

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Deskriptif Buah Durian

Buah durian (*Durio zibethinus* Murr famili Bombacaceae) merupakan tanaman asli Asia Tenggara yang beriklim tropic basah, terutama Indonesia. Di Indonesia, pusat keanekaragaman genetiknya terdapat di Kalimantan Timur dan Kalimantan Tengah, kemudian menyebar ke seluruh wilayah di Jawa dan Sumatera sehingga tidak asing lagi bagi masyarakat sekalipun tinggal di pedesaan (Sunarjono, 1990).

Tanaman buah durian berasal dari hutan Malaysia, Sumatera dan Kalimantan yang berupa tanaman liar. Penyebaran Buah durian kearah barat adalah Thailand, Birma, India dan Pakistan. Buah durian sudah dikenal di Asia Tenggara sejak abad 7 M. Nama lain Buah durian adalah duren (Jawa, Gayo); Buah duriang (Manado); dulian (Toraja), rulen (Seram Timur). (Andri Wijaya, 2013). Buah durian adalah buah tropis, tumbuh di sekitar khatulistiwa hingga ketinggian 800 m dpl., serta menjauh hingga garis lintang 18° di Thailand dan Queensland.

Curah hujan yang disukai sekurang-kurangnya 1500 mm, yang tersebar merata sepanjang tahun. Akan tetapi, periode kering 1 – 2 bulan akan merangsang perbungaan lebih baik. Musim raya buah durian biasa terjadi setelah tahun dengan musim kemarau yang berkepanjangan. Musim panen antara dapat terjadi dengan produksi buah yang biasa-biasa saja.

Tanaman ini memerlukan tanah yang dalam, ringan dan berdrainase baik. Derajat keasaman optimal adalah 6 - 6,5. Tanah masam, seperti latosol atau

podsolik merah kuning memerlukan pengapuran agar tanaman tumbuh baik. Buah durian muda juga memerlukan lindungan alam, agar pohon atau cabang – cabangnya yang sarat buah tidak patah diterpa angin yang kuat. Muka air tanah tidak boleh kurang dari 150 cm karena air tanah yang terlalu rendah berakibat buah kurang manis.

Pengembangan tanaman buah di Indonesia bisa dikatakan sudah meluas diberbagai provinsi. Peggemar buah durian memang luar biasa, siapapun tak dapat memungkirinya. Diluar negeri buah durian ini terkenal dengan nama “King of Fruits”, rajanya buah. Oleh karena peggemar buah durian sangat banyak maka harganya selalu naik. Meskipun buah durian selalu membanjiri pasar setiap musimnya, harganya tidak pernah goyah bahkan kian melonjak (Susilo, 2013).

Setiap 100 g salut biji mengandung 67 g air, 28,3 g karbohidrat, 2,5 g lemak, 2,5 g protein, 1,4 g serat; serta memiliki nilai energi sebesar 520 kJ. Buah durian juga banyak mengandung vitamin B1, vitamin B2, dan vitamin C; serta kalium, kalsium dan fosfor

2.2. Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen adalah tindakan yang langsung terlibat dalam pemerolehan, pengkonsumsian dan menghabiskan produk atau jasa, termasuk proses mendahului dan menyusuli tindakan ini (Engel et al. 2006).

Pengertian perilaku konsumen menurut Shciffman dan Kanuk (2000) adalah perilaku yang diperhatikan konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi dan mengabaikan produk, jasa, atau ide yang diharapkan dapat memuaskan konsumen untuk dapat memuaskan kebutuhannya dengan mengkonsumsi produk atau jasa yang ditawarkan.

Menurut Mowen dan Minor (2002), perilaku konsumen adalah studi unit – unit dan proses pembuatan keputusan yang terlibat dalam penerimaan, penggunaan dan pembelian, dan penentuan barang, jasa, dan ide.

Perilaku konsumen sebagai “proses seorang pelanggan untuk membuat keputusan pembelian, juga untuk menggunakan dan membuang barang dan jasa yang dibeli, termasuk faktor – faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian dan penggunaan produk”. (Lamb, 2004).

Menurut Kotler (2005), sikap adalah perilaku yang menunjukkan apa yang disukai dan tidak disukai konsumen. Sikap juga menggambarkan kepercayaan konsumen terhadap berbagai atribut dan manfaat objek tersebut.

Perilaku konsumen tidak terbatas hanya pada pembelian tapi juga pascapembelian seperti yang dikemukakan oleh Hawkins, Beat dan Coney (2004) pascapembelian proses evaluasi secara langsung dipengaruhi oleh jenis sebelumnya dalam proses pengambilan keputusan.

2.3. Faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen

Menurut Mamang dan Sopiiah (2013) faktor - faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen buah durian adalah :

1. Faktor Psikologis

Faktor psikologis mencakup persepsi, motivasi, pembelajaran, sikap, dan kepribadian. Sikap adalah suatu kecenderungan yang dipelajari untuk bereaksi terhadap penawaran produk dalam situasi dan kondisi tertentu secara konsisten. Kepribadian adalah pola individu untuk merespon stimulus yang muncul dari lingkungannya. Pembelajaran berampak pada

adanya perubahan. Konsumen akan belajar setelah mendapatkan pengalaman, baik pengalaman sendiri maupun pengalaman orang lain.

2. Faktor Situasional

Faktor situasional mencakup keadaan sarana dan prasarana tempat belanja, waktu belanja, penggunaan produk, dan kondisi saat pembelian.

3. Faktor Sosial

Faktor sosial mencakup undang – undang / peraturan, keluarga, kelompok referensi, kelas sosial, dan budaya.

Dari faktor di atas, beberapa variabel yang digunakan dalam penelitian ialah variabel sikap, persepsi, keluarga, harga, dan tempat. Menurut Engel (2006) sikap adalah suatu mental dan saraf yang diberkaitan dengan kesiapan untuk menanggapi, diorganisasi melalui pengalaman, dan memiliki pengaruh yang mengarahkan dan atau dinamis terhadap perilaku.

Sikap adalah perilaku yang menunjukkan apa yang disukai dan tidak disukai konsumen (Kotler, 2005). Menurut Mamang dan Sopiah (2013) fungsi dari sikap adalah membantu menyimpan memori jangka panjang sehingga orang bisa dengan mudah mengingat kembali suatu hal pada saat yang tepat ketika sedang menghadapi isu atau masalah pada produk, merek, dan jasa dalam rangka membuat pernyataan tentang diri mereka.

Menurut Stanton (2001) persepsi dapat didefinisikan sebagai makna yang kita pertalikan berdasarkan pengalaman masa lalu, stimulus (rangsangan – rangsangan) yang kita terima melalui lima indra. Sedangkan menurut Hawkins dan Coney (2005), persepsi adalah proses bagaimana stimulus itu diseleksi,

diorganisasi dan diinterpretasi. Stimulus adalah setiap bentuk fisik, visual, atau komunikasi verbal yang dapat mempengaruhi tanggapan individu.

Keluarga adalah kelompok yang terdiri atas dua orang atau lebih yang berhubungan melalui darah, perkawinan, adopsi dan tempat tinggal (Engel, 2006). Menurut Engel (2006), bentuk – bentuk keluarga adalah keluarga inti (*nuclear family*), keluarga besar (*extended family*), keluarga orientasi (*family of orientation*). Keluarga mempunyai pengaruh yang sangat kuat pada perilaku pembeli (Mamang dan Sopiah, 2013).

Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atau dikenakan atas sebuah produk atau jasa (Simamora, 2003). Lokasi adalah tempat untuk menyampaikan produk pada konsumen. Lokasi yang strategis akan mampu menarik perhatian konsumen (Amri, 2012). Menurut Amri (2012) produk tidak akan mempunyai arti apa – apa bagi konsumen apabila tidak disampaikan atau tidak tersedia pada saat dan tempat yang diinginkan oleh konsumen.

1.4 Penelitian Terdahulu

Penelitian yang di lakukan oleh Thomson PS dengan judul “ **Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Warung Ucok Durian Iskandar Muda Medan Terhadap Keputusan Pembelian**” penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan Warung Ucok Durian Iskandar Muda Medan terhadap keputusan pembelian. Hipotesis dari penelitian ini adalah faktor kualitas pelayanan yaitu meliputi variabel bukti fisik (*tangibles*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan

perhatian (*emphaty*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Warung Ucok Durian Iskandar Muda Medan.

Pengumpulan data primer dilakukan melalui kuesioner yang dibagikan kepada konsumen yang memenuhi karakteristik responden yang telah ditetapkan yaitu sebanyak 100 responden. Pengambilan sampel menggunakan teknik *Purposive Random Sampling*. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif yang terdiri dari uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda, dan uji hipotesis.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa berdasarkan uji F, kualitas pelayanan yang terdiri dari variabel bukti fisik (X1), kehandalan (X2), daya tanggap (X3), jaminan (X4), dan perhatian (X5) secara bersama-sama atau simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) pada Warung Ucok Durian Iskandar Muda Medan. Berdasarkan hasil uji t, variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap keputusan pembelian adalah variabel kehandalan dan daya tanggap. Nilai *Adjusted R Square* = 0,152 berarti 15,2% faktor-faktor keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel bebas (bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan perhatian) sedangkan sisanya 84,8% dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Menurut Fachreza Ilham Yusuf dalam judul skripsi “**Pengaruh Kualitas Produk dan Nilai Emosional Terhadap Loyalitas Pelanggan Ucok Durian Medan**”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh kualitas produk dan nilai emosional terhadap loyalitas pelanggan Ucok Durian Medan. Populasi dalam penelitian ini adalah 2000 orang, teknik pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling* dengan jumlah sampel

sebanyak 96 orang. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah melalui angket (Kuesioner) yang pengukurannya menggunakan skala Likert dan diolah secara statistik dengan metode analisis regresi linear berganda dengan persamaan struktural $Y=a+b_1X_1+b_2X_2+e$ serta diolah dengan menggunakan program SPSS 17.00 *for windows*.

Hasil analisis data maka diperoleh persamaan analisis regresi linear berganda $Y = 12,022 + 0,217X_1 + 0,333X_2 + e$. Kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat diketahui dengan koefisien determinasi (R^2) dengan hasil sebesar 30,4% yang artinya loyalitas pelanggan dapat dijelaskan dengan kualitas produk dan nilai emosional dan sisanya sebesar 69,6% dijelaskan oleh variabel lain.

Menguji hipotesis dalam penelitian ini digunakan uji F dengan nilai $F_{hitung} (20,327) > F_{tabel} (2,36)$. Dari hasil perhitungan diatas dapat dikatakan bahwa kualitas produk dan nilai emosional berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas pelanggan Ukok Durian Medan. Secara parsial kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $1,990 > 1,660$ dan nilai emosional terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai $2,444 > 1,660$.

Hipotesis dalam penelitian ini dapat diterima yaitu ada pengaruh kualitas produk dan nilai emosional secara parsial maupun secara simultan terhadap loyalitas pelanggan Ukok Durian Medan.

Menurut Puspita Ayu R dalam penelitian "**Sikap dan Perilaku Konsumen Terhadap Produk Olahan Durian**". Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis *supply* produk *pancake* durian di lokasi penelitian. Untuk

menjelaskan sikap dan perilaku konsumen terhadap produk olahan durian/*pancake* durian. Serta menganalisis tingkat kepentingan konsumen dan tingkat kekuatan kepercayaan konsumen terhadap atribut *Pancake* Durian Produksi Mei Cin *Pancake*. Metode Penelitian: Daerah penelitian ditetapkan secara sengaja (*purposive*) di Kecamatan Medan Petisah hal ini dikarenakan sentra produksi Mei Cin *Pancake* dan Rema *Pancake* terletak di Kecamatan Medan petisah. Metode penentuan responden menggunakan metode *Accidental* yang ditujukan untuk konsumen yang membeli produk di Mei Cin *Pancake* tersebut. Metode analisis data menggunakan skala pengukuran sikap *Likert*, analisis teknik penskalaan *semantic differential*, dan model Multi Atribut Perilaku Fishbein.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sikap konsumen terhadap produk olahan durian, yakni *pancake* durian menunjukkan cenderung kearah proporsi sikap positif. Perilaku konsumen terhadap produk *pancake* durian menunjukkan perilaku yang menyukai dan menerima produk *pancake* durian sebagai olahan durian yang terpopuler saat ini. Konsumen menganggap penting semua atribut yang ada pada produk *pancake* durian. Atribut rasa, harga, dan tampilan kemasan memiliki skor tertinggi. Evaluasi kepentingan diukur dari atribut-atribut yang terdapat pada produk *pancake* durian yang dapat dilihat dengan panca indra. Konsumen mempercayai bahwa produk *pancake* durian merupakan inovasi dari olahan buah durian yang mempunyai nilai tambah yang menguntungkan.

