

***INTEREST VISITORS TO BUY FRUIT  
IN HORTIMART AGRO CENTER***

***Veby Syawalia  
Dr. Ir. Widodo, MP / Dr.Ir. Nur Rahmawati, MP  
Program Studi Agribisnis  
Fakultas Pertanian  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta***

**ABSTRACT**

Fruit is one thing that is needed by our body with many benefits in the content of the fruit itself. Nutrition and vitamins are needed by the body to support health. The health trend by consuming fruit has resulted in a broad business arena in the field of agribusiness, one of the companies competing in this field is Hortimart Agro Center. This company provides various types of fruit with prices offered relatively high compared to similar companies, but the prices offered are in accordance with the quality provided and become a separate selling point. This study aims to determine the interests, attitudes and norms of subjective visitors in buying fruit at PT Hortimart Agro Center, with 111 respondents. The analysis techniques in this study are descriptive analysis, average score of subjective attitudes and norms, and determination of interest based on the importance of subjective variables and norms of norms. This study uses primary data and secondary data. The interest in this study is shaped by subjective attitudes and norms that are calculated using the theory of reasoned actions brought by Fishbein and Ajzein. Based on the results of the study, the conclusions from visitors to Hortimart Agro Center were respondents, most of whom came from outside the Semarang district, respondents came from Semarang, Bogor, Jakarta, Bekasi, Yogyakarta, Klaten, Magelang, Solo, Surakarta, Demak, Jepara and Boyolali. Visitors from Semarang district are domiciled in the area around Hortimart such as Ungaran, Ambarawa and Salatiga. Visitors aged 41-51 years. The attitude of visitors to buy fruit at Hortimart Agro Center is good with an average score of 19.46, the subjective norm of visitors to buy fruit at Hortimart Agro Center both with an average value of 15.72 and interest in visitors to buy fruit at Hortimart Agro Center with a score high interest 4.

Keywords: Attitudes, Subjective Norms, Buying Interests, Fruit

# **MINAT BELI PENGUNJUNG UNTUK MEMBELI BUAH DI PT. HORTIMART AGRO CENTER**

**Veby Syawalia  
Dr. Ir. Widodo, MP / Dr.Ir. Nur Rahmawati, MP  
Program Studi Agribisnis  
Fakultas Pertanian  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**

## **INTISARI**

Buah merupakan salah satu yang dibutuhkan oleh tubuh dengan banyaknya manfaat dalam kandungan buah itu sendiri. Kandungan nutrisi maupun vitamin dibutuhkan oleh tubuh untuk penunjang kesehatan. *Tren* kesehatan dengan memakan buah mengakibatkan luasnya arena bisnis dibidang agrobisnis, salah satu perusahaan yang bersaing dibidang ini adalah Hortimart Agro Center. Perusahaan ini menyediakan berbagai jenis buah dengan harga yang ditawarkan relative tinggi dibandingkan dengan perusahaan sejenis, namun harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas yang diberikan dan menjadi nilai jual tersendiri. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui minat, sikap dan norma subjective pengunjung dalam pembelian buah di PT Hortimart Agro Center, dengan jumlah responden sebanyak 111 orang. Teknik Analisis pada penelitian ini yaitu analisis deskriptif, rata-rata skor sikap dan norma subjective, dan penentuan minat berdasarkan bobot kepentingan dari variable sikap dan norma subjective. Penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Minat dalam penelitian ini dibentuk oleh sikap dan norma subjective yang dihitung menggunakan teori tindakan beralasan yang dikemukakan oleh Fishbein dan Ajzein. Berdasarkan hasil penelitian dapat diperoleh kesimpulan pengunjung Hortimart Agro Center merupakan responden yang mayoritas berasal dari luar kabupaten Semarang, yaitu responden berasal dari Kota Semarang, Bogor, Jakarta, Bekasi, Yogyakarta, Klaten, Magelang, Solo, Surakarta, Demak, Jepara dan Boyolali. Adapun pengunjung yang berasal dari kabupaten Semarang berdomisili di daerah sekitar Hortimart seperti Ungaran, Ambarawa dan Salatiga. Pengunjung berusia antara rentang umur 41- 51 tahun. Sikap pengunjung untuk membeli buah di Hortimart Agro Center adalah baik dengan nilai rata-rata skor sebesar 19,46, norma subjektif pengunjung untuk membeli buah di Hortimart Agro Center adalah baik dengan nilai rata-rata sebesar 15,72 dan minat pengunjung untuk membeli buah di Hortimart Agro Center adalah tinggi dengan skor minat sebesar 4.

Kata Kunci: Sikap, Norma Subyektif, Minat beli, Buah