



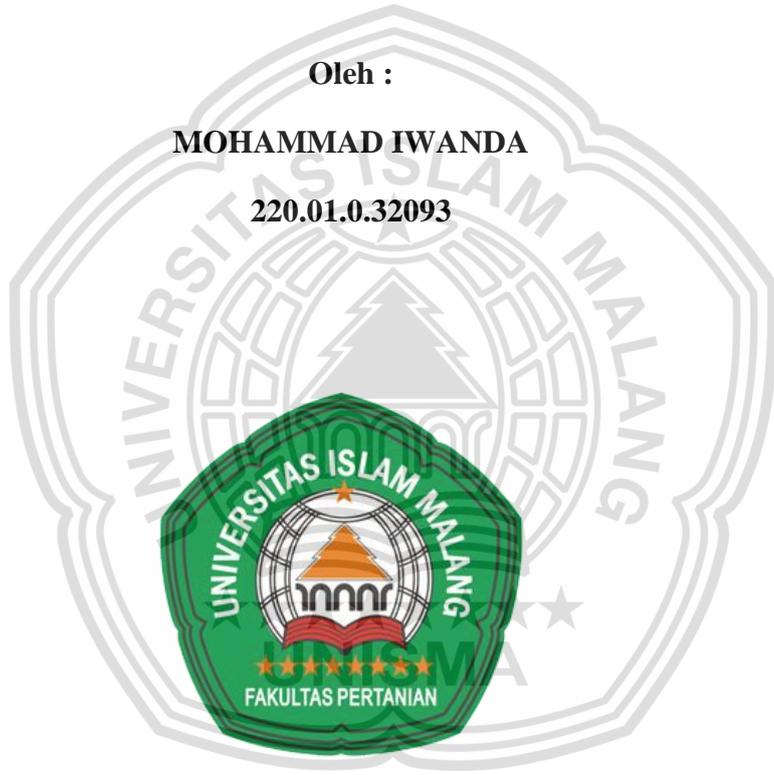
**ANALISIS PENGARUH PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP
PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN TEMPE KACANG
DI KOTA MALANG (Studi Kasus Di Pasar Besar Malang)**

SKRIPSI

Oleh :

MOHAMMAD IWANDA

220.01.0.32093



PROGRAM STUDI AGRIBISNIS

FAKULTAS PERTANIAN

UNIVERSITAS ISLAM MALANG

MALANG

2024



**ANALISIS PENGARUH PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP
PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN TEMPE KACANG
DI KOTA MALANG (Studi Kasus Pasar Besar Malang)**

SKRIPSI

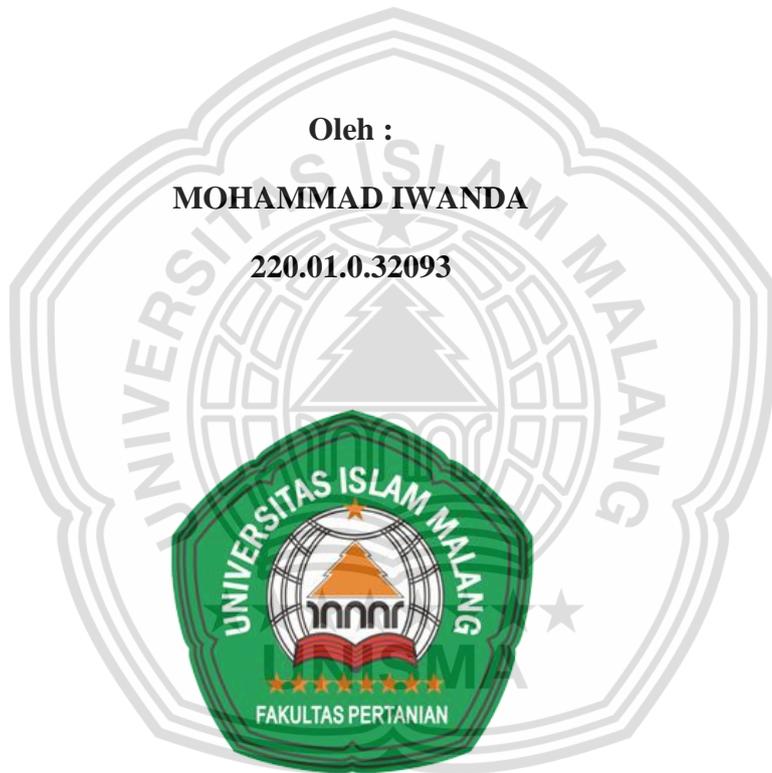
Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh

Gelar Sarjana Pertanian Strata Satu (S-1)

Oleh :

MOHAMMAD IWANDA

220.01.0.32093



PROGRAM STUDI AGRIBISNIS

FAKULTAS PERTANIAN

UNIVERSITAS ISLAM MALANG

MALANG

2024

Abstrak

Tempe kacang, yang terbuat dari kacang tanah, merupakan salah satu tempe non-kedelai khas Malang yang memiliki potensi besar untuk meningkatkan keberagaman pangan. Tujuan Penelitian ini yaitu 1. untuk mengetahui preferensi konsumen terhadap tempe kacang 2. untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan pembelian tempe kacang. Penelitian ini dilaksanakan selama 3 bulan terhitung dari bulan Mei-Juli 2024 di Kota Malang dengan lokasi penelitian di pasar besar Malang. Pengambilan sampel penelitian ini menggunakan *Accidental Sampling* sebanyak 100 responden. Analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis logit dan analisis konjoin. Dari hasil analisis konjoin diketahui bahwa tingkat kepentingan urutan pertama yaitu atribut harga sebesar 46.604%, urutan kedua atribut ketersediaan sebesar 23.076%, urutan ketiga atribut rasa sebesar 19.157%, urutan keempat atribut ukuran sebesar 11.164%. Dari hasil analisis logit terdapat 5 variabel yang berpengaruh nyata terhadap keputusan pembelian yaitu pendapatan (X_3), gaya hidup (X_4), Harga (X_5), ukuran (X_7), dan ketersediaan (X_8), sedangkan yang tidak berpengaruh nyata yaitu umur (X_1), jenis kelamin (X_2), dan rasa (X_6).

Keyword: Preferensi Konsumen, Tempe Kacang, Keputusan Pembelian

Abstract

Tempe kacang, which is made from peanut meal, is one of Malang's typical non-soy tempe which has great potential to increase food diversity. The objectives of this research are 1. to determine consumer preferences for tempe kacang 2. to find out the factors that influence purchasing decisions about tempe kacang. This research was carried out for 3 months starting from May-July 2024 in Malang City with the research location in Malang's large market. This research sample was taken using Accidental Sampling of 100 respondents. The data analysis used in this research is logit analysis and conjoint analysis. From the results of the conjoint analysis it is known that the first order level of importance, namely the price attribute, is 46.604%, the second order availability attribute is 23.076%, the third order taste attribute is 19.157%, the fourth order size attribute is 11.164%. From the results of the logit analysis, there are 5 variables that have a real influence on purchasing decisions, namely income (X_3), lifestyle (X_4), price (X_5), size (X_7), and availability (X_8), while those that have no real influence are age (X_1), gender (X_2) and taste (X_6).

Keyword : Consumer Preferences, Tempe Kacang, Purchasing Decisions

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Tingkat keragaman pangan di Indonesia sangat tinggi. Menurut Badan Pangan Nasional (2023). Terdapat berbagai jenis makanan, baik hewani maupun nabati, yang berfungsi sebagai sumber karbohidrat, protein, vitamin, dan mineral. Pemilihan jenis bahan pangan yang tepat dalam menu makanan menjadi hal penting untuk pemenuhan gizi yang seimbang. Seperti karbohidrat, mineral, lauk pauk sebagai sumber protein, buah-buahan dan sayuran sebagai sumber vitamin, hal itu yang dikenal dengan empat sehat lima sempurna. Ketersediaan lauk pauk sangat penting untuk memenuhi kebutuhan protein manusia. Salah satu olahan lauk pauk yang mengandung protein yaitu tempe.

Tempe merupakan makanan tradisional yang harganya relatif murah, rasanya enak, dan kaya akan gizi. Berbagai zat gizi yang terkandung pada tempe penting bagi kesehatan terutama protein dengan asam-asam amino esensial yang lengkap, mineral kalsium, fosfor, zat besi, magnesium, asam lemak tidak jenuh, antioksidan, serat pangan, zat antibiotik alami serta rendah lemak jenuh. Selain itu tempe mengandung khasiat untuk meningkatkan sistem kekebalan tubuh, membantu mencegah berbagai macam penyakit degeneratif (penyakit jantung koroner, diabetes, kanker, dan lain-lain) (Aryanta, 2023). Oleh karena itu, tempe dapat dikonsumsi dan disukai oleh semua kalangan umur, mulai dari bayi hingga orang dewasa. Sehingga tempe dapat dianggap sebagai makanan untuk semua umur (Agustina, 2012).

Tempe diproduksi hampir diseluruh wilayah di Indonesia karena sangat disukai dan dapat diterima oleh semua masyarakat. Produksi tempe di Indonesia sebagian besar masih dilakukan dengan cara tradisional. Hal ini dikarenakan industri tempe berasal dari industri rumah tangga, mereka menggunakan peralatan dan proses yang tradisional (Alvina et al.2019). Bahan baku utama tempe adalah kedelai yang melalui proses fermentasi dengan menggunakan ragi tempe, pembungkus tempe terbuat dari daun pisang atau plastik. Industri pengolahan kedelai semakin bergantung pada kedelai impor karena produksi

kedelai lokal tidak mencukupi untuk memenuhi permintaan. Menurut Alexander et al (2022) Pasokan kedelai dalam negeri hanya mencapai 20% dan sisanya 80% diimpor dari negara lain setiap tahunnya. Hal itu dapat mengakibatkan kelangkaan pasokan kedelai dan akan terjadi fluktuasi harga dimana harga kedelai tidak stabil yang berdampak pada harga tempe kedelai.

Keanekaragaman hayati Indonesia yang melimpah, seharusnya dapat mengatasi kelangkaan bahan baku kedelai untuk pembuatan tempe. Selain kedelai, bahan baku tempe dapat diperoleh dari beberapa kacang-kacangan lokal produksi dalam negeri. Namun, potensi tersebut belum dikembangkan secara maksimal, sehingga pemanfaatannya terbatas. Diversifikasi pangan olahan tempe yang tidak mengandung kedelai adalah salah satu cara untuk meningkatkan pemanfaatan kacang-kacangan lokal. Tujuan diversifikasi pangan olahan tempe non kedelai bukanlah untuk menggantikan tempe kedelai, sebaliknya untuk memberikan alternatif kepada masyarakat dalam memilih tempe yang memiliki kualitas yang tidak kalah dengan tempe kedelai. Terdapat beberapa jenis tempe yang ada di Indonesia seperti tempe terbuat dari biji kedelai (tempe kedelai), tempe terbuat dari ampas tahu (tempe bongkrek), tempe terbuat dari biji lamtoro (tempe lamtoro), tempe terbuat dari bungkil kacang (tempe kacang).

Salah satu pemanfaatan tempe non kedelai yaitu tempe kacang. Tempe Kacang merupakan salah satu makanan tradisional khas Malang yang hanya ada di Malang. Terbuat dari bungkil kacang tanah, bisa juga dikenal sebagai “tempe kacang” di Malang. Tempe bungkil kacang tanah (*peanutpress cake*) adalah produk samping dari proses ekstraksi minyak kacang tanah dengan pene kacang (Pamungkas, Sugiyono, and Nurtama, 2018). Kacang tanah merupakan tanaman polong-polongan terpenting setelah kedelai. Kacang kacang tanah merupakan produk samping ekstraksi minyak kacang tanah melalui pene kacang. Kacang kacang tanah merupakan produk hasil ikutan atau ampas hasil penggilingan biji kacang tanah setelah diekstraksi minyaknya secara mekanis atau secara kimia (Gullit, 2018). Walaupun bungkil kacang tanah merupakan ekstraksi tetapi masih mempunyai nilai gizi yang cukup padat. Kadar gizi yang terdapat pada tempe kacang tanah tidak jauh berbeda dengan kandungan tempe kedelai.

Tabel 1 Perbandingan Kadar Gizi Tempe Kedelai dan Tempe Kacang

Produk Tempe	Kadar Gizi						
	Protein (%)	Karbohidrat (%)	Lemak (%)	Air (%)	Abu (%)	Pati (%)	Kolesterol (Mg/g)
TKe	44,03	27,41	22,04	4,64	2,14	7,5	4,71
TKa	33,89	20,43	34,18	3,93	1,57	3,8	4,81

Keterangan : TKe (Tempe Kedelai), TKa (Tempe Kacang)

Sumber : Erna, Martino, and Damayanti (2021)

Salah satu karakteristik yang menjadi kelemahan tempe kacang ini adalah tempe kacang memiliki harga yang lebih tinggi daripada tempe kedelai. Hal ini membuat harga jual tempe kacang tidak bisa bersaing dengan tempe kedelai. Kelemahan lain dari tempe kacang ini teksturnya tidak sepadat seperti tempe kedelai, sehingga mudah hancur.

Penelitian Dewi (2018) menunjukkan bahwa beberapa orang di daerah Malang sangat menggemari olahan tempe kacang ini. Beberapa alasan mengapa orang mengkonsumsi olahan tempe kacang adalah sebagai kebutuhan lauk pauk keluarga, rasanya yang lebih gurih daripada tempe kedelai, dan kemudahan mendapatkannya di Malang (Fitriyah, 2016). Tempe kacang ini mudah ditemui dipasar-pasar tradisional di daerah Malang salah satunya pasar besar Malang yang ketersediaan tempe kacang ataupun tempe kedelai cukup banyak. Konsumen pasar besar Malang berasal dari semua lapisan masyarakat di kota Malang dan sekitarnya. Untuk mendukung pengembangan produk tempe kacang yang diharapkan dapat meningkatkan minat masyarakat untuk mengkonsumsinya, diperlukan analisis mengenai preferensi atau perilaku konsumen.

Preferensi merupakan rasa lebih suka pada sesuatu dibandingkan pada yang lainnya, konsumen memiliki preferensi terhadap suatu produk dan merk yang berbeda-beda dalam banyak hal, termasuk atribut produk (Cahyanti et al. 2016). Preferensi konsumen dapat terbentuk melalui pola pikir konsumen yang didasari oleh beberapa alasan yaitu pengalaman yang diperoleh sebelumnya, serta kepercayaan turun-temurun (Angriva and Sunyigono, 2020). Pelanggan dapat membuat posisi pikiran yang menggambarkan persepsi dan preferensi mereka sebagai dasar untuk membuat keputusan dalam membeli suatu produk (Wulandari and Fitri, 2020). Ketika seseorang menginginkan suatu jenis produk

tertentu, mereka akan tetap membelinya bahkan dengan harga yang tinggi, kecuali selera pribadi yang tidak dapat diganti dengan produk lain. Ini adalah kecenderungan umum dimana perilaku konsumen dapat dipengaruhi oleh selera. Penilaian dan selera konsumen berpengaruh terhadap perilaku saat membeli suatu produk.

Proses pengambilan keputusan pembelian konsumen didefinisikan sebagai proses memilih salah satu dari beberapa alternatif penyelesaian masalah dengan tindak lanjut yang nyata (Nador et al. 2020). Harga, rasa, ukuran dan ketersediaan adalah beberapa atribut yang sering dipertimbangkan oleh konsumen saat memutuskan untuk membeli suatu produk. Setelah memilih pilihan mereka, konsumen dapat mengevaluasi pilihan mereka dan menentukan sikap yang akan diambil selanjutnya. Jika konsumen mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian seperti umur, jenis kelamin, pendapatan, gaya hidup, harga, rasa, ukuran, dan ketersediaan, mereka dapat menggunakan untuk meningkatkan daya tarik terhadap tempe kacang. Dengan memahami perilaku konsumen tempe kacang melalui proses pengambilan keputusan pembelian sebagai landasan penting untuk membuat strategi pemasaran dan menerapkan metode penjualan yang efektif.

Tempe kacang memiliki harga jual sedikit mahal dibandingkan dengan tempe kedelai atau tempe lain. Meskipun begitu permintaan tempe kacang di kota Malang terbilang masih banyak, konsumen membeli tempe kacang sebanyak 1 kali sampai 10 kali dalam satu bulannya. Bahkan tak jarang konsumen membeli tempe kacang hampir setiap hari. Umumnya konsumen membeli tempe kacang karena keinginan dan kebutuhan sehari-hari. Bagi sebagian konsumen, tempe kacang sudah menjadi salah satu lauk pauk. Ketersediaan tempe kacang sudah beredar di pasaran. Konsumen paling banyak membeli tempe kacang di pasar besar Malang, hal tersebut dikarenakan ketersediaan tempe kacang di pasar besar Malang tergolong cukup banyak yang memudahkan konsumen saat membeli.

Berdasarkan uraian diatas, dirasa penting untuk melakukan penelitian yang menganalisis preferensi konsumen terhadap pengambilan keputusan pembelian tempe kacang di kota Malang yang berfokus terhadap preferensi masyarakat terhadap tempe kacang dan faktor-faktor yang mempengaruhinya. Hal tersebut

diharapkan dapat mempertahankan permintaan akan tempe kacang dan dapat meningkatkan daya tarik konsumen tempe kacang sesuai dengan harapan konsumen agar produk tempe kacang lebih dikenal dan diterima masyarakat secara luas.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas dapat dirumuskan masalah secara spesifik sebagai berikut :

1. Bagaimana preferensi konsumen terhadap tempe kacang?
2. Apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan pembelian tempe kacang?

1.3. Tujuan Penelitian

Atas dasar rumusan masalah, maka disusun tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui preferensi konsumen terhadap tempe kacang.
2. Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan pembelian tempe kacang.

1.4. Batasan Penelitian

Agar dapat mengetahui bahwa kesimpulan yang dibuat dari penelitian ini sesuai. Penulis menetapkan batasan-batasan penelitian sebagai berikut :

1. Kajian Penelitian ini hanya membahas preferensi konsumen dalam pembelian tempe kacang di Pasar Besar Malang dengan mempertimbangkan atribut produk dan faktor-faktor konsumen dalam pembelian tempe kacang.
2. Responden pada penelitian ini diambil dari konsumen yang melakukan pembelian tempe kacang di Pasar Besar Malang dengan minimal pembelian 1 kali dalam sebulan.
3. Penelitian ini memberikan batasan umur pada responden dengan minimal umur 17 tahun.

1.5. Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian telah memperoleh berbagai manfaat baik secara teoritis maupun praktis. Adapun manfaat dari hasil penilian ini meliputi :

1. Manfaat teoritis
Manfaat bersifat teori yang akan diterima pembaca. Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat khususnya dalam agribisnis

karena akan mengajarkan pembaca tentang bagaimana konsumen membuat keputusan saat mereka memilih produk.

2. Manfaat praktis

a. Bagi peneliti

Dapat melatih kemampuan berpikir kritis serta menganalisis data, dan penelitian ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana di Program Studi Agribisnis Universitas Islam Malang.

b. Bagi produsen

Sebagai sumber informasi bagi pedagang tentang preferensi konsumen dan faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli tempe kacang.

c. Bagi peneliti lain

Sebagai bahan referensi dan pertimbangan apabila peneliti selanjutnya ingin melakukan penelitian tentang analisis pengaruh preferensi konsumen terhadap pengambilan keputusan pembelian tempe kacang di kota Malang.

1.6. Output Penelitian

Dari penelitian yang dilakukan ini akan diperoleh output berupa tulisan artikel ilmiah yang akan dimuat dalam jurnal Seagri.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai preferensi konsumen terhadap pengambilan keputusan pembelian tempe kacang dikota Malang, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Prefrensi konsume terhadap tempe kacang adalah atribut harga dengan tingkat kepentingan pertama, atribut ketersediaan dengan tingkat kepentingan kedua, atribut rasa dengan tingkat kepentingan ketiga, dan atribut ukuran dengan tingkat kepentingan keempat.
2. Faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan pembelian tempe kacang adalah pendapatan (X_3), gaya hidup (X_4), harga (X_5), ukuran (X_7) dan ketersediaan (X_8).

5.2. Saran

1. Mayoritas pembeli tempe kacang berasal dari golongan pendapatan menengah (Rp 2.000.000 – Rp 4.000.000/bulan), produsen dapat fokus pada startegi pemasaran yang lebih tertarget untuk segmen ini.
2. Produsen tempe kacang sebaiknya menetapkan harga yang terjangkau untuk menarik lebih banyak konsumen. Mengingat harga adalah salah satu faktor utama yang mempengaruhi keputusan pembelian, strategi harga yang kompetitif dapat meningkatkan daya tarik produk dipasar.
3. Produsen diharapkan mempertahankan rasa khas yang sudah disukai konsumen dan berhati-hati dalam menambahkan variasi rasa baru agar tidak mengalihkan perhatian konsumen ke produk lain.
4. Menyediakan berbagai ukuran yang sesuai dengan preferensi konsumen, namun tetap mempertahankan ukuran yang paling diminati untuk memastikan kepuasan konsumen dan meningkatkan peluang pembelian.
5. Produsen harus memastikan tempe kacang selalu tersedia dipasar dan mengoptimalkan startegi distribusi untuk memastikan tempe kacang tersedia diberbagai lokasi penjualan, hal ini dapat meningkatkan permintaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adelawati, K. (2021). Analisis konjoin preferensi konsumen terhadap sayuran organik di brastagi supermarket medan. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pertanian [JIMTANI]*, 1(2).
- Adiyoga, W., & Nurmalinda, N. (2012). Analisis konjoin preferensi konsumen terhadap atribut produk kentang, bawang merah, dan cabai merah. *Jurnal Hortikultura*, 22(3), 292-302.
- Alvina, A., Hamdani, D. H., & Jumiono, A. (2019). Proses pembuatan tempe tradisional. *Jurnal Ilmiah Pangan Halal*, 1(1).
- Amin, N. F., Garancang, S., & Abunawas, K. (2023). Konsep Umum Populasi dan Sampel dalam Penelitian. *PILAR*, 14(1), 15-31.
- Angriva, S., & Sunyigono, A. K. (2020). Persepsi dan preferensi konsumen terhadap produk madu pt kembang joyo. *Agriscience*, 1(1), 186-199.
- Apriando, J. P., Soesanto, H., & Indriani, F. (2019). Pengaruh kualitas produk dan ketersediaan produk terhadap keputusan pembelian dengan citra merek sebagai variabel intervening (studi pada konsumen minuman energi m-150 di kota semarang). *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia (Indonesian Journal of Marketing Science)*, 18(2), 166-183.
- Apriyanti, E., Chasanah, U., & Kiswati, S. (2022). Penerapan teknologi tepat guna autoclave pada industri tempe sebagai upaya peningkatan produktivitas UKM di Desa Sumurrejo Gunung Pati Semarang. *Merdeka Indonesia Jurnal Internasional*, 2(1), 18-24.
- Arnold, P. W., Nainggolan, P., & Damanik, D. (2020). Analisis Kelayakan Usaha dan Strategi Pengembangan Industri Kecil Tempe di Kelurahan Setia Negara Kecamatan Siantar Sitalasari. *Jurnal Ekuilnomi*, 2(1), 29-39.
- Aryanta, I. W. R. (2023). Kandungan gizi dan manfaat tempe bagi kesehatan. *Widya Kesehatan*, 5(2), 25-32.
- Badan Pangan Nasional. 2023. "Laporan Bulanan Direktorat Ketersediaan Pangan." *Direktorat Ketersediaan Pangan* (April): 68–70.
- Cahyanti, T., & Najib, M. (2016). Analisis preferensi konsumen terhadap atribut yogurt drink (studi kasus Kota Bogor Jawa Barat). *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 14(1), 176-183.
- Cohen, A., & Einav, L. (2007). Estimating risk preferences from deductible choice. *American economic review*, 97(3), 745-788.
- Dama, S. G., Pangemanan, S. P., Kalangi, J. K., & Makalew, A. (2021). Preferensi konsumen terhadap konsumsi "ragey" di Kota Manado. *Zootec*, 41(1), 71-80.

- Desi Budi Yanti, 2018. (2018). Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Jilbab Syar'I. In Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
- Djalil, S. M., Prasmatiwi, F. E., & Endaryanto, T. (2022). Household consumer's preferences and demand for granulated sugar in Bandar Lampung City. *Journal of Food System and Agribusiness*, 1-11.
- Erna, M., Martino, Y. A., & Damayanti, D. S. (2021). PERBANDINGAN KADAR GIZI TEMPE *Phaseolus vulgaris* L., TEMPE *Arachis hypogaea* L., DAN TEMPE *Glycine max*. *Jurnal Bio Komplementer Medicine*, 8(2).
- Febrianti, A., & Ariyani, A. H. M. (2022). Preferensi Konsumen terhadap Pembelian Pempek Kering Cakalang HJ. Soraya. *AGRISCIENCE*, 3(1), 72-85.
- Febrianti, T., Tsani, A., & Milla, A. N. (2019). Analisis preferensi konsumen terhadap sayuran hidroponik di Kota Sukabumi. *Paspalum: Jurnal Ilmiah Pertanian*, 7(1), 1-8.
- Green PE dan Srinivasan V. (1978). Conjoint Analysis in consumer research: issues and outlook. *The Journal of Consumer Research*, 5 (2): 103-123. <https://academic.oup.com/jcr/article/5/2/103/1805825>. [7 Maret 2019].
- Gunawan, D., Pratiwi, A. D., Arfah, Y., & Hartanto, B. (2022). *Keputusan Pembelian Skincare Safi Berbasis Media Marketing*. PT Inovasi Pratama Internasional
- Hartina, H. (2021). PENGARUH PERILAKU KONSUMEN (FAKTOR PSIKOLOGIS DAN PRIBADI) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TEMPE. *Jurnal Sains Agribisnis*, 1(2), 103-108.
- Hermayunita, H., Dini, R., Naibaho, N. H., Liansyah, M., & Rachmawati, D. W. (2023). Penyuluhan Proses Pembuatan Tempe Berbahan Dasar Kedelai. *Jurnal Bangun Abdimas*, 2(2), 162-167.
- Izza, Dwi Susilowati, and Sri Hindarti. 2021. "11016-29948-1-Pb." *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*.
- Julianisa, R. D., Safitri, D., & Yasin, H. (2016). Analisis konjoin full profile dalam pemilihan bedak untuk mahasiswi departemen statistika universitas diponegoro. *Jurnal Gaussian*, 5(4), 747-756.
- Kamila, F., Prasetyo, E., & Roessali, W. (2019). Analisis sikap konsumen pada pembelian beras di Kota Salatiga. *Agrisocionomics: Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 3(1), 10-18.
- Linar, H., Febi, N., & Isbandriyati, M. (2020). KAJIAN PREFERENSI MASYARAKAT TERHADAP KOMODITI TALAS SEBAGAI BAHAN PANGAN LOKAL DI PROVINSI JAWA BARAT (Study of People's Preferences for Taro Compatibility as Local Food Ingredient in West Java Province). *PROSIDING SEMNAS PERTANIAN 2020*.

- Man, D. B. Y. (2018). *Pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian jilbab syar'i studi kasus pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis islam UIN sumatera utara* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan).
- Melda, M., Arini, E., & Yulinda, A. T. (2020). Pengaruh keragaman produk, cita rasa dan citra merek terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Entrepreneur Dan Manajemen Sains (JEMS)*, 1(2), 143-149.
- Musianto, L. S. (2002). Perbedaan Pendekatan Kuantitatif Dengan Pendekatan Kualitatif Dalam Metode Penelitian. *Jurnal Manajemen Dan Wirausaha*, 4(2), 123–136. <https://doi.org/10.9744/jmk.4.2.pp.123-136>
- Nador, N., Hidayati, N., & Rizal, M. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Produk dan Keamanan Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pasar Tradisional Madyopuro Kota Malang). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 9(20).
- Najmutsaqib, Lutfi, Bambang Siswadi, and Dwi Susilowati. 2003. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Kopi Latte Di Kopi Kenangan (Studi Pada Pelanggan Outlet Kopi Kenangan." *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian dan Agribisnis* 7(1): 1–7.
- Pamungkas, Edy Tya Gullit Duta Pamungkas, Sugiyono, and Budi Nurtama. 2018. "Tempe Kacang Kacang Tanah Khas Malang." *Pangan* 1(1): 1–11.
- Prasetya, T., & Partini, P. (2019). Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Cabe Merah Di Kecamatan Tembilahan. *Jurnal Agribisnis*, 8(1), 26-35.
- Prasetyo, Rizky Eko, Wuryaningsih Dwi Sayekti, and Eka Kasymir. 2019. "Tingkat Kepuasan Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Tempe Oleh Konsumen Rumah Tangga Di Kota Bandar Lampung." *Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis* 6(4): 368. doi:10.23960/jiia.v6i4.368-375.
- Pratiwi, A., Junaedi, D., & Prasetyo, A. (2020). Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 1(2), 150-160.
- Santosa, S. (2019). Analisa Analisa Konjoin: Upaya Stimulus Konsumen Untuk Mengonsumsi Cemilan Franchise Makanan Jagung Daily Fresh "Lapak Cinsong" Di Vihara Dhamma Bhakti, Jawaringan, Kab-Tangerang. *eCo-Buss*, 2(1), 1-7
- Santoso, S. (2017). *Menguasai Statistik dengan SPSS 24*. Jakarta: PT Alex Media Komputindo
- Sari, L. W., & Suyanto, A. M. A. (2020). Analysis Of Consumer Preference On Choosing E-Commerce In Indonesia. *Almana: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 4(1), 38-45.

- Setiadi, N. J., & Konsumen, P. (2003). Konsep dan Implikasi untuk strategi dan penelitian pemasaran. *Jakarta: Prenada Media*.
- St Aisyah, R., & Hiola, S. K. Y. (2017). Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Produk Olahan Ayam Di Kota Makassar. *Jurnal Galung Tropika*, 6(3), 174-184.
- St Aisyah, R., & Hiola, S. K. Y. (2017). Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Produk Olahan Ayam Di Kota Makassar. *Jurnal Galung Tropika*, 6(3), 174-184.
- Wachdijono, W., Trisnaningsih, U., & Wahyuni, S. (2019). Analisis Preferensi Konsumen Kopi di Lingkungan Akademik Universitas Swadaya Gunung Jati Cirebon Pada Era Revolusi Industri 4.0. *Agriekonomika*, 8(2), 181-193.
- Wahyuni, D. (2017). ANALISIS PREFERENSI AGROINDUSTRI TEMPE DALAM PEMILIHAN KEDELAI (Agroindustri Tempe Di Kota Tasikmalaya Kota Tasikmalaya) Analysis of Tempe Preference in Soybean Selection (Agroindustry Tempe In Kecamatan Cipedes Kota Tasikmalaya)". *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh*, 3(3), 444-453.
- Waruwu, M. (2023). Pendekatan penelitian pendidikan: metode penelitian kualitatif, metode penelitian kuantitatif dan metode penelitian kombinasi (Mixed Method). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(1), 2896-2910.
- Wulandari, S. A., & Fitri, R. R. E. (2020). Hubungan Antara Persepsi Dengan Preferensi Konsumen Terhadap Tempe Di Pasar Angso Duo Kota Jambi. *Jurnal MeA (Media Agribisnis)*, 5(1), 47-61.
- Yin, R. (2003). *Case study research: Design and methods*. (3rd edition). California: ThousandsOaks.