggu	sesuai kebutuhan
103	Carissa	Wanita	20 - 30	S1	Wiraswasta	≥ 3.000.0000	Satu kali seminggu	1 - 10 kg
104	Hj. Erni	Wanita	30 - 40	S1	Wiraswasta	≥ 3.000.0000	Satu kali seminggu	sesuai kebutuhan

105	Yati	Wanita	≥ 50	S1	PNS	≥ 3.000.0000	Dua kali seminggu	sesuai kebutuhan
106	Irfandi	Laki - Laki	30 - 40	S1	Karyawan swasta	2.000.000 - 3.000.000	Tidak ditentukan waktunya	sesuai kebutuhan
107	Mina	Wanita	30 - 40	SMA	Karyawan swasta	2.000.000 - 3.000.000	Dua kali seminggu	sesuai kebutuhan
108	Cenni	Wanita	30 - 40	S1	PNS	≥ 3.000.0000	Dua kali seminggu	sesuai kebutuhan
109	Nindy	Wanita	30 - 40	S1	PNS	≥ 3.000.0000	Dua kali seminggu	sesuai kebutuhan
110	Erik	Laki - Laki	30 - 40	S1	Karyawan Swasta	≥ 3.000.0000	Satu kali seminggu	sesuai kebutuhan
111	Vio	Wanita	30 - 40	S1	Karyawan Swasta	≥ 3.000.0000	Satu kali sebulan	1 - 10 kg
112	Astina	Wanita	30 - 40	S1	IRT	≥ 3.000.0000	Tidak ditentukan waktunya	sesuai kebutuhan
113	Ardi	Laki - Laki	30 - 40	S1	Karyawan Swasta	≥ 3.000.0000	Satu kali seminggu	sesuai kebutuhan
114	Arseano	Laki - Laki	30 - 40	S1	Karyawan Swasta	≥ 3.000.0000	Satu kali seminggu	1 - 10 kg
115	Carrella	Wanita	≥ 50	S1	Wiraswasta	≥ 3.000.0000	Dua kali seminggu	sesuai kebutuhan
116	Haranita	Wanita	20 - 30	S1	Pegawai BUMN	≥ 3.000.0000	Satu kali seminggu	1 - 10 kg

117	Rudi	Laki - Laki	≥ 50	S1	Pegawai BUMN	≥ 3.000.0000	Dua kali seminggu	sesuai kebutuhan
118	Nurqalbi	Wanita	30 - 40	S1	Karyawan Swasta	≥ 3.000.0000	Satu kali seminggu	sesuai kebutuhan
119	Sanny	Wanita	30 - 40	S1	Wiraswasta	≥ 3.000.0000	Dua kali seminggu	sesuai kebutuhan
120	Metty	Wanita	30 - 40	S1	Karyawan Swasta	≥ 3.000.0000	Satu kali seminggu	sesuai kebutuhan



Lampiran 3. Faktor - Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Buah Impor di Kota Makassar (Variabel X)

No	Responden	X1			X2	X3		X4			X5		X6			X7			X8	Keputusan Membeli (Y)		
		1	2	3	1	1	2	1	2	3	1	2	1	2	3	1	2	3	1	1	2	3
1	A1	3	4	5	4	4	2	3	3	3	3	3	4	2	4	5	5	3	2	4	4	4
2	A2	2	5	5	2	4	2	5	5	4	3	4	4	2	5	5	4	4	3	4	4	4
3	A3	2	4	5	4	4	1	4	5	4	2	5	4	2	4	4	4	4	2	4	3	2
4	A4	4	4	5	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	2
5	A5	2	4	4	4	4	2	4	4	4	2	4	4	2	4	4	4	4	2	4	4	2
6	A6	2	4	4	4	4	2	4	4	3	2	4	4	2	4	3	4	4	2	3	2	2
7	A7	2	4	4	4	4	2	4	4	4	2	4	4	2	4	4	4	4	2	2	2	2
8	A8	3	4	4	4	5	1	3	4	4	3	4	4	1	4	4	3	4	1	5	5	4
9	A9	2	4	4	2	4	2	5	4	4	2	4	4	2	4	4	4	4	2	4	4	3
10	A10	4	5	4	3	4	3	3	4	3	3	4	4	2	4	4	1	4	1	1	2	1
11	A11	1	4	4	3	4	1	4	4	4	2	4	4	2	4	4	4	4	2	4	4	2
12	A12	2	5	4	3	4	1	3	4	2	2	5	4	2	4	4	4	4	3	4	4	2
13	A13	2	4	5	2	4	2	4	4	4	1	5	5	2	5	4	3	4	3	2	2	2
14	A14	2	4	4	1	4	2	4	4	3	2	4	4	2	4	4	4	4	1	4	4	4
15	A15	1	4	4	1	4	2	4	4	4	2	4	5	5	5	5	5	5	1	4	4	4
16	A16	5	1	5	4	4	1	5	5	5	5	1	5	1	5	5	5	5	1	5	5	5
17	A17	4	1	5	4	4	1	4	4	4	4	1	4	1	4	4	4	4	1	4	4	4

18	A18	2	4	5	1	4	2	4	4	3	2	4	5	1	5	4	4	4	1	4	4	2
19	A19	5	1	4	5	5	1	5	4	4	5	1	5	1	5	5	5	5	1	5	5	5
20	A20	2	5	4	1	5	1	4	4	4	2	5	5	1	4	4	4	4	1	4	4	2
21	A21	2	4	4	1	4	2	4	4	4	2	4	4	2	4	4	4	4	1	4	4	1
22	A22	2	4	5	1	4	2	4	4	4	1	4	4	2	4	4	4	4	1	4	4	1
23	A23	2	4	5	2	4	2	4	4	4	2	4	4	2	4	4	4	4	1	4	4	1
24	A24	2	4	4	2	4	2	4	4	4	2	4	4	1	4	4	4	4	1	4	4	2
25	A25	2	4	5	1	4	2	4	4	4	2	4	4	2	4	4	4	4	1	4	4	2
26	A26	2	4	4	3	4	2	4	4	3	2	4	4	2	4	4	4	4	2	4	4	2
27	A27	2	4	4	1	4	2	4	4	4	2	4	4	2	4	4	4	4	1	4	4	2
28	A28	2	4	5	3	4	2	4	4	3	2	4	4	2	4	4	4	4	1	4	3	1
29	A29	2	4	5	1	4	2	4	4	4	2	4	4	2	4	4	4	4	1	4	3	2
30	A30	2	4	4	1	4	2	4	4	4	2	4	4	2	4	4	4	4	1	4	3	2
31	B31	2	4	4	2	4	2	4	4	3	2	4	5	2	5	4	4	4	2	4	4	2
32	B32	2	5	4	2	4	2	4	4	4	1	5	4	2	5	4	5	5	2	4	4	3
33	B33	2	5	5	2	4	1	5	4	3	2	4	5	2	5	5	5	5	3	4	4	2
34	B34	2	5	4	3	4	1	4	5	3	1	5	4	2	4	4	5	4	1	4	3	3
35	B35	3	2	4	2	4	2	4	4	4	2	4	5	1	5	4	4	4	2	4	4	4
36	B36	2	4	4	2	4	2	4	4	3	2	4	4	2	4	4	4	4	1	4	2	2
37	B37	2	4	5	2	4	2	4	4	3	2	4	4	2	4	3	4	4	2	4	2	2
38	B38	2	4	5	1	5	1	4	4	3	2	4	4	2	5	5	5	5	1	4	2	1
39	B39	4	2	4	3	4	2	4	3	3	4	2	4	2	3	2	4	4	1	4	4	4
40	B40	2	4	4	4	4	2	3	4	3	3	3	4	2	4	4	4	4	1	5	5	5
41	B41	1	5	4	3	4	3	4	4	4	2	4	4	2	4	4	4	4	2	4	3	3
42	B42	1	3	5	2	4	2	4	4	4	2	4	4	2	4	4	4	4	2	4	4	2

43	B43	1	5	4	4	4	2	1	5	2	1	5	5	1	4	4	4	4	2	3	3	2
44	B44	1	5	5	2	4	2	4	4	2	2	4	4	2	4	4	4	4	2	2	2	2
45	B45	2	3	5	2	4	2	2	2	1	1	5	5	1	4	4	4	4	1	4	3	2
46	B46	1	5	3	2	4	1	2	4	3	2	4	4	2	4	4	4	4	2	4	2	2
47	B47	2	4	4	3	4	2	4	4	3	2	5	5	2	4	4	4	4	2	2	2	2
48	B48	2	5	3	2	5	1	1	3	2	1	5	5	2	4	4	5	4	1	5	5	3
49	B49	1	5	5	2	4	2	4	3	3	2	4	4	2	4	4	4	4	1	3	2	2
50	B50	5	1	4	2	4	2	4	4	3	2	4	5	1	4	5	4	4	1	4	2	2
51	B51	3	4	4	3	4	2	5	5	5	2	5	5	1	5	5	5	5	1	4	4	1
52	B52	1	5	4	1	4	2	5	5	5	1	5	5	1	5	4	4	4	1	4	4	1
53	B53	2	4	4	1	4	1	4	4	4	2	4	5	2	4	4	4	4	1	4	3	1
54	B54	1	5	4	3	5	1	5	5	3	2	4	5	1	4	4	4	4	1	4	4	1
55	B55	1	5	5	1	4	2	4	4	4	2	4	4	2	4	4	4	4	1	4	4	1
56	B56	2	4	5	2	5	2	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	1	4	3	1
57	B57	1	5	5	1	5	1	5	5	3	1	5	1	5	5	5	5	5	1	4	3	1
58	B58	1	5	4	1	4	2	4	4	3	1	5	5	1	5	5	5	5	1	4	4	1
59	B59	1	5	4	1	5	1	4	4	3	1	5	5	1	5	5	5	5	1	4	4	1
60	B60	1	5	5	1	1	5	4	4	3	1	5	5	1	5	5	5	5	1	5	5	1
61	C61	1	5	4	2	4	1	2	4	3	1	4	4	2	5	3	4	3	1	4	5	3
62	C62	3	4	4	4	4	3	3	4	3	3	2	3	1	4	4	5	4	2	4	5	4
63	C63	2	4	5	3	4	3	3	4	2	4	2	3	2	4	4	5	3	3	4	3	2
64	C64	3	4	3	3	3	1	4	2	4	2	3	1	4	4	5	4	1	4	3	4	4
65	C65	4	2	4	3	2	1	2	4	1	4	2	3	2	4	4	5	4	1	4	3	4
66	C66	2	4	5	1	4	1	4	4	3	2	4	4	1	5	4	4	4	1	4	2	2
67	C67	2	4	5	1	4	2	4	4	3	2	4	4	2	5	4	4	4	1	4	2	2

68	C68	2	4	4	1	5	1	4	4	3	2	4	5	1	5	4	4	4	1	4	2	2
69	C69	2	4	4	1	4	2	4	4	4	2	4	4	2	4	4	4	4	2	4	4	4
70	C70	4	1	5	3	4	1	4	4	3	4	1	4	1	4	4	4	4	1	5	5	5
71	C71	2	4	4	1	5	1	3	4	3	2	4	4	2	4	4	4	4	1	4	1	1
72	C72	1	4	5	3	5	1	3	3	2	1	5	5	2	4	4	4	4	1	4	2	2
73	C73	2	4	5	2	4	1	2	4	1	1	5	4	1	5	5	4	5	1	4	2	2
74	C74	2	4	5	4	4	2	3	4	2	1	4	4	2	4	4	4	4	1	3	2	2
75	C75	2	4	4	3	4	1	3	1	2	1	5	4	1	4	4	4	5	2	4	5	4
76	C76	2	4	5	2	4	2	4	4	3	2	4	4	2	4	4	4	4	1	3	2	2
77	C77	2	4	3	2	5	1	1	3	2	2	4	4	2	4	4	4	4	1	4	3	2
78	C78	2	4	4	2	4	2	4	4	3	2	4	4	2	4	4	4	4	1	4	2	2
79	C79	3	5	5	1	4	3	4	4	4	4	1	4	2	4	4	4	1	1	2	2	2
80	C80	2	4	4	4	4	2	4	4	3	2	4	4	2	4	4	4	4	1	4	4	4
81	C81	1	4	5	3	4	2	4	4	3	2	4	4	2	4	4	4	4	3	4	4	1
82	C82	2	4	4	1	4	2	5	5	3	1	5	5	1	5	4	4	4	1	4	4	2
83	C83	1	5	5	1	5	1	5	5	5	1	5	4	4	4	4	4	4	1	5	5	1
84	C84	3	4	4	2	4	2	4	4	4	2	4	4	1	4	4	4	4	1	4	4	1
85	C85	2	4	4	3	4	2	1	2	2	1	5	4	1	4	4	4	4	1	4	4	4
86	C86	2	4	4	2	4	4	4	4	4	1	4	4	1	4	4	4	4	1	4	4	1
87	C87	1	4	4	1	4	1	5	5	5	1	4	4	2	4	4	4	4	1	4	4	1
88	C88	2	3	4	2	4	2	4	4	4	2	4	4	1	4	4	4	4	1	4	4	1
89	C89	1	4	4	2	4	2	4	4	4	2	4	4	2	4	4	4	4	1	4	4	1
90	C90	1	4	5	1	4	2	4	4	3	1	5	4	1	4	4	4	4	1	4	4	1
91	D91	4	5	5	4	5	3	5	4	4	2	5	5	1	4	4	4	4	1	4	4	2
92	D92	4	4	4	2	4	2	4	4	4	2	5	5	2	4	4	4	5	2	5	4	4

93	D93	3	5	5	1	4	2	5	4	5	1	5	5	1	4	5	4	4	1	3	3	1
94	D94	3	4	5	2	4	2	4	4	3	2	5	5	1	4	3	4	4	2	3	3	2
95	D95	5	5	5	2	4	2	4	4	4	2	4	5	2	4	4	4	4	2	4	3	2
96	D96	1	5	5	3	4	2	4	4	4	2	5	5	1	5	4	4	4	1	4	3	2
97	D97	1	5	4	2	5	1	5	5	4	4	4	5	1	4	4	4	4	1	4	4	2
98	D98	2	4	4	4	4	3	4	4	3	2	4	4	2	4	4	4	4	1	4	4	5
99	D99	2	4	5	4	4	3	4	4	3	2	4	5	2	3	4	4	4	1	3	3	2
100	D100	4	1	4	4	4	2	4	4	4	5	4	2	4	4	4	4	2	4	2	4	4
101	D101	1	5	5	2	5	2	4	4	4	1	5	5	2	5	5	5	1	4	3	2	4
102	D102	1	5	4	3	5	2	4	4	4	1	5	5	2	5	5	5	5	5	5	1	4
103	D103	1	5	4	2	4	2	4	4	4	1	5	5	2	5	5	5	5	2	4	4	2
104	D104	3	4	5	2	5	2	4	4	4	1	5	5	2	5	4	4	4	2	4	3	2
105	D105	2	5	5	1	5	2	4	4	4	1	5	5	1	5	4	5	5	2	4	4	2
106	D106	1	5	4	3	3	2	4	5	2	1	5	4	1	5	5	3	4	4	4	3	3
107	D107	1	5	4	4	4	2	5	4	2	2	5	5	2	4	5	5	5	2	4	5	3
108	D108	1	5	5	4	5	2	4	5	3	2	5	4	2	5	5	5	5	2	3	3	2
109	D109	1	5	3	2	5	1	4	4	3	1	5	5	1	5	4	4	4	2	4	2	2
110	D110	1	5	5	4	3	2	4	4	4	1	5	5	5	4	4	4	3	3	3	2	3
111	D111	1	5	4	3	5	1	4	4	4	1	5	5	1	5	4	4	4	1	3	3	1
112	D112	1	5	4	1	5	1	4	4	4	1	5	5	1	5	4	4	4	1	4	4	1
113	D113	1	5	5	3	5	1	5	5	5	1	5	5	1	5	5	5	5	1	4	3	1
114	D114	1	5	4	3	5	1	4	4	4	1	5	5	1	5	4	4	5	1	5	5	1
115	D115	1	5	3	3	4	2	1	3	3	1	5	5	1	5	4	4	5	1	5	5	1
116	D116	1	5	5	4	5	1	4	4	4	1	5	5	1	5	5	5	5	1	5	5	1
117	D117	3	5	5	3	5	1	5	5	5	1	5	5	1	5	5	5	5	1	5	5	1

118	D118	1	5	5	4	5	1	5	5	5	1	5	5	1	5	5	5	5	1	4	4	1
119	D119	1	5	4	3	5	1	4	4	4	1	5	5	1	5	4	4	4	1	4	4	2
120	D120	1	5	4	1	5	1	5	5	5	1	5	5	1	5	5	5	5	1	4	4	1

Keterangan :

A1 - A30 : Toko Segar Buah

B31 - B60 : Toko Plaza Buah Hertasning

C61- C90 : Toko Fruits Market

D91 - D120 : Toko Frestive Sulawesi



Lampiran 4. Pengetahuan Food Safety Pada Konsumen Buah Impor di Kota Makassar

No	Responden	Pernyataan 1			Pernyataan 2			Pernyataan 3			Pernyataan 4			Pernyataan 5			Pernyataan 6			Pernyataan 7			Pernyataan 8			Pernyataan 9			Pernyataan 10			
		a	b	c	a	b	C	a	b	c	a	b	c	a	b	c	a	b	c	a	b	c	a	B	c	a	b	c	a	b	c	
1	A1		1		1				1			1	1		1	1			1					1			1		1			
2	A2		1		1				1			1	1		1	1			1				1			1		1		1		
3	A3	1			1				1			1	1		1	1			1				1			1		1		1		
4	A4	1				1			1			1	1		1	1			1				1			1		1		1		
5	A5		1			1			1			1	1		1	1			1				1		1	1		1		1		
6	A6		1		1				1			1	1		1	1			1			1			1		1			1		
7	A7		1			1			1			1	1		1	1			1				1			1		1		1		
8	A8	1				1			1			1	1		1	1			1				1			1		1		1		
9	A9	1				1			1			1	1		1	1			1				1			1		1		1		
10	A10	1				1			1			1	1		1	1			1				1			1		1		1		
11	A11		1			1			1			1	1		1	1			1				1			1		1		1		
12	A12		1		1				1			1	1		1	1			1				1			1		1		1		
13	A13		1			1			1			1	1		1	1			1			1			1		1		1		1	
14	A14		1		1				1			1	1		1	1			1				1			1		1		1		
15	A15		1			1			1			1	1		1	1			1				1			1		1		1		
16	A16	1			1			1				1	1		1	1			1				1			1		1		1		
17	A17	1			1			1				1	1		1	1			1				1			1		1		1		
18	A18		1			1			1			1	1		1	1			1				1			1		1		1		
19	A19	1			1				1			1	1		1	1			1				1			1		1		1		
20	A20		1			1			1			1	1		1	1			1				1			1		1		1		

21	A21		1			1		1				1	1					1		1			1			
22	A22		1			1		1				1	1						1		1			1		
23	A23	1			1			1				1	1						1		1			1		
24	A24		1			1		1				1	1						1		1			1		
25	A25		1			1	1					1	1						1		1			1		
26	A26		1			1		1				1	1						1			1			1	
27	A27		1		1			1				1	1						1		1			1		
28	A28		1			1		1				1	1						1		1			1		
29	A29	1				1		1				1	1						1		1			1		
30	A30	1				1		1		1			1						1		1			1		
31	B31		1			1	1					1	1						1		1			1		
32	B32		1		1			1				1	1						1		1			1		
33	B33		1			1		1				1	1						1		1			1		
34	B34		1			1		1				1	1						1		1			1		
35	B35		1			1		1				1	1						1		1			1		
36	B36		1			1		1				1	1						1		1			1		
37	B37		1			1	1					1	1						1		1			1		
38	B38		1			1	1					1	1						1		1			1		
39	B39	1			1			1				1	1						1		1			1		
40	B40	1			1			1				1	1						1		1			1		
41	B41		1		1			1				1	1						1		1			1		
42	B42		1		1			1				1	1						1		1			1		1
43	B43		1			1		1				1	1						1		1			1		
44	B44		1			1		1				1	1						1			1			1	
45	B45		1			1	1					1	1						1		1			1		

46	B46		1				1		1				1	1			1				1		1			1		
47	B47		1				1		1				1	1			1				1		1			1		
48	B48	1					1		1				1	1				1			1		1			1		
49	B49		1				1		1				1	1				1			1		1			1		
50	B50		1				1		1				1	1				1			1		1			1		
51	B51		1				1		1				1	1				1			1		1			1		
52	B52		1				1		1				1	1				1			1		1			1		
53	B53	1					1		1				1	1				1			1		1			1		
54	B54		1		1				1				1	1				1			1		1			1		
55	B55	1					1		1				1	1				1			1		1			1		
56	B56		1				1		1				1	1				1			1		1			1		
57	B57		1				1		1				1	1				1			1		1			1		
58	B58		1				1		1				1	1				1			1		1			1		
59	B59		1				1		1				1	1				1			1		1			1		
60	B60		1				1		1				1	1				1			1		1			1		
61	C61		1				1	1					1	1				1			1		1			1		
62	C62		1				1		1				1	1				1			1		1			1		
63	C63		1		1			1					1	1				1			1		1			1		
64	C64		1				1		1				1	1				1			1		1			1		
65	C65		1				1		1				1	1				1			1		1			1		
66	C66		1		1			1					1	1				1			1		1			1		
67	C67		1				1	1					1	1				1			1		1			1		
68	C68		1		1			1					1	1				1			1		1			1		
69	C69		1		1			1					1	1				1			1		1			1		
70	C70	1			1			1					1	1				1			1		1			1		

71	C71		1				1		1				1	1				1			1			1		
72	C72		1				1		1				1	1				1			1			1		
73	C73		1				1	1					1	1				1			1			1		
74	C74		1				1		1				1	1				1			1			1		
75	C75		1		1				1				1	1				1			1			1		
76	C76		1				1	1					1	1				1			1			1		
77	C77		1				1	1					1	1				1			1			1		
78	C78		1				1		1		1			1				1			1			1		
79	C79		1				1	1					1	1				1			1			1		
80	C80	1				1			1				1	1				1			1			1		
81	C81	1				1		1					1	1				1			1		1		1	
82	C82	1			1			1					1	1				1			1			1		
83	C83		1				1	1					1	1				1			1			1		
84	C84		1		1			1					1	1				1			1			1		
85	C85		1		1			1					1	1				1			1			1		
86	C86		1				1	1					1	1				1			1			1		
87	C87		1				1		1				1	1				1			1			1		
88	C88		1		1			1					1	1				1			1			1		
89	C89		1		1			1					1	1				1			1			1		
90	C90		1				1	1					1	1				1			1			1		
91	D91	1					1	1					1	1				1			1			1		
92	D92	1			1			1					1	1				1			1			1		1
93	D93		1		1					1			1	1				1			1			1		
94	D94		1				1	1					1	1				1			1			1		
95	D95	1				1				1			1	1				1			1			1		

96	D96		1				1	1					1	1				1			1				1		
97	D97		1				1	1					1	1				1			1				1		1
98	D98	1				1							1	1				1			1				1		
99	D99		1				1						1	1				1			1				1		1
100	D100	1					1						1	1				1			1				1		
101	D101		1				1						1	1				1			1				1		
102	D102		1		1								1	1				1			1				1		
103	D103		1		1								1	1				1			1				1		
104	D104		1		1								1	1				1			1				1		
105	D105		1		1								1	1				1		1	1				1		
106	D106		1				1						1	1				1			1				1		
107	D107		1		1								1	1				1			1				1		
108	D108		1				1						1	1				1			1				1		
109	D109		1				1						1	1				1			1				1		
110	D110		1			1							1	1				1		1	1				1		
111	D111		1		1								1	1				1			1				1		
112	D112	1			1								1	1	1			1			1				1		
113	D113		1		1								1	1	1			1			1				1		
114	D114		1				1				1			1	1			1			1				1		
115	D115		1				1						1	1				1			1				1		
116	D116		1		1								1	1				1			1			1		1	
117	D117		1				1						1	1				1			1				1		
118	D118	1			1								1	1				1			1			1		1	
119	D119	1					1						1	1				1			1				1		
120	D120		1		1								1	1				1			1				1		

	Jumlah	28	92	0	43	3	74	47	70	3	4	1	115	111	3	5	62	58	0	27	54	39	1	103	16	117	1	2	114	5	1
--	--------	----	----	---	----	---	----	----	----	---	---	---	-----	-----	---	---	----	----	---	----	----	----	---	-----	----	-----	---	---	-----	---	---

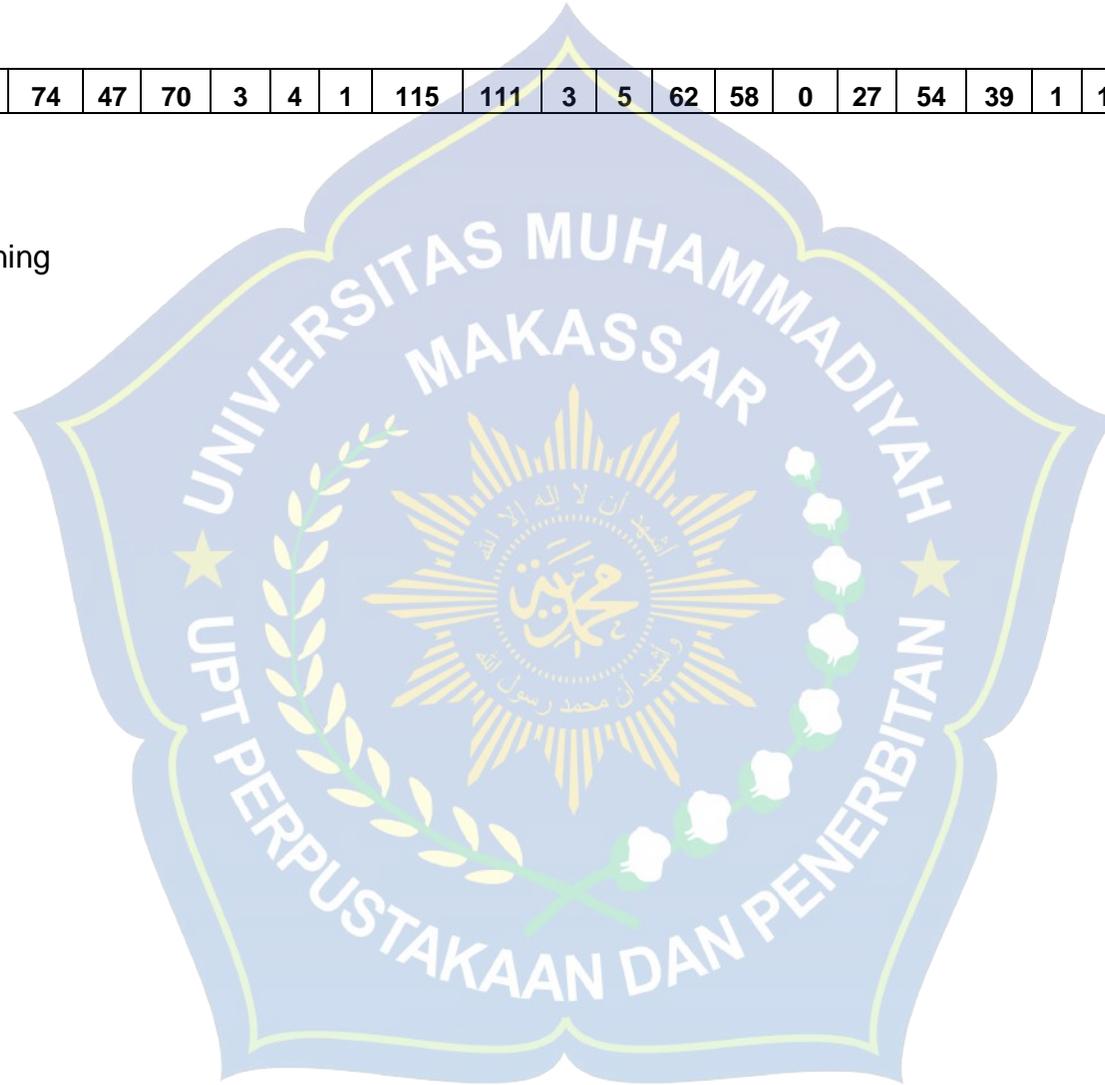
Keterangan :

A1 - A30 : Toko Segar Buah

B31 - B60 : Toko Plaza Buah Hertasning

C61- C90 : Toko Fruits Market

D91 - D120 : Toko Frestive Sulawesi



67	C67	4	4	4	4	4	4	2	2	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5
68	C68	5	5	5	5	4	4	2	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
69	C69	5	5	5	5	5	5	2	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
70	C70	5	5	5	5	3	5	1	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
71	C71	4	4	4	4	4	3	2	2	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4
72	C72	4	4	4	4	4	4	2	2	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4
73	C73	4	3	4	4	4	4	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
74	C74	4	3	4	5	5	4	1	1	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
75	C75	5	4	4	4	4	4	1	1	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4
76	C76	5	4	4	4	3	2	2	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4
77	C77	5	4	4	4	4	3	2	2	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4
78	C78	4	3	4	4	4	4	2	2	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4
79	C79	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
80	C80	5	5	5	4	4	5	1	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
81	C81	4	3	5	5	5	3	2	2	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4
82	C82	5	5	5	5	5	5	2	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
83	C83	5	5	5	5	5	4	2	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
84	C84	4	4	5	5	5	4	2	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
85	C85	5	5	5	5	4	3	2	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
86	C86	4	4	5	5	5	4	2	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
87	C87	5	5	5	5	5	4	2	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
88	C88	5	5	5	5	5	4	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
89	C89	5	5	5	5	5	3	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
90	C90	5	5	5	5	5	4	2	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
91	D91	5	5	4	3	3	3	2	2	5	5	4	3	3	5	5	5	5	5

92	D92	5	5	4	3	2	3	3	2	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5
93	D93	5	5	4	4	2	4	3	3	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4
94	D94	5	5	4	3	1	4	2	1	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4
95	D95	5	5	4	3	2	3	2	2	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
96	D96	5	5	4	3	3	3	3	3	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5
97	D97	5	5	4	3	2	4	3	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5
98	D98	2	2	4	4	4	4	2	2	4	4	4	4	3	2	4	4	4	4
99	D99	5	5	5	5	4	5	3	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
100	D100	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1
101	D101	5	5	4	4	4	2	2	2	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4
102	D102	5	3	4	4	4	3	2	2	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4
103	D103	5	4	4	4	4	2	2	2	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4
104	D104	5	4	4	4	4	4	2	2	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5
105	D105	5	4	5	5	5	4	2	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
106	D106	5	4	4	4	4	3	2	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
107	D107	5	4	5	4	4	4	2	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
108	D108	5	4	4	4	4	4	2	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
109	D109	5	4	4	4	4	3	4	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
110	D110	5	4	4	4	4	4	2	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
111	D111	5	5	5	5	4	3	2	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
112	D112	5	5	5	5	2	3	2	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
113	D113	5	5	5	5	5	4	5	2	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5
114	D114	5	5	5	5	5	3	2	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
115	D115	5	4	5	5	2	4	2	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
116	D116	5	5	5	5	5	4	2	2	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5

117	D117	4	4	5	5	4	4	2	2	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5
118	D118	4	4	5	4	4	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
119	D119	5	5	5	4	4	4	2	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
120	D120	5	5	5	5	5	3	2	2	5	5	3	4	4	5	5	5	5	5

Keterangan :

A1 - A30 : Toko Segar Buah

B31 - B60 : Toko Plaza Buah Hertasning

C61- C90 : Toko Fruits Market

D91 - D120 : Toko Frestive Sulawesi



Lampiran 6. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

SUMMARY OUTPUT

<i>Regression Statistics</i>					
Multiple R	0,42628414				
R Square	0,18171816	18,17%			
Adjusted R Square	0,1227429				
Standard Error	0,64590137				
Observations	120				

ANOVA					
	<i>Df</i>	<i>SS</i>	<i>MS</i>	<i>F</i>	<i>Significance F</i>
Regression	8	10,28373	1,285467	3,081261	0,003564875
Residual	111	46,30793	0,417189		
Total	119	56,59167			

	<i>Coefficients</i>	<i>Standard Error</i>	<i>t Stat</i>	<i>P-value</i>
Intercept	3,9544	1,0919	3,6216	0,0004
X1	-0,2742	0,1810	-1,5152	0,1326
X2	0,1634	0,0583	2,8040	0,0060
X3	-0,2564	0,1895	-1,3529	0,1788
X4	0,0276	0,0961	0,2869	0,7747
X5	-0,1190	0,2140	-0,5560	0,5793
X6	-0,2323	0,2102	-1,1054	0,2714
X7	0,3985	0,1472	2,7080	0,0078
X8	-0,0066	0,0784	-0,0842	0,9330

Lampiran 7. Dokumentasi Penelitian Analisis Literasi Food Safety Dan Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Perilaku Konsumen Buah Impor Di Kota Makassar

1. Toko Segar Buah



2. Plaza Buah Hertasning



3. Fruits Market



4. Frestive Sulawesi



Lampiran 8. Dokumentasi Jenis – Jenis Buah Impor Pada Toko Segar Buah, Plaza Buah Hertasing, Fruits Market dan Frestive Sulawesi



Jeruk Shatang Honey



Cherry Turkey



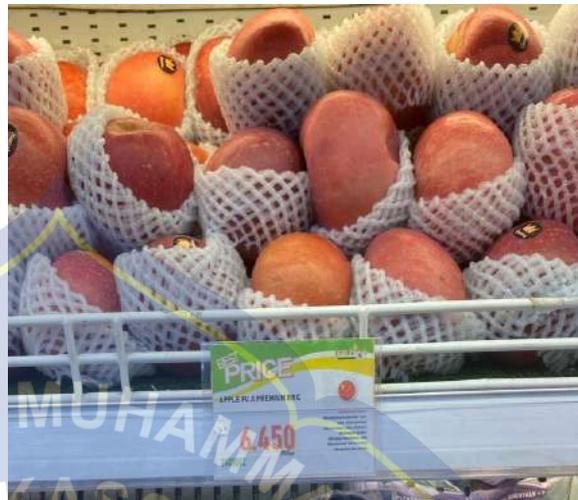
Apel Pacific Breeze



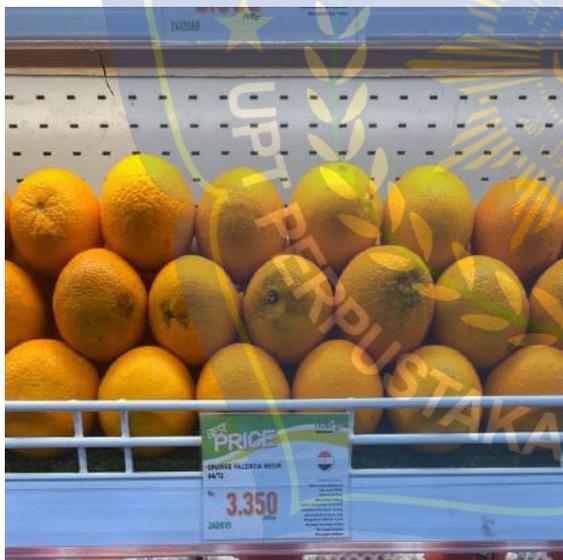
Apel Hijau



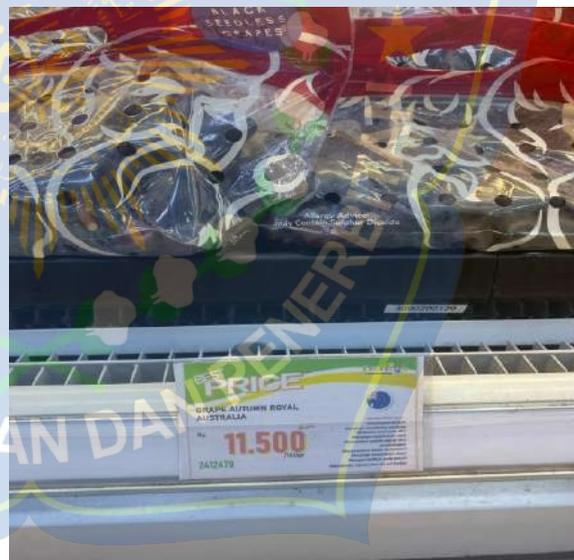
Pear Singo



Apel Fuji



Orange Valencia Mesir



Anggur Hitam Royal



Apel Merah



Anggur Red Globe



Jeruk Sunkist



Pear Hijau



Apel Royal Gala



Lemon



BAB I Fitri Rezki Rajuddin

105051100422

by Tutup Tahap



Submission date: 27-Aug-2024 12:28PM (UTC+0700)

Submission ID: 2438898982

File name: BAB_I_PENDAHULUAN.docx (49.65K)

Word count: 1138

Character count: 7223

BAB I Fitri Rezki Rajuddin 105051100422

ORIGINALITY REPORT

10%

SIMILARITY INDEX

9%

INTERNET SOURCES

1%

PUBLICATIONS

0%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	koran-jakarta.com Internet Source	1%
2	www.slideshare.net Internet Source	1%
3	ejurnal.litbang.pertanian.go.id Internet Source	1%
4	repository.ub.ac.id Internet Source	1%
5	silemlit21.unila.ac.id Internet Source	1%
6	succesdate.blogspot.com Internet Source	1%
7	Ritaningsih Ritaningsih. "UPAYA MENINGKATKAN MOTIVASI DAN HASIL BELAJAR SISWA MELALUI KEGIATAN TUTOR SEBAYA DALAM PENGAJARAN REMEDIAL MATERI GETARAN DAN GELOMBANG DI KELAS VIII C SEMESTER GENAP TAHUN PELAJARAN 2015/2016 SMP NEGERI 1 PANGKAH KABUPATEN TEGAL", PSEJ	1%

(Pancasakti Science Education Journal), 2017

Publication

8	core.ac.uk Internet Source	1 %
9	edoc.site Internet Source	1 %
10	ejournal.unsrat.ac.id Internet Source	1 %
11	www.bisnisanato.com Internet Source	1 %
12	www.emlaksayti.com Internet Source	1 %
13	www.researchgate.net Internet Source	1 %

Exclude quotes Off

Exclude bibliography Off

Exclude matches < 1%



BAB II Fitri Rezki Rajuddin

105051100422

by Tutup Tahap



Submission date: 27-Aug-2024 12:29PM (UTC+0700)

Submission ID: 2438899302

File name: BAB_II_KAJIAN_PUSTAKA.docx (61.61K)

Word count: 5019

Character count: 34237

BAB II Fitri Rezki Rajuddin 105051100422

ORIGINALITY REPORT

20%
SIMILARITY INDEX

19%
INTERNET SOURCES

6%
PUBLICATIONS

4%
STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	repository.unhas.ac.id Internet Source	4%
2	repositori.uma.ac.id Internet Source	3%
3	repository.uinjkt.ac.id Internet Source	2%
4	repository.unpas.ac.id Internet Source	2%
5	123dok.com Internet Source	1%
6	garuda.kemdikbud.go.id Internet Source	1%
7	jurnal.unej.ac.id Internet Source	1%
8	repositori.uin-alauddin.ac.id Internet Source	1%
9	repository.uin-suska.ac.id Internet Source	1%



10	id.123dok.com Internet Source	1%
11	Moh. Dede. "Prosiding Seminar Internasional Riksa Bahasa X Literasi dan Budaya Bangsa Volume 2", INA-Rxiv, 2019 Publication	1%
12	file.upi.edu Internet Source	1%
13	digilib.ulm.ac.id Internet Source	1%
14	Vidya Kusumawardani, Usisa Rohmah. "ADOPSI DAN INOVASI KEGIATAN PENYULUHAN KEAMANAN PANGAN BPOM-RI", Jurnal Studi Komunikasi dan Media, 2018 Publication	1%
15	ejournal2.undip.ac.id Internet Source	1%
16	johannessimatupang.wordpress.com Internet Source	1%

Exclude quotes Off

Exclude matches < 1%

Exclude bibliography Off

BAB III Fitri Rezki Rajuddin 105051100422

by Tutup Tahap

Submission date: 27-Aug-2024 12:30PM (UTC+0700)

Submission ID: 2438899647

File name: BAB_III_METODE.docx (49.53K)

Word count: 1238

Character count: 8057

BAB III Fitri Rezki Rajuddin 105051100422

ORIGINALITY REPORT

15%

SIMILARITY INDEX

15%

INTERNET SOURCES

2%

PUBLICATIONS

3%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	ml.scribd.com Internet Source	1%
2	Submitted to Sriwijaya University Student Paper	1%
3	jurnal.amaypk.ac.id Internet Source	1%
4	www.scribd.com Internet Source	1%
5	eprints.undip.ac.id Internet Source	1%
6	repository.umsu.ac.id Internet Source	1%
7	pt.scribd.com Internet Source	1%
8	zheelsa.blogspot.com Internet Source	1%
9	digilib.uin-suka.ac.id Internet Source	1%

10	eprints.unisa-bandung.ac.id Internet Source	1%
11	digilibadmin.unismuh.ac.id Internet Source	1%
12	es.scribd.com Internet Source	1%
13	id.scribd.com Internet Source	1%
14	journal2.um.ac.id Internet Source	1%
15	jurnal.ar-raniry.ac.id Internet Source	1%
16	repository.uin-suska.ac.id Internet Source	1%
17	text-id.123dok.com Internet Source	1%
18	repository.its.ac.id Internet Source	1%

Exclude quotes Off
 Exclude bibliography Off

Exclude matches < 1%

BAB IV Fitri Rezki Rajuddin

105051100422

by Tutup Tahap



Submission date: 27-Aug-2024 12:31PM (UTC+0700)

Submission ID: 2438899933

File name: BAB_IV_GAMBARAN_LOKASI.docx (46.47K)

Word count: 1662

Character count: 10323

BAB IV Fitri Rezki Rajuddin 105051100422

ORIGINALITY REPORT

10%
SIMILARITY INDEX

9%
INTERNET SOURCES

3%
PUBLICATIONS

6%
STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	id.123dok.com Internet Source	2%
2	Submitted to LL DIKTIIX Turnitin Consortium Part II Student Paper	1%
3	Submitted to Unika Soegijapranata Student Paper	1%
4	Submitted to University of Wollongong Student Paper	1%
5	fivegroup45.blogspot.com Internet Source	1%
6	id.berita.yahoo.com Internet Source	1%
7	pdfcoffee.com Internet Source	1%
8	positori.uin-alauddin.ac.id Internet Source	1%
9	zephyrnet.com Internet Source	1%

10

es.scribd.com

Internet Source

1%

11

text-id.123dok.com

Internet Source

1%

Exclude quotes Off

Exclude matches < 1%

Exclude bibliography Off



BAB V Fitri Rezki Rajuddin 105051100422

by Tutup Tahap



Submission date: 27-Aug-2024 12:32PM (UTC+0700)

Submission ID: 2438900365

File name: BAB_V_HASIL_1.docx (341.94K)

Word count: 4988

Character count: 31726

BAB V Fitri Rezki Rajuddin 105051100422

ORIGINALITY REPORT

10%

SIMILARITY INDEX

10%

INTERNET SOURCES

6%

PUBLICATIONS

3%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	eprints.ukmc.ac.id Internet Source	1%
2	id.123dok.com Internet Source	1%
3	repository.umi.ac.id Internet Source	1%
4	repository.ar-raniry.ac.id Internet Source	<1%
5	Ary Putra Iswanto, Mariana Diah Puspitasari, Nanda Ahda Imron, Safrudin Kurniawan et al. "Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen dalam Memilian Jasa Pengiriman Barang Menggunakan Moda Kereta Api di Stasiun Madiun", Jurnal Teknik Industri Terintegrasi, 2023 Publication	<1%
6	repository.usd.ac.id Internet Source	<1%
7	core.ac.uk Internet Source	<1%



8	ojs.unud.ac.id Internet Source	<1 %
9	pt.scribd.com Internet Source	<1 %
10	repository.uhn.ac.id Internet Source	<1 %
11	Dimas Pandi Saputro. "Faktor yang Mempengaruhi PHBS Rumah Tangga di RW 03 Kelurahan Pakunden Kota Blitar", Jurnal Ners dan Kebidanan (Journal of Ners and Midwifery), 2016 Publication	<1 %
12	repository.ub.ac.id Internet Source	<1 %
13	Submitted to Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia Student Paper	<1 %
14	Tri Rahayu, Rosda Malia. "PENGARUH KEPEMIMPINAN KETUA KELOMPOK TERHADAP TINGKAT KEMANDIRIAN ANGGOTA KELOMPOK DI GABUNGAN PETANI ORGANIK (GPO) NYI-SRI KECAMATAN CIANJUR KABUPATEN CIANJUR", AGROSCIENCE (AGSCI), 2018 Publication	<1 %
15	Submitted to Universitas Diponegoro Student Paper	<1 %

16	digilib.unila.ac.id Internet Source	<1 %
17	es.scribd.com Internet Source	<1 %
18	digilib.iain-palangkaraya.ac.id Internet Source	<1 %
19	docplayer.info Internet Source	<1 %
20	www.coursehero.com Internet Source	<1 %
21	repository.ipb.ac.id Internet Source	<1 %
22	Nurul Ambianti, Ririen Hardani, Muhamad Rinaldhi Tandah, Handoko Putro. "GAMBARAN PEMBUANGAN OBAT YANG TIDAK DIGUNAKAN DI KALANGAN MASYARAKAT KOTA PALU", PREPOTIF : Jurnal Kesehatan Masyarakat, 2022 Publication	<1 %
23	etheses.uin-malang.ac.id Internet Source	<1 %
24	inovasitembakau.com Internet Source	<1 %
25	kecoakupdate.blogspot.com Internet Source	<1 %

26	123dok.com Internet Source	<1 %
27	Submitted to Universitas Bung Hatta Student Paper	<1 %
28	Veronika Agustin Lomboan, Celcius Talumingan, Juliana Ruth Mandei. "Tingkat Kepuasan Konsumen Cafe 57'FU Di Kelurahan Talikuran Kecamatan Kawangkoan Utara Kabupaten Minahasa", AGRI-SOSIOEKONOMI, 2024 Publication	<1 %
29	beritasatumedia.cld.bz Internet Source	<1 %
30	hotelsmoldova.org Internet Source	<1 %
31	id.scribd.com Internet Source	<1 %
32	inforw02.wordpress.com Internet Source	<1 %
33	repositori.uin-alauddin.ac.id Internet Source	<1 %
34	repositori.usu.ac.id Internet Source	<1 %
35	text-id.123dok.com Internet Source	<1 %

36

Hasrul Siregar. "PENGARUH KEPEMILIKAN MANAJERIAL, KEPEMILIKAN INSTITUSIONAL, RESIKO BISNIS, PROFITABILITAS, UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP KEBIJAKAN HUTANG DAN KEBIJAKAN DIVIDEN SERTA PENGARUHNYA TERHADAP NILAI PERUSAHAAN", INA-Rxiv, 2018

Publication

<1%

37

sistemasi.ftik.unisi.ac.id

Internet Source

<1%

Exclude quotes

Off

Exclude bibliography

Off

Exclude matches

Off



BAB VI Fitri Rezki Rajuddin

105051100422

by Tutup Tahap



Submission date: 27-Aug-2024 12:33PM (UTC+0700)

Submission ID: 2438900589

File name: BAB_VI_KESIMPULAN.docx (27.79K)

Word count: 387

Character count: 2581

BAB VI Fitri Rezki Rajuddin 105051100422

ORIGINALITY REPORT

4%

SIMILARITY INDEX

4%

INTERNET SOURCES

0%

PUBLICATIONS

0%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

repository.ummetro.ac.id

Internet Source

2%

2

www.stiepertiba.ac.id

Internet Source

2%



Exclude quotes

Off

Exclude bibliography

Off

Exclude matches

1%





**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN**

Alamat kantor: Jl.Sultan Alauddin NO 259 Makassar 90221 Tlp.(0411) 866972,881593, Fax (0411) 865588

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIAT

**UPT Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar,
Menerangkan bahwa mahasiswa yang tersebut namanya di bawah ini:**

Nama : Fitri Rezki Rajuddin

Nim : 105051100422

Program Studi : Magister Agribisnis

Dengan nilai:

No	Bab	Nilai	Ambang Batas
1	Bab 1	10 %	10 %
2	Bab 2	10 %	25 %
3	Bab 3	15 %	15 %
4	Bab 4	10 %	10 %
5	Bab 5	10 %	10 %
6	Bab 6	4 %	5 %

Dinyatakan telah lulus cek plagiat yang diadakan oleh UPT- Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar Menggunakan Aplikasi Turnitin.

Demikian surat keterangan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan seperlunya.

Makassar, 27 Agustus 2024

Mengetahui

Kepala UPT- Perpustakaan dan Penerbitan,

