

## ABSTRAK

**ENDA PURWANDANI.** Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Perilaku konsumen Terhadap Pembelian Jeruk Siam Di Kecamatan Pontianak Selatan, dibawah bimbingan Prof. Ir. H. Aminardi,MS selaku Dosen Pembimbing Utama dan Dra. Marisi Aritonang selaku Dosen Pembimbing Pembantu.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (1) factor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen terhadap pembelian jeruk siam di Kecamatan Pontianak Selatan dan (2) berapa alokasi pengeluaran pendapatan masyarakat terhadap pembelian jeruk siam di Kecamatan Pontianak Selatan. Penelitian ini menggunakan metode survey dengan sample adalah konsumen rumah tangga yang pernah membeli atau mengkonsumsi jeruk siam yaitu sebanyak 30 orang responden. Pengumpulan data dilakukan dengan teknik wawancara kepada konsumen jeruk dengan bantuan kuesioner atau daftar pertanyaan. Data yang dikumpulkan meliputi data primer dan data sekunder. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis Chi Square ( $X^2$ ) dengan pengujian hipotesis menggunakan koefisien kontingensi ( C ). Dan untuk mengetahui alokasi pengeluaran pendapatan penduduk adalah dengan menggunakan rumus pembagian antara rata-rata pengeluaran untuk konsumsi jeruk siam (Rp / Kg) dengan rata-rata pendapatan rumah tangga per bulan dikalikan 100%.

Variable yang diteliti dalam factor-faktor perilaku konsumen adalah factor budaya (berdasarkan suku dan tingkat pendidikan), factor social (pengaruh anggota keluarga), faktor pribadi (berdasarkan usia, pekerjaan dan pendapatan) dan factor psikologis (berdasarkan selera, warna kulit buah, rasa dan harga). Data jenis kelamin, umur, pendidikan, pekerjaan dan jumlah anggota keluarga ditabulasikan sebagaimana adanya. Sedangkan faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dianalisis dengan menggunakan skala likert. Dan untuk mengetahui keeratan hubungan antara factor-faktor perilaku konsumen dengan pembelian jeruk siam digunakan analisis Chi Square.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen terhadap pembelian jeruk siam adalah faktor social yang ditunjukkan dengan pengaruh anggota keluarga dan faktor psikologis yang berdasarkan selera konsumen dan rasa jeruk siam. Sedangkan alokasi pengeluaran konsumen yakni sebesar Rp. 41. 461, - per bulan atau sekitar 1,97 % dari rata-rata pendapatan masyarakat yaitu sebesar Rp. 2. 100.000,- per bulan

**Kata kunci : Jeruk Siam, Perilaku Konsumen, Faktor Budaya , Sosial, Pribadi dan Psikologis.**

## ABSTRACT

**ENDA PURWANDANI.** The factors of consumer behavior effects the orange purchase in sub district of South Pontianak , under guidance by Prof. Ir. H. Aminardi, MS as supervisor and Dra. Marisi Aritonang as second supervisor.

The reseach intend to make inquiries about 1). The factors of consumer bahavior affect the orange purchase in sub district of South Pontianak and 2). The amount of expenses of community income to orange purchase in sub district of South Pontianak.

The reseach used survey method and 26 samples as respondent are from household consumer who ever buy or consumed orange. A collection data used by interview to orange consumer with questionnaire. A collected data consist of primary data and secondary data. The analyze data method used Chi Square ( $X^2$ ) with hypothesize used Contingency Coefficient ( C ), to make inquiries amount of expenses community income with distribution formula among average of expenses to consumer orange (Rp/Kg) with hoesehold income per month multiply by 100%.

Accurate variable such as culture factor (based on tribe and education), social factor (based on amount family), individual factor (based on age, job and income) and physiology factor (based one taste, fruit skin, notion and price). The data of sex, age, educate, job and amount of family number tabulated as it self. And the factors of consumer bahavior anlysis with Likert Scale and to make inquiries the connection among factors of consumer bahavior with orange purchase used Chi Square anlysis.

The result is the affect factor of consumer bahavior to orange purchase is social factor,pointed with family influence and physiology based on consumer and orange taste. The expenses consumer Rp. 41.461,- per month or around 1,97 % from community average income Rp. 2.100.000,- per month.

**Key word: Orange, Consumer bahavior, Culture factor, Social, Individual and Physiology.**