



**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
PEMBELIAN BUAH JERUK LOKAL DI SUPER INDO
TLOGOMAS DAN BENDUNGAN SUTAMI KOTA MALANG**

SKRIPSI

Oleh :

DYAH AYU ROCHMADANI

22001032021



PROGRAM STUDI AGRIBISNIS

FAKULTAS PERTANIAN

UNIVERSITAS ISLAM MALANG

2024

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
PEMBELIAN BUAH JERUK LOKAL DI SUPER INDO
TLOGOMAS DAN BENDUNGAN SUTAMI KOTA MALANG**

SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat memperoleh
Gelar Sarjana Pertanian Strata Satu (S-1)**

Oleh :

DYAH AYU ROCHMADANI

22001032021



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ISLAM MALANG**

2024

RINGKASAN

Dyah Ayu Rochmadani (22001032021) Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Buah Jeruk Lokal di Super Indo Tlogomas dan Bendungan Sutami Kota Malang. Dosen Pembimbing: 1). Lia Rohmatul Maula, SP., MP. 2). Arief Joko Saputro, SP., MP.

Jeruk merupakan salah satu sumber vitamin C yang baik untuk tubuh, dan bersifat alami sehingga konsumen tidak perlu khawatir untuk mengkonsumsinya dalam jangka Panjang dan memilih mengkonsumsinya untuk memenuhi kebutuhan vitamin C dalam tubuh (Eldisthia *et al.*, 2023). Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat, produksi jeruk siam/keprok di Indonesia mencapai 2,72 juta ton sepanjang 2022. Jumlah tersebut meningkat 13,2% dibandingkan tahun sebelumnya sebanyak 2,4 juta ton. Publikasi yang sama juga menyebutkan angka produksi jeruk di Propinsi Jawa Timur pada tahun 2022 naik sebesar 45,3% dengan total jumlah produksi sebesar 11.944.888 ton. Jumlah produksi jeruk di Indonesia terbilang cukup besar dan melimpah sehingga sangat memungkinkan untuk memenuhi permintaan konsumen di pasar domestik. Tujuan penelitian ini adalah 1) Untuk menganalisis proses pengambilan keputusan konsumen dalam melakukan pembelian buah jeruk lokal di Super indo Tlogomas dan Bendungan Sutami Kota Malang. 2) Untuk menganalisis faktor-faktor yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian buah jeruk lokal di Super indo Tlogomas dan Bendungan Sutami Kota Malang.

Penelitian ini dilakukan di Super indo Tlogomas dan Bendungan Sutami Kota Malang. Pemilihan tempat ini dilakukan secara sengaja (*purposive*) alasan peneliti mengambil lokasi ini diantaranya karena lokasi yang berada dipusat kota malang, jarang diteliti oleh peneliti lain dan dekat dengan rumah peneliti. Pengambilan sampel menurut (Sugiyono, 2019) bahwa ukuran sampel yang layak dalam penelitian antara 30 sampai dengan 500. Bila dalam penelitian melakukan analisis dengan multivariate, maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti. Untuk penelitian eksperimen yang sederhana, maka jumlah anggota sampel masing-masing antara 10 sampai dengan 20. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan ukuran sampel menurut (Sugiyono, 2019) dimana analisis yang digunakan adalah multivariate dengan korelasi atau regresi berganda maka, jumlah anggota sampel diambil 20 kali dari jumlah variabel yang diteliti. Variabel dalam penelitian ini ada 5 (independen + dependen), maka jumlah anggota sampel = 20×5 variabel = 100. Sumber data yang digunakan pada penelitian adalah data primer dan sekunder. Metode analisis data yang digunakan yaitu menggunakan metode SEM (*Structural Equation Modelling*) untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian buah jeruk lokal.

Dari hasil analisis yang dilakukan pada tahap pengenalan kebutuhan dimana konsumen membeli buah jeruk lokal dengan tujuan untuk sumber vitamin sebanyak 45%. Pada tahap pencarian informasi, konsumen buah jeruk lokal mendapat informasi berasal dari keluarga sebanyak 47%. Pada tahap pemilihan alternatif indikator yang menjadi pertimbangan konsumen adalah kualitas produk sebanyak 55%. Proses keputusan konsumen dalam membeli buah lokal sebagian besar dilakukan secara terencana sebanyak 73% Sedangkan untuk pasca pembelian, konsumen merasa puas ketika membeli buah jeruk lokal di Super Indo sebanyak 70%.

Dari hasil analisis SEM diketahui bahwa harga (X_1), produk (X_2), promosi (X_3) dan lokasi (X_4) memiliki hubungan yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y).

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka diperoleh saran Bagi para pelaku usaha untuk selalu memperhatikan bagaimana produk dari buah jeruk lokal itu sendiri tetap memiliki kualitas yang baik sesuai dengan yang diinginkan oleh konsumen sehingga dapat terus meningkatkan pembelian yang positif dari konsumen terhadap buah jeruk lokal. Bagi peneliti selanjutnya, penulis menyarankan untuk menambah faktor faktor lain seperti kualitas pelayanan, kualitas produk, citra merk, kemasan yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli buah jeruk lokal di Super indo Tlogomas dan Bendungan Sutami Kota Malang. Dengan demikian memberikan kontribusi yang baik untuk penelitian selanjutnya tentang keputusan pembelian.



RINGKASAN

Dyah Ayu Rochmadani (22001032021) Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Buah Jeruk Lokal di Super Indo Tlogomas dan Bendungan Sutami Kota Malang. Dosen Pembimbing: 1). Lia Rohmatul Maula, SP., MP. 2). Arief Joko Saputro, SP., MP.

Orange is a source of vitamin C that is good for the body, and is natural so that consumers do not need to worry about consuming it in the long term and choose to consume it to meet the needs of vitamin C in the body (Eldisthia et al., 2023). According to the Central Bureau of Statistics (BPS), the production of siamese/tangerines in Indonesia reached 2.72 million tons in 2022. This number increased by 13.2% compared to the previous year of 2.4 million tons. The same publication also mentioned that the citrus production figure in East Java Province in 2022 increased by 45.3% with a total production amount of 11,944,888 tons. The amount of citrus production in Indonesia is quite large and abundant so it is possible to meet consumer demand in the domestic market. The objectives of this study are 1) To analyze the consumer decision-making process in purchasing local citrus fruits at Super indo Tlogomas and Sutami Dam, Malang City. 2) To analyze the factors that influence purchasing decisions for local citrus fruits at Super indo Tlogomas and Sutami Dam, Malang City.

This research was conducted at Super indo Tlogomas and Sutami Dam, Malang City. The selection of this place was carried out deliberately (purposive) the reason the researchers took this location was because the location was in the center of the city of Malang, rarely researched by other researchers and close to the researcher's house. Sampling according to (Sugiyono, 2019) that the appropriate sample size in research is between 30 and 500. If the research conducts multivariate analysis, the number of sample members is at least 10 times the number of variables studied. In this study, the authors used a sample size according to (Sugiyono, 2019) where the analysis used was multivariate with correlation or multiple regression, the number of sample members was taken 20 times the number of variables studied. There are 5 variables in this study (independent + dependent), so the number of sample members = 20×5 variables = 100. The data sources used in the study were primary and secondary data. The data analysis method used is using the SEM (Structural Equation Modeling) method to determine the factors that influence consumer decisions in purchasing local citrus fruits.

From the results of the analysis conducted at the needs recognition stage where consumers buy local citrus fruits with the aim of being a source of vitamins as much as 45%. At the information search stage, local citrus fruit consumers get information from their families as much as 47%. At the alternative selection stage, the indicator that consumers consider is product quality as much as 55%. The consumer decision process in buying local fruit is mostly done in a planned manner as much as 73%. As for post-purchase, consumers feel satisfied when buying local citrus fruits at Super Indo as much as 70%.

From the results of SEM analysis, it is known that price (X1), product (X2), promotion (X3) and location (X4) have a positive and significant relationship to purchasing decisions (Y).

Based on the results of the research that has been done, suggestions are obtained for business people to always pay attention to how the product of local citrus fruit itself still has good quality in accordance with what consumers want so that it can continue to increase positive purchases from consumers of local citrus fruit. For further researchers, the authors suggest adding other factors such as service quality, product quality, brand image, packaging that can influence consumer decisions in buying local citrus fruits in Super indo Tlogomas and Sutami Dam Malang City. Thus making a good contribution to further research on consumer decisions.



BAB I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Jeruk merupakan salah satu sumber vitamin C yang baik untuk tubuh, dan bersifat alami sehingga konsumen tidak perlu khawatir untuk mengkonsumsinya dalam jangka Panjang dan memilih mengkonsumsinya untuk memenuhi kebutuhan vitamin C dalam tubuh (Eldisthia *et al.*, 2023). Jeruk juga merupakan salah satu komoditi buah-buahan yang mempunyai peranan penting di pasaran dunia maupun dalam negeri, baik dalam bentuk segar maupun olahannya karena memiliki nilai ekonomis yang tinggi atau merupakan buah yang memiliki prospek yang cerah atau menjanjikan untuk dikembangkan (Damanik *et al.*, 2023)

Buah merupakan unsur yang penting bagi makanan yang sehat, serta mengonsumsi buah sesuai dengan anjuran dapat menurunkan resiko penyakit, tetapi kurangnya mengonsumsi buah merupakan penyebab resiko ke-10 tertinggi dari angka kematian di dunia (Kusmiyati, *et al.*, 2022). Pada umumnya buah memiliki nilai gizi dan kandungan nutrisi yang lengkap, mengonsumsi buah dalam jumlah yang cukup dapat meningkatkan imunitas tubuh salah satunya yang memiliki kandungan buah yang cukup banyak yaitu buah jeruk.

Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat, produksi jeruk siam/keprok di Indonesia mencapai 2,72 juta ton sepanjang 2022. Jumlah tersebut meningkat 13,2% dibandingkan tahun sebelumnya sebanyak 2,4 juta ton. Publikasi yang sama juga menyebutkan angka produksi jeruk di Propinsi Jawa Timur pada tahun 2022 naik sebesar 45,3% dengan total jumlah produksi sebesar 11.944.888 ton. Jumlah produksi jeruk di Indonesia terbilang cukup besar dan melimpah sehingga sangat memungkinkan untuk memenuhi permintaan konsumen di pasar domestik.

Seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya mengonsumsi buah jeruk maka jumlah permintaan buah juga mengalami peningkatan. Produksi buah yang semakin menurun dengan kebutuhan yang semakin meningkat mengindikasikan bahwa produk lokal belum mampu mencukupi kebutuhan konsumsi buah jeruk dalam negeri, sehingga masih diperlukan impor buah jeruk. Perubahan perilaku masyarakat untuk mendapatkan buah segar yang bermutu juga menyebabkan impor buah jeruk masih terus meningkat.

Persaingan antara buah jeruk lokal dan buah jeruk impor terhadap berbagai tempat penjualan, mulai dari pasar swalayan, pasar tradisional, dan kios-kios buah berbagai pilihan dalam membeli buah jeruk. Keberadaan pasar modern memberikan suatu alternatif bagi konsumen untuk

memperoleh buah jeruk dengan kualitas yang lebih baik, kemasan buah lebih rapi, serta kenyamanan dalam berbelanja (Kartika, 2010).

Masyarakat Kota Malang umumnya memiliki aktivitas ekonomi yang tinggi, sehingga pergeseran konsumen dalam berbelanja telah mendorong pertumbuhan pasar modern. Salah satunya Super Indo merupakan retail modern yang menjual tidak hanya kebutuhan sehari-hari konsumen saja, tetapi juga menjual buah-buahan termasuk buah jeruk lokal.

Buah jeruk lokal yang dijual di pasar tradisional berbeda dengan yang ada di pasar modern dimana buah yang dijual telah memenuhi standar mutu yang ditetapkan. Dari hal tersebut konsumen dihadapkan pada pilihan untuk membeli buah jeruk di pasar tradisional atau di pasar modern. Masyarakat cenderung menginginkan tempat belanja buah-buahan yang terjangkau dan tidak memakan waktu seperti pasar modern, tidak hanya itu mereka juga mempertimbangkan faktor kenyamanan dan kebersihan (Sabrina *et al.*, 2017).

Pemasaran merupakan salah satu subsistem terpenting dalam agribisnis. Salah satu kegiatan yang berpengaruh bagi pendapatan adalah kegiatan pemasaran (Novitasari *et al.*, 2022). Kegiatan pemasaran yang tidak efisien, rantai pemasaran yang panjang, bentuk pasar yang belum bisa bersaing, sarana dan prasarana yang masih kurang memadai, sistem kelembagaan pemasaran yang belum sempurna merupakan penyebab masalah pemasaran yang akan berpengaruh terhadap tingkat harga yang diterima oleh petani (Sahari *et al.*, 2002).

Konsumen dalam menetapkan pilihan atau mengambil keputusan pemilihan produk, setiap konsumen dipengaruhi oleh tingkat kepuasannya. Tingkat kepuasan konsumen dapat terbentuk melalui pola pikir konsumen yang didasarkan oleh beberapa alasan di mana terdapat pengalaman yang diperoleh sebelumnya sehingga konsumen merasakan kecocokan dalam mengonsumsi produk, maka konsumen akan terus menggunakan produk tersebut dan mendorong konsumen untuk melakukan pembelian (Sitohang *et al.*, 2023).

Keputusan pembelian adalah proses pemilihan atau pengambilan keputusan pembeli dalam menentukan keputusan untuk benar – benar membeli suatu barang atau jasa (Azizah *et al.*, 2021). Proses pengambilan keputusan pembelian suatu produk atau jasa juga diawali dari kesadaran diri sendiri akan pemenuhan kebutuhan atau keinginan. Sebelum dilakukan pengambilan keputusan untuk pembelian maka konsumen telah melewati tahapan dari pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, pembelian dan proses pasca pembelian (Agustina *et al.*, 2024).

Keputusan konsumen untuk membeli suatu barang dipengaruhi dari emosi dan perasaan konsumen keputusan pembelian terhadap suatu produk bisa dipengaruhi oleh perilaku konsumen. Keputusan pembelian merupakan tindakan konsumen dalam memenuhi keinginan dan kebutuhan yang merupakan proses penentuan sikap atau pembelian terhadap barang dan jasa. Dalam mengetahui perilaku konsumen terhadap pembelian suatu produk dibutuhkan proses, dikarenakan setiap saat perilaku manusia mengalami perubahan (Anggraini *et al.*, 2022)

Ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian. Faktor tersebut terdiri dari faktor internal yang menjadi karakteristik dari konsumen serta faktor eksternal. Faktor internal meliputi jenis kelamin, usai, jumlah keluarga, pendidikan, pekerjaan, pendapatan, dan frekuensi konsumsi, sedangkan faktor eksternal yang dapat mempengaruhi konsumen terdiri dari suplai dan harga. Berdasarkan permasalahan tersebut, maka dilakukan penelitian mengenai “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Buah Jeruk Lokal di Super Indo Tlogomas dan Bendungan Sutami Kota Malang.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas, didapati rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana proses pengambilan keputusan konsumen dalam melakukan pembelian buah jeruk lokal di Super Indo Tlogomas dan Bendungan Sutami Kota Malang?
2. Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan pembelian buah jeruk lokal di Super Indo Tlogomas dan Bendungan Sutami Kota Malang?

1.3 Tujuan Penelitian

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

1. Untuk menganalisis proses pengambilan keputusan konsumen dalam melakukan pembelian buah jeruk lokal di Super indo Tlogomas dan Bendungan Sutami Kota Malang.
2. Untuk menganalisis faktor-faktor yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian buah jeruk lokal di Super indo Tlogomas dan Bendungan Sutami Kota Malang

1.4 Batasan Penelitian

Adapun batasan-batasan dalam penelitian ini adalah:

1. Lokasi yang diambil dalam penelitian ini adalah di Super Indo Tlogomas dan Bendungan Sutami.
2. Topik proses pengambilan Keputusan terhadap pembelian buah jeruk lokal

3. Topik dan pembahasan penelitian adalah mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen terhadap pembelian buah jeruk lokal.

1.5 Manfaat dan Output Penelitian

1.5.1. Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian telah memperoleh berbagai manfaat, baik secara teoritis maupun praktis. Beberapa manfaat yang baik dari hasil penelitian ini meliputi:

1. Manfaat Teoris

Manfaat bersifat teori akan didapatkan oleh pembaca. Secara teoritis hasil riset ini diharapkan dapat bermanfaat khususnya dalam pendidikan agribisnis serta membantu pembaca untuk belajar dalam menganalisis pengambilan keputusan pembelian.

2. Manfaat Praktis

- a) Sebagai bahan informasi bagi konsumen faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan pembelian.
- b) Manfaat untuk peneliti yakni penelitian ini digunakan untuk memenuhi syarat kelulusan Strata 1 jurusan Agribisnis.
- c) Manfaat untuk pembaca yakni penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan dalam penelitian selanjutnya ataupun pembelajaran terkait analisis pengambilan keputusan dalam pembelian buah jeruk lokal serta analisis data SEM-PLS.

1.5.2. Output Penelitian

Dari penelitian yang akan dilaksanakan, maka akan diperoleh output berupa tulisan artikel ilmiah yang dimuat dalam jurnal ilmiah SEAGRI.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Proses pengambilan keputusan konsumen dalam melakukan pembelian buah jeruk lokal di Super indo Tlogomas dan Bendungan Sutami terdapat beberapa tahap sebagai berikut. Pada tahap pengenalan kebutuhan dimana konsumen membeli buah jeruk lokal karena manfaat. Pada tahap pencarian informasi, konsumen buah jeruk lokal mendapat informasi berasal dari keluarga. Pada tahap pemilihan alternatif indikator yang menjadi pertimbangan konsumen adalah kualitas produk. Proses keputusan konsumen dalam membeli buah lokal sebagian besar dilakukan secara terencana Sedangkan untuk pasca pembelian, konsumen merasa puas ketika membeli buah jeruk lokal di Super Indo.
2. Harga (X_1), produk (X_2), promosi (X_3) dan lokasi (X_4) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y).

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka diperoleh saran sebagai berikut:

1. Bagi produsen dapat mempertahankan dan menambah kualitas dari harga, produk, promosi, dan lokasi yang ada. Yang diharapkan dapat membantu produsen dalam memasarkan produk buah jeruk lokal maupun produk lainnya yang di jual di Super Indo.
2. Perlu adanya penelitian lebih lanjut mengenai faktor apa saja yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian buah jeruk lokal dengan memodifikasi variabel-variabel independen baik menambah variabel atau menambah indikator pada variabel. Sehingga akan lebih objektif dan bervariasi dalam melakukan penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfauzan, F., Subekti, E., & Awami, S. N. (2015). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Buah Impor di Pasar Johar Kota Semarang (Studi Kasus Buah ApelFuji dan Jeruk Mandarin). *Mediagro*, 11(1), 35–46.
- Ancok, D. (1997). Teknik Penyusunan skala pengukuran. Yogyakarta: Pusat Penelitian Kependudukan Universitas Gadjah Mada.
- Agustina, A., Arifin, Z., & Siswadi, B. (2024). Analisis Keputusan Konsumen dalam Pembelian Rujak Buah Segar (Studi Kasus: Rujak Njedor Kota Batu). *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, 12(06).
- Anggraini, N., Barkah, Q., & Hartini, T. (2020). Pengaruh promosi, harga, kualitas produk terhadap keputusan pembelian dengan citra merek produk rabbani di palembang. *Jurnal Neraca: Jurnal Pendidikan Dan Ilmu Ekonomi Akuntansi*, 4(1), 26-40.
- Anggraini, N., Yolandika, C., Utoyo, B., & Irawati, L. (2022). Proses pengambilan keputusan konsumen dalam pembelian produk lada di Provinsi Lampung. *Jurnal Agrisepe*, 23(1), 43-51.
- Angeline, N., Susilowati, D., & Maula, L. R. (2023). Analisis Atribut Bauran Pemasaran yang Mempengaruhi Perilaku Pembelian Konsumen Teh Kemasan (Ready To Drink) di Kota Malang. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, 1(04).
- Azizah, D. I., Siswadi, B., & Maula, L. R. (2021). Analisis Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Cokelat. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, 9(2).
- Badan Pusat Statistik (2022). Produksi Buah-Buahan Indonesia Tahun 2022. *Badan Pusat Statistik*.
- Biantoro, R. (2021). Pengaruh Lokasi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Martabak BAPR. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen dan Start-up Bisnis*, 6(1), 40-49.
- Damanik, I. D. (2023). *Analisis Faktor–Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Petani Jeruk Manis (Citrus Sinensis) Di Desa Barung Kersap Kecamatan Munte Kabupaten Karo* (Doctoral dissertation, Universitas Medan Area).
- Eldisthia, E., Muhaimin, A. W., & Setiawan, B. (2023). Pengaruh Atribut Produk, Sikap dan Minat Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Buah Jeruk Lokal di Kota Malang. *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 7(2), 427-435.
- Fadhila, S., Lie, D., Wijaya, A., & Halim, F. (2020). Pengaruh sikap konsumen Dan

persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian pada mini market mawar balimbing. *SULTANIST: Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 8(1), 53-60.

Ghozali, I. (2016). Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 23.

Ghozali, I. (2018). Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25. *Cetakan Ke VIII. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro*

Hamidah, N. S., & Hakim, R. J. (2023). Peran Sosial Media Atas Perilaku Konsumtif Belanja Bagi Ibu Rumah Tangga di Desa Lebak Sari Kec. Parakansalak *Sentri: Jurnal Riset Ilmiah*, 2(3), 682-686.

Harahap, L. K. (2018). Analisis SEM (Structural Equation Modelling) Dengan SMARTPLS (Partial Least Square). *Fakultas Sains Dan Teknologi Uin Walisongo Semarang*, 1, 1.

Istiqomah, N., & Sari, D. K. (2023). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Buah Jeruk Keprok di Desa Selorejo, Kecamatan Dau, Kabupaten Malang. *JU-ke (Jurnal Ketahanan Pangan)*, 7(2), 284-293.

Kartika, N. D., Hani, E. S., & Hartadi, R. (2010). Analisis Perilaku Konsumen Buah Di Pasar Tradisional Dan Pasar Modern Kecamatan Kaliwates, Kabupaten Jember. *JSEP (Journal of Social and Agricultural Economics)*, 4(1), 24-36.

Khoiriyah, N., & Syakir, F. (2020). Bauran Pemasaran Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Buah Dan Sayur Di Supermarket Kec Lowokwaru Kota Malang. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, 8(2).

Kotler, Philip, (2005). Manajemen Pemasaran. Edisi kesebelas. Jilid 2. Edisi Bahasa Indonesia. Jakarta: Penerbit Indeks

Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2009. Manajemen Pemasaran. Jakarta: Erlangga.

Kriyantono, R. (2020). Teknik praktis riset komunikasi kuantitatif dan kualitatif disertai contoh praktis Skripsi, Tesis, dan Disertai Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran. Rawamangun: *Prenadamedia Group*.

Kusmiyati, Rasmi, C. A., Sedijani, P., & Khairuddin. (2022). Penyuluhan Tentang Pentingnya Konsumsi Buah Untuk Menjaga Imunitas Tubuh. *Pengabdian Magister Pendidikan IPA*, 2

Latan, H., & Ghozali, I. (2012). Partial Least Square: Konsep, Teknik, dan Aplikasi SmartPLS 2.0 M3. *Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro*.

Lina, R., & Sitohang, S. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Somethinc (Studi Pada Mahasiswa

Stiesia Surabaya). *Jurnal Pengetahuan dan Penelitian Manajemen (JIRM)*, 12 (7).

Martianto, I. A., Iriani, S. S., & Witjaksono, A. D. (2023). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 7(3), 1370-1385.

Nashri, N., Susilowati, D., & Sari, D. K. (2024). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Sayur Hidroponik Bayam Brazil di Kebun Sayur Hidroponik Kelompok Tani Brayat Minulyo. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, 12(02).

Nebath, A., Baroleh, J., & Waney, N. F. L. (2023). Faktor-faktor Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Buah Pepaya di Pasar Tradisional Bersehati Kota Manado. *Journal of Agribusiness and Rural Development (Jurnal Agribisnis dan Pengembangan Pedesaan)*, 5(3), 50-55.

Novitasari, UT, Arifin, Z., & Machfudz, M. (2022). Analisis Bauran Pemasaran Keputusan Pembelian Sayuran Pada Sub Terminal Agribisnis (STA) Mantung Kecamatan Pujon Kabupaten Malang. *JU-ke (Jurnal Keamanan Pangan)* 6 (1), 32-42.

Priyambodo, C. S., Sastryawanto, H., & Hermawati, D. T. (2019). Analisis Preferensi Konsumen Buah Jeruk di Pasar Keputran Utara, Surabaya. *Jurnal Ilmiah Sosio Agribis*, 19(1), 85–103.

Priyono. 2016. Metode Penelitian Kuantitatif. Surabaya: *Zifatama Publishing*.

Rahmadini, A. K., Arifin, Z., & Maharianti, S. T. (2024). Persepsi Konsumen dalam Keputusan Pembelian Buah Lokal di Hypermart Malang Town Square. *Seagri*.

Rachmawati, A. D., Muhtarom, A., Cahyono, P., & Yaskun, M. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk, Promosi, Harga dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Dimediasi Kepuasan Konsumen pada UMKM Kabupaten Lamongan (Metode Structural Equation Modelling (SEM)-Partial Least Square (PLS)). *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (PENATARAN)*, 8(1), 33-49.

Sabrina, A. (2017). Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Jeruk Lokal Dan Impor Pada Pasar Modern (*Doctoral dissertation, Universitas Brawijaya*).

Sahari, Djamaluddin dan A, Masyafak. 2002. Analisis Kelembagaan Pemasaran Menunjang Pengembangan Agribisnis Jagung di Kawasan Sentra Produksi Sanggau Ledo Kalimantan Barat. Pontianak, *Balai Pengkajian Teknologi Pertanian Kalimantan Barat*.

Saputro, A. J., & Sari, D. K. (2024). Determinan Efisiensi Teknis dan Sosial Ekonomi Produksi Kopi. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 20(3), 341-349.

- Scordino, M., & Sabatino, L. (2014). Characterization of polyphenolic profile of citrus fruit by HPLC/PDA/ESI/MS-MS. *In Polyphenols in Plants (pp. 187-199)*. Academic Press.
- Solimun, Fernandes, AAR., & N. (2017). Metode Statistik Multivariat Permodelan Persamaan Struktural (SEM) Pendekatan WarpPLS. *Malang: UB Press*, 11
- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: *Alfabeta*
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. *Bandung: Alfabeta*.
- Sumarwan, U., Puspitawati, H., Hariadi, A., Mukti Ali, M., Gazali, M., Hartono, S., & Farina, T. (2011). *Riset pemasaran dan konsumen*.
- Sutarni, S., Irawati, L., Unteawati, B., & Yolandika, C. (2018). Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Sayuran Hidroponik di Kota Bandar Lampung. *Journal of Food System and Agribusiness*.
- Vipriyanti, N. U., Arnawa, I. K., & Anul, A. (2023). Karakteristik dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen dalam Pembelian Buah Jeruk Lokal dan Impor di Denpasar Bali. *JIA (Jurnal Ilmiah Agribisnis): Jurnal Agribisnis dan Ilmu Sosial Ekonomi Pertanian*, 8(5), 392–400.
- Wahyuni, Tutik, and Amanatuz Zuhriyah. "Perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian pudak di Toko Sari Kelapa." *Agriscience* 1.1 (2020): 232-243.
- Wibowo, F., Khasanah, A. U., & Putra, F. I. F. S. (2022). Analisis Dampak Kehadiran Pasar Modern terhadap Kinerja Pemasaran Pasar Tradisional Berbasis Perspektif Pedagang dan Konsumen di Kabupaten Wonogiri. *Benefit: Jurnal Manajemen dan Bisnis (Jurnal ini Sudah Migrasi)*, 7(1), 53-65.
- Wiyono, G. (2011). Merancang Penelitian Bisnis Dengan Alat Analisis SPSS 17.0 & Smart PLS 2.0. *Yogyakarta: UPP Stim Ykpn*, 8.