

**ANALISIS SIKAP DAN PREFERENSI KONSUMEN
TERHADAP ATRIBUT BUAH PISANG KEPOK
DI PASAR TRADISIONAL KOTA MEDAN
(Studi Kasus: Pasar Tradisional Sukaramai,
Kecamatan Medan Area, Kota Medan)**

SKRIPSI

OLEH :

**FEBRY PEBRYANI SARAGIH
188220172**



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2023**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 17/7/23

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)17/7/23

**ANALISIS SIKAP DAN PREFERENSI KONSUMEN
TERHADAP ATRIBUT BUAH PISANG KEPOK
DI PASAR TRADISIONAL KOTA MEDAN
(Studi Kasus: Pasar Tradisional Sukaramai,
Kecamatan Medan Area, Kota Medan)**

SKRIPSI

*Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana di Fakultas Pertanian
Universitas Medan Area*



OLEH :

FEBRY PEBRYANI SARAGIH

188220172

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2023**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang


Document Accepted 17/7/23


1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)17/7/23


Judul Skripsi : ANALISIS SIKAP DAN PREFERENSI KONSUMEN
TERHADAP ATRIBUT BUAH PISANG KEPOK DI
PASAR TRADISIONAL KOTA MEDAN (Studi Kasus:
Pasar Tradisional Sukaramai, Kecamatan Medan Area,
Kota Medan)
Nama : FEBRY PEBRYANI SARAGIH
NPM : 188220172
Fakultas : PERTANIAN

Di Setujui Oleh :
Komisi Pembimbing



Drs. Khairul Saleh, MMA
Pembimbing I


Sri Ariani Safitri, SP, M.Si
Pembimbing II

Diketahui Oleh :



Dr. Ir. Zulheri Noer, MP
Dekan

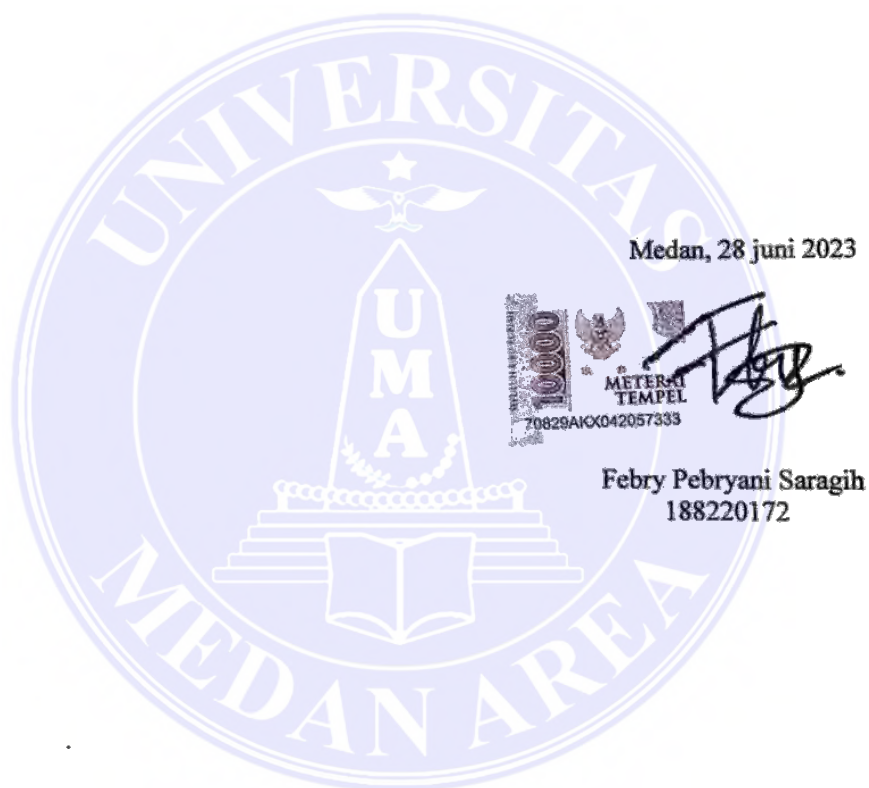

Marizha Nurcahyani, S.ST, M.Sc
Ketua Program Studi

Tanggal Lulus: 08 Mei 2023

HALAMAN PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun, sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan dengan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah, dan etika penulisan ilmiah.

Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya dengan peraturan yang berlaku, apabila di kemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.



**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademik Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Febry Pebryani Saragih
NPM : 188220172
Program Studi : Agribisnis
Fakultas : Pertanian
Jenis karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area *Hak Bebas Royalti Noneklusif (Non-exclusive Royalty Free Right)* atas karya ilmiah saya yang berjudul "Analisis Sikap Dan Preferensi Konsumen Terhadap Atribut Buah Pisang Kepok Di Pasar Tradisional Kota Medan (Studi Kasus: Pasar Tradisional Sukaramai, Kecamatan Medan Area, Kota Medan)" beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak bebas royalti noneklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalih media atau formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (data base), merawat dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/ pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat : Medan

Pada tanggal : 28 juni 2023

Yang menyatakan

Febry Pebryani Saragih

ABSTRAK

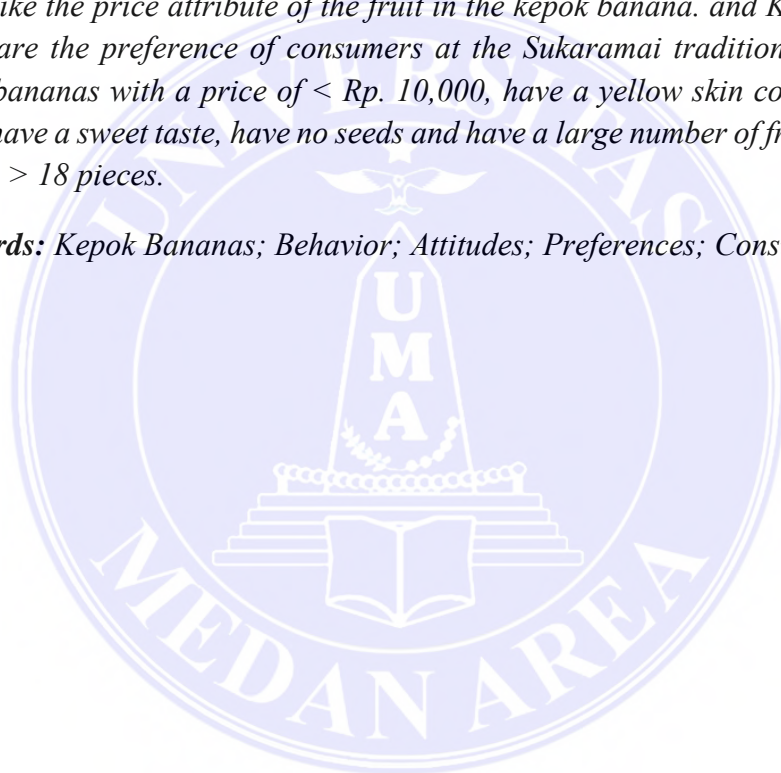
Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui perilaku pembelian pada buah pisang kepok, untuk menganalisis sikap konsumen terhadap berbagai atribut buah pisang kepok, serta untuk menganalisis preferensi konsumen terhadap buah pisang kepok di pasar tradisional sukaramai Kota Medan. Sampel konsumen yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebanyak 42 konsumen. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif, multiatribut Fishbein, dan Conjoint. Hasil penelitian dapat menunjukkan bahwa Perilaku pembelian konsumen buah pisang kepok di pasar tradisional Sukaramai adalah dikonsumsi sendiri, sebanyak 1 sisir disetiap pembeliannya dalam kurun waktu yang tidak tentu dalam sebulan, rata-rata pengeluaran konsumen untuk membeli buah pisang kepok Rp.70.001–Rp 90.000 dalam sebulan. Sikap konsumen terhadap atribut buah pisang kepok adalah konsumen sangat menyukai atribut harga buah yang ada pada buah pisang kepok. Buah pisang kepok yang menjadi preferensi konsumen di pasar tradisional sukaramai adalah buah pisang kepok dengan harga < Rp.10.000, memiliki warna kulit kuning dengan bercak hitam, dengan rasa yang manis, tidak berbiji dan memiliki jumlah buah tiap sisirnya banyak yaitu >18 buah.

Kata Kunci: *Pisang Kepok; Perilaku; Sikap; Preferensi; Konsumen*

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the buying behavior of kepok bananas, to analyze consumer attitudes towards various attributes of kepok bananas, and to analyze consumer preferences for kepok bananas in the Sukaramai traditional market, Medan City. The consumer sample used in this study was 42 consumers. Data analysis in this study used descriptive analysis, Fishbein multi-attribute, and Conjoint. The results of the study show that consumer buying behavior of kepok bananas in the Sukaramai traditional market is self-consumption, 1 comb per purchase for an indefinite period of time in a month, the average consumer spending to buy kepok bananas is IDR 70,001–IDR 90,000 per month. a month. The attitude of consumers towards the attributes of the kepok banana is that consumers really like the price attribute of the fruit in the kepok banana. and Kepok bananas which are the preference of consumers at the Sukaramai traditional market are kepok bananas with a price of < Rp. 10,000, have a yellow skin color with black spots, have a sweet taste, have no seeds and have a large number of fruits per comb, namely > 18 pieces.

Keywords: *Kepok Bananas; Behavior; Attitudes; Preferences; Consumers*



RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama Febry Pebryani Saragih yang dilahirkan di Medan pada tanggal 08 Februari 2000, merupakan anak keempat dari 4 (empat) bersaudara dari pasangan Bapak E. Edward Saragih dan Ibu Rosmawati Hutajulu.

Penulis mengawali pendidikan Sekolah Dasar di Sekolah Dasar Swasta (SDS) Budi Murni 1, dan selesai pada tahun 2012. Kemudian melanjutkan pendidikan Sekolah Menengah Pertama (SMP) di SMP Swasta Budi Murni 1 Medan. Setelah itu, penulis melanjutkan Sekolah Menengah Atas (SMA) di SMA Swasta Methodist 2 Kota Medan. Selanjutnya penulis melanjutkan pendidikan ke jenjang perguruan tinggi yaitu, Universitas Medan Area (UMA) dan mengambil program studi Agribisnis di Fakultas Pertanian.

Selama Mengikuti Perkuliahan Pada tahun 2021 penulis telah melaksanakan Praktek Kerja Lapangan Di UPT. Pengembangan Benih Hortikultura Dinas Pertanian dan Perikanan Kota Medan mulai bulan Agustus sampai dengan bulan September 2021. Pada tahun 2018 penulis mengikuti organisasi kemahasiswaan di Universitas Medan Area dan yaitu Paduan Suara dan menjabat sebagai Bendahara Umum Paduan suara Universitas Medan Area pada tahun 2019-2020.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan Rahmat dan berkat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul “Analisis Sikap Dan Preferensi Konsumen Terhadap Atribut Buah Pisang Kepok Di Pasar Tradisional Kota Medan (Studi Kasus: Pasar Tradisional Sukaramai, Kecamatan Medan Area, Kota Medan)”

Penulisan skripsi ini bertujuan untuk memperoleh gelar Sarjana Pertanian (S.P) dalam menyelesaikan pendidikan pada Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Medan Area.

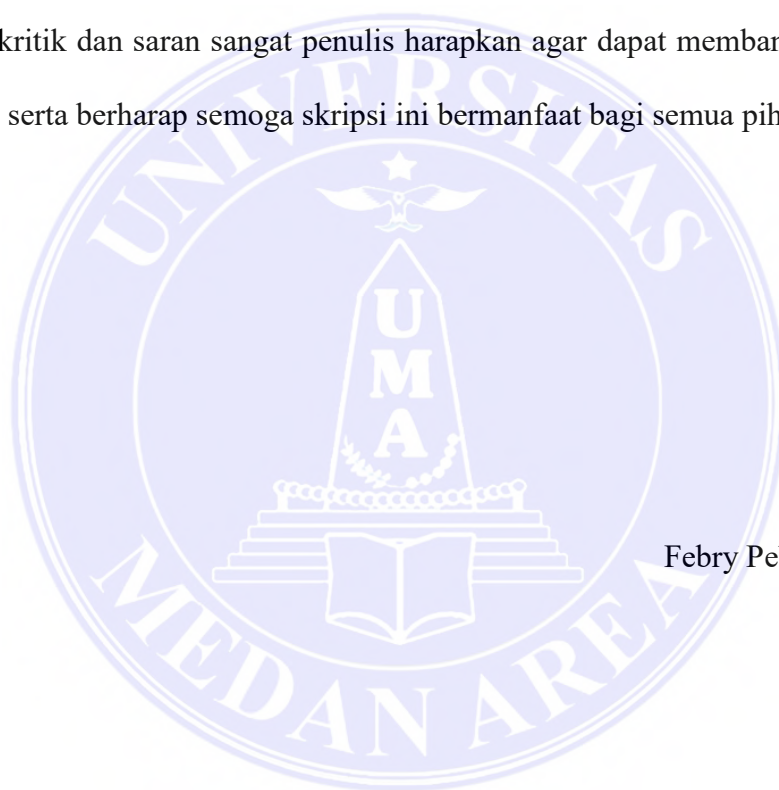
Untuk itu dengan segala kerendahan dan ketulusan hati penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada seluruh pihak yang membantu penulis hingga dapat menyelesaikan Skripsi ini.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis juga mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Dr. Ir. Zulheri Noer, MP selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Medan Area
2. Ibu Marizha Nurcahyani, S.ST, M,Sc selaku Ketua Prodi Agribisnis Universitas Medan Area
3. Bapak Drs. Khairul Saleh, MMA selaku komisi pembimbing I penulis yang berperan aktif dalam memberikan masukan dan pendapat terhadap penulis dalam pembuatan skripsi ini.
4. Ibu Sri Ariani Safitri, SP, M.Si selaku komisi pembimbing II penulis yang berperan aktif dalam memberikan masukan dan pendapat terhadap penulis dalam pembuatan skripsi ini.

5. Seluruh dosen dan staff Fakultas Pertanian Universitas Medan Area yang telah membimbing dan memperhatikan selama masa pendidikan di program studi agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Medan area.
6. Kepada kedua orang tua dan keluarga atas dukungan dan doa.
7. Rekan-rekan mahasiswa khususnya Fakultas Pertanian stambuk 2018 yang telah membantu dan memberikan dukungan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna, untuk itu segala kritik dan saran sangat penulis harapkan agar dapat membangun semangat penulis serta berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak.



Penulis

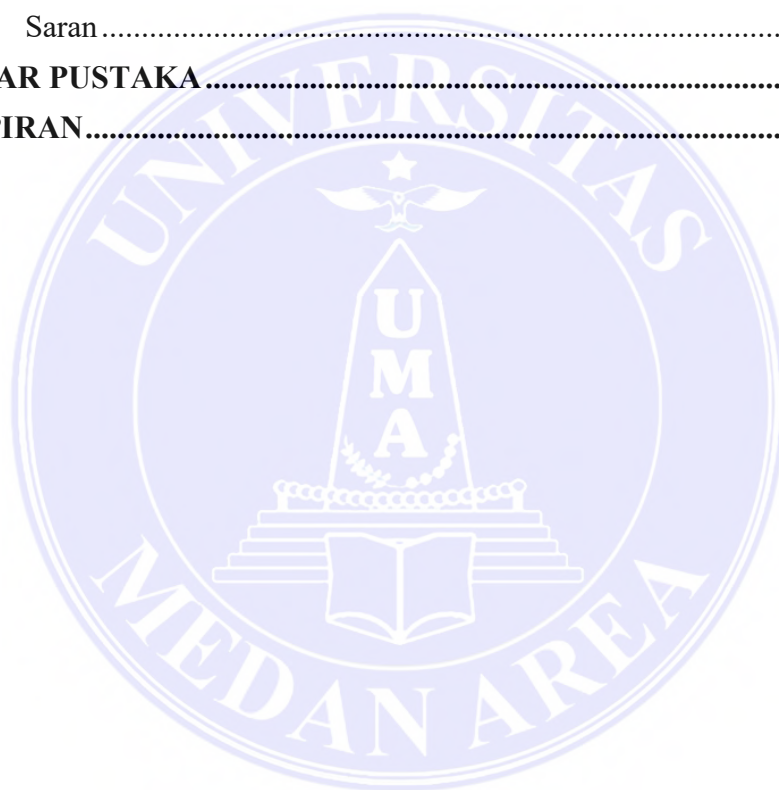
Febry Pebryani Saragih

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	vi
RIWAYAT HIDUP	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
1.5 Kerangka Penelitian	11
II. TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1 Pisang	14
2.2 Pisang Kepok (<i>Musa balbisiana</i>)	15
2.3 Perilaku Konsumen	17
2.4 Perilaku Pembelian Konsumen	19
2.5 Sikap Konsumen.....	20
2.6 Preferensi Konsumen	21
2.7 Atribut Buah Pisang Kepok.....	22
2.8 Pasar Tradisional	23
2.9 Analisis Multiatribut Fishbein.....	23
2.10 Analisis Conjoint.....	24
2.11 Penelitian Terdahulu.....	25
III. METODOLOGI PENELITIAN	29
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	29
3.2 Metode Pengambilan Sampel.....	29
3.3 Metode Pengumpulan Data	30
3.4 Metode Analisis Data	31
3.5 Definisi Operasional Variabel	38

IV. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN	40
4.1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	40
4.2. Karakteristik Konsumen.....	43
V. HASIL DAN PEMBAHASAN	48
5.1. Perilaku Pembelian Konsumen Buah Pisang Kepok.....	48
5.2. Analisis Multitribut Fishbein	52
5.3. Analisis Conjoint.....	56
5.4. Pembahasan	59
VI. PENUTUP	68
6.1. Kesimpulan.....	68
6.2. Saran	69
DAFTAR PUSTAKA.....	70
LAMPIRAN.....	73



DAFTAR TABEL

No	Keterangan	Halaman
1.	Produksi Tanaman Buah-Buahan Indonesia (Ton) 2017– 2021.....	2
2.	Produksi Buah Pisang Tahunan Menurut Jenis Tanaman di Provinsi Sumatera Utara Tahun 2017– 2021.	3
3.	Rincian Konsumsi Buah-Buahan Di Sumatera Utara Sebulan perkapita Tahun 2017-2020.	5
4.	Tipologi Klassen Pendapatan dan Pengeluaran Konsumsi Rumah Tangga Kecamatan di Kota Medan.....	6
5.	Data Jumlah Permintaan Buah Pisang kepok Persisir/Pertandan Tahun 2018-2021.....	7
6.	Kategori Tingkat Kepercayaan Serta Tingkat Kepentingan Responden Terhadap Atribut Buah Pisang kepok.	33
7.	Kategori Nilai Sikap (Ao) Terhadap Atribut Buah Pisang Kepok.....	33
8.	Atribut buah pisang kepok dan levelnya.....	35
9.	Jumlah stimuli atribut buah pisang kepok.	36
10.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.	43
11.	Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	44
12.	Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pernikahan.	44
13.	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	45
14.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Anggota Keluarga.	46
15.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.	46
16.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	47
17.	Perilaku Pembelian Konsumen Buah Pisang Kepok.	49
18.	Nilai dan Kategori Kepercayaan (bi) terhadap Atribut Buah Pisang Kepok Di Pasar Tradisional Sukaramai.....	53
19.	Nilai dan Kategori Kepentingan (ei) terhadap Atribut Buah Pisang Kepok Di Pasar Tradisional Sukaramai.....	54
20.	Hasil Analisis Sikap Terhadap Atribut Buah Pisang Kepok.....	55
21.	Hasil Analisis Conjoint Pada Buah Pisang Kepok.	57
22.	Nilai Korelasi Hasil Proses Conjoint.	58

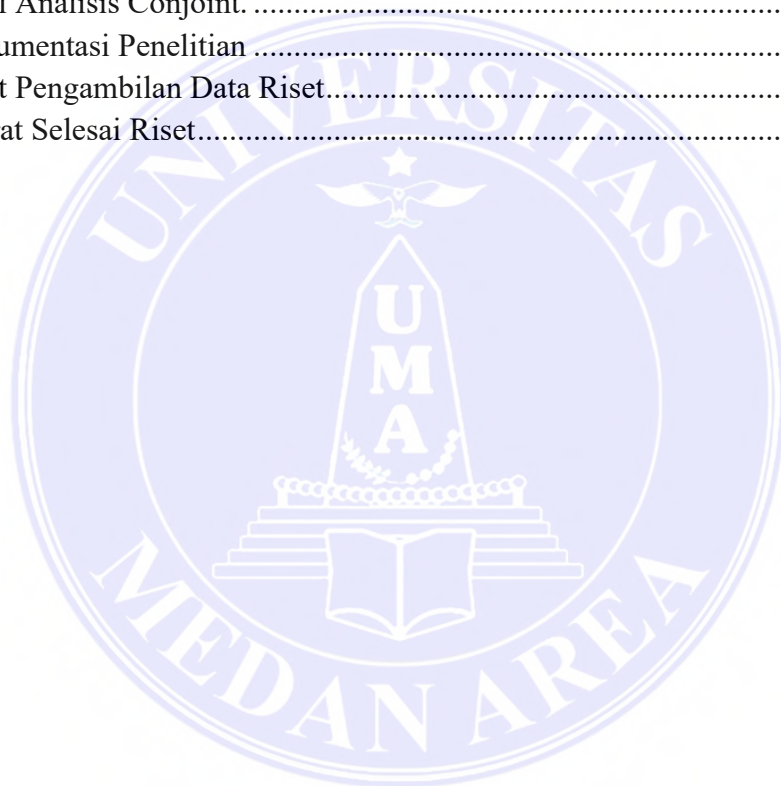
DAFTAR GAMBAR

No	Keterangan	Halaman
1.	Skema Kerangka Pemikiran.....	13
2.	Model Perilaku Konsumen.....	18
3.	Denah Pasar Tradisional Sukaramai	42



DAFTAR LAMPIRAN

No	Keterangan	Halaman
1.	Kuisisioner Penelitian.....	73
2.	Karakteristik Konsumen Buah Pisang Kepok.....	80
3.	Perilaku Pembelian Buah Pisang Kepok.....	82
4.	Data Perhitungan Skor Kepercayaan (bi) Konsumen Terhadap Atribut Buah Pisang Kepok Di Pasar Tradisionalk Sukaramai.	84
5.	Data Perhitungan Skor Kepentingan (ei) Konsumen Terhadap Atribut Buah Pisang Kepok Di Pasar Tradisionalk Sukaramai.	86
6.	Input Data Penilaian Konsumen Terhadap Kombinasi Stimuli.....	88
7.	Hasil Analisis Conjoint.	89
8.	Dokumentasi Penelitian.....	89
9.	Surat Pengambilan Data Riset.....	91
10.	Surat Selesai Riset.....	92



I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam pertumbuhan ekonomi di Indonesia, pertanian merupakan salah satu sektor yang memberikan pengaruh besar. Yang berpotensi untuk dikembangkan dalam sektor pertanian salah satunya ialah hortikultura. Hasil dari hortikultura adalah buah-buahan, yang pengembangannya memiliki peluang dan produksinya perlu ditingkatkan lagi.

Buah-buahan adalah tanaman hortikultura musiman dan merupakan sumber vitamin dan mineral yang terkenal. Masyarakat mulai untuk mengonsumsi buah-buahan yang banyak mengandung vitamin dan mineral serta sebagai sumber serat (*fibre*) yang merupakan salah satu indikator sederhana gizi seimbang, karena dapat menjaga tekanan darah, kadar gula, dan kolesterol darah serta dapat mencegah gangguan pencernaan dan risiko obesitas (Kementerian Kesehatan Republik Indonesia 2018).

Meningkatnya permintaan buah-buahan disebabkan oleh pertumbuhan jumlah penduduk dan meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya nutrisi dari buah yang tepat. Peningkatan konsumsi buah masyarakat menyebabkan peningkatan impor buah. Hal ini menunjukkan adanya pergeseran konsumsi dari buah-buahan dalam negeri ke buah-buahan impor. Perubahan gaya hidup masyarakat telah mengubah pola dan sifat konsumsi produk pertanian (Departemen Pertanian, 2014). Menurut laporan Asosiasi Importir Pertanian Indonesia, produk hortikultura (buah dan sayuran) yang diimpor Indonesia cukup besar. Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat realisasi impor buah-buahan sepanjang Januari-Maret 2022 sebesar US\$ 135,5 Juta. Nilai impor itu setara 71 ribu ton buah-buahan. Oleh

karena itu, tidak heran jika buah-buahan impor sangat mudah ditemukan di pasaran. Peredaran buah-buahan impor yang kian menjamur di pasar dalam negeri, merupakan fenomena yang terjadi saat ini. Banyaknya buah-buahan yang diimpor ke Indonesia memberikan tekanan yang besar pada produsen buah lokal untuk menjadi lebih kompetitif agar dapat lebih disukai oleh masyarakat. Namun, karena buah-buahan lokal memiliki jenis yang beragam dan rasa segar ketika mengkonsumsinya, maka buah-buahan lokal masih menjadi pilihan selera konsumen.

Sementara itu, produksi buah lokal juga cenderung meningkat. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik, produksi buah-buahan hortikultura dalam negeri pada tahun 2021 sebesar 25.953.704 ton meningkat sebesar 5,47% dari tahun sebelumnya (2020) yaitu sebesar 24.872.988 ton. Hasil produksi buah yang memberikan kontribusi bagi produksi hortikultura dapat dilihat secara terperinci pada tabel 1.

Tabel 1. Produksi Tanaman Buah-Buahan Indonesia (Ton) 2017– 2021.

Komoditi	satuan	Tahun				
		2017	2018	2019	2020	2021
Pisang	Ton	7,16	7,26	7,28	8,18	8,74
Durian	Ton	0,795	1,14	1,16	1,13	1,35
Jeruk	Ton	2,29	2,51	2,56	2,72	2,40
Mangga	Ton	2,20	2,62	2,80	2,89	2,83
Nanas	Ton	1,79	1,80	2,19	2,44	2,88
Manggis	Ton	0,161	0,228	0,246,	0,322	0,303

Sumber: BPS, Statistik Hortikultura, 2021.

Tabel 1 menjelaskan bahwa terjadinya fluktuasi terhadap produksi buah-buahan setiap tahunnya. Komoditas yang memiliki jumlah produksi yang paling banyak dan setiap tahunnya mengalami peningkatan ialah buah pisang dan nanas. Produksi pisang pada tahun 2020 sebesar 8.172.76 ton meningkat sebesar 6,82%

(558,39 ribu ton) menjadi 8.741.15 ton pada tahun 2021. Produksi nanas pada tahun 2020 sebesar 2.447,24 ton meningkat sebesar 17,95% (439,18 ribu ton) menjadi 2.886,42 ton pada tahun 2021. Produksi yang terus meningkat ini bebas bersaing dengan buah-buahan impor di pasar dalam negeri. Oleh karena itu, buah-buahan lokal perlu memiliki keunggulan agar dapat memenangkan persaingan.

Salah satu komoditas buah-buahan lokal yang paling populer di Indonesia adalah buah pisang. Pisang termasuk komoditas hortikultura yang penting dan telah lama menjadi produk yang bereputasi internasional. Pisang tidak hanya mudah diperoleh karena dipanen sepanjang tahun, tetapi juga sangat populer di kalangan orang-orang dari segala usia dan jenis kelamin di seluruh dunia. Di Sumatera Utara buah pisang merupakan salah satu komoditas unggulan, produksi buah pisang di Sumatera Utara mengalami fluktuasi. Berikut merupakan tabel produksi buah pisang di Sumatera Utara dari tahun 2017– 2021.

Tabel 2. Produksi Buah Pisang Tahunan Menurut Jenis Tanaman di Provinsi Sumatera Utara Tahun 2017– 2021.

Tahun	Produksi (ton)
2017	150,691
2018	110,648
2019	114,050
2020	100,254
2021	121,364

Sumber: BPS, Statistik Pertanian Holtikultura 2022.

Tabel 2 menjelaskan bahwa terjadinya flutuasi terhadap produksi buah pisang di Provinsi Sumatera Utara. Penurunan pada produksi buah pisang disebabkan oleh serangan hama dan penyakit layu. Pada tahun 2021 daerah yang menjadikan sentra tanaman pisang di Sumatera Utara adalah Kabupaten Tapanuli Utara, Deli Serdang, Nias Selatan, Langkat, dan Karo. Dengan persentase produksi

masing-masing 28,30 persen; 15,21 persen; 13,78 persen; 9,78 persen; dan 8,51 persen terhadap total produksi tanaman pisang di Sumatera Utara. Kabupaten/Kota lainnya memberi kontribusi produksi 23,80 persen terhadap total produksi tanaman pisang.

Pisang memiliki peranan penting karena dikonsumsi oleh konsumen tanpa memperhatikan tingkat sosial. Beberapa buah-buahan lokal yang ada di Sumatera Utara mengalami peningkatan konsumsi masyarakat salah satunya pada buah pisang. Buah pisang merupakan jenis buah yang memiliki banyak manfaat, rasa yang enak, dapat diolah menjadi berbagai produk olahan pisang seperti keripik, sale pisang, kolak, pisang goreng ataupun pisang rebus, dan alasan banyak orang menyukai buah pisang ialah karena memiliki harga yang terjangkau. Buah pisang sangat mudah ditemukan di sekeliling masyarakat seperti dipasar tradisional, pasar modern, dan toko buah-buahan. Konsumen dapat menemukan berbagai macam jenis dan varietas pisang sehingga memudahkan konsumen untuk memilih jenis pisang yang ingin dikonsumsi sesuai dengan selera masing-masing.

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2020 mengenai data konsumsi pangan perkapita buah pisang di Sumatera Utara, dimana buah pisang termasuk buah yang potensial untuk dikembangkan di Sumatera Utara. Hal ini dapat dilihat pada data konsumsi buah pisang perkapita tahun 2017 sampai dengan 2020 pada tabel 3.

Tabel 3. Rincian Konsumsi Buah-Buahan Di Sumatera Utara Sebulan perkapita Tahun 2017-2020.

Komoditi	Satuan	Tahun			
		2017	2018	2019	2020
Pisang	Kg	0,50	0,51	0,51	0,54
Mangga	Kg	0,05	0,07	0,04	0,18
jeruk	Kg	0,41	0,62	0,87	0,51
Apel	Kg	0,07	0,07	0,07	0,07
Pepaya	Kg	0,29	0,21	0,26	0,25

Sumber: BPS, Kota Medan Dalam Angka 2021.

Tabel 3 menjelaskan bahwa konsumsi masyarakat terhadap beberapa buah-buahan lokal yang ada di Sumatera Utara mengalami peningkatan pada masing-masing buah, salah satunya adalah buah pisang. Perkembangan konsumsi masyarakat terhadap buah pisang mengalami peningkatan setiap tahunnya dari 0,50 kg per orang setiap bulannya pada tahun 2017 menjadi 0,54 kg per orang setiap bulannya pada tahun 2020. Buah pisang menjadi buah yang paling banyak dikonsumsi dibandingkan dengan buah-buahan lain dalam konsumsi per kapita perbulan buah-buahan di Sumatera Utara.

Kota Medan memiliki berbagai jenis pisang dengan karakteristik yang berbeda-beda, seperti pisang kepok, pisang raja, pisang barangan, dan pisang ambon, dll. Dari banyak jenis pisang yang tersedia di pasaran, pisang kepok merupakan salah satu pisang yang laris atau sering dikonsumsi di Kota Medan. Berdasarkan data BPS (2017), Konsumsi buah pisang perkapita di kota medan pada tahun 2015-2016 diketahui bahwa pisang kepok, pisang ambon dan pisang raja merupakan jenis pisang yang paling banyak di konsumsi. Pisang kepok sangat digemari masyarakat dikarenakan menurut Suyanti dan Supryadi (2018) bahwa pisang kepok merupakan jenis pisang yang buahnya dapat dimakan jika sudah matang maupun setelah diolah. Sebagai salah satu pisang olah, pisang kepok

(musa paradisiaca) memiliki rasa yang enak serta memiliki kandungan gizi yang baik. Pada umumnya, di beberapa daerah masyarakat mengolah pisang kepek menjadi berbagai macam bahan pangan seperti kue, brownies, naget, keripik pisang, goreng pisang dan lain-lain (Oktaviana et al., 2017).

Meningkatnya permintaan pisang kepek juga tidak terlepas dari kondisi pemasaran pisang kepek itu sendiri. Pemasaran buah pisang kepek sendiri sudah tersebar luas di berbagai pasar baik dipasar modern maupun pasar tradisional kota Medan. Pasar Sukaramai merupakan salah satu pasar tradisional di kota Medan. Pasar Sukaramai terletak di Jalan AR. hakim. Sesuai dengan namanya, pasar Sukaramai merupakan salah satu pasar tradisional yang cukup ramai dibandingkan pasar lainnya di Medan. Pasar Sukaramai merupakan salah satu tempat membeli barang kebutuhan rumah tangga dan sangat populer di kalangan masyarakat dibandingkan dengan pasar tradisional lainnya di kota Medan.

Tabel 4. Tipologi Klassen Pendapatan dan Pengeluaran Konsumsi Rumah Tangga Kecamatan di Kota Medan.

No	Kecamatan	Pendapatan (Rp)	Pendapatan Ratio (Rp)	Pengeluaran (Rp)	Pengeluaran Ratio (Rp)
1	Medan Petisah	22.528.608	13.764.277	20.032.770	12.405.122
2	Medan Selayang	14.759.639	5.995.307	13.648.988	6.021.340
3	Medan Area	10.585.817	1.821.485	10.028.504	2.400.856
4	Medan Tembung	9.966.254	1.201.922	9.220.091	1.592.443
5	Medan Baru	10.247.059	1.482.727	8.574.850	947.202
6	Medan Barat	9.715.175	950.843	7.675.205	47.557

Sumber : Disparitas Pendapatan Antar Kecamatan Di Kota Medan , 2020

Berdasarkan data tabel 4 tersebut kecamatan Medan Area menjadi Kecamatan yang memiliki klassen pendapatan dan pengeluaran paling tinggi nomor 3, semakin tingginya pendapatan maka akan mempengaruhi pola konsumsi masyarakat di Kota Medan. Sehingga kebutuhan makanan sehat dalam hal ini buah-buahan yang khususnya buah pisang kepek juga meningkat.

Berikut data jumlah permintaan buah pisang kepek setiap tahunnya yang diperoleh dari informasi pedagang pisang kepek di pasar tradisional sukaramai Kecamatan Medan Area dapat dilihat pada tabel 5 berikut :

Tabel 5. Data Jumlah Permintaan Buah Pisang kepek Persisir/Pertandan Tahun 2018-2021.

No	Tahun	Persisir	Pertandan
1	2018	4.200	1.005
2	2019	6.300	1.279
3	2020	5.600	1.189
4	2021	7.500	1.378

Sumber : Pedagang Pisang Pasar Sukaramai 2021.

Pada tabel 5 menjelaskan berdasarkan informasi dari pedagang pisang kepek di pasar tradisional sukaramai kecamatan Medan Area bahwa jumlah permintaan buah pisang kepek mengalami fluktuasi. Jumlah tersebut didapat dari hasil penjualan setiap harinya dikalikan 30 hari. Dalam prasurvey yang dilakukan, pasar sukaramai memiliki jumlah pedagang pisang terbanyak diantara pasar tradisional di kecamatan Medan Area yaitu sebanyak 14 pedagang pisang kepek. Berdasarkan informasi dari beberapa pedagang pisang kepek di pasar tradisional sukaramai Kota Medan, bahwa para pedagang mendapatkan buah pisang kepek dari Kabupaten Deli Serdang, Sidikalang, Dairi, Tebing Tinggi, Langkat dan Karo.

Buah pisang kepok menjadi buah andalan untuk jenis buah pisang di pasar-pasar buah daerah kota Medan karena banyak peminatnya dipasaran untuk menjadikan buah pisang kepok tersebut sebagai bahan baku makanan olah. Dikarenakan beragamnya jenis pisang yang ada dipasaran, peneliti ingin mengetahui bagaimana sikap dan preferensi konsumen terhadap jenis buah pisang kepok. Beragamnya selera konsumen pada atribut buah pisang kepok dalam mempengaruhi keputusan pembelian merupakan hal yang mendasari peneliti untuk meneliti bagaimana preferensi konsumen terhadap buah pisang kepok. Kepuasan dalam membeli pisang kepok adalah ketika konsumen dapat membeli pisang kepok sesuai dengan keinginan atau preferensinya

Mengetahui selera konsumen untuk menentukan pilihan suka atau tidak sukanya konsumen terhadap suatu produk merupakan hal yang penting bagi produsen dan pemasar. Hal ini dimaksudkan agar konsumen terlebih dahulu memperhatikan ciri-ciri fisik (atribut) yang terkait dengan produk, kemudian mempertimbangkannya sesuai selera, dan memuaskan konsumen sebelum memutuskan untuk membeli produk tersebut. Oleh karena itu, produsen buah pisang kepok harus mampu memproduksi dan memasarkan buah pisang kepok yang kualitasnya dapat memuaskan kebutuhan konsumen (Fitriana, 2014).

Pemasar perlu memiliki pemahaman yang baik tentang siapa konsumennya, termasuk sikap dan perilaku konsumen. Sikap merupakan salah satu faktor psikologis yang menentukan perilaku konsumen. Menurut Sumarwan dan Agus (dalam Prihantari dkk, 2018) sikap merupakan ungkapan perasaan konsumen tentang suka atau tidaknya terhadap suatu produk atau objek dengan menggambarkan kepercayaan konsumen terhadap berbagai atribut dan manfaat dari

produk yang dibeli maupun pelayanan yang diterima tersebut. Hal ini mempengaruhi jumlah produk yang akan dikonsumsi. Sikap positif seorang konsumen terhadap atribut-atribut yang terdapat pada suatu produk mendorong konsumen untuk membeli produk tersebut.

Preferensi konsumen merupakan suatu cara praktis untuk menggambarkan bagaimana orang lebih memilih atau suka terhadap suatu barang daripada barang lainnya (Pindyc dan Rubenfield, 2002: 64). Pengukuran preferensi dapat dilihat melalui atribut dalam buah pisang kepok karena atribut pisang kepok merupakan hal yang akan diperhatikan konsumen saat membeli buah pisang kepok. Konsumen selalu memperhatikan atribut yang melekat pada buah pisang kepok untuk dijadikan bahan pertimbangan karena konsumen memiliki kesukaan yang berbeda-beda pada masing-masing atribut buah pisang kepok. Dalam pembelian buah pisang kepok, terdapat beberapa atribut yang menjadi preferensi konsumen seperti harga buah, rasa buah, warna kulit buah, biji buah dan jumlah buah tiap sisir. Mengetahui preferensi konsumen melalui taraf atribut-atribut pada jenis buah pisang kepok akan memudahkan untuk menentukan strategi pemasaran yang tepat untuk produk, karena disesuaikan dengan kriteria permintaan konsumen sehingga konsumen tertarik untuk membeli pisang kepok. Sikap dan preferensi konsumen dalam membeli buah pisang kepok menjadi hal yang menarik untuk diteliti jika ditinjau dari atribut yang ada pada buah pisang kepok.

Menurut Rahardi dkk. (1994), masyarakat Indonesia pada umumnya adalah kelas menengah, dimana lebih menyukai buah-buahan yang lebih murah, dan pasar tradisional merupakan pilihan citra umum masyarakat Indonesia. Sehingga peneliti lebih memfokuskan penelitian di lakukan di pasar tradisional.

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan diatas, maka penelitian tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Sikap dan Preferensi Konsumen Terhadap Atribut Buah Pisang Kepok di Pasar Tradisional Kota Medan (Studi Kasus: Pasar Tradisional Sukaramai, Kecamatan Medan Area, Kota Medan)”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimanakah perilaku pembelian konsumen pada buah pisang kepok di pasar tradisional sukaramai Kota Medan ?
2. Bagaimana sikap konsumen terhadap berbagai atribut buah pisang kepok di pasar tradisional sukaramai Kota Medan?
3. Bagaimana preferensi konsumen terhadap atribut buah pisang kepok di pasar tradisional sukaramai Kota Medan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui perilaku pembelian konsumen pada buah pisang kepok di pasar tradisional sukaramai Kota Medan
2. Untuk menganalisis sikap konsumen terhadap berbagai atribut buah pisang kepok di pasar tradisional suukaramai Kota Medan
3. Untuk menganalisis preferensi konsumen terhadap buah pisang kepok di pasar tradisional sukaramai Kota Medan

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi peneliti, penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan peneliti terkait dengan bahan penelitian.
2. Bagi produsen dan pemasar buah pisang, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan tentang sikap dan preferensi konsumen terhadap keputusan pembelian buah pisang kepek di Kota Medan, sehingga nantinya dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan untuk mempermudah pemasaran buah pisang kepek yang sesuai dengan selera konsumen.
3. Sebagai bahan referensi bagi peneliti lainnya yang berhubungan dengan penelitian ini.
4. Bagi konsumen, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan tambahan informasi mengenai produk tersebut.

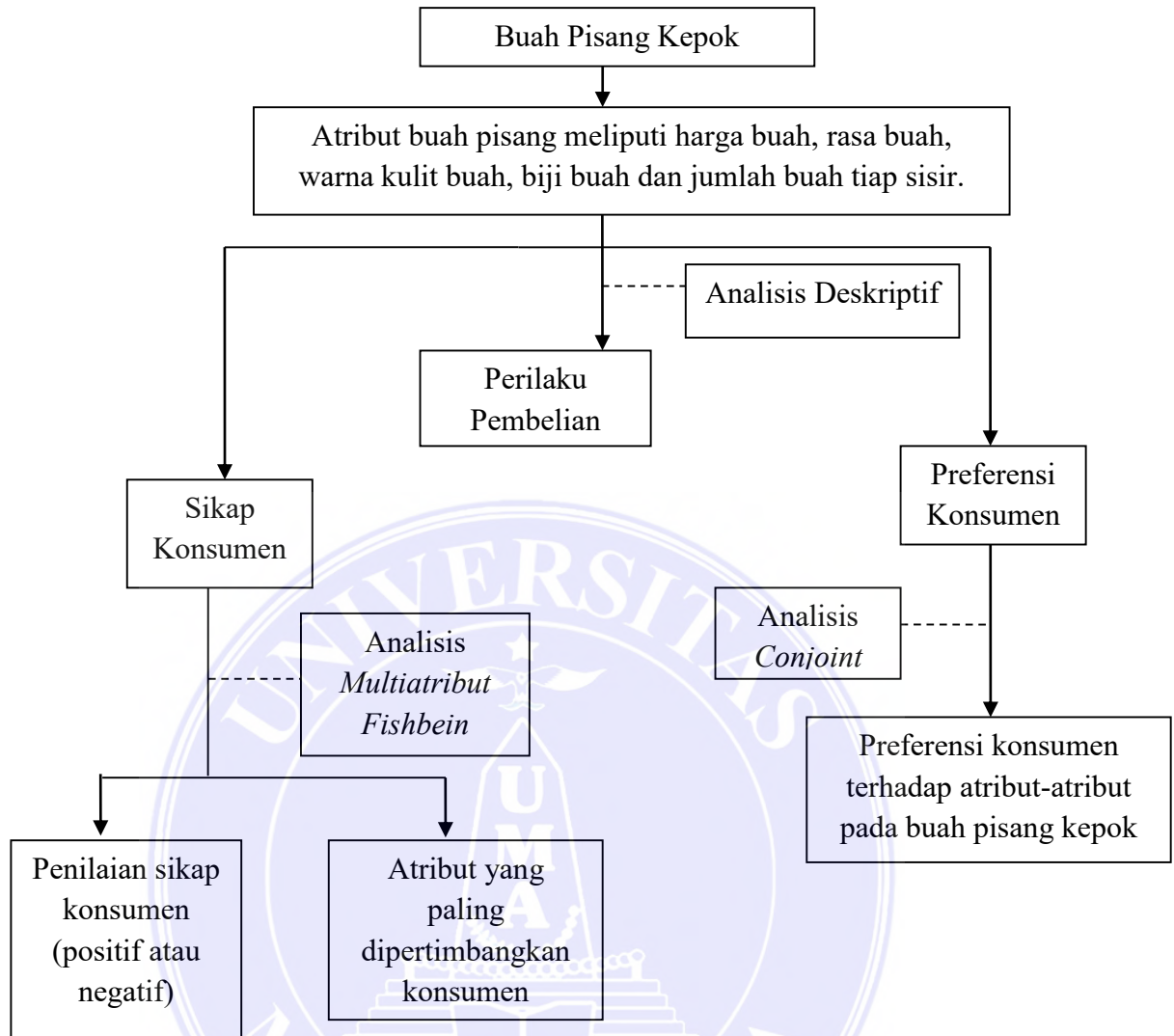
1.5 Kerangka Penelitian

Dari banyak jenis pisang yang tersedia di pasaran, pisang kepek merupakan salah satu pisang yang laris atau sering dikonsumsi di Kota Medan. Pisang kepek sangat digemari masyarakat karena merupakan jenis pisang yang buahnya dapat dimakan jika sudah matang maupun setelah diolah. Pisang kepek dapat diolah menjadi pisang goreng, pisang rebus, getuk pisang, dan keripik pisang.

Seiring dengan semakin kritis konsumen dalam menilai suatu produk atau jasa, maka produsen ataupun pemasar harus mampu memiliki pemahaman yang baik tentang siapa konsumennya, termasuk sikap dan perilaku konsumen. Dalam pengambilan keputusan pembelian pisang kepek, konsumen dihadapkan pada sikap

pilihan dan preferensi terhadap produk yang dibelinya. Atribut yang melekat pada buah pisang kepok dalam penelitian ini disebut sebagai atribut pisang kepok. Atribut yang ditentukan mempengaruhi preferensi konsumen yaitu dari segi harga buah, rasa buah, warna kulit buah, biji buah dan jumlah buah per sisir.

Sikap konsumen merupakan faktor penting yang mempengaruhi keputusan konsumen. Sikap dapat diartikan sebagai penilaian dari seseorang yang dipelajari dengan mengungkapkan perasaan konsumen terhadap suatu objek apakah konsumen menyukainya atau tidak. Sikap konsumen berdasarkan atribut buah pisang kepok di pasar tradisional sukaramai, kota Medan menggunakan analisis multiatribut Fishbein. Preferensi konsumen terhadap pisang kepok ini dianalisis dengan analisis *conjoint*, yaitu suatu teknik statistik *multivariate* yang berguna dalam menganalisis preferensi konsumen. Konsumen memilih buah pisang kepok berdasarkan kombinasi atribut-atribut yang ada pada buah pisang kepok menurut selera. Dengan mengetahui preferensi atau selera konsumen, maka diharapkan buah pisang kepok yang dipasarkan dapat diterima dengan baik oleh konsumen karena sesuai dengan kesukaan dan keinginan mereka sehingga konsumen tertarik untuk membeli pisang kepok. Secara skematis, kerangka pemikiran masalah penelitian ini dapat digambarkan pada bagan dibawah ini :



Gambar 1. Skema Kerangka Pemikiran

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pisang

Pisang (*Musa paradisiaca*) adalah tanaman buah herba yang tumbuh secara alami di Asia Tenggara (termasuk Indonesia) dan menyebar ke seluruh Afrika (Madagaskar) serta Amerika Tengah dan Selatan. Sebagai negara berkembang, Indonesia dikenal sebagai salah satu pusat keanekaragaman hayati pisang. Pisang di Indonesia merupakan salah satu buah yang paling banyak dikonsumsi dibandingkan buah-buahan lainnya dan sangat populer di masyarakat karena mudah ditemukan, memiliki variasi yang banyak, selain itu harganya yang sangat terjangkau dan memiliki nilai gizi yang sangat tinggi.

Kedudukan tanaman pisang dalam sistematika (taksonomi) tumbuhan klasifikasi sebagai berikut :

Kingdom	: Plantae
Sub-kingdom	: Tracheobionta
Super Divisi	: Spermatophyta
Divisi	: Magnoliophyta
Kelas	: Liliopsida
Sub-kelas	: Commelinidae
Ordo	: Zingiberales
Famili	: Musaceae
Genus	: Musa
Spesies	: Musa paradisiaca (Tjitrosoepomo, 2001)

2.2 Pisang Kepok (*Musa balbisiana*)

Pisang kepok merupakan salah satu varietas pisang yang ada di Indonesia. Pisang kepok mempunyai ukuran gepeng dan ukuran buah yang kecil. Pisang kepok juga dikenal sebagai pisang pipih, karena daging bagian dalamnya agak pipih. Berat satu tandan dapat berkisar dari 14 hingga 22 kg, dengan 10 sampai 16 sisir. Setiap sisir memiliki antara 12 sampai 20 buah. Saat pisang matang, kulitnya menjadi kuning penuh. Pisang kepok kuning dan putih adalah varietas paling terkenal dari buah ini. Warna buah pisang menunjukkan namanya, seperti pada pisang putih dan kuning. (Supriyadi & Satuhu, 2008). Pisang kepok kuning lebih disukai daripada pisang kepok putih karena rasanya lebih enak dan harganya lebih mahal. Pisang kepok putih umumnya kurang diminati konsumen dan biasanya hanya digunakan sebagai pakan burung (Prabawati et al., 2008).

Dalam dunia tumbuhan, klasifikasi pisang kepok selengkapnya adalah sebagai berikut (Munadjim, 1988):

Kingdom : Plantae (tumbuhan)

Sub kingdom : Tracheobionta (tumbuhan berpembuluh)

Super divisi : Spermatophyta (menghasilkan biji)

Divisi : Magnoliophyta (tumbuhan berbunga)

Kelas : Liliopsida (berkeping satu/monokotil)

Sub kelas : Commelinidae

Ordo : Zingiberales

Famili : Musaceae (suku pisang-pisangan)

Genus : Musa

Spesies : *Musa balbisiana*

Pisang termasuk buah dengan nilai gizi yang tinggi. Rata-rata dalam setiap 100 g daging buah pisang mengandung air sebanyak 70 g, protein 1,2 g, lemak 0,3 g, pati 2,7 g, dan serat 0,5 g. Buah pisang juga kaya akan potasium, sebanyak 400 mg/100 g. Potasium merupakan bahan makanan untuk diet karena mengandung kolesterol, lemak dan garam yang rendah. (Mulyati, 2005).

- Manfaat Pisang Kepok untuk Kesehatan.

Karena kandungan nutrisinya yang beragam, ada sejumlah manfaat yang dapat diperoleh dari pisang kepok, di antaranya:

1. Melancarkan saluran pencernaan.

Pisang kepok dikenal sebagai salah satu buah yang kaya serat. Karena kandungan serat dalam pisang kepok juga memiliki sifat prebiotik yang menguntungkan di usus sehingga mampu membantu meningkatkan pencernaan dan mencegah konstipasi.

2. Jaga kesehatan jantung.

Selain itu, kandungan serat pada pisang kepok juga dapat mengurangi penyerapan sehingga menurunkan kadar kolesterol dalam tubuh. Pada saat yang sama, kandungan potasium pada pisang kepok juga mampu menurunkan tekanan darah dan menjaga tekanan darah tetap stabil.

3. Mengontrol gula darah.

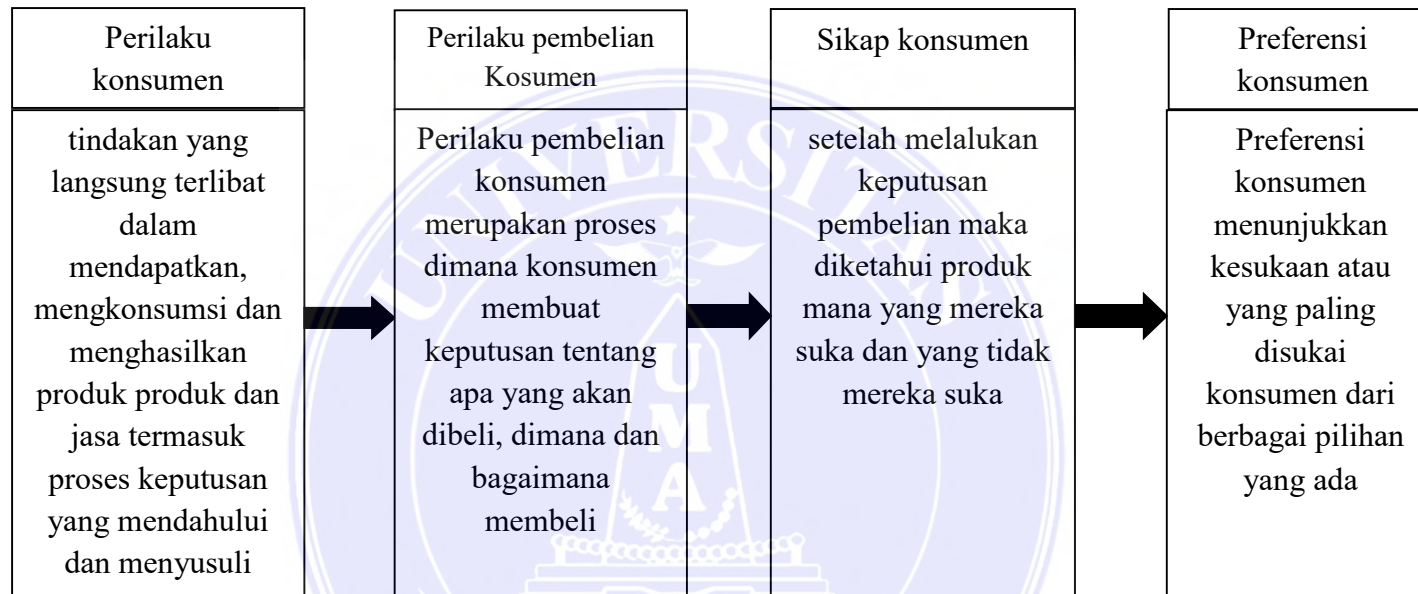
Pisang kepok tidak hanya tinggi serat, tetapi juga kaya akan mineral dan antioksidan. Kandungan ini dapat menurunkan kadar gula darah dan membuat hormon insulin bekerja lebih efisien. Oleh karena itu, risiko terkena diabetes berkurang. Untuk mendapatkan manfaat tersebut, disarankan untuk memilih pisang

kepok yang kurang matang dan mengolahnya dengan cara yang sehat, seperti mengukus atau memanggangnya.

2.3 Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen merupakan studi tentang bagaimana individu, kelompok, maupun organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan menghabiskan serta mengatur bagaimana barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka (Kotler dan Keller, 2012). Perilaku konsumen adalah tindakan yang berhubungan langsung dalam memperoleh, mengkonsumsi dan menghabiskan suatu produk atau jasa, termasuk juga proses pengambilan keputusan yang ada baik sebelum maupun sesudah tindakan tersebut (Engel et al., 1994).

Perilaku konsumen mempelajari bagaimana individu dapat menggunakan sumber daya yang tersedia dan dimiliki (waktu, uang, tenaga) untuk menentukan bagaimana memperoleh barang dan jasa yang akan dikonsumsi nantinya. Pemasar perlu memahami keragaman atau persamaan perilaku konsumen agar dapat memasarkan produknya dengan baik. Tidak sampai disitu, pemasar juga harus mengerti mengapa dan bagaimana konsumen membuat keputusan konsumsi, sehingga dapat merancang strategi pemasaran dengan lebih baik. Pemasar yang dapat memahami perilaku konsumen akan dengan mudah memprediksi bagaimana konsumen bereaksi terhadap informasi yang konsumen terima, sehingga pemasar dapat mengembangkan strategi pemasaran yang pas. Sudah pasti pemasar yang dapat memahami konsumen akan lebih mampu bersaing dengan lebih baik lagi (Sumarwan, 2003). Berikut model perilaku konsumen menurut kotler dan Keller (2012):



Sumber: kotler dan Keller (2012)

Gambar 2. Model Perilaku Konsumen

2.4 Perilaku Pembelian Konsumen

Perilaku pembelian konsumen dapat didefinisikan sebagai perilaku yang ditunjukkan orang dalam merencanakan, membeli, dan menggunakan barang dan jasa ekonomi. Setiap hari, konsumen membuat banyak keputusan pembelian. Perilaku pembelian konsumen merupakan proses dimana konsumen membuat keputusan tentang apa yang akan dibeli, dimana dan bagaimana membeli (Kotler, 2005). Perilaku pembelian mengacu pada kegiatan konsumen yang dilakukan baik secara langsung ataupun tidak langsung sebelum membeli suatu produk atau objek (Chaplin, 1999). Setiap pembelian konsumen lahir dari kebutuhan atau keinginan serta campuran kombinasi keduanya.

- Aspek yang mempengaruhi perilaku pembelian.

Lovelock (2002) menyatakan bahwa para pembeli memiliki aspek-aspek pembelian yang mendorong mereka untuk melakukan pembelian. Adapun tiga jenis aspek pembelian yaitu:

1. *Primary buying motive*. Yaitu motif untuk membeli yang sebenarnya.
2. *Selective buying motive*. Yaitu pemilihan terhadap barang, ini bisa berdasarkan rasio. Misalnya, apakah ada keuntungan bila kita membeli.
3. *Patronage buying motive*. Ini adalah selective buying motif yang ditunjukkan kepada tempat atau toko tertentu. Pemilihan ini bisa timbul karena layanan yang memuaskan, tempatnya dekat, cukup persediaan barang, dan sebagainya.

2.5 Sikap Konsumen

Menurut Kotler (2005) sikap (*attitude*) adalah evaluasi, perasaan emosi, dan kecenderungan tindakan yang menguntungkan atau tidak menguntungkan terhadap objek atau gagasan tertentu dan bertahan lama pada seseorang. Melalui tindakan dan pembelajaran, orang memperoleh keyakinan dan sikap. Setelah itu, keduanya kemudian mempengaruhi perilaku pembelian. Simamora (2004) menjelaskan jika produsen dapat menawarkan produk sesuai dengan apa yang diinginkan konsumen, jika sikap konsumen telah diketahui.

Konsep sikap berkaitan erat dengan konsep kepercayaan (*belief*) dan kepentingan dalam berperilaku (*behavior*). Kepercayaan dapat berupa pengetahuan, opini atau sekedar percaya, dan kepercayaan ini akan membentuk citra suatu produk. Sedangkan kepentingan atribut merupakan evaluasi terkait baik atau buruknya suatu atribut dimana menggambarkan pentingnya suatu atribut bagi konsumen.

Sikap konsumen merupakan faktor psikologis yang perlu dipahami oleh pemasar karena sikap yang positif diyakini berkorelasi kuat dengan perilaku (Suryani, 2008). Sikap juga membantu mengevaluasi tindakan pemasaran sebelum dilaksanakan di dalam pasar (Engel et al., 2005). Oleh karena itu, konsumen sering kali memiliki sikap apresiatif atau penghargaan terhadap suatu produk yang mereka yakini memiliki beberapa atribut positif. Sebaliknya konsumen cenderung tidak mempunyai produk yang menurut mereka memiliki atribut negatif (Suprapti, 2009). Sikap positif terhadap suatu produk tertentu memungkinkan konsumen untuk melakukan pembelian berulang, dan sebaliknya sikap negatif membuat konsumen enggan melakukan pembelian berulang (Sutisna, 2001).

Dalam memilah ataupun memperhitungkan objek terkadang konsumen mempunyai berbagai sikap antara positif, netral, serta negatif yang merupakan karakteristik valance dari sikap. Konsumen berhak serta leluasa memilah objek bersumber pada sikapnya. Misalnya, seseorang wanita muda bisa jadi menggemari makanan padang (sikap positif) ataupun tidak menggemari minuman alkohol (sikap negatif), ataupun dia tidak mempunyai sikap (sikap netral).

2.6 Preferensi Konsumen

Kotler (2000) menjelaskan bahwa preferensi konsumen menunjukkan kesukaan konsumen di antara banyak pilihan produk yang tersedia. Preferensi konsumen dapat dipahami dengan mengukur kegunaan dan nilai relatif di setiap atribut yang terdapat dalam suatu produk. Atribut fisik yang ditampilkan pada suatu produk dapat memicu daya tarik awal yang dapat mempengaruhi konsumen. Preferensi konsumen muncul dalam tahap evaluasi alternatif dalam proses keputusan pembelian, dimana dalam tahap tersebut konsumen dihadapkan dengan berbagai macam pilihan produk maupun jasa dengan berbagai macam atribut yang berbeda - beda. Terkadang sikap berfungsi sebagai preferensi (kardes,2002)

Menurut (Oktaviani, 1996), preferensi konsumen merupakan suatu analisis yang berfungsi untuk mengetahui apa yang disukai maupun tidak disukai oleh konsumen, serta menentukan urutan kepentingan suatu atribut produk dari produk itu sendiri. Dengan menggunakan analisis preferensi ini, seseorang dapat mengetahui fitur produk mana yang paling penting atau paling disukai.

2.7 Atribut Buah Pisang Kepok

Secara umum, semua bagian atau sifat-sifat yang ada dalam suatu produk dan bentuk produk disebut karakteristik produk. Penilaian terhadap atribut produk dapat menggambarkan sikap konsumen terhadap suatu produk dan mencerminkan perilaku konsumen saat mengonsumsi suatu produk tersebut. Atribut adalah atribut atau aspek yang terdapat pada suatu produk, yang kemudian menjadi faktor penentu dan pertimbangan konsumen untuk menyukai dan membeli produk tersebut. Atribut meliputi dua jenis, yaitu atribut fisik dan atribut abstrak. Atribut fisik mewakili sifat fisik suatu produk dan untuk atribut abstrak mewakili karakteristik subjektif yang membantu membuat suatu produk berbeda serta menarik berdasarkan persepsi konsumen. Pemasar perlu memahami apa yang diketahui konsumen, atribut produk mana saja yang dikenal oleh konsumen, serta atribut mana yang dianggap paling penting oleh konsumen.

Dalam hal buah-buahan dan sayuran, karakteristik itu dapat memberikan kualitas yang khas yang dijelaskan oleh empat atribut yang berbeda, yaitu: 1) warna dan tampilan, 2) rasa (rasa dan aroma), 3) tekstur, dan 4) nilai gizi. Sebagai konsumen, keempat atribut ini biasanya berpengaruh dalam urutan yang ditentukan di atas, misalnya kita mengevaluasi penampilan visual dan warna terlebih dahulu, diikuti oleh rasa, aroma, dan tekstur. Dalam penelitian ini, atribut buah pisang kepok yaitu harga buah, rasa buah, warna kulit buah, biji buah dan jumlah buah tiap sisir.

2.8 Pasar Tradisional

Menurut Malano (2011), pasar tradisional merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli yang ditandai dengan transaksi tatap muka dan seringkali melibatkan proses negosiasi atau tawar-menawar. Pasar tradisional biasanya banyak dijumpai pedagang kaki lima, yang dikelola tidak dengan alat teknologi terkini, dan lebih mewakili pedagang kelas menengah ke bawah serta terdapat diberbagai daerah baik di desa, kota-kota kecil, dan kota besar, dengan waktu operasional dimulai dari subuh sampai siang atau sore hari. Pasar tradisional merupakan pasar yang memiliki keunggulan kompetitif alami seperti lokasi yang strategis, area penjualan atau ritel yang luas, produk yang beragam, harga yang murah, dan sistem perdagangan menunjukkan kedekatan antara penjual dan pembeli di Pasar Tradisional (Fure,2013).

2.9 Analisis Multiatribut Fishbein

Multiatribut fishbein merupakan metode yang menggambarkan bahwa sikap konsumen terhadap suatu produk atau merek sebuah produk ditentukan oleh dua hal yaitu kepercayaan (*belief*) terhadap suatu atribut yang dimiliki produk (komponen b_i) dan kepentingan (*evaluation*) pentingnya atribut dari produk tersebut (komponen e_i). Rumus metode multiatribut fishbein adalah:

$$A_o = \sum_{i=1}^n b_i \cdot e_i$$

Keterangan:

A_o = Karakteristik sikap konsumen terhadap atribut

b_i = Kepercayaan konsumen bahwa suatu produk memiliki atribut

e_i = Performa konsumen terhadap atribut

Σ = Jumlah atribut yang dimiliki produk

Hasil yang diperoleh melalui metode multiatribut fishbein kemudian diinterpretasikan dengan menggunakan skala interval, sehingga diharapkan dapat memberikan kesimpulan dari setiap atribut produk.

Rumus skala interval adalah:

$$\text{Skala Interval} = \frac{(m-n)}{b}$$

Keterangan:

m = Nilai skor tertinggi

n = Nilai skor terendah

b = Jumlah atribut produk

2.10 Analisis Conjoint

Analisis Conjoint adalah sebuah teknik analisis multivariat yang dikembangkan secara khusus untuk mengerti bagaimana responden mengembangkan preferensinya dari berbagai jenis objek (produk, jasa atau ide). Keputusan itu dibuat berdasarkan premis sederhana bahwa konsumen mengevaluasi nilai dari objek (nyata atau hipotesis) dengan mengkombinasikan sejumlah nilai yang terpisah yang disediakan oleh setiap atribut. Selain itu, konsumen dapat mengestimasi pilihan dengan menilai bentuk objek dari kombinasi atribut. (Hair, 2010)

Adapun model dasar analisis conjoint dirumuskan secara sistematis sebagai berikut:

$$U(X) = \sum_i^m \sum_j^k a_{ij} X_{ij}$$

Dimana :

$U(X)$ = keseluruhan utilitas dari alternatif

a_{ij} = $j = 1, 2$ ki dari i atribut ($i = 1, 2, \dots, m$)

k_i = no level pada atribut

i = no atribut

X_{ij} = 1 apabila level j dari atribut ; dan 0 kalau tidak dipilih

Pada dasarnya, tujuan analisis conjoint adalah untuk mengetahui bagaimana preferensi seseorang terhadap suatu objek yang terdiri atas satu / banyak bagian. Hasil utama conjoint analysis adalah suatu bentuk (desain) produk barang / jasa / objek tertentu yang diinginkan oleh sebagian besar responden.

2.11 Penelitian Terdahulu

Penelitian Rumapea (2020) Berjudul “Analisis Sikap Dan Preferensi Konsumen Pada Keputusan Pembelian Buah Pisang Di Pasar Tradisional Kota Semarang”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa jenis buah pisang yang paling sering dibeli konsumen berturut-turut adalah pisang kepok, pisang raja, pisang ambon dan cavendish, sedangkan yang paling jarang dibeli adalah pisang mas. Sikap konsumen terhadap atribut yang dipertimbangkan dalam keputusan pembelian buah pisang berturut-turut adalah atribut rasa (17,17), warna kulit buah (14,97), ukuran (10,46), dan jumlah buah tiap sisir (9,96). Preferensi konsumen dalam membeli buah pisang adalah dengan rasa agak manis, ukuran sedang (10-14 cm), warna kulit kuning kehijauan, dan jumlah buah tiap sisir yang banyak (>16 buah). Urutan importance value atribut buah pisang yang paling diprioritaskan adalah rasa, warna kulit buah, jumlah buah tiap sisir, dan ukuran.

Selanjutnya, penelitian Albetha (2013) menganalisis preferensi konsumen pisang kepok di Surakarta menggunakan Uji Konkordansi W Kendall dan Analisis Deskriptif. Atribut-atribut yang menjadi preferensi konsumen buah pisang kepok adalah harga, rasa, warna kulit, ukuran, ketebalan daging, kekerasan daging, dan jumlah buah tiap sisir. Hasil penelitian menunjukkan bahwa, buah pisang kepok yang menjadi preferensi konsumen di Kota Surakarta adalah dengan harga antara Rp 15.001,00 sampai Rp 20.000,00; yang memiliki rasa agak manis, warna kulit kuning kehijauan dengan bercak coklat, ukuran buah yang sedang yaitu 10-14 cm, daging buah yang tebal (diameter > 4 cm), daging buah yang agak keras, dan jumlah yang banyak (> 16 buah) per sisirnya. Atribut yang paling dipertimbangkan konsumen dalam keputusan pembelian buah pisang kepok di Kota Surakarta adalah harga.

Selain itu, penelitian Alham (2021) berjudul “Analisis Preferensi Konsumen Buah Pisang sebagai Komoditi Unggulan di Kota Langsa”. Berdasarkan hasil penelitian, Preferensi konsumen dalam membeli buah pisang di Kota Langsa terbesar adalah aspek buah dimana dalam aspek ini variabel ketersediaan buah menjadi alasan utama konsumen membeli pisang, hal ini disebabkan pasar khusus yang menjual pisang tersedia di kota ini sehingga memudahkan konsumen mendapatkan buah.

Selanjutnya penelitian Firmansyah,dkk (2021) berjudul “Analisis Preferensi Konsumen Pada Atribut Buah Pisang Kepok Di Pasar Tradisional Kota Surabaya”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa atribut buah pisang kepok yang paling dipertimbangkan dalam keputusan pembelian buah pisang kepok di pasar tradisional Kota Surabaya adalah atribut rasa. Urutan atribut dari yang paling

dipertimbangkan di pasar Tradisional Surabaya sampai dengan yang kurang dipertimbangkan adalah rasa buah pisang kepok yang agak manis sebesar 94%, warna buah pisang kepok yang kuning cerah sebesar 74%, ukuran buah pisang kepok yang sedang (10-14 cm) sebesar 61% dan aroma buah pisang kepok yang manis sebesar 67%.

Penelitian Muzdalifah (2012) Kajian yang meneliti tentang preferensi konsumen terhadap buah-buahan lokal di Banjarbaru. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumen percaya bahwa atribut harga, rasa, warna, kesegaran, aroma, ukuran, dan kandungan vitamin merupakan salah satu faktor yang menjadi preferensi konsumen dalam memilih dan mengonsumsi buah lokal. Urutan tingkat kepentingan terhadap atribut buah lokal yang dinilai konsumen adalah rasa manis, kesegaran buah, kandungan vitamin, yang tinggi, ukuran yang besar, harga yang murah, aroma yang harum dan warna yang menarik.

Penelitian yang dilakukan oleh Setyaningsih (2009), berjudul “Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Buah Salak (*Salacca edulis*) di Pasar Tradisional Kota Surakarta”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa, atribut yang dipertimbangkan dalam keputusan pembelian dari yang terpenting adalah rasa buah, ukuran buah, tekstur daging buah, dan warna kulit buah. Buah salak yang menjadi preferensi konsumen adalah buah salak dengan rasa manis, berukuran sedang (15-19 buah/kg), tekstur daging halus, dan warna kulit coklat kehitaman.

Penelitian yang dilakukan oleh Ibnu, dkk (2021), berjudul “Preferensi Konsumen Terhadap Buah-buahan Di Kota Bandar Lampung”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa atribut harga, rasa, ukuran dan warna kulit pada tingkatan

lebih tinggi terbukti mempengaruhi preferensi konsumen. Harga adalah atribut terpenting yang dipertimbangkan konsumen dalam mengonsumsi buah mangga, jeruk dan pisang. Konsumen lebih memilih buah yang murah meskipun tidak dengan atribut rasa, ukuran dan warna kulit yang paling baik. Konsumen menyukai buah yang berukuran lebih kecil. Konsumen mempertimbangkan jumlah anggota keluarga dalam memilih buah. Kuantitas buah yang lebih banyak lebih disukai oleh konsumen di Kota Bandar Lampung.

Penelitian yang dilakukan oleh Herista (2015) yang berjudul “Sikap Dan Preferensi Konsumen Buah Jeruk Lokal dan Buah Jeruk Impor (Kasus Kota Bandar Lampung Provinsi Lampung)”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kinerja masing-masing untuk jeruk lokal dan jeruk impor. Hasil analisis Conjoint menunjukkan responden lebih menyukai untuk mengonsumsi buah jeruk lokal. Preferensi konsumen buah jeruk di Kota Bandar Lampung mengarah pada buah yang rasanya manis, berukuran sedang, warnanya hijau kekuningan, mengandung banyak air, tidak berbiji dan berada di selang harga Rp 25.001- Rp 35.000/kg.

III. METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penentuan daerah penelitian ditentukan secara sengaja (*purposive*) dikarenakan lokasi mudah dijangkau yang disesuaikan dengan tujuan penelitian yakni di pasar tradisional Sukaramai, Kecamatan Medan Area Kota Medan. Alasan pemilihan lokasi karena pasar Sukaramai merupakan salah satu pasar tradisional di Kota Medan. Dimana berdasarkan pra survey yang dilakukan, pasar Sukaramai Kecamatan Medan Area merupakan pasar dengan jumlah pedagang pisang terbanyak diantara pasar tradisional di Kecamatan Medan Area yaitu sebanyak 14 pedagang pisang kepok. Adapun penelitian ini dilakukan pada bulan Oktober – November 2022.

3.2 Metode Pengambilan Sampel

Menurut Suharsimi Arikunto (1993) populasi adalah objek dari semua penelitian. Populasi penelitian ini adalah konsumen yang mengkonsumsi buah pisang kepok di kota Medan. Sampel merupakan sebagian dari populasi yang diperoleh dengan cara tertentu, jelas, dan lengkap serta dapat dianggap mewakili populasi. Sampel dalam penelitian ini adalah para konsumen yang membeli buah pisang kepok di pasar tradisional Sukaramai yang bersedia untuk diwawancarai.

Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah metode *accidental sampling* yaitu sampel ditentukan berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang bertepatan dengan peneliti dan memenuhi kriteria penelitian ini, yaitu konsumen akhir yang membeli pisang kepok, dapat dianggap sebagai responden (Sugiyono, 2010). Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen dari 14 pedagang pisang

kepok dimana berdasarkan prasurvey, pembeli perharinya setiap pedagang diketahui 3-4 orang sehingga di ambil rata-rata pembeli yang akan menjadi responden setiap pedagang pisang kepok sebanyak 3 orang secara sengaja (purposive). Maka sampel konsumen yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebanyak 42 konsumen. Kuisisioner dijalankan serta wawancara dilakukan di pasar tradisional sukaramai Kota Medan, kepada konsumen yang melakukan pembelian buah pisang kepok mewakili rumah tangga.

Adapun kriteria sampel sebagai berikut :

1. Konsumen yang sedang membeli pisang kepok dilokasi penelitian atau yang sudah berbelanja lebih dari 1 kali.
2. Konsumen yang membeli pisang kepok 1-3 sisir.
3. Konsumen yang tujuannya membeli pisang kepok untuk dikonsumsi secara langsung maupun diolah untuk kebutuhan sendiri dan tidak untuk diperdagangkan lagi.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Data yang dikumpulkan pada dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara kepada konsumen buah pisang kepok dengan menggunakan daftar pertanyaan/kuesioner yang telah dirancang sebelumnya. Data sekunder merupakan data pelengkap yang diperoleh dari instansi atau lembaga terkait seperti Kementerian Pertanian, Badan Pusat Statistik, perpustakaan studi serta literatur-literatur dan situs internet, jurnal, dan buku yang terkait dengan penelitian ini.

3.4 Metode Analisis Data

Identifikasi masalah 1: Untuk menyelesaikan masalah 1, digunakan analisis deskriptif. Hal ini dilihat berdasarkan data di lokasi penelitian dari bagaimana konsumen dalam memutuskan pembelian buah pisang kepok di lokasi penelitian untuk mengidentifikasi perilaku pembelian terhadap buah pisang kepok di pasar sukaramai Kota Medan. Analisis ini dikelompokkan melalui perhitungan persentase jumlah responden yang disajikan dalam bentuk tabulasi sederhana.

Identifikasi masalah 2: Untuk menjawab rumusan masalah ke 2 digunakan analisis sikap Multiatribut Fishbein yaitu alat analisis yang digunakan untuk menganalisis sikap atau penilaian konsumen terhadap atribut pisang kepok. Model atribut *Fishbein* mengemukakan sikap dari konsumen terhadap sebuah produk atau jasa. Model *Fishbein* ini pada prinsipnya akan menghitung *Ao* (*Attitude toward the object*), yaitu sikap konsumen terhadap sebuah objek, yang dikenali melalui atribut - atribut yang melekat pada objek tersebut (Santoso, 2002). Model multiatribut fishbein mengidentifikasi tiga faktor utama yang mempengaruhi sikap. Faktor pertama adalah atribut utama atas sebuah objek oleh konsumen, faktor kedua adalah tingkat kepercayaan konsumen bahwa obyek memiliki atribut tersebut, dan faktor ketiga adalah tingkat positif atau negatif dimana atribut tersebut dievaluasi.

Rumus dalam multiatribut *Fishbein* adalah sebagai berikut:

$$Ao = \sum_{i=1}^n bi \cdot ei$$

(Engel, J.1995)

Keterangan:

Ao = Sikap terhadap buah pisang kepok

bi = Kekuatan kepercayaan bahwa buah pisang tersebut memiliki atribut *i*

ei = Evaluasi kepentingan terhadap atribut ke-*i*

N = Jumlah atribut yang dimiliki buah pisang kepok

Setelah diidentifikasi, kemudian dilakukan pengukuran bi dan ei yang tepat. Komponen ei menjelaskan evaluasi kepentingan atribut, yaitu komponen menjelaskan seberapa besar penilaian penting atau tidaknya konsumen terhadap atribut secara menyeluruh, sedangkan komponen bi menggambarkan seberapa kuat konsumen percaya bahwa perusahaan memiliki atribut yang diberikan. Setiap skor kepercayaan (bi) terlebih dahulu harus dikalikan dengan skor evaluasi (ei). Kemudian hasil dari perkalian harus dijumlahkan, sehingga akan menghasilkan total skor penilaian terhadap sikap konsumen. Penilaian sikap konsumen terhadap produk dapat dibandingkan dengan total skor maksimum dari komponen evaluasi yang ada, yaitu dengan mengalikan skor kepercayaan (bi) dengan skor kepentingan (ei) yang sudah ada. Setelah diketahui kepentingan dan kepercayaan, maka selanjutnya diperoleh nilai sikap (Ao) yang merupakan perkalian antara tingkat kepentingan dan tingkat kepercayaan (Simamora 2004).

Kemudian, hasil seluruh perkalian harus dijumlahkan sehingga dari hasil tabulasi dapat diketahui sikap konsumen (Ao) terhadap produk kemudian membandingkannya dengan skala interval dengan rumus sebagai berikut.

$$\text{Skala Interval} = \frac{m-n}{b}$$

Keterangan :

m : Skor tertinggi dalam skala likert

n : Skor terendah dalam skala likert

b : Jumlah skala penilaian yang terbentuk (Widyanto,2012).

Maka, besarnya *range* untuk tingkat kepercayaan dan tingkat kepentingan adalah:

$$\frac{4 - 1}{4} = 0.75$$

Sehingga pembagian kelas berdasarkan tingkat kepercayaan dan tingkat kepentingan adalah:

Tabel 6. Kategori Tingkat Kepercayaan Serta Tingkat Kepentingan Responden Terhadap Atribut Buah Pisang kepek.

Skor	Interpretasi tingkat kepercayaan(<i>bi</i>)	Interpretasi tingkat kepentingan(<i>ei</i>)
1 – 1,75	Sangat tidak setuju	Sangat tidak penting
1,75 – 2,5	Tidak setuju	Tidak penting
2,5 – 3,25	Setuju	Penting
3,25 – 4	Sangat setuju	Sangat penting

Sementara besarnya range untuk kategori sikap adalah:

$$\frac{\{(4 \times 4) - (1 \times 1)\}}{4} = 3,75$$

Sehingga pembagian kelas berdasarkan sikap (*Ao*) adalah sebagai berikut:

Tabel 7. Kategori Nilai Sikap (*Ao*) Terhadap Atribut Buah Pisang Kepok.

Skor	Interpretasi Sikap
1 – 4,75	Sangat negatif
4,75 – 8,5	Negatif
8,5 – 12,25	Positif
12,25 – 16	Sangat positif

Berdasarkan kategori nilai sikap (*Ao*) konsumen tersebut yang memiliki nilai yang berada diantara interval 1- 4,75 termasuk dalam kategori sangat negatif yang menunjukkan bahwa konsumen bersikap sangat tidak suka terhadap atribut buah pisang kepek. Begitu juga jika nilai yang berada diantara interval 12,25 - 16 termasuk dalam kategori sangat positif hal tersebut menunjukkan bahwa konsumen

bersikap sangat suka terhadap atribut buah pisang kepok. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan alat bantu *software Microsoft Office Excel 2010* untuk tabulasi data dan perhitungan analisis *Fishbein*.

Identifikasi masalah 3: Untuk menjawab rumusan masalah ke 3 yaitu preferensi konsumen terhadap atribut buah pisang kepok di pasar tradisional sukaramai Kota Medan digunakan analisis *Conjoint*, yaitu salah satu teknik multivarian yang khusus digunakan untuk mengetahui bagaimana responden mengembangkan preferensinya terhadap semua jenis objek (produk, jasa, atau ide). Menurut Gilbert dan Churchill (2005), tujuan dasar penggunaan analisis konjoin adalah untuk dapat menentukan level atribut/kombinasi level mana yang paling disukai atau paling diminati konsumen. Preferensi konsumen dianalisis dengan mengukur nilai kegunaan dan nilai relatif penting dari lima atribut buah pisang kepok yang diteliti, meliputi harga buah, rasa buah, warna kulit buah, biji buah dan jumlah buah tiap sisir.

Proses dasar analisis *conjoint* adalah sebagai berikut :

1. Menentukan Perancangan Atribut dan Level

Dalam analisis *conjoint*, perancangan atribut yang berpengaruh adalah bagian dari mengenali atau mengidentifikasi atribut menggunakan tingkatan/level, masing – masing dipergunakan untuk membuat suatu stimuli. Berikut tabel dan uraian atribut dan level pisang kepok :

Tabel 8. Atribut buah pisang kepok dan levelnya.

Atribut	Level
Harga buah	<ol style="list-style-type: none"> 1. < Rp.10.000 2. Rp. 10.000 – Rp. 15.000 3. Rp. 15.000 - Rp. 20.000 4. > Rp. 20.000
Rasa buah	<ol style="list-style-type: none"> 1. Manis 2. Agak Manis 3. Sepat
Warna kulit buah	<ol style="list-style-type: none"> 1. Hijau dengan bercak hitam 2. Hijau Kekuningan dengan bercak hitam 3. Kuning dengan bercak hitam 4. Kuning Kehitaman dengan bercak hitam
Biji Buah	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tidak Berbiji 2. Berbiji besar 3. Berbiji kecil
Jumlah buah pisang tiap sisir	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sedikit (< 12 buah) 2. Sedang (13-18 buah) 3. Banyak (> 18 buah).

2. Membuat Kombinasi Level Produk (Desain Stimuli)

Pembentukan stimuli atau kombinasi taraf-taraf atribut dilakukan untuk menyusun sebuah hipotek/rancangan terhadap produk. Pembentukan stimuli dapat dibagi menjadi dua metode, yaitu *full profile* dan *pairwise comparasion*. Metode *full profile* semua atribut dinilai secara bersama untuk menyusun stimuli. Konsumen umumnya mempertimbangkan semua atribut produk sekaligus ketika mengevaluasi preferensi mereka, sehingga penelitian ini menggunakan pendekatan metode *full profile*. Jumlah stimuli yang terbentuk pada metode *full profile* sebanyak $4 \times 3 \times 4 \times 3 \times 3 = 432$ stimuli. Stimuli yang banyak terbentuk akan menyebabkan responden menjadi bingung dalam melakukan evaluasi, oleh sebab itu dilakukannya pengurangan jumlah stimuli yang dibentuk dengan menggunakan

metode *orthogonal array design* dibantu menggunakan program komputer (Thomas *et al.*, 2013). Jumlah stimuli yang 432 direduksi atau disederhanakan jumlahnya agar tidak semua kombinasi harus dianalisis. menggunakan *orthogonal array design* berjumlah 16 stimuli yang dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 9. Jumlah stimuli atribut buah pisang kepok.

Atribut Buah Pisang Kepok					
NO	Harga Buah	Rasa Buah	Warna Buah	Biji Buah	Jumlah Buah
1	Rp. 10.000 - Rp.15.000	Agak manis	Kuning dengan bercak hitam	Berbiji kecil	Banyak (>18 buah)
2	Rp. 10.000 - Rp.15.000	Manis	Hijau kekuningan dengan bercak hitam	Tidak berbiji	Sedikit (< 12 buah)
3	< Rp. 10.000	Agak manis	Hijau kekuningan dengan bercak hitam	Tidak berbiji	Sedang (13-18 buah)
4	Rp.15.000 - Rp.20.000	Sepat	Hijau kekuningan dengan bercak hitam	Berbiji besar	Banyak (>18 buah)
5	< Rp. 10.000	Manis	Kuning kehitaman dengan bercak hitam	Tidak berbiji	Banyak (>18 buah)
6	< Rp. 10.000	Manis	Kuning dengan bercak hitam	Berbiji besar	Banyak (>18 buah)
7	Rp.15.000 - Rp.20.000	Manis	Kuning dengan bercak hitam	Tidak berbiji	Sedikit (< 12 buah)
8	< Rp. 10.000	Sepat	Hijau dengan bercak hitam	Berbiji kecil	Sedikit (< 12 buah)
9	> Rp.20.000	Sepat	Kuning dengan bercak hitam	Tidak berbiji	Sedang (13-18 buah)
10	Rp. 10.000 - Rp.15.000	Sepat	Kuning kehitaman dengan bercak hitam	Tidak berbiji	Banyak (>18 buah)
11	Rp.15.000 - Rp.20.000	Manis	Kuning kehitaman dengan bercak hitam	Berbiji kecil	Sedang (13-18 buah)
12	Rp. 10.000 - Rp.15.000	Manis	Hijau dengan bercak hitam	Berbiji besar	Sedang (13-18 buah)
13	> Rp.20.000	Manis	Hijau kekuningan dengan bercak hitam	Berbiji kecil	Banyak (>18 buah)
14	Rp.15.000 - Rp.20.000	Agak manis	Hijau dengan bercak hitam	Tidak berbiji	Banyak (>18 buah)
15	> Rp.20.000	Manis	Hijau dengan bercak hitam	Tidak berbiji	Banyak (>18 buah)
16	> Rp.20.000	Agak manis	Kuning kehitaman dengan bercak hitam	Berbiji besar	Sedikit (< 12 buah)

Sumber: Analisis Data Primer, 2022

3. Mengumpulkan pendapat responden terhadap setiap stimuli yang ada

Hasil stimulasi ortogonal itulah yang dimasukkan dalam kuesioner yang dinilai oleh responden. Responden diminta untuk menentukan nilai/peringkat terhadap stimuli tersebut. Dengan angka 1 adalah model stimuli yang paling tidak disukai, dan angka yang terakhir (tergantung jumlah stimuli yang dihasilkan) adalah model stimuli yang paling disukai.

4. Melakukan proses *conjoint* dengan masukan data yang ada

Penilaian/pemberian rating oleh responden diolah dengan analisis *conjoint* dengan bantuan perangkat lunak SPSS. Hasil analisis *conjoint* secara keseluruhan dilihat dari *overall statistics* pada *SPSS 22 subfile summary*. Hasil analisis ini diperoleh untuk memperkirakan atribut pisang kepok yang diinginkan oleh responden berdasarkan penilaian terhadap stimuli tersebut yang disertakan dalam kuesioner sebelumnya.

5. Interpretasi Hasil

Output yang dihasilkan dari proses analisis *conjoint* berupa nilai *utility* yaitu suatu perbandingan antara nilai kegunaan dengan tiap-tiap taraf atributnya, *importance values* yaitu suatu nilai perbandingan antara nilai kepentingan dengan tiap-tiap atribut pisang kepok. Interpretasi hasilnya adalah untuk nilai *utility*, yaitu nilai yang paling besar menjadi kombinasi stimuli yang disukai oleh konsumen. Untuk nilai kepentingan (*importance values*) yaitu nilai yang terbesar menunjukkan atribut pisang kepok yang paling penting.

3.5 Definisi Operasional Variabel

Adapun Defenisi Operasional Variabel pada proposal penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Konsumen adalah individu yang membeli dan mengkonsumsi buah pisang kepok untuk memenuhi kebutuhannya.
2. Perilaku pembelian konsumen merupakan sesuatu aksi yang ikut serta dalam aktivitas memperoleh, mengkonsumsi serta menghabiskan produk ataupun jasa. Perilaku pembelian konsumen mencakup perilaku yang dapat diamati seperti berapa banyak jumlah barang yang dibelanjakan, kapan berbelanja, serta bagaimana seseorang mengkonsumsi barang yang dibeli.
3. Sikap konsumen adalah perilaku yang mencerminkan apa yang disukai dan tidak disukai konsumen.
4. Preferensi konsumen adalah kesukaan, pilihan atau sesuatu yang lebih disukai oleh konsumen terhadap suatu produk dari berbagai pilihan.
5. Atribut buah pisang kepok merupakan karakteristik fisik yang melekat pada buah pisang kepok. Atribut buah pisang kepok meliputi harga buah, rasa buah warna kulit buah, biji buah dan jumlah buah tiap sisir.
6. Harga buah merupakan Jumlah nominal yang dikeluarkan konsumen untuk mendapatkan buah pisang kepok dimana pada penelitian ini ditetapkan dengan skor:
 - Skor 1 untuk level harga < Rp.10.000
 - Skor 2 untuk level harga Rp. 10.000 – Rp. 15.000
 - Skor 3 untuk level harga Rp. 15.000 – Rp. 20.000
 - Skor 4 untuk level harga > Rp. 20.000

7. Rasa buah adalah serangkaian anggapan dan kesan konsumen yang diperoleh dari hasil indera pengecap terhadap buah pisang, dimana pada penelitian ini ditetapkan dengan skor.
 - Skor 1 untuk level rasa manis
 - Skor 2 untuk level rasa agak manis
 - Skor 3 untuk level rasa sepat
8. Warna kulit adalah penampilan fisik kulit buah yang dilihat dari kecerahan warnanya, dimana pada penelitian ini ditetapkan dengan skor:
 - Skor 1 untuk level warna hijau dengan bercak hitam
 - Skor 2 untuk level warna hijau kekuningan dengan bercak hitam
 - Skor 3 untuk level warna kuning dengan bercak hitam
 - Skor 4 untuk lever warna kuning kehitaman dengan bercak hitam
9. Biji buah adalah terdapatnya biji buah pada pisang kepok. dimana pada penelitian ini ditetapkan dengan skor:
 - Skor 1 untuk level tidak berbiji
 - Skor 2 untuk level berbiji kecil
 - Skor 3 untuk level berbiji besar
10. Jumlah buah tiap sisir adalah banyaknya buah pisang kepok yang terdapat pada satu sisir, dimana pada penelitian ini ditetapkan dengan skor:
 - Skor 1 untuk level jumlah sedikit (< 12 buah)
 - Skor 2 untuk level jumlah sedang (13-18 buah)
 - Skor 3 untuk level jumlah banyak (> 18 buah)

IV. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

4.1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Pasar sukaramai merupakan pasar tradisional yang menjadi tempat bertemunya penjual dan pembeli yang melangsungkan terjadinya kegiatan ekonomi untuk memenuhi kebutuhan hidup masyarakat khususnya masyarakat yang tinggal di sekitarnya. serta ditandai dengan adanya transaksi jual beli secara langsung dan biasanya ada proses tawar-menawar, bangunan biasanya terdiri dari kios-kios atau gerai, los dan dasaran terbuka yang dibuka oleh penjual maupun suatu pengelola pasar. Kebanyakan menjual kebutuhan sehari-hari seperti bahan-bahan makanan berupa ikan, buah, sayur-sayuran, telur, daging, kain, pakaian barang elektronik, jasa dan lain-lain. Selain itu, ada pula yang menjual kue-kue dan barang-barang lainnya.

Pasar Sukaramai adalah pasar tradisional yang terletak di kecamatan Medan Area, Pasar sukaramai pertama kali berdiri pada tahun 1968 dengan luas tanah 3.150 persegi dan luas bangunan yakni 1.439 persegi. Pada tahun 1997 pasar sukaramai diremajakan kembali oleh pemerintah, Pembangunan kembali pasar sekaligus melakukan penataan ulang desain, layout dan bentuk bangunan yang dimungkinkan untuk dipadukan dengan fungsi-fungsi dan fasilitas baru yang menunjang kegiatan pedagang eksisting. Dilakukan dipasar-pasar yang berada di lokasi strategis dan kemampuan ekonomi pedagang yang tinggi. dan pada tahun 2009 bangunan pasar ini mengalami kebakaran dan akhirnya di bangun kembali dilokasi yang sama pada tahun 2012. Pasar Sukaramai ini pada saat ini dikelola oleh Perusahaan Daerah (PD) Pasar Kota Medan.

Perusahaan Daerah Pasar Kota Medan Merupakan salah satu Badan Usaha milik daerah (BUMD) Pemerintah Kota Medan yang merupakan peralihan dari Dinas Pasar Kotamadiya Tk. II Medan sejak Tahun 1993 dan pada awalnya dikelola berdasarkan peraturan Daerah No. 15 Tahun 1992 tentang pembentukan Perusahaan Daerah Pasar Kotamadiya Medan. Kemudian dirubah dengan peraturan Daerah No. 8 Tahun 2001 tentang pembentukan Perusahaan Daerah Pasar Kota Medan kemudian dirubah dengan Peraturan Daerah No. 10 Tahun 2014 tentang Perusahaan Daerah Pasar Kota Medan.

Sementara sebagai landasan manajemen didasari kepada peraturan Daerah No.5 Tahun 1997 tentang status badan pengawas, Direksi dan kepegawaian Perusahaan Daerah dan surat keputusan walikota Medan No. 188.342/SK/1998 tentang pelaksanaan perda tahun 1997. Surat keputusan Walikota medan No. 14 Tahun 2004 tentang susunan organisasi dan tata kerja Perusahaan Daerah Pasar Kota Medan.

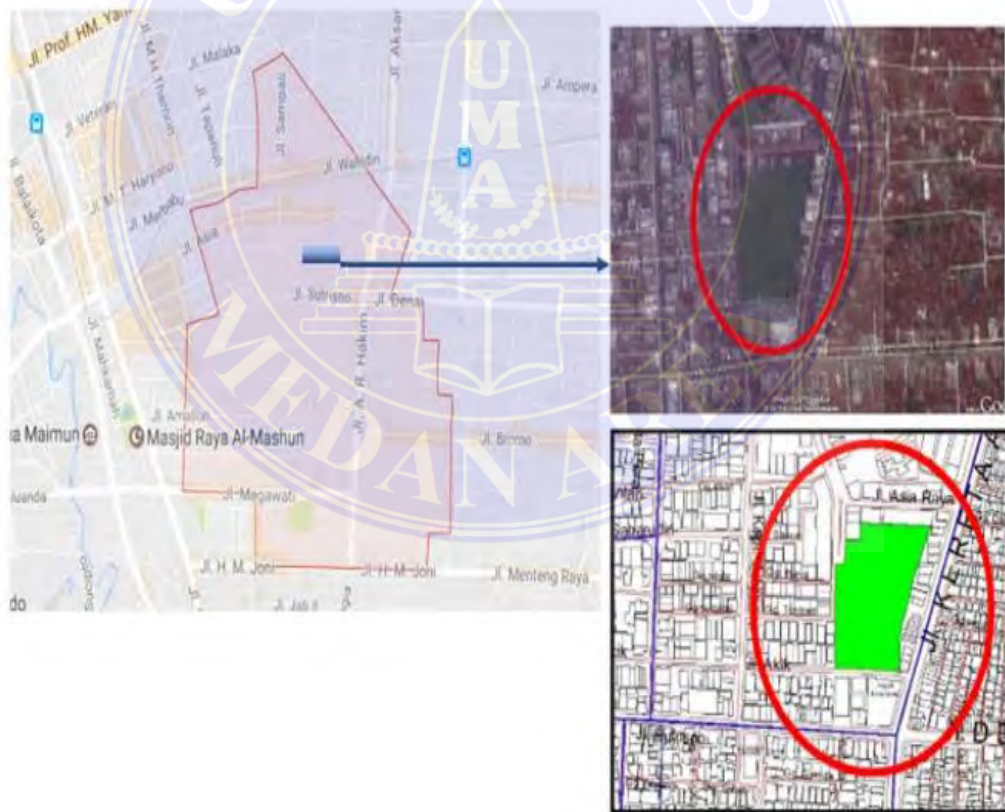
Sebagai landasan operasional didasari kepada peraturan Daerah No. 31 Tahun 1993 tentang pemakaian tempat berjualan dan surat walikota medan No.188.342/SK/1994 tentang pelaksanaan perda No. 31 tahun 1993 dan surat keputusan Direksi Pasar Kota Medan No.974/1332/PDPKM/2003 Tanggal 05 Maret 2003 tentang besarnya tarif kontribusi pada Pasar-Pasar di wilayah Kepala daerah Kota Medan yang disahkan badan pengawas PD pasar kota medan dengan Badan pengawas PD pasar kota medan NO. 36/04/BP/PD 2003.

Pasar sukaramai adalah Tempat para penjual dan pembeli berkumpul untuk membeli barang-barang dagangan secara langsung. kawasan Sukaramai ini terletak di persimpangan Jalan A. R. Hakim dan Jalan Sutrisno. Pasar ini termasuk pasar

kelas 1 dimana pasar yang bangunannya permanen maupun semi permanen dan mempunyai fasilitas yang cukup seperti tempat parkir, kamar mandi / WC dan aliran listrik.

Secara geografis, pasar sukaramai terletak di kecamatan medan Area. kecamatan medan Area sendiri terletak di wilayah Tenggara Kota Medan dengan batas-batas sebagai berikut :

- Sebelah Barat berbatasan dengan Kecamatan Medan Kota
- Sebelah Timur berbatasan dengan Kecamatan Medan Denai
- Sebelah Selatan berbatasan dengan Kecamatan Medan Kota
- Sebelah Utara berbatasan dengan Kecamatan Medan Perjuangan



Gambar 3. Denah Pasar Tradisional Sukaramai

4.2. Karakteristik Konsumen

Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen buah pisang kepok yang mengkonsumsi buah pisang kepok dengan kriteria konsumen. Jumlah Keseluruhan responden sampel di Pasar Tradisional Sukaramai berjumlah 42. Karakteristik konsumen yang dimaksud yaitu berdasarkan karakteristik jenis kelamin, umur, tingkat pendidikan, pekerjaan, jumlah anggota keluarga, dan pendapatan rumah tangga per bulan.

4.2.1. Jenis Kelamin

Karakteristik berdasarkan Jenis kelamin pada konsumen pisang kepok pada Pasar Tradisional Sukaramai dapat dilihat pada tabel 10. berikut:

Tabel 10. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
1	Laki-laki	7	12
2	Perempuan	35	88
Total		42	100

Sumber: Data Primer setelah diolah, 2022

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui persentase konsumen perempuan yang berbelanja buah pisang kepok di pasar tradisional sukaramai lebih banyak daripada konsumen laki-laki, dimana perempuan sebanyak 35 jiwa dengan presentase 88% dan laki-laki sebanyak 7 jiwa dengan presentase 12%. Hal tersebut di sebabkan pada umumnya perempuan lebih sering berbelanja ke pasar dan berperan penuh dalam pengambilan keputusan pembelian pada kebutuhan sehari-hari.

4.2.2. Umur

Berdasarkan data dari hasil penelitian bahwa umur terendah konsumen buah pisang kepek adalah 24 tahun dan umur tertinggi konsumen buah pisang kepek adalah 63 tahun. Secara lengkap karakteristik konsumen berdasarkan umur dapat dilihat pada tabel 11.

Tabel 11. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.

No	Kelompok usia	Jumlah	Persentase (%)
1	20-35 Tahun	8	19
2	36-50 Tahun	20	48
3	>50 Tahun	14	33
Total		42	100

Sumber: Data Primer setelah diolah, 2022

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa konsumen berusia 36-50 tahun merupakan mayoritas yang dominan dalam membeli pisang kepek dengan jumlah 20 orang dengan persentase 48%, konsumen berumur > 50 Tahun sebanyak 14 orang dengan persentase 33%, serta untuk konsumen dengan jumlah sedikit yaitu pada usia 20-35 tahun sebanyak 8 orang dengan persentase 19%.

4.2.3. Status Pernikahan

Penggolongan responden berdasarkan status pernikahan dapat dilihat pada tabel 12 berikut:

Tabel 12. Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pernikahan.

No	Status	Jumlah	Persentase (%)
1	Menikah	37	88
2	Belum Menikah	5	12
Total		42	100

Sumber: Data Primer setelah diolah, 2022

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa konsumen yang paling banyak melakukan pembelian terhadap pisang kepek didominasi oleh konsumen

yang memiliki status sudah menikah yaitu sebanyak 37 orang dengan 88% persen sedangkan konsumen yang belum menikah sebanyak 5 orang dengan persentase 12 %. Dilihat dari banyaknya konsumen yang sudah menikah membeli buah pisang kepek di karenakan buah pisang bisa diolah menjadi berbagai jenis makanan sehingga Ibu-ibu banyak yang membeli buah pisang kepek.

4.2.4. Tingkat Pendidikan

Karakteristik responden berdasarkan pendidikan dilihat pada tabel 13 berikut:

Tabel 13. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.

NO	Pendidikan	Jumlah	Persentase(%)
1	SD	1	2
2	SMP	2	5
3	SMA	15	36
4	DIPLOMA	3	7
5	S1	21	50
Total		42	100

Sumber: Data Primer setelah diolah, 2022

Berdasarkan data tingkat pendidikan diatas dapat dilihat konsumen dengan pendidikan terakhir S1 merupakan mayoritas terbanyak yang membeli pisang kepek di pasar tradisional sukaramai yaitu sebanyak 50%, sedangkan untuk yang memiliki tingkat pendidikan paling sedikit didominasi oleh tingkat SD dengan persentase 2%. Hal ini sejalan dengan pendapat Pitaloka et al. (2016) yang mengatakan bahwa tingkat pendidikan konsumen dapat mempengaruhi pengetahuan akan manfaat produk sedemikian rupa sehingga berpengaruh pada keputusan pembelian yang akan dilakukan.

4.2.5. Jumlah Anggota Keluarga

Karakteristik responden berdasarkan jumlah anggota keluarga dapat dilihat pada tabel 14 berikut:

Tabel 14. Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Anggota Keluarga.

NO	Jumlah Anggota Keluarga	Jumlah	Persentase(%)
1	1-4 Orang	34	81
2	5-7 Orang	8	19
3	>7 Orang	0	0
Total		42	100

Sumber: Data Primer setelah diolah, 2022

Berdasarkan hasil data penelitian jumlah anggota keluarga konsumen buah pisang kepok yang terendah di pasar sukaramai adalah 1 orang dan jumlah anggota keluarga tertinggi konsumen buah pisang kepok adalah 7 orang. Jumlah anggota keluarga rata-rata konsumen buah pisang kepok di pasar sukaramai adalah 1 sampai 4 orang dengan persentase rata-rata 81%

4.2.6. Pekerjaan

Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan dapat dilihat pada tabel 16 berikut:

Tabel 15. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.

NO	Pekerjaan	Jumlah	Persentase(%)
1	Ibu Rumah Tangga	20	48
2	PNS	3	7
3	Pegawai Swasta	10	24
4	Wiraswasta	8	19
5	Mahasiswa/Pelajar	1	2
Total		42	100

Sumber: Data Primer setelah diolah, 2022

Berdasarkan tabel diatas, karakteristik konsumen berdasarkan jenis pekerjaan terbanyak didominasi oleh ibu rumah tangga sebanyak 20 dengan

persentase 48%, sedangkan untuk konsumen dengan jumlah sedikit didominasi oleh mahasiswa atau pelajar sebanyak 1 responden dengan persentase 2%. Hal ini dikarenakan kegiatan sehari-hari ibu rumah tangga adalah mengurus rumah tangga dan mengatur pengeluaran untuk keperluan rumah tangga, termasuk berbelanja.

4.2.7. Pendapatan

Karakteristik responden berdasarkan pendapatan dapat dilihat pada tabel 16 berikut:

Tabel 16. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.

NO	Pendapatan(Suami dan Istri)	Jumlah	Persentase(%)
1	< Rp.1.000.000	1	2
2	Rp.1.000.000- Rp.2.500.000	4	10
3	Rp.2.500.000- Rp.5.000.000	27	64
4	>5.000.000	10	24
Total		42	100

Sumber: Data Primer setelah diolah, 2022

Berdasarkan Tabel diatas dapat diketahui bahwa paling banyak konsumen buah pisang kepek di pasar tradisional sukaramai memiliki tingkat pendapatan rumah tangga per bulan sebesar Rp 2.500.000,00 – Rp 5.000.000,00 sebanyak 27 orang dengan presentase 64%. Konsumen dengan pendapatan yang tinggi menjadi lebih sadar akan pentingnya buah untuk pemenuhan vitamin dalam tubuh.

VI. PENUTUP

6.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Perilaku pembelian konsumen buah pisang kepok di pasar tradisional Sukaramai adalah dikonsumsi sendiri, sebanyak 1 sisir disetiap pembeliannya dalam kurun waktu yang tidak tentu dalam sebulan, rata-rata pengeluaran konsumen untuk membeli buah pisang kepok Rp.70.001–Rp 90.000 dalam sebulan.
2. Sikap konsumen terhadap atribut buah pisang kepok adalah konsumen sangat menyukai atribut harga buah yang ada pada buah pisang kepok.
3. Buah pisang kepok yang menjadi preferensi konsumen di pasar tradisional sukaramai adalah buah pisang kepok dengan harga < Rp.10.000, memiliki warna kulit kuning dengan bercak hitam, dengan rasa yang manis, tidak berbiji dan memiliki jumlah buah tiap sisirnya banyak yaitu >18 buah.

6.2. Saran

Saran yang dapat peneliti berikan berdasarkan hasil penelitian dan observasi yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Dengan adanya preferensi konsumen terhadap buah pisang kepok ini diharapkan petani dan pedagang mempertimbangkan preferensi tersebut dan meningkatkan pasokan pisang sesuai preferensi konsumen dengan kualitas produksi seperti rasa buah yang manis dan jumlah buah tiap sisir > 18 buah sehingga mampu memenuhi kebutuhan pasar dan menarik minat agar nantinya konsumen tetap loyal dalam melakukan pembelian.
2. Kepada peneliti selanjutnya disarankan untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai berbagai aspek yang terkait dengan perilaku konsumen buah pisang kepok seperti kepuasan atau loyalitas konsumen serta menggunakan metode analisis yang lain dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah R.S dan Sitti Khadijah Yahya Hiola (2017). *Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Produk Ayam Di Kota Makassar*. Jurnal Galung Tropika.
- Arikunto, S. 1993. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta :Rineka Cipta.
- Badan Pusat Statistik Provinsi Sumatera Utara. (2022). *Statistik Pertanian Hortikultura*. BPS Provinsi Sumatera Utara.
- Badan Pusat Statistik. 2021. *Medan Dalam Angka*. Badan Pusat Statistik Provinsi Sumatera Utara.
- Clarissa, C. E., Darsono, dan H. Irianto. (2018). *Analisis preferensi konsumen terhadap buah apel manalagi di Transmart Carrefour Cilandak Jakarta Selatan*. J. AGRISTA. 6 (1): 55-66.
- Departemen Pertanian RI. 2014. *Ekspor Impor Produk Hortikultura Indonesia*. <http://agribisnis.deptan.go.id>
- Disparitas Pendapatan Antar Kecamatan Di Kota Medan, 2020.
- Engel, James. F, Roger, D. Blackwell dan Paul. W. Miniard, 1994. *Perilaku konsumen*, Jakarta : Binarupa Aksara.
- Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (1995). *Consumer Behavior*. Forth Worth, Texas: The Dryden Press.
- Engel, J. F., Blackwell, G. D., dan Minard, P. W. (2005). *Perilaku Konsumen Jilid I, Edisi Keenam*. Binapura Aksara, Jakarta.
- Fitriana D. 2014. *Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Buah Salak (Salacca edulis) di Pasar Tradisional Kota Surakarta*. Skripsi Universitas Sebelas Maret Surakarta (FP).
- Fure, H. 2013. *Lokasi, keberagaman produk, harga, dan kualitas pelayanan pengaruhnya terhadap minat beli pada pasar tradisional bersehati calaca*. J. EMBA. 1 (3): 273-283.
- Gilbert dan Churchill, A. 2005. *Dasar-dasar Riset Pemasaran Edisi 4 Jilid 1*. Erlangga, Jakarta.
- Hair, J.F. 2010. *Multivariate Data Analysis*. Edisi 5. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

- Kamila Farah. (2019). *Analisis Sikap Konsumen Pada Pembelian Beras Di Kota Salatiga*, Jurnal Sosial Ekonomi dan Kebijakan Pertanian. Vol 3 (1)
- Karder, FR. 2002. *Consumer Behavior and Managerial Decision Making*. The Second Edition. Upper Sandlle River New Jersey. Pearson Education Inc.
- KEMKES RI [Kementerian Kesehatan Republik Indonesia]. 2018. *Konsumsi Makanan Penduduk Indonesia*. Pusat Data dan Informasi, Kementerian Kesehatan Republik Indonesia. www.kemkes.go.id. [8 Maret 2022].
- Khairiah, R. (2010). *Analisis Sikap Konsumen Terhadap Buah Jeruk Lokal dan Impor: Studi Kasus Kota Medan*. Skripsi. Universitas Sumatra Utara. Medan.
- Lovelock, Wirtz. 2002. *Service Marketing*. New Jersey Person. USA.
- Malano, H. 2011. *Selamatkan Pasar Tradisional*. PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Munadjim, Drs., 1988. *Teknologi Pengolahan Pisang*. Penerbit PT Gramedia. Jakarta.
- Muzdalifah. 2012. *Kajian Preferensi Konsumen Terhadap Buah-buahan Lokal di Kota Banjarbaru*. Jurnal Agribisnis Pedesaan, Vol. 2, No. 4, Desember 2012:1-13.
- Prabawati, S., Suyanti Dan Setyabudi, D.A. 2008. *Teknologi Pascapanen dan Pengolahan Buah Pisang*. Balai Besar Penelitian dan Pengembangan Pascapanen Pertanian. Dalam Seminar Badan Litbang Pertanian. Departemen Pertanian, Bogor.
- Prasetyana, Romadhani. 2010. *Analisis Preferensi Konsumen terhadap Ubi Jalar (Ipomoea batatas L.) di Kota Surakarta* [Skripsi]. Surakarta: Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret Surakarta
- Prihantari, E.M, W. Roessali, W.D. Prastiwi. 2018. *Sikap Konsumen Terhadap Pembelian Buah Jeruk Lokal dan Impor di Kabupaten Purworejo*. Jurnal Sungkai Vol. 6 No.1 Februari 2018:17-85.
- Rahardi, F, dkk. 2007. *Agribisnis Tanaman Buah*. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Santoso, et al,. 2002. *Riset Pemasaran: Konsep dan Aplikasi dengan SPSS*. Elex MediaKomputindo. Jakarta.
- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.

- Disertai Himpunan Jurnal Penelitian. Yogyakarta: CV. Andi Offset. Satuhu, S. dan Supriyadi A. 2000. *Pisang Budidaya, Pengolahan, dan Posppek Pasar*. Penebar Swadaya, Jakarta.
- Setyaningsih, F. D. 2009. *Analisis preferensi konsumen terhadap buah salak (Salacca edulis) di pasar tradisional Kota Surakarta*. Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret, Surakarta. (Skripsi).
- Simamora, B. (2004). *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Subianto, T. (2007). *Studi Tentang Perilaku Konsumen Beserta Implikasinya Terhadap Keputusan Pembelian*. *J. Ekonomi MODERNISASI*. **3** (3).
- Sugiyono, 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. CV Alfabeta. Bandung.
- Sulistyo, H. dan B. Cahyono. (2010). *Model pengembangan pasar tradisional menuju pasar sehat di Kota Semarang*. *J. EKOBIS*. **11** (2): 516-526.
- Sumarwan, U. (2004). *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Ghalia Indonesia, Jakarta.
- Suprapti, S. (2009). *Perilaku Konsumen*. Udayana University Press. Denpasar.
- Sutisna. 2001. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. PT Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Tjitrosoepomo, G. 2001. *Taksonomi Tumbuhan*. Gadjah Mada University Press, Yogyakarta.
- Widiyanto, N. A, A. K. Adhi, dan H. K. Daryanto. 2016. *Atribut-atribut yang mempengaruhi sikap dan preferensi konsumen dalam membeli buah apel di Kota Surabaya dan Kota Malang, Provinsi Jawa Timur*. *J. Ilmu Keluarga dan Konsumen*. **9** (2): 136-146.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisisioner Penelitian.

KUESIONER PENELITIAN ANALISIS SIKAP DAN PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP ATRIBUT BUAH PISANG KEPOK DI PASAR TRADISIONAL KOTA MEDAN (Studi Kasus: Pasar Tradisional Sukaramai, Kecamatan Medan Area, Kota Medan)

No Unit :

Bapak/Ibu yang terhormat, saya Mahasiswa Universitas Medan Area Fakultas Pertanian sedang melakukan penelitian untuk skripsi saya mengenai “Sikap dan Preferensi Konsumen Terhadap Atribut Buah Pisang Kepok di Pasar Tradisional Kota Medan (Studi Kasus: Pasar Tradisional Sukaramai, Kecamatan Medan Area, Kota Medan)”.

Saya mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk mengisi kuisisioner penelitian ini. Partisipasi dari Bapak/Ibu sangat berharga sebagai bahan masukan untuk proses pengambilan sampel keputusan ini. Atas kesediaan Bapak/Ibu saya ucapkan terimakasih.

Petunjuk Pengisian Kuisisioner :

- ✓ Bacalah setiap pertanyaan dengan teliti dan seksama
- ✓ Isilah setiap pertanyaan dengan jujur dan sesuai keadaan anda

Identitas Responden

1. Nama :
2. Jenis Kelamin : (P/L)
3. Umur : () 20-35 tahun () 36 - 50 tahun () > 50 tahun
4. Status Pernikahan : () Belum Menikah () Menikah
5. Tingkat Pendidikan :
() SD () SMP () SMA
() Diploma () S1
6. Jumlah Anggota Keluarga :
() 1- 4 orang () 5-7 orang () > 7 orang
7. Pekerjaan :
() Ibu Rumah Tangga () PNS () Pegawai Swasta
() Wiraswasta () Mahasiswa/Pelajar () Lainnya :
8. Rata-rata pendapatan keluarga (suami dan istri) per bulan :
 - a. Kurang dari Rp 1.000.000
 - b. Rp 1.000.000 – 2.500.000
 - c. Rp 2.500.000 – 5.000.000

d. Lebih dari Rp 5.000.000

Perilaku Pembelian

Beri tanda silang (X) pada jawaban yang Anda pilih.

1. Apa alasan Anda mengkonsumsi buah pisang kepok?
 - a. Harga terjangkau
 - b. Mudah didapat
 - c. Kebiasaan gaya hidup
 - d. Manfaat kesehatan
 - e. Lainnya, sebutkan.....
2. Dalam melakukan pembelian buah pisang kepok, yang menjadi pertimbangan dalam memilih tempat berbelanja di pasar tradisional Sukaramai adalah :
 - a. Dekat dengan tempat tinggal
 - b. Dekat dengan tempat kerja (kantor)
 - c. Harga relatif murah
 - d. Suasana belanja nyaman
 - e. Produk selalu tersedia
 - f. Pelayanan memuaskan
 - g. Lainnya.....
3. Kapan (berapa kali) Anda membeli buah pisang kepok?
 - a. Setiap hari
 - b. Seminggu sekali
 - c. Dua minggu sekali
 - d. Tidak tentu, sebutkan (\pm sebulan berapa kali)
4. Jumlah pembelian buah pisang kepok :
 - a. 1 sisir
 - b. 2 sisir
 - c. > 2 sisir
5. Tujuan Anda membeli buah pisang kepok:
 - a. Dikonsumsi sendiri
 - b. Sebagai oleh-oleh
 - c. Pelaku usaha (keripik pisang atau Pisang goreng)
 - d. Lainnya,.....
6. Pengeluaran konsumsi buah pisang kepok dalam satu bulan :
 - a. Kurang dari Rp 30.000
 - b. Rp 30.001 – Rp 50.000
 - c. Rp 50.001 – Rp 70.000
 - d. Rp 70.001 – Rp 90.000
 - e. Lebih dari Rp 90.000

Sikap Konsumen Terhadap Atribut Buah Pisang kepok.**A. Kepercayaan (bi)**

Berilah tanda silang (✓) pada kolom yang tersedia sesuai dengan pendapat anda.

1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

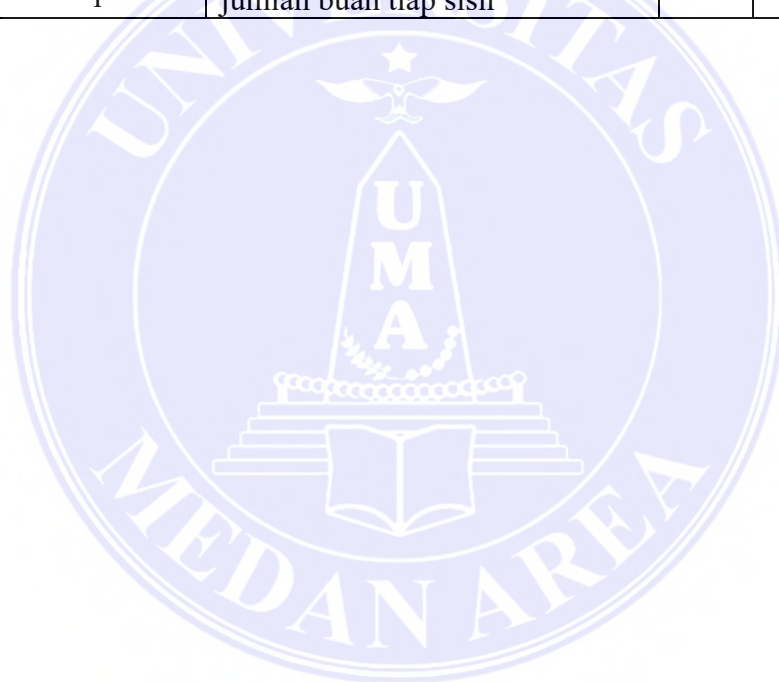
3 = Setuju (S)

2 = Tidak Setuju (TS)

4 = Sangat Setuju (SS)

Parameter Penelitian		
Atribut	Level	Pengukuran
Harga	4. Harga pisang kepok adalah hal yang paling utama dilihat saat membeli pisang kepok 3. Harga pisang kepok bukan merupakan hal yang paling utama tetapi juga penting dilihat saat membeli buah pisang kepok 2. Harga buah pisang tidak menjadi hal yang dipertimbangkan saat membeli pisang kepok 1. Harga buah pisang tidak mempengaruhi konsumen saat membeli buah pisang kepok	4 = Sangat Setuju (SS) 3 = Setuju (S) 2 = Tidak Setuju (TS) 1 = Sangat Tidak Setuju (STS)
Rasa	4. Rasa pisang kepok adalah hal yang paling utama dilihat saat membeli pisang kepok 3. Rasa pisang kepok bukan merupakan hal yang paling utama tetapi juga penting dilihat saat membeli buah pisang kepok 2. Rasa buah pisang tidak menjadi hal yang dipertimbangkan saat membeli pisang kepok 1. Rasa buah pisang tidak mempengaruhi konsumen saat membeli buah pisang kepok	4 = Sangat Setuju (SS) 3 = Setuju (S) 2 = Tidak Setuju (TS) 1 = Sangat Tidak Setuju (STS)
Warna kulit buah	4. Warna kulit buah pisang kepok adalah hal yang paling utama dilihat saat membeli pisang kepok 3. Warna kulit buah pisang kepok bukan merupakan hal yang paling utama tetapi juga penting dilihat saat membeli buah pisang kepok 2. Warna kulit buah pisang tidak menjadi hal yang dipertimbangkan saat membeli pisang kepok 1. Warna kulit buah pisang tidak mempengaruhi konsumen saat membeli buah pisang kepok	4 = Sangat Setuju (SS) 3 = Setuju (S) 2 = Tidak Setuju (TS) 1 = Sangat Tidak Setuju (STS)
Biji buah	4. Biji buah pisang kepok adalah hal yang paling utama dilihat saat membeli pisang kepok 3. Biji buah pisang kepok bukan merupakan hal yang paling utama tetapi juga penting dilihat saat membeli buah pisang kepok 2. Biji buah pisang tidak menjadi hal yang dipertimbangkan saat membeli pisang kepok 1. Biji buah pisang tidak mempengaruhi konsumen saat membeli buah pisang kepok	4 = Sangat Setuju (SS) 3 = Setuju (S) 2 = Tidak Setuju (TS) 1 = Sangat Tidak Setuju (STS)
Jumlah buah pisang tiap sisir	4. Jumlah buah pisang kepok adalah hal yang paling utama dilihat saat membeli pisang kepok 3. Jumlah buah pisang kepok bukan merupakan hal yang paling utama tetapi juga penting dilihat saat membeli buah pisang kepok 2. Jumlah buah pisang tidak menjadi hal yang dipertimbangkan saat membeli pisang kepok 1. Jumlah buah pisang tidak mempengaruhi konsumen saat membeli buah pisang kepok	4 = Sangat Setuju (SS) 3 = Setuju (S) 2 = Tidak Setuju (TS) 1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

No.	Atribut	Pernyataan	Tingkat Kepercayaan			
			STS	TS	S	SS
1.	Harga buah	Anda membeli buah pisang kepok atas dasar pertimbangan harga	1	2	3	4
2.	Rasa buah	Anda membeli buah pisang atas dasar pertimbangan rasa	1	2	3	4
3.	Warna kulit buah	Anda membeli buah pisang kepok atas dasar pertimbangan warna kulit buah	1	2	3	4
4.	Biji Buah	Anda membeli buah pisang kepok atas dasar pertimbangan biji buah	1	2	3	4
5.	Jumlah buah tiap sisir	Anda membeli buah pisang kepok atas dasar pertimbangan jumlah buah tiap sisir	1	2	3	4



B. Evaluation (Evaluasi)

Merupakan kepentingan terhadap atribut yang dimiliki buah pisang kepek. Berilah tanda silang (✓) pada kolom yang tersedia sesuai dengan pendapat anda.

Keterangan :

1 = Sangat Tidak Penting (STP)

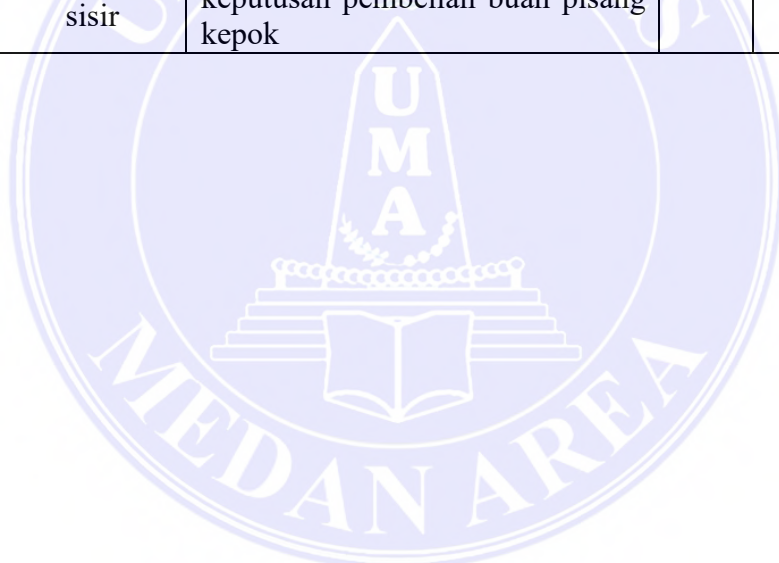
3 = Penting (P)

2 = Tidak Penting (TP)

4 = Sangat Penting (SP)

Parameter Penelitian		
Atribut	Level	Pengukuran
Harga	4. Harga pisang kepek menjadi pertimbangan paling utama saat membeli pisang kepek 3. Harga pisang kepek bukan merupakan pertimbangan paling utama tetapi juga penting dilihat saat membeli buah pisang kepek 2. Harga buah pisang tidak menjadi hal yang dipertimbangkan saat membeli pisang kepek 1. Harga buah pisang tidak mempengaruhi konsumen saat membeli buah pisang kepek	4 = Sangat Penting (SP) 3 = Penting (P) 2 = Tidak Penting (TP) 1 = Sangat Tidak Penting (STP)
Rasa	4. Rasa pisang kepek menjadi pertimbangan paling utama saat membeli pisang kepek 3. Rasa pisang kepek bukan merupakan pertimbangan paling utama tetapi juga penting dilihat saat membeli buah pisang kepek 2. Rasa buah pisang tidak menjadi hal yang dipertimbangkan saat membeli pisang kepek 1. Rasa buah pisang tidak mempengaruhi konsumen saat membeli buah pisang kepek	4 = Sangat Penting (SP) 3 = Penting (P) 2 = Tidak Penting (TP) 1 = Sangat Tidak Penting (STP)
Warna kulit buah	4. Warna kulit buah pisang kepek menjadi pertimbangan paling utama dilihat saat membeli pisang kepek 3. Warna kulit buah pisang kepek bukan merupakan pertimbangan paling utama tetapi juga penting dilihat saat membeli buah pisang kepek 2. Warna kulit buah pisang tidak menjadi hal yang dipertimbangkan saat membeli pisang kepek 1. Warna kulit buah pisang tidak mempengaruhi konsumen saat membeli buah pisang kepek	4 = Sangat Penting (SP) 3 = Penting (P) 2 = Tidak Penting (TP) 1 = Sangat Tidak Penting (STP)
Biji buah	4. Biji buah pisang kepek pertimbangan paling utama saat membeli pisang kepek 3. Biji buah pisang kepek bukan merupakan pertimbangan paling utama tetapi juga penting dilihat saat membeli buah pisang kepek 2. Biji buah pisang tidak menjadi hal yang dipertimbangkan saat membeli pisang kepek 1. Biji buah pisang tidak mempengaruhi konsumen saat membeli buah pisang kepek	4 = Sangat Penting (SP) 3 = Penting (P) 2 = Tidak Penting (TP) 1 = Sangat Tidak Penting (STP)
Jumlah buah pisang tiap sisir	4. Jumlah buah pisang kepek pertimbangan paling utama saat membeli pisang kepek 3. Jumlah buah pisang kepek bukan merupakan pertimbangan paling utama tetapi juga penting dilihat saat membeli buah pisang kepek 2. Jumlah buah pisang tidak menjadi hal yang dipertimbangkan saat membeli pisang kepek 1. Jumlah buah pisang tidak mempengaruhi konsumen saat membeli buah pisang kepek	4 = Sangat Penting (SP) 3 = Penting (P) 2 = Tidak Penting (TP) 1 = Sangat Tidak Penting (STP)

No.	Atribut	Pernyataan	Tingkat Kepentingan			
			STP	TP	P	SP
1.	Harga buah	Harga menjadi pertimbangan paling utama dalam keputusan pembelian buah pisang kepok	1	2	3	4
2.	Rasa buah	Rasa menjadi pertimbangan paling utama dalam keputusan pembelian buah pisang	1	2	3	4
3.	Warna kulit buah	Warna kulit buah menjadi pertimbangan paling utama dalam keputusan pembelian buah pisang kepok	1	2	3	4
4.	Biji buah	Biji buah menjadi pertimbangan paling utama dalam keputusan pembelian buah pisang kepok	1	2	3	4
5.	Jumlah buah tiap sisir	Jumlah buah tiap sisir menjadi pertimbangan paling utama dalam keputusan pembelian buah pisang kepok	1	2	3	4



Preferensi Konsumen terhadap Atribut Buah Pisang Kepok.

Isilah data mengenai preferensi buah pisang kepok berikut sesuai petunjuk!

Isilah pada kolom yang tersedia sesuai dengan pendapat anda memberikan ranking dengan memberi angka pada ke 16 stimuli (16 = stimuli yang paling disukai Sampai dengan 1 = stimuli yang paling tidak disukai).

NO	ATRIBUT BUAH PISANG KEPOK					Skor
	Harga Buah	Rasa Buah	Warna kulit buah	Biji Buah	Jumlah buah tiap sisir	
1	Rp. 10.000 - Rp.15.000	Agak manis	Kuning dengan bercak hitam	Berbiji kecil	Banyak (>18 buah)	
2	Rp. 10.000 - Rp.15.000	Manis	Hijau kekuningan dengan bercak hitam	Tidak berbiji	Sedikit (< 12 buah)	
3	< Rp. 10.000	Agak manis	Hijau kekuningan dengan bercak hitam	Tidak berbiji	Sedang (13-18 buah)	
4	Rp.15.000 - Rp.20.000	Sepat	Hijau kekuningan dengan bercak hitam	Berbiji besar	Banyak (>18 buah)	
5	< Rp. 10.000	Manis	Kuning kehitaman dengan bercak hitam	Tidak berbiji	Banyak (>18 buah)	
6	< Rp. 10.000	Manis	Kuning dengan bercak hitam	Berbiji besar	Banyak (>18 buah)	
7	Rp.15.000 - Rp.20.000	Manis	Kuning dengan bercak hitam	Tidak berbiji	Sedikit (< 12 buah)	
8	< Rp. 10.000	Sepat	Hijau dengan bercak hitam	Berbiji kecil	Sedikit (< 12 buah)	
9	> Rp.20.000	Sepat	Kuning dengan bercak hitam	Tidak berbiji	Sedang (13-18 buah)	
10	Rp. 10.000 - Rp.15.000	Sepat	Kuning kehitaman dengan bercak hitam	Tidak berbiji	Banyak (>18 buah)	
11	Rp.15.000 - Rp.20.000	Manis	Kuning kehitaman dengan bercak hitam	Berbiji kecil	Sedang (13-18 buah)	
12	Rp. 10.000 - Rp.15.000	Manis	Hijau dengan bercak hitam	Berbiji besar	Sedang (13-18 buah)	
13	> Rp.20.000	Manis	Hijau kekuningan dengan bercak hitam	Berbiji kecil	Banyak (>18 buah)	
14	Rp.15.000 - Rp.20.000	Agak manis	Hijau dengan bercak hitam	Tidak berbiji	Banyak (>18 buah)	
15	> Rp.20.000	Manis	Hijau dengan bercak hitam	Tidak berbiji	Banyak (>18 buah)	
16	> Rp.20.000	Agak manis	Kuning kehitaman dengan bercak hitam	Berbiji besar	Sedikit (< 12 buah)	

Lampiran 2. Karakteristik Konsumen Buah Pisang Kepok.

NO	NAMA	JK	UMUR	Status Pernikahan	Pendidikan	Jumlah Anggota Keluarga	Pekerjaan	Pendapatan
1	SERE	P	52	Menikah	S1	1-4 ORG	Ibu Rumah Tangga	Rp.2.500.000- Rp.5.000.000
2	ARTA	P	50	Menikah	SMA	1-4 ORG	Ibu Rumah Tangga	Rp.1.000.000- Rp.2.500.000
3	HARMADA	P	54	Menikah	SMA	5-7 ORG	Wiraswasta	>5.000.000
4	BONUR	P	62	Menikah	SMA	1-4 ORG	Ibu Rumah Tangga	Rp.2.500.000- Rp.5.000.000
5	AGUSTINA	P	50	Menikah	SMA	1-4 ORG	Ibu Rumah Tangga	Rp.2.500.000- Rp.5.000.000
6	NATAL SIAHAAN	P	47	Menikah	S1	1-4 ORG	Pegawai Swasta	Rp.2.500.000- Rp.5.000.000
7	YUSUF	L	50	Menikah	SMA	1-4 ORG	Wiraswasta	Rp.2.500.000- Rp.5.000.000
8	JENNY	P	49	Menikah	SMA	1-4 ORG	Ibu Rumah Tangga	Rp.1.000.000- Rp.2.500.000
9	IMMANUEL	L	60	Menikah	S1	1-4 ORG	Wiraswasta	Rp.2.500.000- Rp.5.000.000
10	WITA DAMANIK	P	44	Menikah	S1	5-7 ORG	Ibu Rumah Tangga	Rp.2.500.000- Rp.5.000.000
11	SURTI	P	50	Menikah	SD	1-4 ORG	Ibu Rumah Tangga	Rp.1.000.000- Rp.2.500.000
12	PIKA	P	34	Belum menikah	DIPLOMA	1-4 ORG	Pegawai Swasta	Rp.1.000.000- Rp.2.500.000
13	HUSIN	L	57	Menikah	SMA	1-4 ORG	Wiraswasta	Rp.2.500.000- Rp.5.000.000
14	RITA	P	49	Menikah	S1	1-4 ORG	Ibu Rumah Tangga	Rp.2.500.000- Rp.5.000.000
15	RUDI SITOMPUL	L	50	Menikah	SMA	1-4 ORG	Wiraswasta	Rp.2.500.000- Rp.5.000.000
16	VANI	P	30	Menikah	D3	1-4 ORG	Pegawai Swasta	Rp.2.500.000- Rp.5.000.000
17	HERLIAMAN	L	55	Menikah	S1	1-4 ORG	Wiraswasta	Rp.2.500.000- Rp.5.000.000
18	ASTRI	P	35	Menikah	S1	1-4 ORG	Ibu Rumah Tangga	Rp.2.500.000- Rp.5.000.000
19	RISMA	P	49	Menikah	SMA	1-4 ORG	Ibu Rumah Tangga	Rp.2.500.000- Rp.5.000.000
20	SRI	P	33	Belum menikah	S1	1-4 ORG	Pegawai Swasta	Rp.2.500.000- Rp.5.000.000
21	ASMA	P	47	Menikah	S1	1-4 ORG	PNS	Rp.2.500.000- Rp.5.000.000
22	SARI	P	23	Belum menikah	SMA	1-4 ORG	Mahasiswa	< Rp.1.000.000

23	DEWI PANJAITAN	P	29	Belum menikah	S1	1-4 ORG	Pegawai Swasta	2.500.000-5.000.000
24	HARTATI PURBA	P	50	Menikah	SMP	1-4 ORG	Ibu Rumah Tangga	2.500.000-5.000.000
25	RENI SILALAH	P	50	Menikah	SMA	5-7 ORG	Ibu Rumah Tangga	2.500.000-5.000.000
26	INOK	P	46	Menikah	S1	1-4 ORG	Ibu Rumah Tangga	2.500.000-5.000.000
27	RESNAWATI	P	32	Menikah	S1	1-4 ORG	Ibu Rumah Tangga	2.500.000-5.000.000
28	SANNI	P	40	Menikah	S1	5-7 ORG	Pegawai Swasta	> Rp.5.000.000
29	DOYOK	L	60	Menikah	S1	1-4 ORG	Wiraswasta	Rp.2.500.000-Rp.5.000.000
30	JOJOR TAMBUNAN	P	57	Menikah	S1	1-4 ORG	PNS	> Rp.5.000.000
31	PONIA	P	60	Menikah	SMA	5-7 ORG	Ibu Rumah Tangga	Rp.2.500.000-Rp.5.000.000
32	OMBAR	P	47	Menikah	SMP	1-4 ORG	Ibu Rumah Tangga	Rp.1.000.000-Rp.2.500.000
33	SHANITA	P	42	Menikah	S1	1-4 ORG	Pegawai Swasta	> Rp.5.000.000
34	GRACE SAMOSIR	P	60	Menikah	SMA	1-4 ORG	Ibu Rumah Tangga	> Rp.5.000.000
35	HELIMA TOBING	P	55	Menikah	S1	1-4 ORG	Ibu Rumah Tangga	Rp.2.500.000-Rp.5.000.000
36	MELDA PINEM	P	45	Menikah	S1	5-7 ORG	Pegawai Swasta	> Rp.5.000.000
37	ROHANA DAMANIK	P	52	Menikah	S1	1-4 ORG	PNS	> Rp.5.000.000
38	MAGDANIAR	P	50	Menikah	SMA	5-7 ORG	Ibu Rumah Tangga	> Rp.5.000.000
39	ERIK	L	63	Menikah	S1	1-4 ORG	Wiraswasta	Rp.2.500.000-Rp.5.000.000
40	ULLY	P	48	Menikah	SMA	1-4 ORG	ibu Rumah Tangga	Rp.2.500.000-Rp.5.000.000
41	EVI MALONGO	P	54	Menikah	SMA	5-7 ORG	Wiraswasta	> Rp.5.000.000
42	HANNA	P	25	Belum menikah	D3	1-4 ORG	Pegawai Swasta	Rp.1.000.000-Rp.2.500.000

Sumber: Data Primer setelah diolah, 2022

Lampiran 3. Perilaku Pembelian Buah Pisang Kepok.

NO	Alasan Pembelian	Alasan Pembelian Di Pasar Sukaramai	Frekuensi Pembelian	Jumlah Pembelian	Tujuan Pembelian	Pengeluaran Konsumsi
1	Manfaat Kesehatan	Harga relatif murah	Tidak tentu	1 Sisir	Dikonsumsi Sendiri	Rp. 70.001 - Rp.90.000
2	Harga terjangkau	Harga relatif murah	Setiap Hari	> 2 Sisir	Pelaku usaha	> Rp.90.000
3	Manfaat Kesehatan	Harga relatif murah	Tidak tentu	1 Sisir	Dikonsumsi Sendiri	> Rp.90.000
4	Manfaat Kesehatan	Harga relatif murah	Tidak tentu	1 Sisir	Dikonsumsi Sendiri	Rp. 70.001 - Rp.90.000
5	Manfaat Kesehatan	Harga relatif murah	Tidak tentu	1 Sisir	Dikonsumsi Sendiri	> Rp.90.000
6	Mudah di dapat	Harga relatif murah	Tidak tentu	1 Sisir	Dikonsumsi Sendiri	Rp. 70.001 - Rp.90.000
7	Manfaat Kesehatan	Dekat tempat tinggal	Tidak tentu	1 Sisir	Dikonsumsi Sendiri	Rp. 70.001 - Rp.90.000
8	Manfaat Kesehatan	Harga relatif murah	Tidak tentu	1 Sisir	Dikonsumsi Sendiri	Rp.30.001 - Rp.50.000
9	Manfaat Kesehatan	Harga relatif murah	Tidak tentu	1 Sisir	Dikonsumsi Sendiri	Rp. 70.001 - Rp.90.001
10	Manfaat Kesehatan	Harga relatif murah	Tidak tentu	1 Sisir	Dikonsumsi Sendiri	Rp. 70.001 - Rp.90.000
11	Manfaat Kesehatan	Harga relatif murah	Tidak tentu	1 Sisir	Dikonsumsi Sendiri	Rp.30.001 - Rp.50.000
12	Manfaat Kesehatan	Harga relatif murah	Tidak tentu	1 Sisir	Dikonsumsi Sendiri	< Rp.30.000
13	Manfaat Kesehatan	Harga relatif murah	Tidak tentu	1 Sisir	Dikonsumsi Sendiri	Rp. 70.001 - Rp.90.000
14	Manfaat Kesehatan	Harga relatif murah	Tidak tentu	1 Sisir	Dikonsumsi Sendiri	Rp. 70.001 - Rp.90.000
15	Kebiasaan gaya hidup	Produk selalu tersedia	Seminggu sekali	2 Sisir	Dikonsumsi Sendiri	> Rp.90.000
16	Harga terjangkau	Harga relatif murah	Dua minggu sekali	1 Sisir	Dikonsumsi Sendiri	Rp.30.001 - Rp.50.000
17	Manfaat Kesehatan	Produk selalu tersedia	Tidak tentu	1 Sisir	Dikonsumsi Sendiri	Rp. 50.001 - Rp.70.000
18	Manfaat Kesehatan	Harga relatif murah	Tidak tentu	1 Sisir	Dikonsumsi Sendiri	Rp. 70.001 - Rp.90.000
19	Harga terjangkau	Harga relatif murah	Tidak tentu	1 Sisir	Dikonsumsi Sendiri	Rp. 50.001 - Rp.70.000
20	Manfaat Kesehatan	Harga relatif murah	Tidak tentu	1 Sisir	Dikonsumsi Sendiri	Rp. 70.001 - Rp.90.000
21	Manfaat Kesehatan	Produk selalu tersedia	Tidak tentu	1 Sisir	Dikonsumsi Sendiri	Rp. 70.001 - Rp.90.000
22	Manfaat Kesehatan	Harga relatif murah	Tidak tentu	1 Sisir	Sebagai Oleh-oleh	< Rp.30.000
23	Manfaat Kesehatan	Harga relatif murah	Tidak tentu	1 Sisir	Dikonsumsi Sendiri	Rp. 50.001 - Rp.70.000

24	Kebiasaan gaya hidup	Harga relatif murah	Tidak tentu	1 Sisir	Dikonsumsi Sendiri	Rp. 70.001 - Rp.90.000
25	Manfaat Kesehatan	Harga relatif murah	Seminggu sekali	1 Sisir	Dikonsumsi Sendiri	Rp. 50.001 - Rp.70.000
26	Manfaat Kesehatan	Dekat tempat tinggal	Tidak tentu	1 Sisir	Dikonsumsi Sendiri	Rp. 70.001 - Rp.90.000
27	Manfaat Kesehatan	Harga relatif murah	Tidak tentu	1 Sisir	Dikonsumsi Sendiri	Rp. 70.001 - Rp.90.000
28	Manfaat Kesehatan	Harga relatif murah	Tidak tentu	1 Sisir	Dikonsumsi Sendiri	Rp. 70.001 - Rp.90.000
29	Manfaat Kesehatan	Harga relatif murah	Tidak tentu	1 Sisir	Dikonsumsi Sendiri	Rp. 70.001 - Rp.90.000
30	Manfaat Kesehatan	Harga relatif murah	Tidak tentu	1 sisir	Dikonsumsi Sendiri	Rp.30.001 - Rp.50.000
31	Kebiasaan gaya hidup	Harga relatif murah	Tidak tentu	1 Sisir	Dikonsumsi Sendiri	Rp. 70.001 - Rp.90.000
32	Manfaat Kesehatan	Harga relatif murah	Dua minggu sekali	1 sisir	Dikonsumsi Sendiri	< Rp.30.000
33	Manfaat Kesehatan	Harga relatif murah	Tidak tentu	1 sisir	Dikonsumsi Sendiri	Rp. 70.001 - Rp.90.000
34	Kebiasaan gaya hidup	Produk selalu tersedia	Tidak tentu	2 sisir	Dikonsumsi Sendiri	> Rp.90.000
35	Manfaat Kesehatan	Harga relatif murah	Seminggu sekali	1 Sisir	Dikonsumsi Sendiri	Rp. 50.001 - Rp.70.000
36	Kebiasaan gaya hidup	Harga relatif murah	Tidak tentu	1 Sisir	Dikonsumsi Sendiri	> Rp.90.000
37	Manfaat Kesehatan	Dekat dengan tempat kerja	Seminggu sekali	2 sisir	Dikonsumsi Sendiri	Rp. 70.001 - Rp.90.000
38	Manfaat Kesehatan	Harga relatif murah	Tidak tentu	1 Sisir	Dikonsumsi Sendiri	Rp. 70.001 - Rp.90.000
39	Harga terjangkau	Harga relatif murah	Tidak tentu	1 Sisir	Dikonsumsi Sendiri	Rp. 70.001 - Rp.90.000
40	Manfaat Kesehatan	Harga relatif murah	Seminggu sekali	1 Sisir	Dikonsumsi Sendiri	Rp. 50.001 - Rp.70.000
41	Manfaat Kesehatan	Dekat tempat tinggal	Tidak tentu	1 sisir	Dikonsumsi Sendiri	> Rp.90.000
42	Harga terjangkau	Produk selalu tersedia	Tidak tentu	1 sisir	Dikonsumsi Sendiri	< Rp.30.000

Lampiran 4. Data Perhitungan Skor Kepercayaan (bi) Konsumen Terhadap Atribut Buah Pisang Kepok Di Pasar Tradisional Sukaramai.

NO	SKOR KEPERCAYAAN (bi) ATRIBUT BUAH PISANG KEPOK				
	HARGA BUAH	RASA BUAH	WARNA KULIT BUAH	BIJI BUAH	JUMLAH BUAH TIAP SISIR
1	4	3	3	3	3
2	4	3	4	3	3
3	4	3	4	3	3
4	3	3	3	3	3
5	3	3	1	3	3
6	3	3	3	3	3
7	4	3	3	3	3
8	3	3	3	3	3
9	3	3	3	3	3
10	4	3	3	3	3
11	4	3	3	3	3
12	4	3	4	3	3
13	3	3	4	3	3
14	3	3	2	3	3
15	3	3	4	3	3
16	3	3	3	3	3
17	3	3	3	3	3
18	3	3	3	3	2
19	4	3	4	3	3
20	3	3	3	3	3
21	3	3	4	3	3
22	4	3	3	3	3
23	4	3	2	3	3
24	4	3	3	3	3
25	4	3	3	3	2
26	4	2	4	3	3
27	3	3	3	3	3
28	4	3	3	3	3
29	4	3	3	3	3
30	3	3	3	3	3
31	4	2	3	3	3
32	4	3	3	3	3
33	3	3	2	3	3
34	3	3	3	3	3
35	3	3	3	3	3
36	4	3	3	3	3
37	4	3	2	3	3
38	3	3	3	3	3
39	4	3	3	3	3
40	3	3	3	3	3

41	4	3	2	3	3
42	4	3	1	3	3
TOTAL	148	124	125	126	124
RATA-RATA	3,52	2,95	2,98	3,00	2,95



Lampiran 5. Data Perhitungan Skor Kepentingan (ei) Konsumen Terhadap Atribut Buah Pisang Kepok Di Pasar Tradisionalk Sukaramai.

NO	SKOR KEPENTINGAN (EI) ATRIBUT BUAH PISANG KEPOK				
	HARGA BUAH	RASA BUAH	WARNA KULIT BUAH	BIJI BUAH	JUMLAH BUAH TIAP SISIR
1	4	3	3	3	3
2	4	3	4	3	3
3	4	3	4	3	3
4	3	3	3	3	3
5	3	3	1	3	3
6	3	3	3	3	3
7	4	3	3	3	3
8	3	3	3	3	3
9	3	3	3	3	3
10	4	3	3	3	3
11	4	3	3	3	3
12	4	3	4	3	3
13	3	3	4	3	3
14	3	3	2	3	3
15	3	3	4	3	3
16	3	3	3	3	3
17	3	3	3	3	3
18	3	3	3	3	2
19	4	3	4	3	3
20	3	3	3	3	3
21	3	3	4	3	3
22	4	3	3	3	3
23	4	3	2	3	3
24	4	3	3	3	3
25	4	3	3	3	2
26	4	2	4	3	3
27	3	3	3	3	3
28	4	3	3	3	3
29	4	3	3	3	3
30	3	3	3	3	3
31	4	2	3	3	3
32	4	3	3	3	3
33	3	3	2	3	3
34	3	3	3	3	3
35	3	3	3	3	3
36	4	3	3	3	3
37	4	3	2	3	3
38	3	3	3	3	3
39	4	3	3	3	3
40	3	3	3	3	3

41	4	3	2	3	3
42	4	3	1	3	3
TOTAL	148	124	125	126	124
RATA-RATA	3,52	2,95	2,98	3,00	2,95



Lampiran 6. Input Data Penilaian Konsumen Terhadap Kombinasi Stimuli

RSPNDN	STIMULI															
	S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	S8	S9	S10	S11	S12	S13	S14	S15	S16
1	16	7	8	5	15	14	6	2	3	12	9	13	10	11	4	1
2	13	12	15	7	16	14	11	2	5	9	10	3	6	8	4	1
3	11	12	13	5	16	15	9	3	2	10	8	4	7	6	14	1
4	16	15	6	3	14	13	10	2	8	12	4	11	5	7	9	1
5	16	12	11	4	10	8	5	7	2	15	6	9	3	14	13	1
6	16	14	15	4	11	12	8	2	13	10	7	9	5	6	3	1
7	12	10	14	4	16	15	13	11	3	9	5	6	2	7	8	1
8	15	14	16	10	12	9	5	1	4	11	2	6	7	13	8	3
9	16	12	15	6	10	8	13	3	14	7	5	9	2	11	4	1
10	13	7	16	5	15	14	10	9	8	12	3	4	2	11	6	1
11	15	11	16	3	9	7	12	6	14	10	5	8	1	13	4	2
12	14	8	10	7	16	15	6	11	1	12	9	5	3	4	13	2
13	14	15	9	3	11	8	6	7	5	16	12	13	10	2	4	1
14	12	16	13	8	15	11	7	4	2	14	3	10	9	5	6	1
15	6	8	9	5	14	13	7	3	10	12	16	15	2	4	11	1
16	11	16	10	7	14	13	8	5	3	15	2	12	9	6	4	1
17	16	14	13	5	10	12	9	3	8	15	1	7	4	11	6	2
18	16	12	10	8	13	11	9	2	7	15	4	5	3	14	6	1
19	11	8	15	5	16	14	6	7	3	13	4	2	1	12	10	9
20	8	15	9	3	10	13	14	2	11	4	12	16	7	6	5	1
21	15	16	6	4	12	8	11	10	1	13	14	9	7	5	3	2
22	15	12	13	2	16	5	6	7	4	14	9	11	1	10	3	8
23	11	14	16	9	15	12	10	6	3	8	2	7	13	4	5	1
24	11	10	13	3	16	15	14	2	6	9	5	4	7	8	12	1
25	13	8	15	6	14	16	7	9	5	11	3	2	4	12	10	7
26	9	14	12	3	16	15	11	4	2	13	8	10	7	6	5	1
27	16	15	6	3	13	11	12	5	8	14	4	9	2	7	10	1
28	11	10	13	3	15	16	14	9	5	7	6	4	2	8	12	1
29	12	11	13	3	15	16	14	8	5	7	6	4	2	9	10	1
30	9	13	6	4	11	10	8	3	2	12	5	4	7	15	16	1
31	11	13	16	3	15	14	8	12	2	7	9	10	5	4	6	1
32	2	13	16	3	15	14	8	4	7	6	12	11	10	5	9	1
33	13	16	7	1	12	6	11	10	3	14	5	15	4	9	8	2
34	15	16	14	7	4	3	5	10	1	9	8	13	11	6	2	12
35	16	15	4	3	13	14	10	8	2	11	9	12	5	7	6	1
36	12	8	16	9	15	14	4	13	3	7	5	6	11	10	2	1
37	12	8	16	9	15	14	5	13	1	7	4	6	11	10	3	2
38	13	16	11	8	2	7	6	2	3	15	4	14	10	9	5	1
39	10	9	15	2	16	11	7	8	4	14	13	3	1	12	5	6
40	16	13	15	10	11	7	4	2	3	4	6	5	9	12	8	1
41	7	13	15	4	16	14	9	6	2	10	3	8	11	5	12	1
42	8	6	16	3	15	14	4	13	7	9	5	2	2	11	10	1

Lampiran 7. Hasil Analisis Conjoint.

Utilities

		Utility Estimate	Std. Error
HARGA	< Rp. 10.000	2.402	.208
	Rp. 10.000 - Rp.15.000	2.390	.208
	Rp.15.000 - Rp.20.000	-1.318	.208
	> Rp.20.000	-3.473	.208
RASA	Manis	.921	.160
	Agak manis	.608	.188
	Sepat	-1.529	.188
WARNA	Kuning kehitaman dengan bercak hitam	-.307	.208
	Kuning dengan bercak hitam	.991	.208
	Hijau kekuningan dengan bercak hitam	.318	.208
	Hijau dengan bercak hitam	-1.003	.208
BIJI	Tidak berbiji	1.667	.160
	Berbiji kecil	-.342	.188
	Berbiji besar	-1.324	.188
JUMLAH	Banyak (>18 buah)	1.179	.160
	Sedang (13-18 buah)	-.238	.188
	Sedikit (< 12 buah)	-.940	.188
(Constant)		7.508	.139

Importance Values

HARGA	34.238
RASA	16.501
WARNA	18.398
BIJI	15.790
JUMLAH	15.072

Averaged Importance Score

Correlations^a


	Value	Sig.
Pearson's R	.998	.000
Kendall's tau	.967	.000

a. Correlations between observed and estimated preferences

Lampiran 8. Dokumentasi Penelitian



Lampiran 9. Surat Pengambilan Data Riset

**UNIVERSITAS MEDAN AREA**
FAKULTAS PERTANIAN
Kampus I : Jalan Kolam Nomor 1 Medan Estate ☎ (061) 7360168, 7366878, 7364348 ☎ (061) 7368012 Medan 20371
Kampus II : Jalan Setiabudi Nomor 79 / Jalan Sei Serayu Nomor 70 A ☎ (061) 8225602 ☎ (061) 8226331 Medan 20122
Website: www.uma.ac.id E-Mail: univ_medanarea@uma.ac.id

Nomor : 2846/FP.1/01.10/X/2022
Lamp. : -
Hal : Pengambilan Data/Riset
Medan, 27 Oktober 2022

Yth. Kepala Badan Penelitian Dan Pengembangan (BALITBANG)
Kota Medan

Dengan hormat,

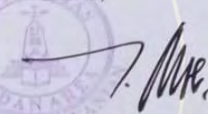
Dalam rangka penyelesaian studi dan penyusunan skripsi di Fakultas Pertanian Universitas Medan Area, maka bersama ini kami mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk dapat memberikan izin dan kesempatan kepada mahasiswa kami atas nama :

N a m a : Febry Pebryani Saragih
NIM : 188220172
Program Studi : Agribisnis

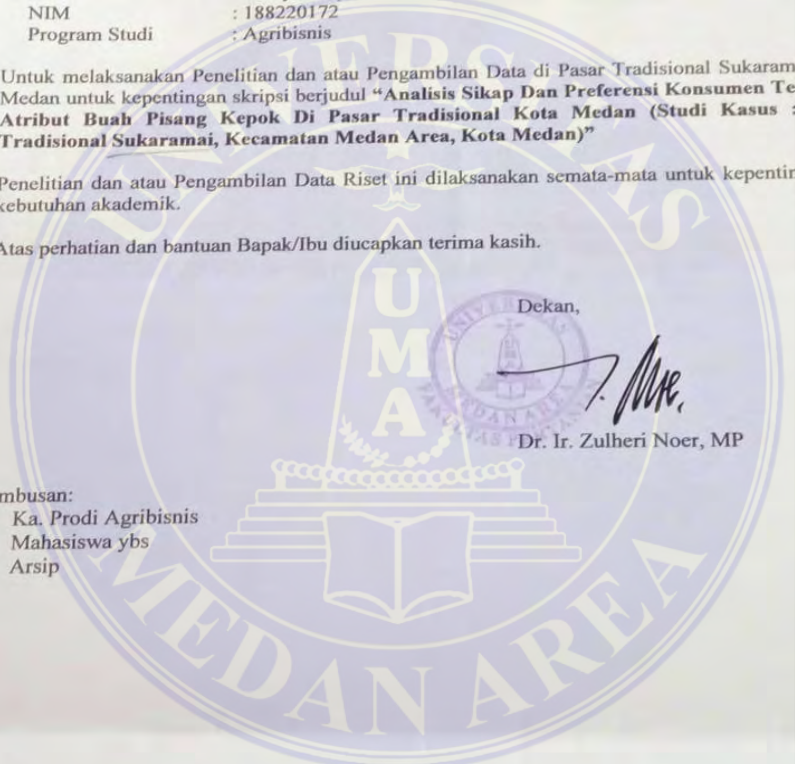
Untuk melaksanakan Penelitian dan atau Pengambilan Data di Pasar Tradisional Sukaramai Kota Medan untuk kepentingan skripsi berjudul "**Analisis Sikap Dan Preferensi Konsumen Terhadap Atribut Buah Pisang Kepok Di Pasar Tradisional Kota Medan (Studi Kasus : Pasar Tradisional Sukaramai, Kecamatan Medan Area, Kota Medan)**"

Penelitian dan atau Pengambilan Data Riset ini dilaksanakan semata-mata untuk kepentingan dan kebutuhan akademik.

Atas perhatian dan bantuan Bapak/Ibu diucapkan terima kasih.

Dekan,

Dr. Ir. Zulheri Noer, MP

Tembusan:
1. Ka. Prodi Agribisnis
2. Mahasiswa ybs
3. Arsip


Scanned by TapScanner

Lampiran 10. Surat Selesai Riset

 **PEMERINTAH KOTA MEDAN**
PERUSAHAAN UMUM DAERAH PASAR
KOTA MEDAN
Jl. Razak Baru No. 1-A Pasar Petisah Lantai III Medan - 20212
@ pud.pasarkotamedan @ pudpasarkotamedan @ pdpasarmedan
Email : pd.pasarkotamedan1@gmail.com

 **PASAR MEDAN**
Problematika - Unity - Development

Medan, 20 Januari 2023

Nomor : 070 / 0205 / PUDPKM / 2023
Hal : Izin Selesai Penelitian

Kepada Yth :
Dekan Fakultas Pertanian
Universitas Medan Area
Di -
Medan

Dengan Hormat,

Bersama ini memberitahukan bahwa Mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Medan Area :

No	NAMA	NIM	Ket
1.	Febry Pebryani Saragih	188220172	

1. Adalah benar telah selesai melaksanakan Penelitian di PUD. Pasar Kota dengan Judul “ Analisis Sikap dan Preferensi Konsumen Terhadap Atribut Buah Pisang Kepok di Pasar Tradisional Kota Medan (Studi Kasus: Pasar Tradisional Sukaramai, Kecamatan Medan Area, Kota Medan) ”

2. Demikian disampaikan agar dipergunakan sebagaimana mestinya.

DIREKSI PERUSAHAAN UMUM DAERAH PASAR KOTA MEDAN

IMAM ABUL HADI, SE
Direktur Pengembangan / SDM

Tembusan :

1. Kabag Kepegawaian PUD. Pasar Kota Medan.
2. Peringgal.

#KOLABORASI
#LIGAM-PENYATU

Scanned by TapScanner