



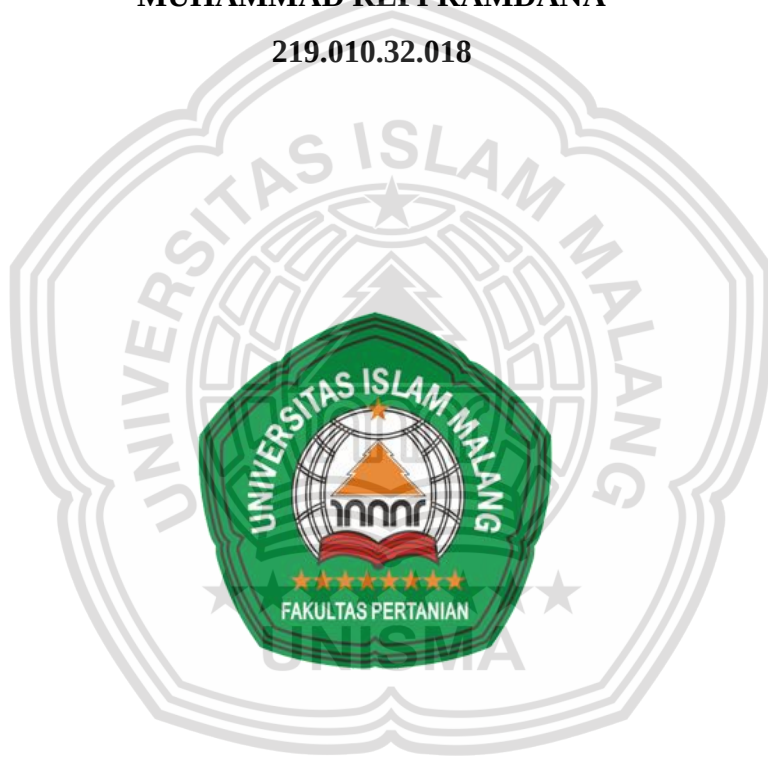
**ANALISIS PEMBELIAN PRODUK KERIPIK SAYUR LOKAL DI CV.
AGRONUSA MUSHROOM BATU**

SKRIPSI

Oleh :

MUHAMMAD REFI RAMDANA

219.010.32.018



PROGRAM STUDI AGRIBISNIS

FAKULTAS PERTANIAN

UNIVERSITAS ISLAM MALANG

2024



**ANALISIS PEMBELIAN PRODUK KERIPIK SAYUR LOKAL DI CV.
AGRONUSA MUSHROOM BATU**

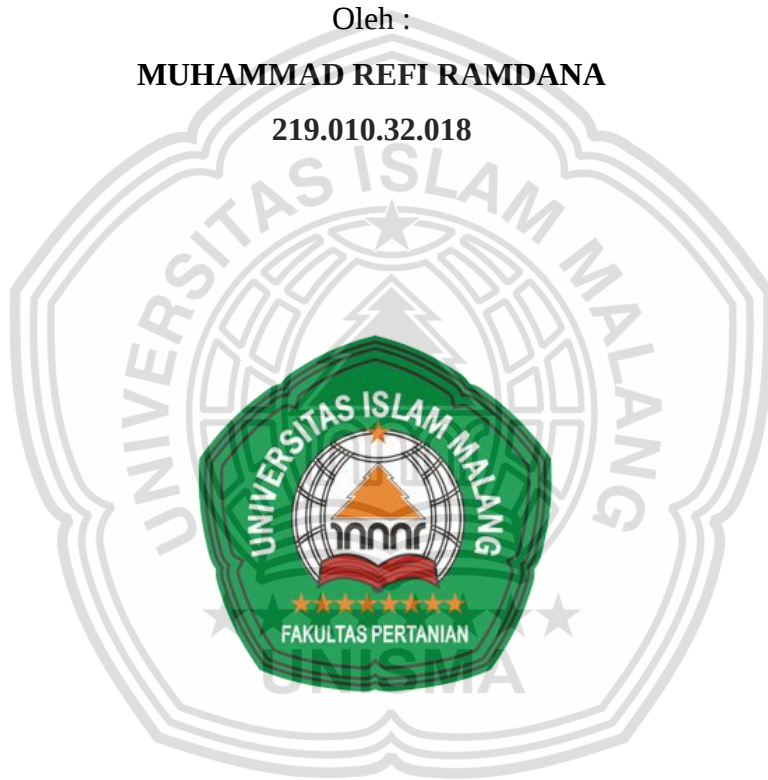
SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
Gelar Sarjana Pertanian (S-1)

Oleh :

MUHAMMAD REFI RAMDANA

219.010.32.018



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

2024

Abstract

Vegetable chips are the latest processed food innovation that is currently being widely consumed by the public. As a new food preparation, vegetable chips have not been studied and researched much. The aim of the research is to determine the factors that influence consumers in purchasing local vegetable chips products at CV. Agronusa Mushroom Stone. The location of the research was carried out at CV. Agronusa Mushroom in Batu City. The sampling technique used in this research is accidental sampling, namely using respondents who were met by chance and were not planned beforehand. The research was carried out using a quantitative descriptive approach while the analytical method used was the logistic regression analysis method. Based on the tabulation results, visitors to CV. Agronusa Mushroom is dominated by men aged < 25 years with a high school education, various jobs and an income of IDR 1,500,000 – IDR 3,500,000 a month. Based on the results of multiple linear regression tests using SPSS version 21, it is known that factors have a significant influence on purchasing decisions for CV vegetable chips products. Agronusa Mushroom is a variable for taste (X1), color (X2), price (X4), and taste (X5). Meanwhile, the variable that has no influence on people's consumption decisions is the texture variable (X3).

Keywords: *Purchase Decisions, Consumers, Vegetable Chips, Logistic Regression*

Abstrak

Keripik sayur merupakan inovasi olahan pangan terbaru yang sedang ramai dikonsumsi oleh masyarakat. Sebagai olahan pangan baru keripik sayur belum banyak dilakukan pengkajian dan penelitian. Tujuan penelitian adalah mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam pembelian produk keripik sayur lokal di CV. Agronusa Mushroom Batu. Lokasi penelitian dilakukan di CV. Agronusa Mushroom yang berada di Kota Batu. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *accidental sampling* yakni menggunakan responden yang ditemui secara kebetulan dan tidak direncanakan sebelumnya. Penelitian dilakukan dengan pendekatan deskriptif kuantitatif sedangkan metode analisis yang digunakan adalah dengan menggunakan metode analisis regresi logistik. Berdasarkan hasil tabulasi bahwa pengunjung di CV. Agronusa Mushroom didominasi oleh laki-laki usia < 25 tahun dengan pendidikan terakhir SMA, pekerjaan yang beragam dan dengan pendapatan Rp1.500.000 – Rp3.500.000 dalam satu bulan. Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda melalui SPSS versi 21 diketahui faktor-faktor yang

berpengaruh signifikan dalam keputusan pembelian produk keripik sayur CV. Agronusa Mushroom adalah variabel rasa (X_1), warna (X_2), harga (X_4), dan rasa (X_5). Sedangkan variabel yang tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan konsumsi masyarakat adalah variabel tekstur (X_3).

KataKunci: KeputusanPembelian,Konsumen, KeripikSayur,RegresiLogistik



BAB I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Semakin bertambahnya teknologi baru pada setiap bidang menandakan semakin pesatnya perkembangan dunia. Perkembangan dunia ini melahirkan banyak perubahan baik berupa inovasi pada ilmu pengetahuan maupun pada bidang teknologi terbaru (Hayu, 2019). Pengembangan teknologi secara bersamaan dilakukan oleh dunia pendidikan perguruan tinggi dan dunia industri serta dunia usaha. Hal ini dilakukan sebagai upaya dalam menciptakan teknologi yang sesuai serta tepat pada sasaran. Adanya teknologi yang ada dan beriringan dengan kehidupan manusia ditujukan untuk mempermudah pekerjaan sehingga dapat meningkatkan nilai produktifitas (Lumbantoruan, et al., 2020).

Perkembangan teknologi yang terjadi pada semua sektor juga terjadi pada sektor agribisnis pertanian di Indonesia. Kemajuan teknologi dalam sektor pertanian menciptakan banyak alat-alat pertanian terbaru di setiap sub sistem Agribisnis. Perkembangan teknologi banyak terlihat di sub sektor usaha tani dimana maraknya teknologi yang dapat memudahkan pekerjaan dalam usaha tani. Umumnya teknologi tersebut berupa traktor, alat penanam tanaman otomatis, alat irigasi hingga alat pemanenan otomatis. Tidak hanya teknologi alat, perkembangan teknologi dalam pertanian juga pada kemampuan teknologi yang dapat dioperasikan dengan teknologi IoT (*Internet of Things*) yang mana memadukan antara pemrograman sistem komputer dengan alat di lapang.

Berbeda dengan teknologi yang ada pada sub sektor usaha tani, perkembangan juga banyak dilakukan di sub sektor pengolahan pasca panen (Putra, 2021). Lebih tepatnya pada alat yang digunakan pada industri maupun UMKM yang bergerak pada bidang pengolahan pangan hasil pertanian. Sebagai negara yang memiliki banyak potensi pertanian, Indonesia memiliki banyak perusahaan yang bergerak pada bidang pengolahan hasil pertanian. Sebagian besar industri dan UMKM mengolah produk pertanian menjadi bahan pangan setengah jadi dan bahan pangan jadi (siap konsumsi). Salah satu produk makanan siap konsumsi yang menjadi salah satu camilan masyarakat di Indonesia adalah keripik. Keripik merupakan hasil dari pesatnya perkembangan industri

perekonomian yang memunculkan perubahan konsumsi ke arah yang lebih beragam (Sofa, Khoiriyah, & Siswadi, 2023).

Adanya pengolahan hasil pertanian selain sebagai bentuk pemanfaatan teknologi pada sektor pertanian, juga sebagai tindakan untuk memberikan daya simpan produk yang lebih panjang. Produk pertanian memiliki karakteristik khusus yang membedakan dengan produk lain sehingga penting adanya pengolahan produk pertanian. Karakteristik tersebut diantaranya adalah produk pertanian yang sebagian besar merupakan bahan mentah/baku, memiliki volume yang besar (*bulky*), mudah rusak (*perishable*), tidak tahan lama (*undurable*), kualitas produknya yang beragam dan produk pertanian dikonsumsi secara stabil sepanjang hari (Nasrudin, 2010). Dengan melakukan pengolahan produk pertanian menjadi keripik maka daya simpan produk akan lebih lama, selain itu produk akan disimpan dalam bentuk keripik kering yang tidak mudah membusuk.

Keripik merupakan makanan ringan yang mana dapat dikonsumsi kapan saja dan dimana saja. Karena karakteristik produknya yang renyah, tidak menyennyangkan serta memiliki banyak variasi jenis dan rasanya. Pada awalnya perkembangan keripik di Indonesia adalah dimulai dari komoditas pertanian di Indonesia yang memiliki tekstur yang keras dan memiliki kadar air yang rendah seperti pada komoditas singkong dan ubi. Selain itu, kemunculan kerupuk dinilai menjadi awal persaingan antara dua camilan ringan ini. Walaupun pada dasarnya kerupuk diciptakan lebih kepada untuk makanan ringan pendamping makan namun dalam perkembangannya tidak sedikit masyarakat yang juga menjadikan kerupuk sebagai camilan ringan diluar jam makan.

Dalam menghadapi perkembangan yang terjadi produsen keripik harus dapat melakukan inovasi pada produk. Salah satunya adalah dengan melakukan diversifikasi produk keripik. Bentuk diversifikasi yang dilakukan adalah dengan memproduksi keripik berbahan dasar komoditas pertanian yang lainnya. Hal tersebut mengakibatkan banyaknya jenis keripik-keripik baru dipasaran seperti keripik buah. Didukung dengan adanya alat penggorengan teknik baru yakni dengan menggunakan teknologi (*Vacuum Frying*) yang membuat produk hasil pertanian yang bersifat basah dapat menjadi renyah tanpa banyak mengurangi kadar vitamin dan mineral didalamnya.

Kemunculan teknologi tersebut mendorong masyarakat Indonesia khususnya pada daerah-daerah yang memiliki banyak potensi pertanian untuk melakukan percobaan dalam produk keripik. Di Kota Batu yang merupakan kota dengan potensi pertanian yang melimpah juga melakukan hal yang sama. Kota yang terkenal akan komoditas apelnya ini juga melakukan banyak inovasi sehingga terciptalah keripik sayur hingga saat ini telah banyak berdiri industri rumahan dan UMKM yang bergerak pada bidang pengolahan keripik sayur dan buah. Salah satu rumah industri yang mengolah keripik buah dan sayur adalah CV. Agronusa Mushroom Batu.

Sebagai salah satu daerah yang memiliki oleh-oleh khas berupa keripik, Kota Batu dapat dikatakan sebagai lokasi yang memiliki banyak produsen keripik khususnya keripik buah dan sayur. Dengan keadaan geografisnya, Kota Batu memiliki potensi alam berupa hasil pertanian buah dan sayur yang melimpah. Hal tersebut dijadikan peluang bagi beberapa produsen keripik untuk dapat meningkatkan pendapatan, baik pendapatan produsen keripik maupun pendapatan wisata Kota Batu. Tidak jarang juga dijumpai adanya rumah industri pengolahan keripik yang menyediakan destinasi wisata berupa kunjungan edukasi pada lokasi produksi keripik. Salah satunya yakni pada CV. Agronusa Mushroom yang berlokasi di Kota Batu.

Pada awal pendiriannya rumah industri ini hanya melakukan kegiatan budidaya pada komoditas jamur tiram. Dengan melakukan banyak perkembangan dan inovasi hingga saat ini CV. Agronusa Mushroom telah memiliki banyak produk yang dipasarkan keluar area Malang Raya. Keripik buah dan sayur yang diproduksi di rumah industri ini diantaranya adalah keripik bombai, keripik brokoli, keripik bunga kol, keripik cabai, keripik jagung, keripik jamur kuping, keripik jamur tiram, keripik labu madu, keripik paprika, keripik pisang, keripik rawit, keripik tempe, keripik ubi ungu dan ubi madu serta keripik wortel.

Inovasi yang dilakukan dalam bentuk produk keripik sayur adalah sebagai respon bagi masyarakat yang sadar mengenai pola konsumsi sehat. Hal tersebut karena pola konsumsi terhadap produk sehat telah banyak diterapkan dan meluas pada kalangan masyarakat yang mana salah satunya adalah dengan mengonsumsi

sayur (Halima, Khoiriyah, & Maula, 2023). Mengingat sayur merupakan unsur penting bagi makanan kesehatan karena tingginya kandungan vitamin dan mineral (Sari, Arifin, & Khoiriyah, 2022) serat, antioksidan dan energi (Nuraini, Arifin, & Khoiriyah, 2023) dalam sayuran memiliki pengaruh serta manfaat bagi tubuh jika dikonsumsi setiap hari.

Sebagai rumah industri yang memproduksi produk keripik buah dan sayur yang masih sangat jarang diproduksi oleh rumah produksi lainnya, CV. Agronusa Mushroom belum banyak melakukan banyak penelitian dan riset baik terhadap produk dan manajemen operasional perusahaan. Analisis usaha hanya dilakukan sesuai dengan perhitungan sederhana yang dilakukan oleh pemilik rumah industri yang juga merupakan pelaku manajemen dalam rumah produksi. Begitu pula pada produk hasil produksi yang belum banyak dilakukan riset. Padahal, produk yang dihasilkan merupakan produk yang banyak menarik minat pesaing sehingga harusnya banyak riset dilakukan demi mendukung perkembangan produk demi kelangsungan operasional perusahaan. Salah satunya adalah penelitian yang terkait dengan preferensi konsumen pada produk keripik sayur.

Preferensi merupakan derajat pilihan kesukaan konsumen terhadap produk yang diminati atau yang lebih disukai bila dibandingkan dengan produk lain. Hal ini dinilai sangat penting bagi perusahaan karena dengan mengetahuinya perusahaan dapat mengambil langkah strategis yang dapat digunakan untuk operasional perusahaan baik dalam hal pengaturan bahan baku, produksi, dan pemasaran. Selain itu, untuk mengetahui preferensi konsumen keripik sayur peneliti menggunakan metode *conjoint analysis* sehingga dapat diketahui pula nilai kepentingan dari atribut produk yang digunakan dalam penelitian. Nilai atribut yang memiliki kepentingan tertinggi merupakan atribut yang paling dipertimbangkan oleh konsumen sehingga informasi tersebut menjadi bekal bagi perusahaan dalam pengembangan produk kedepan.

Adanya preferensi konsumen terhadap produk keripik sayur di CV. Agronusa Mushroom menandakan adanya minat beli oleh konsumen. Sehingga perlu adanya penelitian lanjutan terkait dengan keputusan pembelian yang dilakukan konsumen dan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen. Dengan adanya hal tersebut maka penulis melakukan penelitian terhadap produk keripik sayur di CV.

Agronusa Mushroom. Penelitian dilakukan untuk mengetahui preferensi konsumen terhadap produk keripik sayur dan mengetahui faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam mengonsumsi keripik sayur.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka dapat diambil rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana preferensi konsumen terhadap produk keripik sayur lokal di CV. Agronusa Mushroom?
2. Apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian produk keripik sayur lokal di CV. Agronusa Mushroom?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka dapat diambil tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Mendeskripsikan preferensi konsumen terhadap produk keripik sayur lokal di CV. Agronusa Mushroom.
2. Menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam menentukan keputusan pembelian produk keripik sayur lokal di CV. Agronusa Mushroom.

1.4. Batasan Masalah

Adapun batasan-batasan masalah penelitian ini adalah:

1. Lokasi yang digunakan dalam penelitian adalah CV. Agronusa Mushroom sebagai produsen keripik sayur lokal di Batu.
2. Topik dan pembahasan penelitian adalah mengenai preferensi konsumen terhadap keripik sayur serta faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam mengonsumsi keripik sayur lokal di CV. Agronusa Mushroom Batu.
3. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli keripik sayur di CV. Agronusa Mushroom Batu.
4. Produk keripik yang digunakan dalam penelitian adalah keripik sayur yang diproduksi di CV. Agronusa Mushroom.

1.5. Manfaat dan Output Penelitian

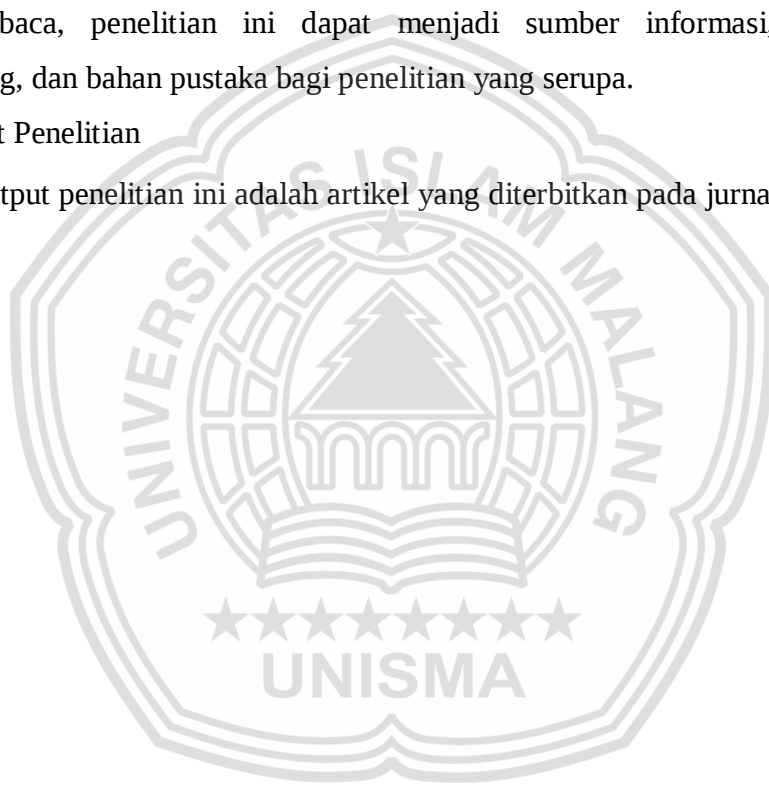
1.5.1. Manfaat Penelitian

Dalam penyusunannya penelitian ini dilaksanakan dengan maksud untuk memiliki nilai guna terhadap:

1. Bagi peneliti, sebagai syarat untuk memenuhi studi sarjana S1 program studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Islam Malang.
2. Bagi tempat penelitian, memberikan informasi terkait dengan preferensi konsumen keripik sayur lokal khususnya keripik sayur CV. Agronusa Mushroom sehingga dapat menjadi informasi bagi perusahaan dalam perbaikan dan pengembangan produk.
3. Bagi pihak produksi, sebagai informasi tambahan dan masukan kepada produsen keripik sayur lain terkait dengan faktor yang mempengaruhi konsumen dalam mengonsumsi keripik sayur.
4. Bagi pembaca, penelitian ini dapat menjadi sumber informasi, bahan pembandingan, dan bahan pustaka bagi penelitian yang serupa.

1.5.2. Output Penelitian

Adapun output penelitian ini adalah artikel yang diterbitkan pada jurnal Seagri.





BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dijabarkan secara rinci dalam bab pembahasan maka dapat ditarik beberapa kesimpulan yakni sebagai berikut:

1. Preferensi konsumen dalam mengonsumsi keripik sayur CV. Agronusa Mushroom adalah produk keripik dengan rasa yang cenderung tawar, warnanya lebih pekat dari warna sayur, bertekstur keras, memiliki harga > Rp30.000 dan ukuran kemasan kemasan grosir (>5kg). Nilai kepentingan atribut yang terbesar adalah atribut tekstur sehingga atribut tersebut adalah atribut yang paling penting apabila dibandingkan dengan atribut lain yang ada pada penelitian.
2. Faktor-faktor yang berpengaruh signifikan dalam keputusan pembelian produk keripik sayur CV. Agronusa Mushroom adalah variabel rasa (X_1), warna (X_2), harga (X_4), dan rasa (X_5). Sedangkan variabel yang tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan konsumsi masyarakat adalah variabel tekstur (X_3).

5.2. Saran

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

1. Dalam pengembangan produk keripik sayur, produsen khususnya pada rumah produksi CV. Agronusa Mushroom dapat menciptakan produk sesuai dengan segmentasi dan preferensi konsumen, seperti cenderung kepada produk yang memiliki rasa tawar, warnanya lebih pekat dari warna sayur, bertekstur keras, harga yang > Rp30.000 dan ukuran yang > 5 kg.
2. Dalam penerapan strategi pemasaran produk, produsen dapat mempertimbangkan aspek atribut produk yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen sehingga dalam pengembangan produk dan pemasaran dapat memperhatikan faktor-faktor tersebut.
3. Peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian terhadap variabel-variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini seperti variabel gaya hidup, promosi dan distribusi produk serta motivasi mengonsumsi untuk pengembangan penelitian lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, H. Z., & SIK, M. S. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*. CV. Syakir Media Press.
- Adelawati, K. (2020). Analisis Konjoin Preferensi Konsumen Terhadap Sayuran Organik di Brastagi Supermarket Medan.
- Al Farisi, M. S. (2020). Preferensi Masyarakat Terhadap Pembelian Produk Makanan Halal di Dusun Mlangi Yogyakarta. *JMBK* , 1, 60-75.
- Arman Hakim, N. (2006). *Manajemen Industri*. Andi Offset.
- Azmansyah, & Arief, E. (2017). Analisis Preferensi Masyarakat Dalam Memilih Sumber Finansial di Kecamatan Marpoyan Damai Pekanbaru Riau. *Jurnal Ekonomi KIAT* , 28, 81-91.
- Hakim, A. (2006). *Manajemen Industri*. Andi Offset.
- Effendi, T., Arifin, Z., & Siswandi, B. (2024). Preferensi Konsumen Terhadap Pembelian Keripik Brokoli Agronusa Mushroom di Kota Batu. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian dan Agribisnis* , 12(5).
- Halima, R., Khoiriyah, N., & Maula, L. (2023). Pengaruh Preferensi dan Kesadaran Masyarakat Terhadap Perilaku Mengonsumsi Tiga Jenis Sayuran Indigeneous di Kabupaten Malang. *JU-ke (Jurnal Ketahanan Pangan)* , 7(2), 232-340.
- Hanifa, A., & Khoiriyah, N. (2024). Preferensi Konsumen Terhadap Pembelian Jajanan Tradisional di Kecamatan Lawang. *JU-ke (Jurnal Ketahanan Pangan)* , 8(1), 8-19.
- Hardiyanto, C. (2017). Pemahaman Dan Preferensi Masyarakat Dalam Memilih Makanan Halal .
- Harsono, A. H. (2019). Preferensi Konsumen Terhadap Kerupuk Jagung Produksi Home Industri Anggun di Desa Manding Timur Kecamatan Manding Kabupaten Sumenep. *In Prosiding: Seminar Nasional Ekonomi dan Teknologi* , 342-349.
- Hayu, R. S. (2019). Smart Digital Content Marketing, Strategi Membidik Konsumen Millennial Indonesia. *JMK (Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan)* , 61-69.
- Heir, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. .. (2018). *Multivariate Data Analysis* . Massachusetts: Cengage.
- Huda, N. (2017). Faktor yang Mempengaruhi Preferensi Masyarakat Muslim Memilih Hotel Syariah. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan* , 490-511.
- Hungu. (2016). *Demografi Kesehatan Indonesia*. Jakarta: Grasindo.
- Khoiriya, T., & Susilowati, D. (2022). Faktor-Faktor Sosial Ekonomi yang Mempengaruhi Pembelian Sayur Hidroponik. *JU-ke (Jurnal Ketahanan Pangan)* , 6(2), 80-87.

- Kotler, P. (2012). *Marketing Management. Millenium Edition North Western University*. New Jersey (US): Prentice Hall Inc.
- Lamunuhia, S. F. (2018). Pengaruh Audit Tenure, Rotasi Kap, Ukuran Perusahaan Klien dan Spesialisasi Auditor Terhadap Kualitas Audit.
- Lestari, H., Susilowati, D., & Khoiriyah, N. (2022). Analisis Keputusan Konsumen dalam Pembelian Kopi Tubruk di Kabupaten Gresik. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian dan Agribisnis* , 10(5).
- Lumbantoruan, R. S., Mulyana, N., & Santoso, M. B. (2020). Bandung Creatif City Forum (Bccf) Sebagai Penggerak Generasi Milenial Dalam Menciptakan Perubahan di Kota Bandung. *Social Work Jurnal* , 127-141.
- Menafe, L. A., & Anigomang, F. R. (2021). Preferensi Konsumen dalam Membeli Produk Kerupuk pada CV. Panda Unyil Kerupuk Sidoarjo. *Jurnal Sinar Manajemen* , 81-89.
- Naibaho, T. T. (2019). Analisis Perbedaan Tingkat Pendapatan Terhadap Preferensi Konsumen Kopi Lokal Sumatera di Kota Medan. *Jurnal Penelitian Pendidikan Sosial Humaniora* , 505-13.
- Najmutsaqib, L., Siswadi, B., & Susilowati, D. (2023). 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* , 1(2).
- Nasrudin, I. W. (2010). Arti, Ruang Lingkup, Peranan, Fungsi dan Pendekatan Studi, serta Karakteristik Produk dan Produksi Pertanian. *Tataniaga Pertanian* , 1-49.
- Nuraini, R., Arifin, Z., & Khoiriyah, N. (2023). Analisis Keputusan Pembelian Sayuran di Pasar Modern Oro-Oro Dowo Kec. Klojen Kota Malang. *JU-ke (Jurnal Ketahanan Pangan)* , 7(2), 241-246.
- Pawarti, G., Ngatno, N., & Hadi, S. (2022). Pengaruh Variasi Produk terhadap Pembelian Ulang dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Konsumen Supermarket Toko Pomo Boyolali). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* , 11(1), 1-8.
- Prasetyo, D., & Irwansyah. (2020). Memahami Masyarakat dan Perspektifnya. *Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial* , 1, 163-175.
- Putra, A. Y. (2021). Pengolahan Pasca Panen Beras Organik di Gapoktan Al-Barokah Desa Lombok Kulon Kecamatan Wonosari Kabupaten Bondowoso.
- Putra, V. W., Rianti, T. S., & Susilowati, D. (2023). Preferensi Konsumen Terhadap Pembelian Susu Sebagai Upaya Pemenuhan Gizi Selama Terjadi Wabah PMK. *Journal of Agricultural Socio-Economics* , 4(2).

- Riszinin, Y. M., & Nugroho, T. R. (2022). Preferensi Konsumen Terhadap Pembelian Keripik Singkong di UD. Sumber Mutiara Kecamatan Sampang Kabupaten Sampang. *Agriscience* , 58-71.
- Roflin, E., & Liberty, I. A. (2021). *Populasi, Sampel, Variabel dalam Penelitian Kedokteran*. Penerbit NEM.
- Rohmah, A. N., & Subari, S. (2021). Preferensi Konsumen Terhadap Produk Minuman Kopi di Kopi Janji Jiwa Jilid 324 Surabaya. *Agriscience* , 548 - 562.
- Sari, S. N., Arifin, Z., & Khoiriyah, N. (2022). Preferensi Pedagang Sayuran Terhadap Sub Terminal Agribisnis (STA). *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian dan Agribisnis* , 10(7).
- Schiffman, L., & Kanuk, L. (2011). *Perilaku Konsumen* . New Jersey: Prentice Hall.
- Siregar. (2020). *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17 (Edisi 1 Cetakan 3)*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sofa, S. Y., Khoiriyah, N., & Siswadi, B. (2023). Preferensi Konsumen Terhadap Pembelian Jus AgriSeta di Lab. Home Agroindustri Model Prodi Agribisnis Unisma. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian dan Agribisnis* .
- Sugiono. (2018). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Taluke, D., Lakat, R. S., & Sembel, A. (2019). Analisis Preferensi Masyarakat Dalam Pengelolaan Ekosistem Mangrove di Pesisir Pantai Kecamatan Loloda Kabupaten Halmahera Barat. *Jurnal Spasial* , 6, 531-541.
- Todar, M., Tumbel, A., & Jorie, R. (2020). Pengaruh Persepsi Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (AMDK). *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen Bisnis dan Akuntansi* , 8(3).
- Vidya, C., Nisa, F. Z., & Palupi, I. R. (2018). Persepsi Mahasiswa Fakultas Ilmu Keolahragaan Universitas Negeri Yogyakarta Terhadap Atribut Produk Minuman Kesehatan. *Jurnal Keolahragaan* , 6, 184-192.
- 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. *Jurnal Agribisnis dan Ilmu Sosial Ekonomi Pertanian* , 8(5), 392-400.
- Wardana, M. F., & Rianti, T. S. (2022). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Masyarakat dalam Mengonsumsi Produk Rempah (Jamu)) Pasca Pandemi. *Media Agribisnis* , 6(2), 145-155.
- Wawan, A., & Dewi. (2010). *Teori dan Pengukuran Pengetahuan, Sikap dan Perilaku Manusia*. Yogyakarta: Nuha Medika.



Zahroh, F., Susilowati, D., & Maula, L. R. (2023). Preferensi Konsumsi Pangan Rumah Tangga di Desa Gunung Jati Kecamatan Jabung. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian dan Agribisnis* , 11(08).

