



**PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP PEMBELIAN KERIPIK
SINGKONG DI UD. AJI JAYA MAKMUR KECAMATAN CERME
KABUPATEN GRESIK**

SKRIPSI

Oleh:

DWI CHARISMA CANDRANI

21901032111



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ISLAM MALANG
MALANG
2023**



**PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP PEMBELIAN KERIPIK SINGKONG DI UD.
AJI JAYA MAKMUR KECAMATAN CERME KABUPATEN GRESIK**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh

Gelar Sarjana Pertanian Strata Satu (S-1)

Oleh:

DWI CHARISMA CANDRANI

21901032111



PROGRAM STUDI AGRIBISNIS

FAKULTAS PERTANIAN

UNIVERSITAS ISLAM MALANG

MALANG

2023

RINGKASAN

Dwi Charisma Candrani (21901032111). Preferensi Konsumen Terhadap Pembelian Keripik Singkong Di UD. Aji Jaya Makmur Kecamatan Cerme Kabupaten Gresik. Dosen Pembimbing: 1. Dr. Ir. Bambang Siswadi, MP., 2. Dr. Ir. Masyhuri Machfudz, MP.

Singkong merupakan tanaman pangan yang kaya akan karbohidrat dan merupakan makanan pokok di daerah tandus di Indonesia. Singkong merupakan hasil pertanian yang mempunyai potensi menjadi bahan baku berbagai produk pangan dan industri. Keripik singkong merupakan salah satu produk makanan ringan yang banyak gemari konsumen karena rasanya yang nikmat, tekstur yang renyah dan murah harganya yang di tawarkan. Adanya berbagai macam merek keripik singkong yang ditawarkan dipasaran tentunya membuat konsumen dihadapkan dengan berbagai alternatif yang ada sehingga konsumen cenderung mempunyai preferensi tertentu sebelum melakukan proses pengambilan keputusan. Preferensi konsumen terhadap suatu produk dapat diketahui dengan menentukan atribut-atribut produk ataupun faktor-faktor lain yang berpengaruh terhadap pembelian produk tersebut yang dapat mempengaruhi seseorang sebagai pertimbangan dalam memilih produk. UD. Aji Jaya Makmur merupakan salah satu industri makanan ringan terbesar di Kabupaten Gresik, salah satu produknya yaitu keripik singkong. Namun survei awal di UD. Aji Jaya Makmur, para konsumen lebih banyak membeli produk makanan ringan lain daripada keripik singkong. Berdasarkan permasalahan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi preferensi konsumen dan menganalisis faktor-faktor preferensi konsumen yang mempengaruhi pembelian keripik singkong di UD. Aji Jaya Makmur.

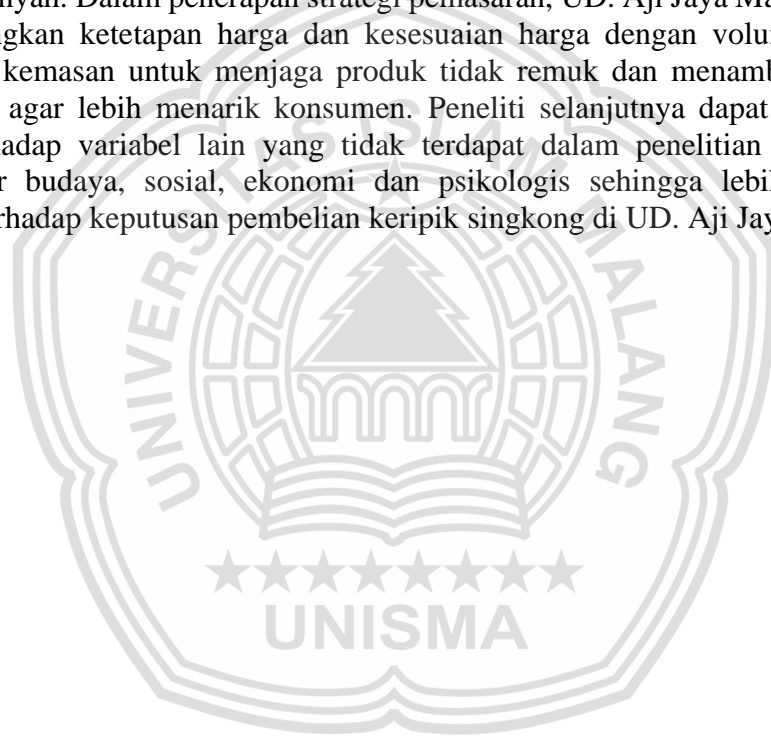
Lokasi penelitian ini ditentukan secara sengaja (*purposive*) di UD. Aji Jaya Makmur Kecamatan Cerme Kabupaten Gresik. Waktu pelaksanaan penelitian dimulai pada Februari 2023 sampai dengan Maret 2023. Sampel dalam penelitian ini yaitu konsumen yang membeli produk keripik singkong di UD. Aji Jaya Makmur dengan jumlah sampel yang ditetapkan sebanyak 70 responden. Metode pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan koesioner dengan pemberian skor *likert*. Metode analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda untuk mengukur kontribusi masing-masing variabel dan mengetahui pengaruh variabel secara simultan dan parsial terhadap keputusan pembelian keripik singkong di UD. Aji Jaya Makmur.

Gambaran preferensi konsumen yang menjadi prioritas konsumen dapat diketahui dari nilai koefisien determinasi parsial (r^2) dan analisis deskriptif. Hasil dari analisis koefisien determinasi parsial, nilai *R Square* terbesar diperoleh variabel produk yakni sebesar 6,63%. Berdasarkan hasil analisis deskriptif pada variabel produk dari yang paling penting adalah tekstur yang renyah, rasa yang nikmat, kualitas yang baik, ketebalan minimum (tipis) dan bentuk yang bulat.

Hasil uji simultan analisis regresi linear berganda didapatkan nilai F_{hitung} yang didapatkan sebesar 9,21 dengan tingkat signifikansi 5%, didapatkan F_{tabel} yaitu $F(0,05; 4; 66) = 2,51$. Diperoleh pula nilai signifikan $< 0,05$ sehingga H_a diterima, artinya secara simultan variabel produk, harga, lokasi dan kemasan berpengaruh terhadap keputusan pembelian keripik singkong di UD. Aji Jaya Makmur.

Hasil uji parsial analisis regresi linear berganda variabel produk (X1) berpengaruh, dimana kualitas, rasa, bentuk, ketebalan, dan tekstur produk dapat menentukan keputusan pembelian keripik singkong di UD. Aji Jaya Makmur. Variabel harga (X2) berpengaruh terhadap keputusan pembelian keripik singkong, dikarenakan konsumen memperhatikan ketetapan harga dari produk keripik singkong dan melihat dari sisi kesesuaian harga dengan volume produk yang akan konsumen dapatkan. Variabel lokasi (X3) tidak berpengaruh, dimana keterjangkauan lokasi tidak dapat menentukan keputusan pembelian keripik singkong. Variabel Kemasan (X4) berpengaruh terhadap keputusan pembelian keripik singkong dimana jenis kemasan, label produk, informasi produk dan logo halal menjadi pertimbangan konsumen sebelum melakukan keputusan pembelian keripik singkong di UD. Aji Jaya Makmur.

Saran pada penelitian ini dalam pengembangan produk keripik singkong, UD. Aji Jaya Makmur dapat menciptakan produk sesuai dengan preferensi konsumen, yaitu produk berkualitas, rasa nikmat, bentuk bulat sempurna, ketebalan minimum (tipis), dan tekstur yang renyah. Dalam penerapan strategi pemasaran, UD. Aji Jaya Makmur dapat mempertimbangkan ketetapan harga dan kesesuaian harga dengan volume produk, meningkatkan kemasan untuk menjaga produk tidak remuk dan menambah estetika pada kemasan agar lebih menarik konsumen. Peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian terhadap variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini, seperti variabel faktor budaya, sosial, ekonomi dan psikologis sehingga lebih diketahui pemahaman terhadap keputusan pembelian keripik singkong di UD. Aji Jaya Makmur.



ABSTRACT

Dwi Charisma Candrani (21901032111). *Consumer Preferences for Purchasing Cassava Chips at UD. Aji Jaya Makmur, Cerme District, Gresik Regency.* Advisor Lecturer: 1. Dr. Ir. Bambang Siswadi, MP., 2. Dr. Ir. Masyhuri Machfudz, MP.

Cassava is a food plant that is rich in carbohydrates and is a staple food in arid areas in Indonesia. Cassava is an agricultural product that has the potential to be a raw material for various food and industrial products. Cassava chips are one of the most popular snack products for consumers because of their delicious taste, crunchy texture and cheap price offered. The existence of various brands of cassava chips offered in the market certainly makes consumers faced with various existing alternatives so that consumers tend to have certain preferences before carrying out the decision-making process. Consumer preferences for a product can be determined by determining product attributes or other factors that influence the purchase of the product which can influence a person as a consideration in choosing a product. UD. Aji Jaya Makmur is one of the largest snack food industries in Gresik Regency, one of its products is cassava chips. However, the initial survey at UD. Aji Jaya Makmur, consumers buy more other snack products than cassava chips. Based on these problems, this study aims to identify consumer preferences and analyze the factors of consumer preferences that influence the purchase of cassava chips at UD. Aji Jaya Makmur.

The location of this research was determined purposively at UD. Aji Jaya Makmur, Cerme District, Gresik Regency. The time for conducting the research starts from February 2023 to March 2023. The sample in this study is consumers who buy cassava chip products at UD. Aji Jaya Makmur with a sample size of 70 respondents. The data collection method in this study used a questionnaire by giving a Likert score. Methods of data analysis using multiple linear regression analysis to measure the contribution of each variable and determine the effect of variables simultaneously and partially on the decision to buy cassava chips at UD. Aji Jaya Makmur.

An overview of consumer preferences that become consumer priorities can be seen from the value of the partial determination coefficient (r^2) and descriptive analysis. The results of the analysis of the partial determination coefficient, the largest *R Square* value is obtained by the product variable which is equal to 6.63%. Based on the results of descriptive analysis on product variables, the most important are crispy texture, delicious taste, good quality, minimum thickness (thin) and round shape.

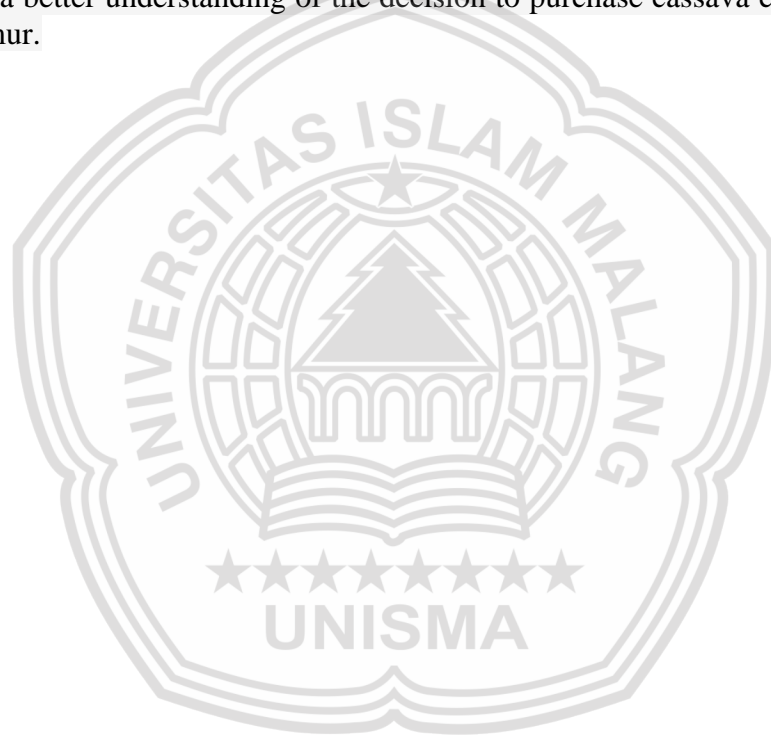
The results of the simultaneous test of multiple linear regression analysis showed that the F_{count} value was 9.21 with a significance level of 5%, F_{table} was obtained, namely $F(0.05; 4; 66) = 2.51$. Also obtained a significant value <0.05 so that H_a is accepted, meaning that simultaneously the product, price, location and packaging variables influence the decision to buy cassava chips at UD. Aji Jaya Makmur.

The partial test results of multiple linear regression analysis of the product variable (X_1) have an effect, where the quality, taste, shape, thickness, and texture of the product can determine the decision to purchase cassava chips at UD. Aji Jaya Makmur. The price variable (X_2) influences the purchasing decision of cassava chips, because consumers pay attention to the price determination of cassava chips products



and see from the price suitability side of the product volume that consumers will get. The location variable (X3) has no effect, where the affordability of the location cannot determine the decision to buy cassava chips. Packaging Variable (X4) influences the decision to purchase cassava chips where the type of packaging, product label, product information and halal logo are considered by consumers before making a decision to purchase cassava chips at UD. Aji Jaya Makmur.

Suggestions for this research in the development of cassava chip products, UD. Aji Jaya Makmur can create products according to consumer preferences, namely quality products, delicious taste, perfectly round shape, minimum thickness (thin), and crunchy texture. In implementing the marketing strategy, UD. Aji Jaya Makmur can consider price fixes and suitability of prices with product volume, improve packaging to keep products from crumbling and add aesthetics to packaging to make it more attractive to consumers. The next researcher can conduct research on other variables that are not included in this study, such as cultural, social, economic and psychological factors so that a better understanding of the decision to purchase cassava chips at UD. Aji Jaya Makmur.



BAB I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Singkong atau cassava (*Manihot esculenta*) merupakan tanaman pangan berupa perdu yang mempunyai arti penting dalam perekonomian Indonesia dibandingkan dengan jenis umbi lainnya. Singkong merupakan jenis umbi yang kaya akan karbohidrat dan merupakan makanan pokok di daerah tandus di Indonesia (Bargumono and Suyadi 2012). Berdasarkan produksi tanaman pangan, singkong berada pada posisi ketiga terbesar setelah padi dan jagung, namun untuk produktivitasnya singkong berada di urutan pertama dibandingkan tanaman pangan lainnya. Menurut data BPS (2017), produksi singkong di Indonesia sebesar 19.054.000 ton, dan untuk wilayah Jawa Timur sebesar 2.908.417 ton. Singkong merupakan salah satu tanaman yang cukup mudah untuk dibudidayakan dan memiliki potensi produksi cukup besar (Pangestu, Fauziyah, and Triyasari 2022). Singkong juga mampu beradaptasi pada wilayah marginal dengan tingkat curah hujan yang rendah, sehingga bisa ditanam hampir di seluruh wilayah Indonesia (Harsita and Amam 2019).

Berdasarkan data tersebut menunjukkan bahwa singkong berpotensi untuk meningkatkan indeks ketahanan pangan di Indonesia karena jumlah produksinya yang tinggi dan sehat untuk dikonsumsi. Rencana Strategis Kementerian Pertanian 2015-2019 menyebutkan bahwa seandainya kondisi perdagangan komoditas tanaman pangan Indonesia dalam posisi defisit atau *net importer*, maka komoditas pangan penyumbang impor terbesar adalah gandum, kedelai, jagung, dan beras, sedangkan komoditas penyumbang ekspor terbesar adalah singkong (Harsita and Amam 2019).

Singkong merupakan hasil pertanian yang cocok untuk dijadikan bisnis yang cukup besar. Dengan mengetahui pemanfaatan dan produk-produk apa saja yang dapat dihasilkan dari singkong tentu akan mendorong dan memotivasi petani untuk memanfaatkan hasil pertaniannya agar memperoleh penghasilan yang lebih tinggi (Yulia and Sugiarto 2018). Singkong mempunyai potensi menjadi bahan baku berbagai produk pangan dan industri. Singkong dapat diolah menjadi berbagai macam produk olahan diantaranya: singkong rebus, singkong goreng, singkong bakar, tape, kolak, gethuk, keripik singkong, dan lain sebagainya. Proses pengolahan

singkong yang beranekaragam berdampak pada perubahan sifat fisik, kimiawi, dan organoleptiknya, sehingga dapat mempengaruhi minat dan sikap konsumen (Harsita and Amam 2019).

Keripik singkong merupakan salah satu produk makanan ringan yang banyak gemari konsumen, rasanya yang renyah dan murah harganya yang di tawarkan menjadikan produk tersebut sebagai alternatif tepat untuk menemani waktu santai bersama keluarga, rekan kerja, sahabat, dan sebagainya seiring dengan meningkatnya permintaan konsumen, kini keripik singkong mulai di inovasikan berbagai varian rasa seperti keripik singkong pedas, keripik singkong manis, keripik singkong original dan keripik singkong pedas manis (Oktavia Zetiara 2021).

Saat ini konsumen mulai lebih kritis dalam menilai suatu produk atau jasa, sehingga akan dapat menimbulkan tuntutan dari pihak konsumen untuk memperoleh produk atau jasa yang berkualitas, dengan begitu produsen ataupun pemasar perlu mengetahui tentang bagaimana selera konsumen dan harus mampu meningkatkan mutu dari produk dan jasa yang dihasilkan agar dapat memenuhi kepuasan dan harapan konsumen (Rumapea, Roessali, and Prasetyo 2021). Banyaknya produsen keripik singkong pesaing mengharuskan produsen melakukan inovasi produk dan membuat strategi pemasaran yang efektif sesuai dengan preferensi konsumen guna meningkatkan kepuasan konsumen terhadap pembelian produk.

Adanya berbagai macam merek keripik singkong yang ditawarkan dipasaran tentunya membuat konsumen dihadapkan dengan berbagai alternatif yang ada sehingga konsumen cenderung mempunyai preferensi tertentu sebelum melakukan proses pengambilan keputusan. Kegunaan preferensi konsumen terhadap barang atau jasa adalah untuk mengetahui apakah barang atau jasa tersebut sesuai dengan yang diinginkan konsumen selama ini (Yulia and Sugiarto 2018).

Menurut Susman (2017), Preferensi konsumen didefinisikan sebagai pilihan suka atau tidak suka oleh seseorang terhadap suatu produk barang atau jasa yang dikonsumsi. Preferensi konsumen menunjukkan kesukaan konsumen dari berbagai pilihan produk yang ada. Preferensi konsumen menunjukkan seberapa tingkat suka konsumen dari adanya berbagai macam pilihan produk, dan atribut produk menjadi faktor yang menjadi pertimbangan konsumen saat mengambil keputusan pada pembelian suatu merek dari suatu produk (Pangestu et al. 2022). Menurut Foster

diakses dari (Sundari and Umbara 2019) bahwa setiap orang bertindak laku sesuai dengan preferensi mereka, maka banyak tindakan konsumen yang dapat diramalkan terlebih dahulu. Preferensi konsumen terhadap suatu produk dapat diketahui dengan menentukan atribut-atribut yang melekat pada produk ataupun faktor-faktor lain yang berpengaruh terhadap pembelian produk tersebut yang dapat mempengaruhi seseorang sebagai pertimbangan dalam memilih produk.

Banyaknya faktor yang mempengaruhi masyarakat menyebabkan perbedaan pola perilaku konsumen dalam menentukan preferensi belanjanya. Preferensi konsumen ini dapat dilihat melalui indikator keputusan pembelian produk. Faktor-faktor yang diindikasikan mempengaruhi preferensi konsumen dalam pembelian adalah produk, harga, lokasi, dan kemasan. Konsumen memiliki kebebasan untuk memilih produk yang ditawarkan sesuai dengan atribut yang mereka inginkan. Mengetahui atribut-atribut pada produk keripik singkong yang menjadi preferensi konsumen, maka diharapkan produsen ataupun pemasar akan lebih mudah untuk menentukan strategi pemasaran yang tepat bagi produknya karena telah disesuaikan dengan kriteria permintaan konsumen.

UD. Aji Jaya Makmur merupakan salah satu industri makanan ringan rumahan terbesar di Kabupaten Gresik yang beralamatkan di Desa Morowudi Kecamatan Cerme Kabupaten Gresik. UD. Aji Jaya Makmur dikenal sebagai sentra industri makanan ringan, diantaranya adalah keripik singkong dengan berbagai varian rasa. Usaha yang telah dirintis sejak tahun 2003 tersebut tahun demi tahun semakin berkembang. Pada awalnya hanya dipasarkan secara lokal di kabupaten Gresik dan sekitarnya. Namun kini sudah merambah ke luar Jawa seperti Kalimantan. Produk UD. Aji Jaya Makmur diproses secara tradisional dan tanpa bahan pengawet sehingga dijamin kebersihan dan kualitasnya. Sehingga berpotensi untuk menjadi produk makanan ringan yang nikmat dan aman dikonsumsi untuk sehari-hari (Setiawan and Oemar 2015).

Berdasarkan teori yang ada menyatakan keripik singkong memiliki banyak manfaat dan digemari masyarakat. Namun pada survei awal pada lokasi pemasaran milik UD. Aji Jaya Makmur, para konsumen lebih banyak membeli produk makanan ringan lain dibandingkan dengan membeli keripik singkong. Dugaan awal peneliti yakni produk keripik singkong milik UD. Aji Jaya Makmur kurang diminati

konsumen karena kurang sesuai dengan preferensi konsumen, sehingga berpengaruh pada keputusan konsumen dalam pembelian produk keripik singkong.

Berdasarkan uraian tersebut, maka penulis mengambil topik tentang “Preferensi Konsumen Terhadap Pembelian Keripik Singkong di UD. Aji Jaya Makmur Kecamatan Cerme Kabupaten Gresik”. Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan produsen dan pemasar dalam mengembangkan produk keripik singkong, yaitu menciptakan produk sesuai dengan preferensi konsumen agar dapat bersaing dengan produk lainnya.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang, dapat dikemukakan perumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana preferensi konsumen dalam pembelian produk keripik singkong di UD. Aji Jaya Makmur?
2. Apa saja faktor-faktor preferensi konsumen yang mempengaruhi pembelian produk keripik singkong di UD. Aji Jaya Makmur?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, maka dapat disusun tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi preferensi konsumen dalam pembelian produk keripik singkong di UD. Aji Jaya Makmur
2. Menganalisis faktor-faktor preferensi konsumen yang mempengaruhi pembelian produk keripik singkong di UD. Aji Jaya Makmur

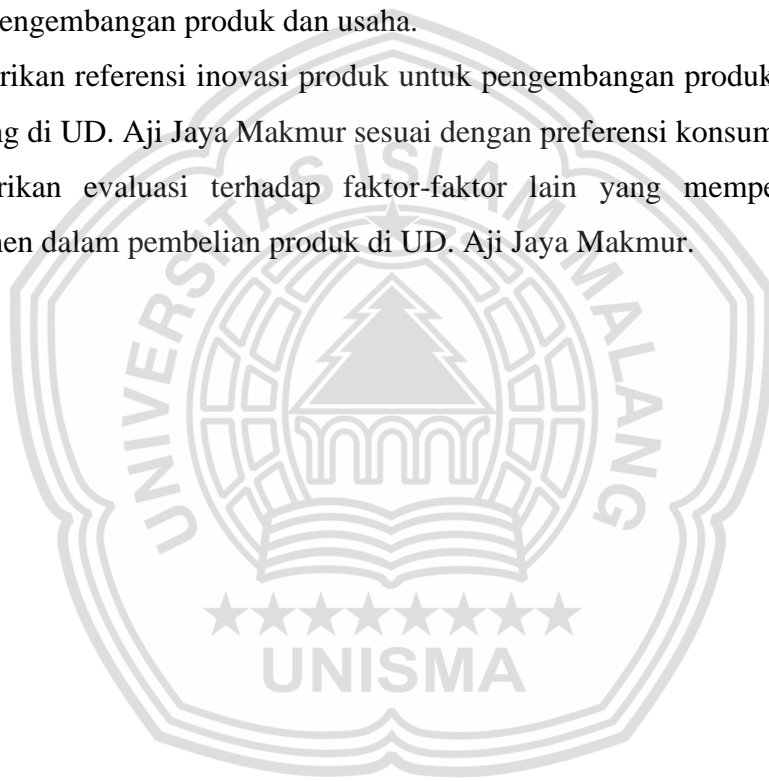
1.4. Batasan Penelitian

Batasan pada penelitian ini, produk yang digunakan dalam penelitian ini adalah keripik singkong rajawali atau produksi UD. Aji Jaya Makmur. Responden penelitian adalah konsumen yang telah melakukan pembelian di UD. Aji Jaya Makmur, Kecamatan Cerme, Kabupaten Gresik. Topik pembahasan yakni mengetahui gambaran preferensi konsumen dalam pembelian produk keripik singkong ditinjau dari analisis deskriptif dan koefisien determinasi parsial, serta untuk mengetahui faktor-faktor preferensi konsumen yang mempengaruhi keputusan pembelian keripik singkong ditinjau dari analisis regresi linear berganda.

1.5. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan, maka disusun manfaat dari penelitian ini sebagai berikut:

- a. Memberikan informasi terkait preferensi konsumen khususnya pada pembelian keripik singkong.
- b. Memberikan pengetahuan terkait hubungan erat preferensi konsumen dengan keputusan pembelian suatu produk.
- c. Memberikan informasi kepada para produsen khususnya produk keripik singkong untuk memperhatikan dan memanfaatkan preferensi konsumen untuk pengembangan produk dan usaha.
- d. Memberikan referensi inovasi produk untuk pengembangan produk keripik singkong di UD. Aji Jaya Makmur sesuai dengan preferensi konsumen serta memberikan evaluasi terhadap faktor-faktor lain yang mempengaruhi konsumen dalam pembelian produk di UD. Aji Jaya Makmur.



BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

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

1. Preferensi konsumen dalam pembelian keripik singkong di UD. Aji Jaya Makmur didominasi oleh variabel produk yakni dengan hasil koefisien determinasi parsial sebesar 6,63%. Variabel produk dari yang paling penting adalah tekstur yang renyah, rasa yang nikmat, kualitas yang baik, ketebalan minimum (tipis) dan bentuk yang bulat.
2. Faktor-faktor preferensi konsumen yang berpengaruh signifikan dalam pembelian keripik singkong di UD. Aji Jaya Makmur adalah variabel produk (X1), harga (X2) dan kemasan (X4) berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian (Y) sedangkan faktor yang tidak berpengaruh signifikan adalah variabel lokasi (X3) karena pembelian dapat dilakukan secara online sehingga konsumen tidak perlu datang langsung ke lokasi.

5.2 Saran

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

1. Dalam pengembangan produk keripik singkong, UD. Aji Jaya Makmur dapat memperbaiki produk sesuai dengan preferensi konsumen, yaitu kelengkapan informasi produk, adanya logo halal, penggantian jenis kemasan yang lebih baik, dan label produk yang lebih menarik.
2. Dalam penerapan strategi pemasaran produk, UD. Aji Jaya Makmur dapat meningkatkan kualitas kemasan untuk menjaga produk tidak remuk dan tetap renyah hingga tangan konsumen dan menambah estetika pada kemasan agar lebih menarik konsumen.
3. Peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian terhadap variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini, seperti variabel faktor budaya, sosial, ekonomi dan psikologis sehingga lebih diketahui pemahaman terhadap keputusan pembelian keripik singkong di UD. Aji Jaya Makmur.

DAFTAR PUSTAKA

- Bargumono, and Suyadi. 2012. "Umbi Utama_Bab 2 Singkong." in *buku 9 bab 2 Umbi Utama*. Yogyakarta: Institutional Repository UPN Veteran Yogyakarta.
- Budiyanto, Eko, and Novita Dwi Indriyani. 2020. "Analisis Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Produk Pada Toko Roti Di Surabaya." *Yos Soedarso Economics Journal* 2(3):56–62.
- Dewaweb Team. 2022. "Marketing Mix: Konsep 7P, Manfaat Dan Contoh Penerapannya." Retrieved January 10, 2023 (<https://www.dewaweb.com/blog/marketing-mix/>).
- Fawzeyya, Nuril. 2017. "Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian." Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Febianty, Dian. 2020. "Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Konsumen Dan E-Loyalty Terhadap E-Wallet OVO." Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Ghozali, Prof. Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Harsita, Pradiptya Ayu, and Amam Amam. 2019. "Analisis Sikap Konsumen Terhadap Atribut Produk Olahan Singkong." *Agrisocionomics: Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian* 3(1):19–27.
- Khafidin. 2020. "Konsep Perilaku Konsumen Beserta Implikasinya Terhadap Keputusan Pembelian." *Journal Derivatif* 10(1):1–15.
- Malhotra, Naresh K. 2006. "Marketing Research An Applied Orientation." *Prestice Hall, United State Of America*.
- Miftah, A. A., and Ambok Pangiuk. 2020. *Budaya Bisnis Muslim Jambi Dalam Perspektif Kearifan Lokal*. edited by Y. Umayu. Jambi: Ahlimedia Press.
- Nugraha, Billy. 2022. *Pengembangan Uji Statistik: Implementasi Metode Regresi Linier Berganda Dengan Pertimbangan Uji Asumsi Klasik*. edited by M. A. Susanto. Pradina Pustaka.
- Oktavia Zetiara. 2021. "Analisis Nilai Tambah Ubi Kayu Menjadi Keripik Singkong DKZ Dalam Meningkatkan Perekonomian Industri Rumah Tangga." Institut Agama Islam Negeri Bengkulu.

- Pande, P. E. A., and K. Ni Luh. 2017. *Pengaruh Pendapatan, Jumlah Anggota Keluarga, Dan Pendidikan Terhadap Pola Konsumsi Rumah Tangga Miskin Di Kecamatan Gianyar*. E-Techs.
- Pangestu, Luthfan, Elys Fauziyah, and Sri Ratna Triyasari. 2022. "Preferensi Konsumen Dalam Membeli Keripik Singkong Di Kecamatan Bangkalan Kabupaten Bangkalan." *Agriscience* 2(3):775–87. doi: 10.21107/agriscience.v2i3.14007.
- Pangestu, Panggih. 2017. "Pengaruh Preferensi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kantin Halalan Thayyiban Universitas Brawijaya Malang." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*.
- Riszinin, Yuliana Mama, and Taufik Rizal Dwi Adi Nugroho. 2022. "Preferensi Konsumen Terhadap Pembelian Keripik Singkong Di UD. Sumber Mutiara Kecamatan Sampang Kabupaten Sampang." *Agriscience* 3(1):58–71. doi: 10.21107/agriscience.v3i1.15209.
- Robert, K., and Y. Budi. 2016. *Analisis Regresi Dasar Dan Penerapannya Dengan R (Edisi Pertama)*. PT Kharisma Putra Utama.
- Rondonuwu, Marshel. 2013. "Tingkat Pendidikan, Motivasi Dan Promosi Pengaruhnya Terhadap Keputusan Penggunaan Produk Nasabah Priority Bankingbank Sulut." *Jurnal Emba* 1(3):257–64.
- Rumapea, Ewin, Wiludjeng Roessali, and Edy Prasetyo. 2021. "Analisis Sikap Dan Preferensi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Buah Pisang Di Pasar Tradisional Kota Semarang." *Agrisociconomics* 05(02):1–13.
- Setiawan, Paulus Evander Prihatino. 2020. "Analisis Pengaruh Perubahan Harga Komoditas Kopi Dan Perubahan Valuta Asing Terhadap Return Saham Perusahaan Kopi Yang Go Public Pada Tahun 2014 - 2019." Unika Soegijapranata Semarang.
- Setiawan, Riki Dwi, and Eko A. B. Oemar. 2015. "Pengembangan Desain Kemasan Keripik Singkong UD. Aji Jaya Makmur Di Kecamatan Cerme Di Kabupaten Gresik." *Jurnal Pendidikan Seni Rupa* 3:183–89.
- Siti, F., L. Darwin, W. Andy, and H. Fitria. 2020. "Pengaruh Sikap Konsumen Dan Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mini Market Mawar Balimbingan." *SULTANIST: Jurnal Manajemen Dan Keuangan* 8(1):53–60.

- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: ALFABETA.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: ALFABETA.
- Sugiyono. 2019. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: ALFABETA.
- Sundari, Ristina Siti, and Dona Setia Umbara. 2019. "Preferensi Konsumen Terhadap Produk Agroindustri Abon Ikan." 4:36–43.
- Susman, Lia Ariyanti. 2017. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Prefrensi Konsumen Terhadap Pasar Tradisional Studi Pasar Bandar Sari Kecamatan Padang Ratu." Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung.
- Syam, Siti Aldhawaty, Muhammad Ilham, Wardhana Haeruddin, Zainal Ruma, Ichwan Musa, and Siti Hasbiah. 2022. "Pengaruh Preferensi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Marketplace." *Value Added: Majalah Ekonomi Dan Bisnis* 18(2):73–79.
- Ummah, Hikmatul, and Mardiyah Hayati. 2022. "Preferensi Konsumen Jamu Kunyit Asam Di Madura." *Agriscience* 2(3):729–42. doi: 10.21107/agriscience.v2i3.13815.
- Wardana, Melyana F. 2022. "Preferensi Masyarakat Dalam Mengonsumsi Produk Rempah (Jamu) Untuk Meningkatkan Imun Tubuh Pasca Pandemi." Universitas Islam Malang.
- Wawan, A., and M. Dewi. 2011. *Teori Dan Pengukuran Pengetahuan Sikap Dan Perilaku Manusia*. Yogyakarta: Nuha Medika.
- Yulia, Evi, and Edie Sugiarto. 2018. "Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Pembelian Keripik Singkong." *Jurnal Ekbis* 19(2):1100.
- Yusup, Febrianawati. 2018. "Uji Validitas Dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Kuantitatif." *Jurnal Tarbiyah: Jurnal Ilmiah Kependidikan* 7(1):17–23.