

**ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP ATRIBUT
BUAH PEPAYA CALIFORNIA
STUDI KASUS : PASAR TRADISIONAL MEDAN *METRO*
TRADE CENTER (MMTC) KECAMATAN PERCUT SEI TUAN
KABUPATEN DELI SERDANG**

SKRIPSI

**OLEH
RICO PRAMUDIA
188220146**



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2024**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 19/12/24

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

**ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP ATRIBUT
BUAH PEPAYA CALIFORNIA
STUDI KASUS : PASAR TRADISIONAL MEDAN *METRO*
TRADE CENTER (MMTC) KECAMATAN PERCUT SEI TUAN
KABUPATEN DELI SERDANG**

SKRIPSI

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana di
Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Medan Area*

**OLEH
RICO PRAMUDIA
188220146**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2024**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 19/12/24

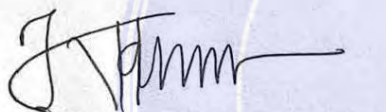
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN
TERHADAP ATRIBUT BUAH PEPAYA
CALIFORNIA STUDI KASUS : PASAR
TRADISIONAL MEDAN *METRO TRADE*
CENTER (MMTC) KECAMATAN PERCUT SEI
TUAN KABUPATEN DELI SERDANG

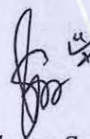
Nama : RICO PRAMUDIA
NPM : 188220146
Fakultas : PERTANIAN

Disetujui Oleh:
Komisi Pembimbing



Drs. Khairul Saleh, MMA

Pembimbing I



Siti Sabrina Salqaura, S.P., M.Sc

Pembimbing II

Diketahui Oleh :



Drs. Siska Panjang Hernosa, S.P., M.Si

Dekan Fakultas Pertanian



Marizha Nurcahyani, S.ST., M.Sc

Ketua Program Studi

Tanggal Lulus : 19 Maret 2024

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 19/12/24

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)19/12/24

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 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 dikemudian hari adanya plagiat dalam skripsi ini.

Medan, 19 Maret 2024



Rico Pramudia

188220146

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

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

Nama : Rico Pramudia
NIM : 188220146
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 Preferensi Konsumen Terhadap Atribut Buah Pepaya California Studi Kasus : Pasar Tradisional Medan *Metro Trade Center* (MMTC), Kecamatan Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang” 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 : 19 Maret 2024
Yang menyatakan

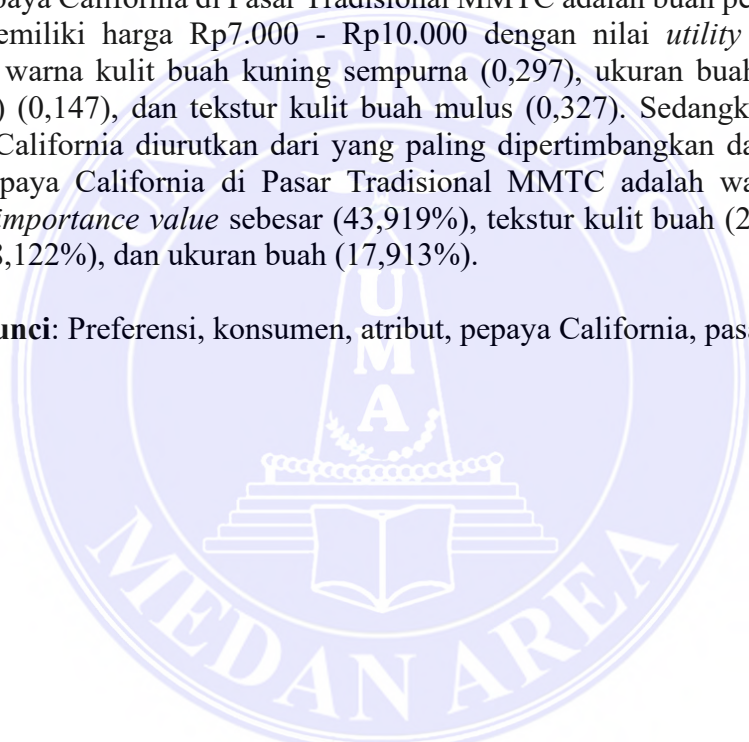


Rico Pramudia

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui preferensi konsumen terhadap atribut buah pepaya California dan atribut yang paling dipertimbangkan dalam pembelian buah pepaya California di Pasar Tradisional Medan *Metro Trade Center* (MMTC). Metode pengambilan sampel menggunakan teknik *accidental sampling* dengan menggunakan kuesioner. Jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 40 responden di mana semuanya merupakan konsumen yang membeli buah pepaya California di Pasar Tradisional MMTC, konsumen tersebut sudah pernah mengonsumsi buah pepaya California minimal tiga kali, dan konsumen tersebut membeli buah pepaya California untuk dikonsumsi sendiri dan tidak untuk diperdagangkan kembali. Analisis data yang digunakan adalah analisis multivariat konjoin. Hasil penelitian menunjukkan bahwa yang menjadi preferensi konsumen buah pepaya California di Pasar Tradisional MMTC adalah buah pepaya California yang memiliki harga Rp7.000 - Rp10.000 dengan nilai *utility* positif sebesar (0,197), warna kulit buah kuning sempurna (0,297), ukuran buah sedang (1-1,5 kg/buah) (0,147), dan tekstur kulit buah mulus (0,327). Sedangkan atribut buah pepaya California diurutkan dari yang paling dipertimbangkan dalam pembelian buah pepaya California di Pasar Tradisional MMTC adalah warna kulit buah dengan *importance value* sebesar (43,919%), tekstur kulit buah (20,045%), harga buah (18,122%), dan ukuran buah (17,913%).

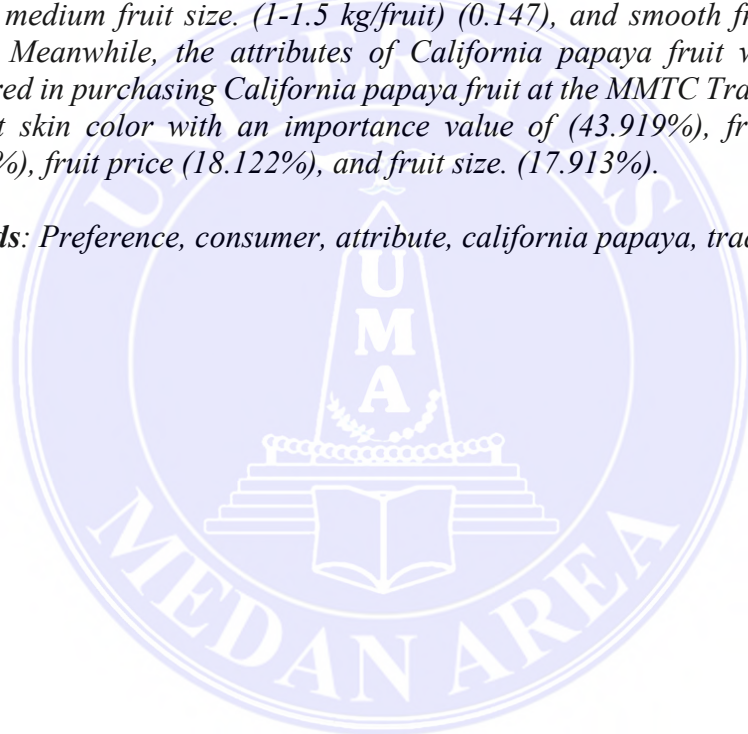
Kata Kunci: Preferensi, konsumen, atribut, pepaya California, pasar tradisional



ABSTRACT

This research aims to determine consumer preferences for the attributes of California papaya fruit and the attributes most considered when purchasing California papaya fruit at the Medan Metro Trade Center (MMTC) Traditional Market. The sampling method uses accidental sampling technique using a questionnaire. The number of respondents in this study was 40 respondents, all of whom were consumers who bought California papaya at the MMTC Traditional Market, these consumers had consumed California papaya at least three times, and these consumers bought California papaya for their own consumption and not for trading. return. The data analysis used is conjoint multivariate analysis. The results of the research show that the consumer preference for California papaya fruit at the MMTC Traditional Market is California papaya fruit which has a price of IDR 7,000 - IDR 10,000 with a positive utility value of (0.197), perfect yellow skin color (0.297), medium fruit size. (1-1.5 kg/fruit) (0.147), and smooth fruit skin texture (0.327). Meanwhile, the attributes of California papaya fruit which are most considered in purchasing California papaya fruit at the MMTC Traditional Market are fruit skin color with an importance value of (43.919%), fruit skin texture (20.045%), fruit price (18.122%), and fruit size. (17.913%).

Keywords: *Preference, consumer, attribute, california papaya, traditional market*



RIWAYAT HIDUP

Rico Pramudia dilahirkan pada tanggal 01 Juli 2000 di Sumberejo, Kecamatan Pagar Merbau, Kabupaten Deli Serdang, Provinsi Sumatera Utara. Anak kedua dari dua bersaudara dari pasangan Sugianto dan Arbia.

Pendidikan Sekolah Dasar di SD Negeri 105359 Sumberejo dan Sekolah Menengah Pertama (SMP) Nusantara Lubuk Pakam, selanjutnya Pendidikan di Sekolah Menengah Atas (SMA) Nusantara Lubuk Pakam.

Pada bulan September 2018, menjadi mahasiswa pada Fakultas Pertanian Universitas Medan Area pada Program Studi Agribisnis.

Selama mengikuti perkuliahan, penulis pernah menjadi penerima Beasiswa Bank Indonesia pada Tahun Ajaran 2021/2022. Penulis melaksanakan Praktik Kerja Lapangan (PKL) di PT. Socfin Indonesia lokasi Perkebunan Tanah Gambus, Kabupaten Batu Bara Tahun Ajaran 2021/2022. Penulis pernah menjadi anggota penelitian DIYA 2021 yang meneliti tentang Ketahanan Rumah Tangga Petani Bawang Merah di Kecamatan Perbaungan, Kabupaten Serdang Bedagai, Provinsi Sumatera Utara. Selain itu, penulis juga aktif menjadi sukarelawan bidang pendidikan di beberapa komunitas dan lembaga eksternal kampus.

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur penulis ucapkan ke hadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Atribut Buah Pepaya California (Studi Kasus : Pasar Tradisional Medan *Metro Trade Center* (MMTC), Kecamatan Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang)”.

Skripsi ini merupakan salah satu syarat kelulusan strata satu pada program studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Medan Area. Pada kesempatan kali ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih dan rasa hormat kepada:

1. Dr. Siswa Panjang Hernosa, S.P., M.Si selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Medan Area.
2. Marizha Nurcahyani, S.ST, M.Sc selaku Ketua Prodi Agribisnis Universitas Medan Area.
3. Drs. Khairul Saleh, MMA selaku Ketua Komisi Pembimbing yang telah membimbing dan memperhatikan selama masa penyusunan skripsi ini.
4. Siti Sabrina Salqaura, S.P., M.Sc selaku Anggota Komisi Pembimbing yang telah membimbing dan memperhatikan selama masa penyusunan skripsi ini.
5. Apip Gunaldi Dalimunthe, S.P., M. Sc selaku Sekretaris dalam kepanitian seminar dan sidang yang telah banyak memberikan saran yang bersifat membangun selama masa penyusunan skripsi ini.
6. Seluruh Dosen Fakultas Pertanian Universitas Medan Area yang telah membimbing dan memperhatikan selama masa pendidikan di program studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Medan Area.

7. Kedua orang tua dan saudara saya, serta keluarga yang telah memberikan banyak dukungan selama menjalani pendidikan sebagai mahasiswa.
8. Pihak tempat penelitian Pasaraya Medan *Metro Trade Center* (MMTC) dan seluruh responden di lokasi penelitian yang telah membantu penulis untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penyusunan skripsi ini.
9. Rekan seperjuangan Fandiwa Ansar dan Mugni Akbar Maulana yang telah menjadi teman dari awal hingga akhir masa perkuliahan.
10. Seluruh rekan-rekan mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Medan Area khususnya Program Studi Agribisnis yang telah memberikan dukungan selama perkuliahan.

Semua pihak yang telah membantu selama penelitian dan penyusunan skripsi penelitian ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak.

Penulis

Rico Pramudia

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN PERNYATAAN	i
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
RIWAYAT HIDUP	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.5 Kerangka Pemikiran	7
II. TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Pepaya	10
2.1.1 Pepaya California.....	11
2.2 Perilaku Konsumen	13
2.3 Preferensi Konsumen	14
2.4 Atribut	16
2.5 Analisis Multivariat.....	18
2.6 Penelitian Terdahulu.....	22
III. METODE PENELITIAN	25
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	25
3.2 Metode Pengambilan Sampel.....	25
3.3 Metode Pengumpulan Data	27
3.4 Metode Analisis Data	28
3.4.1 Analisis Konjoin	28
3.5 Operasional Variabel.....	35
IV. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN	37
4.1 Deskripsi Lokasi Penelitian.....	37
4.1.1 Letak dan Luas Wilayah Penelitian	37
4.1.2 Sarana dan Prasarana	37
4.1.3 Kondisi Demografi	38
V. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	41
5.1 Karakteristik Responden	41
5.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	41
5.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	41
5.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pernikahan	42
5.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	43
5.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Anggota Keluarga.....	44
5.1.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	44
5.1.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Rumah Tangga.....	45
5.2 Perilaku Pembelian Responden	47

5.2.1 Perilaku Pembelian Berdasarkan Pengetahuan.....	47
5.2.2 Perilaku Pembelian Berdasarkan Alasan Pembelian	48
5.2.3 Perilaku Pembelian Berdasarkan Frekuensi Pembelian.....	49
5.2.4 Perilaku Pembelian Berdasarkan Jumlah Pembelian.....	50
5.2.5 Perilaku Pembelian Berdasarkan Alternatif Tempat Pembelian.....	51
5.2.6 Perilaku Pembelian Berdasarkan Harga Pembelian.....	52
5.2.7 Perilaku Pembelian Berdasarkan Pemilihan Warna Kulit Buah.....	53
5.2.8 Perilaku Pembelian Berdasarkan Pemilihan Ukuran Buah.....	54
5.2.9 Perilaku Pembelian Berdasarkan Pemilihan Tekstur Kulit Buah	55
5.3 Hasil Penelitian.....	56
5.3.1 Preferensi Konsumen terhadap Atribut Buah Pepaya California	56
5.3.2 Atribut Buah Pepaya California Yang Paling Dipertimbangkan.....	58
5.3.3 Nilai Korelasi dan Signifikansi.....	59
5.4 Pembahasan	59
5.4.1 Preferensi Konsumen terhadap Atribut Buah Pepaya California	59
5.4.2 Atribut Buah Pepaya California Yang Paling Dipertimbangkan.....	65
5.4.3 Nilai Korelasi dan Signifikansi.....	67
VI. KESIMPULAN DAN SARAN.....	69
6.1 Kesimpulan.....	69
6.2 Saran	69
DAFTAR PUSTAKA.....	70
LAMPIRAN.....	74

DAFTAR TABEL

No	Keterangan	Halaman
1.	Produksi Buah Pepaya di Sumatera Utara Tahun 2017-2021	2
2.	Konsumsi Buah Pepaya di Sumatera Utara Per-Kapita Sebulan Tahun 2018-2022	3
3.	Atribut Buah Pepaya California dan Levelnya	29
4.	Jumlah Stimuli Atribut Buah Pepaya California.....	33
5.	Sebaran Penduduk Menurut Jenis Kelamin di Kecamatan Percut Sei Tuan Tahun 2022	39
6.	Sebaran Jumlah Penduduk Menurut Jenis Kelamin di Kecamatan Percut Sei Tuan Tahun 2022	39
7.	Karakteristik Responden Buah Pepaya California Berdasarkan Jenis Kelamin	41
8.	Karakteristik Responden Buah Pepaya California Berdasarkan Umur.....	42
9.	Karakteristik Responden Buah Pepaya California Berdasarkan Status Pernikahan.....	42
10.	Karakteristik Responden Buah Pepaya California Berdasarkan Tingkat Pendidikan	43
11.	Karakteristik Responden Buah Pepaya California Berdasarkan Jumlah Anggota Keluarga	44
12.	Karakteristik Responden Buah Pepaya California Berdasarkan Pekerjaan ...	45
13.	Karakteristik Responden Buah Pepaya California Berdasarkan Pendapatan Rumah Tangga	46
14.	Hasil Analisis Konjoin Buah Pepaya California	56
15.	Importance Values Atribut Buah Pepaya California.....	58
16.	Nilai Korelasi dan Signifikansi	59
17.	Interpretasi Nilai Korelasi	67

DAFTAR GAMBAR

No	Keterangan	Halaman
1.	Kerangka Pemikiran.....	9
2.	Pepaya California.....	11
3.	Dari sebelah kiri; Warna Kuning Kehijauan, Kuning Sempurna, Kuning Keoranyean	30
4.	Dari Sebelah Kiri; Kecil (<1kg), Sedang (1-1,5 kg), Besar (>1,5 kg)	31
5.	Dari Sebelah Kiri; Mulus, Bercak.....	32
6.	Perilaku Pembelian Berdasarkan Pengetahuan Tentang Pepaya California ..	47
7.	Perilaku Pembelian Berdasarkan Alasan Pembelian.....	48
8.	Perilaku Pembelian Berdasarkan Frekuensi Pembelian.....	49
9.	Perilaku Pembelian Berdasarkan Jumlah Pembelian	50
10.	Perilaku Pembelian Berdasarkan Alternatif Tempat Pembelian.....	51
11.	Perilaku Pembelian Berdasarkan Harga Pembelian.....	52
12.	Perilaku Pembelian Berdasarkan Pemilihan Warna Kulit Buah	53
13.	Perilaku Pembelian Berdasarkan Pemilihan Ukuran Buah	54
14.	Perilaku Pembelian Berdasarkan Pemilihan Tekstur Kulit Buah	55
15.	Nilai Utilitas Atribut Harga Buah	60
16.	Nilai Utilitas Atribut Warna Kulit Buah	61
17.	Nilai Utilitas Atribut Ukuran Buah	63
18.	Nilai Utilitas Atribut Tekstur Kulit Buah.....	64

DAFTAR LAMPIRAN

No	Keterangan	Halaman
1.	Daftar Kuesioner Penelitian	74
2.	Hasil Olahan Data	78
3.	Dokumentasi Penelitian	84
4.	Lokasi Penelitian	86
5.	Surat Pengantar Riset/Penelitian	87
6.	Surat Selesai Riset/Penelitian.....	88



I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Produk hortikultura menjadi salah satu produk pertanian bernilai ekonomi tinggi serta memiliki potensi agribisnis amat besar dan perlu dikembangkan untuk meningkatkan penghasilan masyarakat, terutama petani dengan skala kecil hingga besar. Produk hortikultura dalam negeri saat ini ditujukan untuk mencukupi kebutuhan dalam negeri lewat pasar tradisional dan pasar modern (Dirjen Hortikultura, 2015). Produk Hortikultura menjadi komoditas pertanian yang menyimpan nutrisi tinggi yang dibutuhkan tubuh. Buah dan sayuran merupakan bagian dari komoditas hortikultura yang menyimpan beragam komponen penting yang dibutuhkan oleh tubuh manusia dan yang tidak dimiliki komoditas pertanian lain. Oleh sebab itu, dianjurkan untuk mengonsumsi buah serta sayur segar pada jumlah yang cukup setiap hari. Kebutuhan vitamin, mineral dan serat dapat dipenuhi dari buah dan sayuran (Zulhaedar, 2012).

Negara tropis seperti Indonesia memiliki keanekaragaman buah-buahan yang melimpah, salah satunya adalah buah pepaya. Pepaya menjadi salah satu buah tropis yang menjadi tanaman serbaguna, komoditas ini dapat dimanfaatkan serta bernilai dan bergizi tinggi. Buah pepaya ramai dikonsumsi masyarakat lantaran dalam 100g buah pepaya masak mengandung vitamin A, vitamin C, dan kadar serat. Selaku komoditas utama, selain menyimpan vitamin yang tinggi buah pepaya juga memiliki beberapa kelebihan seperti cepat berbuah, bisa berbuah sepanjang tahun, dan tidak membutuhkan lahan yang luas dan juga bisa ditanam pada pelataran rumah (Usmayani dkk., 2015).

Tabel 1. Produksi Buah Pepaya di Sumatera Utara Tahun 2017-2021

Tahun	Produksi (ton)
2017	29.570
2018	24.867
2019	30.421
2020	30.065
2021	50.232

Sumber: Data Statistik Tanaman Hortikultura Provinsi Sumatera Utara 2021

Berdasarkan Tabel 1, terjadi fluktuasi terhadap produksi buah pepaya di Provinsi Sumatera Utara. Produksi buah pepaya di Sumatera Utara pada tahun 2021 naik 67,08 persen dibandingkan tahun sebelumnya. Kenaikan tersebut antara lain didorong oleh peningkatan jumlah tanaman yang menghasilkan dan produktivitas tanaman pepaya utamanya pada beberapa daerah sentra penghasil pepaya. Daerah sentra produksi pepaya di Sumatera Utara terdapat di Kabupaten Tapanuli Selatan dengan kontribusi produksi 27,99 persen terhadap total produksi tanaman pepaya di Sumatera Utara. Daerah sentra lainnya adalah Kabupaten Nias Selatan dengan kontribusi 25,25 persen, Kabupaten Langkat dengan kontribusi 11,05 persen, Kabupaten Samosir dengan kontribusi 6,30 persen, dan Kabupaten Labuhan Batu Selatan berkontribusi 3,25 persen. Sisanya, kumulatif kontribusi kabupaten/kota lainnya 26,15 persen dengan total produksi 50.232 ton.

Hampir semua masyarakat Indonesia mengetahui dan menggemari buah pepaya. Dalam keadaan segar, buah pepaya ramai dikonsumsi oleh masyarakat karena menyimpan nutrisi dan harga terjangkau. Oleh sebab itu, di Indonesia pepaya ramai di budi dayakan (Ratnawati dkk., 2019). Dalam segi konsumsi memperlihatkan bahwa buah pepaya menjadi buah yang banyak dikonsumsi

masyarakat di Indonesia. Konsumsi buah pepaya di Sumatera Utara memperlihatkan adanya kenaikan. Dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Konsumsi Buah Pepaya di Sumatera Utara Per-Kapita Sebulan Tahun 2018-2022

Komoditi Buah	Satuan	Tahun				
		2018	2019	2020	2021	2022
Pepaya	Kg	0,21	0,26	0,25	0,28	0,29

Sumber: Data Statistik Konsumsi Pangan Diolah

Berdasarkan data Statistik Konsumsi Pangan Tahun 2022, konsumsi per kapita buah pepaya di Sumatera Utara dalam sebulan selama periode 2018-2022 cenderung meningkat dengan konsumsi 0,21 kg pada tahun 2018 bertumbuh menjadi 0,29 kg per kapita pada tahun 2022. Meningkatnya jumlah konsumsi terhadap buah pepaya dipengaruhi sejumlah faktor. Faktor-faktor tersebut yakni harga yang mempengaruhi permintaan dari komoditi itu sendiri, pendapatan yakni konsumen akan menambah konsumsinya saat pendapatan mereka naik dan akan mengurangi konsumsi saat pendapatan mereka turun, dan selera yakni apakah konsumen menyukai atau tidak menyukai produk tersebut (Marni, dkk., 2021).

Meningkatnya jumlah konsumsi buah pepaya juga tidak terlepas dari kondisi pemasaran buah pepaya itu sendiri. Pemasaran buah pepaya sudah tersebar luas di beragam pasar baik di pasar tradisional hingga pasar modern. Peningkatan konsumsi buah pepaya menyebabkan permintaan buah pepaya juga meningkat sehingga produsen harus menyediakan buah pepaya yang berkualitas dan dapat memenuhi kepuasan konsumen. Terdapat beberapa jenis varietas pepaya yang ada di pasaran seperti pepaya Bangkok, pepaya Hawaii, pepaya jingga dan pepaya California. Pepaya Calina atau lebih dikenal dengan pepaya California adalah

varietas pepaya hasil dari pemuliaan yang dikembangkan oleh pusat kajian tropika IPB. Pepaya ini menjadi buah lokal asli dari Indonesia yang banyak dikonsumsi masyarakat karena rasanya yang lebih manis, ukuran buah yang tidak terlalu besar, memiliki daging yang tebal dan lembut, daging buah cenderung tidak benyek, serta memiliki ketahanan masa simpan yang lebih baik di bandingkan varietas pepaya lainnya (Anonim, 2014).

Pasar Tradisional Medan *Metro Trade Centre* (MMTC) merupakan pasar tradisional sebagai tempat penjualan buah pepaya California yang berlokasi di Jl. Williem Iskandar yang berada di perbatasan Kota Medan dan Deli Serdang. Berdasarkan pra survei yang dilakukan, pasar tradisional MMTC memiliki 10 pedagang buah pepaya California. Buah pepaya California yang di perdagangkan di peroleh dari Kabupaten Langkat dan Kabupaten Serdang Bedagai. Pada tahun 2021, Kabupaten Serdang Bedagai menghasilkan produksi pepaya sebanyak 1.247 ton dan Kabupaten Langkat sebanyak 5.551 ton (BPS Provinsi Sumatera Utara, 2021).

Konsumen buah pepaya California di pasar tradisional MMTC mempunyai cara yang berbeda-beda untuk mengonsumsi buah pepaya California. Umumnya konsumen membeli buah pepaya matang untuk dikonsumsi secara langsung sebagai buah segar, namun tidak jarang konsumen yang memilih untuk mengolahnya menjadi bentuk lain. Beberapa konsumen memilih buah pepaya matang untuk diolah menjadi selai, puding buah, es lilin, jus, atau bentuk lainnya lantaran rasanya manis serta tekstur daging buah yang lunak sehingga memudahkan dalam proses pengolahannya. Sementara itu, beberapa konsumen lainnya memilih buah pepaya yang tidak terlalu matang (mangkar) untuk diolah menjadi salad buah, rujak,

manisan, masakan rumahan, atau bentuk lainnya karena tekstur buah yang tidak mudah hancur, daya simpan lebih lama, dan rasa yang segar. Alasan konsumen mengolah buah pepaya menjadi bentuk lain karena mudah diolah, rasanya enak, sehat, dan hemat bila disajikan untuk di konsumsi sendiri. Alasan lainnya karena buah pepaya mudah didapatkan dan harganya terjangkau. Perihal tersebut sependapat dengan hasil penelitian yang dilakukan Istiqomah dkk (2016), buah pepaya dapat dikonsumsi secara langsung dalam keadaan segar atau bisa diolah beraneka macam olahan yang bahan-bahannya sederhana dan murah seperti menjadi puding, selai, *smoothie* atau lainnya agar lebih tahan lama.

Dengan semakin kritisnya konsumen dalam menilai suatu produk, konsumen akan memandang suatu produk berlandaskan karakteristik atau ciri atau atribut dari suatu produk. Para pedagang butuh mengerti apa yang dilihat konsumen, atribut apa saja yang dikenali dari suatu produk, atribut mana yang dirasa paling penting oleh konsumen. Wawasan perihal atribut tersebut dapat mempengaruhi pengambilan keputusan konsumen. Wawasan yang lebih luas terkait atribut suatu produk memudahkan konsumen memilih produk yang akan dibeli (Sumarwan, 2003). Dalam penelitian (Priyambodo dkk., 2019) membuktikan bahwa konsumen kebanyakan mula-mula mengamati atribut-atribut yang melekat pada suatu produk dan menentukan suka atau tidak suka terhadap kombinasi atribut produk yang ada sehingga sesuai dengan kombinasi atribut yang diinginkan.

Menurut Wijayanti (2011), preferensi konsumen adalah penentuan ketertarikan konsumen pada produk (barang atau jasa) yang dikonsumsi sambil menilai berbagai hal seperti harga yang terjangkau, mempunyai nilai manfaat pada masyarakat, serta mampu memenuhi kebutuhan konsumen. Sebelum konsumen

memilih membeli suatu produk, mula-mula konsumen memperhitungkan ciri-ciri fisik (atribut) yang melekat pada produk tersebut. Atribut di sini diartikan berupa ciri atau sifat yang ada pada buah pepaya California. Sejumlah atribut yang dinilai konsumen ialah harga buah, warna kulit buah, tekstur kulit buah dan ukuran buah. Adanya preferensi konsumen terhadap buah pepaya California bisa menjadi informasi kepada pedagang sehingga menjual buah yang berkualitas dan menerapkan strategi pemasaran yang lebih baik dan buah pepaya California yang diperdagangkan mampu memenuhi dan sesuai dengan keinginan konsumen.

Berdasarkan deskripsi yang sudah dijelaskan di atas, peneliti ingin mengetahui kriteria buah pepaya California yang sesuai dengan keinginan atau preferensi konsumen. Peneliti akan melakukan penelitian yang berjudul “Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Atribut Buah Pepaya California (Studi Kasus : Pasar Tradisional Medan *Metro Trade Center* (MMTC), Kecamatan Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang)”.

1.2 Perumusan Masalah

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

1. Bagaimanakah preferensi konsumen terhadap atribut buah pepaya California di Pasar Tradisional Medan *Metro Trade Center* (MMTC)?
2. Apakah atribut yang paling dipertimbangkan konsumen dalam pembelian buah pepaya California di Pasar Tradisional Medan *Metro Trade Center* (MMTC)?

1.3 Tujuan Penelitian

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

1. Untuk mengetahui preferensi konsumen terhadap atribut buah pepaya California di Pasar Tradisional Medan *Metro Trade Center* (MMTC).
2. Untuk mengetahui atribut yang paling dipertimbangkan konsumen dalam pembelian buah pepaya California di Pasar Tradisional Medan *Metro Trade Center* (MMTC).

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

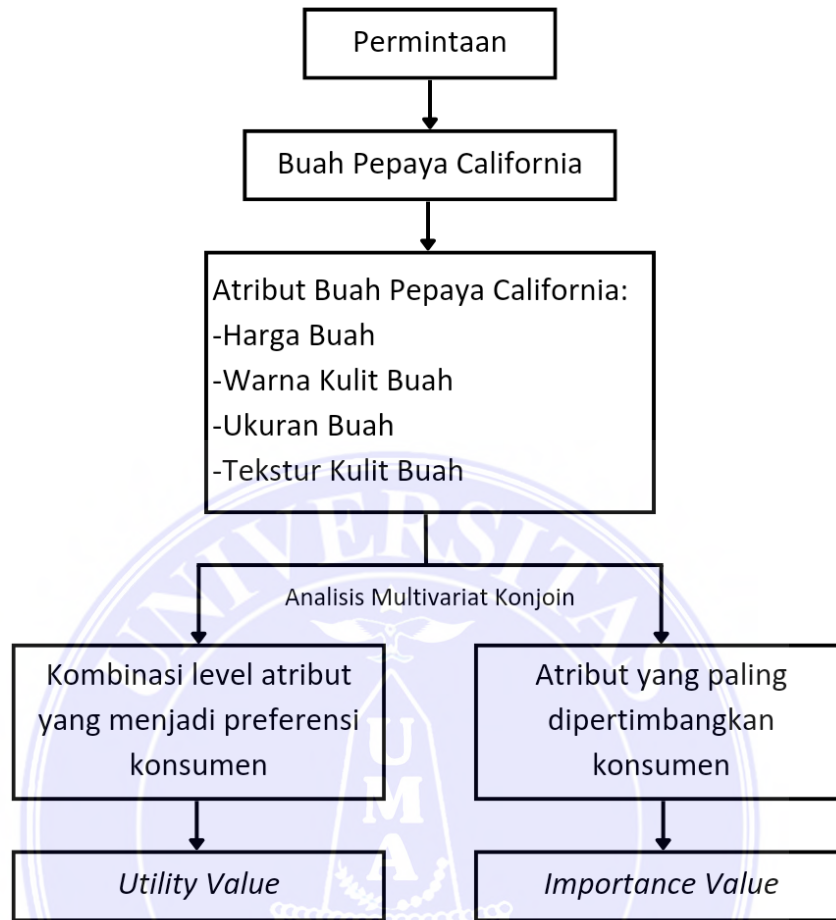
1. Untuk pedagang buah pepaya California, hasil penelitian ini diharapkan menjadi informasi akan preferensi konsumen terhadap buah pepaya California di pasar tradisional MMTC sehingga dapat dimanfaatkan menjadi bahan evaluasi dalam memasarkan buah pepaya California agar sesuai dengan preferensi konsumen.
2. Penelitian ini diharapkan menjadi informasi ilmu pengetahuan mengenai preferensi konsumen serta bisa dimanfaatkan untuk memperbanyak referensi penelitian selanjutnya terhadap permasalahan yang sama.

1.5 Kerangka Pemikiran

Pepaya California merupakan buah lokal asli dari Indonesia yang banyak dikonsumsi masyarakat karena rasanya yang lebih manis, ukuran buah yang tidak terlalu besar, memiliki daging yang tebal dan lembut, daging buah cenderung tidak benyek, serta memiliki ketahanan masa simpan yang lebih baik di bandingkan varietas pepaya lainnya (Anonim, 2014). Peningkatan konsumsi menyebabkan permintaan buah ini meningkat yang memaksa produsen dan pedagang agar kerap berupaya memenuhi persediaan pasar.

Konsumen ketika menentukan pilihan atas suatu produk akan dipengaruhi atribut-atribut pada produk tersebut. Atribut produk ialah faktor atau karakteristik atau ciri yang menjadi pertimbangan konsumen pada saat membeli produk dan merupakan bagian-bagian produk yang dirasa penting oleh konsumen sehingga menjadi ukuran pengambilan keputusan pembelian (Tjiptono, 2011). Atribut buah pepaya California yang akan digunakan pada penelitian ini ialah harga buah, warna kulit buah, ukuran buah, dan tekstur kulit buah. Semua atribut akan dijadikan preferensi oleh konsumen ketika membeli buah pepaya California. Preferensi ialah rasa suka untuk memilih sesuatu dari pada yang lainnya, konsumen mempunyai preferensinya sendiri pada suatu produk yang berbeda-beda seperti atribut yang ada pada satu produk (Cahyanti & Najib, 2016).

Penelitian ini memakai metode analisis multivariat konjoin. Analisis konjoin merupakan suatu cara yang spesifik digunakan demi menginterpretasikan keinginan atau preferensi konsumen pada suatu produk atau jasa melalui pengukuran nilai kegunaan (*utility*) dan nilai relatif penting (*importance value*) berbagai atribut pada produk atau jasa (Hair, dkk., 2010). Pada penelitian ini, analisis konjoin menganalisis preferensi konsumen terhadap atribut buah pepaya California serta untuk mengetahui atribut buah pepaya California yang menjadi pertimbangan konsumen. Setelah mengetahui preferensi konsumen, diharapkan buah pepaya California yang diperdagangkan pedagang oleh pedagang dapat memuaskan konsumen sesuai dengan kebutuhan dan kesukaan konsumen. Berdasarkan deskripsi di atas, dibuat kerangka pemikiran sebagaimana yang ada di gambar berikut ini.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pepaya

Pepaya merupakan tanaman yang berasal dari negara tropis di benua Amerika, dari wilayah Meksiko bagian selatan dan Nikaragua. Tanaman ini di bawa oleh bangsa Portugis dalam pelayarannya pada abad ke-16, lalu meluas ke bermacam-macam negara hingga ke benua Afrika dan India yang berada di benua Asia. Dari sini tanaman ini merata ke berbagai negara beriklim tropis lainnya sampai ke pulau-pulau di laut Pasifik pada abad ke-17 (Kalie, 1992). Menurut Amir Hamzah (2014), klasifikasi tanaman pepaya:

<i>Kingdom</i>	: <i>Plantae</i>
<i>Subkingdom</i>	: <i>Tracheobionta</i>
<i>Super Divisi</i>	: <i>Spermatophyta</i>
<i>Divisi</i>	: <i>Magnoliophyta</i>
<i>Kelas</i>	: <i>Magnoliopsida</i>
<i>Sub Kelas</i>	: <i>Dilleniidae</i>
<i>Ordo</i>	: <i>Violales</i>
<i>Famili</i>	: <i>Caricaceae</i>
<i>Genus</i>	: <i>Carica</i>
<i>Spesies</i>	: <i>Carica papaya</i> L.

Pepaya yang dibudidayakan petani Indonesia terdiri dari 2 kategori yakni pepaya eksotis dan pepaya lokal. Pepaya eksotis menjadi varietas pepaya lokal yang mempunyai sejumlah perbedaan dengan varietas pepaya lokal yakni memiliki bentuk unik, berukuran buah kecil hingga sedang, kulit buah halus, daging buah berwarna jingga hingga merah segar, rasanya lebih manis, dan buah bertekstur lembut. Pepaya eksotis seperti jenis pepaya California, Hawaii, Pontianak, dan

taiwan. Sedangkan kategori pepaya lokal yang terdiri dari pepaya Bangkok, bogor, dan pepaya Jinggo yang mempunyai ukuran relatif lebih besar (Setiaty, 2011).

2.1.1 Pepaya California



Sumber : msmbindonesia.com

Gambar 2. Pepaya California

Berdasarkan artikel yang diterbitkan msmbindonesia.com pada tahun 2018, Pepaya California merupakan nama lain dari pepaya calina (California-Indonesia). Tanaman ini merupakan hasil pemuliaan yang dilakukan oleh Prof. Dr. Ir. Sriani, MS dan tim Pusat Kajian Hortikultura Tropika Institut Pertanian Bogor (IPB) yang kenalkan pada tahun 2010. Tanaman yang berawal dari salah seorang petani di Kota Bogor yang mempunyai tanaman pepaya asli dari negara bagian California yang keadaannya telah mulai menua, kemudian dilakukan pemuliaan. Prosedur pemuliaan ini dikerjakan sepanjang tujuh tahun hingga menghasilkan pepaya California-Indonesia (Calina). Alhasil pepaya Calina dikenal sebagai pepaya California lantaran para distributor hingga pedagang lebih menyukai penggunaan nama tersebut, alasannya ketika menggunakan nama tersebut akan menimbulkan kesan pepaya impor agar bertambah laris di pasaran.

Keunikan buah pepaya California dapat dilihat dari bentuk buahnya yang lonjong dan memanjang. Biasanya buah pepaya California mempunyai berat hingga 1,5 kg. Pepaya California mempunyai rasa yang lebih manis, lebih awet dan dapat dipanen lebih cepat dari varietas pepaya lain. Inilah yang membuatnya amat digemari. Pepaya California menyimpan nutrisi serta gizi seperti vitamin C, vitamin A, serat, folat, kalsium, magnesium, dan masih banyak lagi. Tidak hanya rasanya yang manis, pepaya ini mempunyai beragam manfaat bagi tubuh. Sejumlah kebaikan buah pepaya California:

1. Melindungi Jantung

Tingginya antioksidan pada pepaya ini bisa mencegah oksidasi kolesterol yang menyebabkan penyakit jantung. Selain itu, terdapat serat, kalium, vitamin C, dan likopen menjadi pelindung alami bagi jantung. Kandungan vitamin C dan likopen pada pepaya membuat buah ini menjadi makanan yang baik dalam mengurangi risiko penyakit jantung.

2. Melancarkan Pencernaan dan Mencegah Peradangan

Pepaya memiliki dua enzim untuk membantu melancarkan pencernaan serta bisa mencegah peradangan. Kedua enzim tersebut ialah *papain* dan *chymopapain*. Pepaya pula mengandung serat dan tinggi kadar air yang mencegah sembelit dan melancarkan pencernaan.

3. Meningkatkan Sistem Imun Tubuh

Berlimpah akan vitamin A, vitamin C, dan Vitamin E membuat pepaya menjadi buah yang efektif meningkatkan imun tubuh. Vitamin C mampu melawan bakteri hingga virus berbahaya. Vitamin A serta beta karoten pada pepaya mampu mengatasi penyakit infeksi, pilek, flu, atau

demam. Kandungan vitamin pada buah pepaya dapat menjadi antioksidan untuk menangkal radikal bebas juga menjaga sistem imun.

4. Menjaga Kesehatan Kulit

Pepaya memiliki zat antioksidan yang disebut likopen. Likopen mampu mengatasi kerusakan sel kulit hingga kulit kemerahan yang diakibatkan paparan sinar matahari. Zat lainnya ialah enzim papain, vitamin A dan C berkhasiat untuk melembutkan kulit, mengurangi kerutan, memudarkan flek hitam, dan mempertahankan kulit tetap sehat.

5. Menyehatkan Mata

Buah pepaya tinggi vitamin A berguna untuk kesehatan mata dan mampu menurunkan risiko gangguan penglihatan dampak bertambahnya usia.

6. Menurunkan Berat Badan

Pepaya berguna untuk melancarkan sistem pencernaan, membangun sistem metabolisme lebih optimal, dan proses pembakaran lemak tubuh menjadi energi. Oleh sebab itu, buah pepaya ampuh untuk menurunkan berat badan serta enzim pada pepaya secara alami berguna mengurangi karbohidrat dan lemak tubuh.

2.2 Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen membentuk kebiasaan individu, kelompok, atau organisasi saat melakukan pemilihan, pembelian, penggunaan, penolakan, atau tata kelola barang, jasa, atau ide dan pengalaman yang tersedia ketika memenuhi kebutuhan dan keinginannya (Kotler & Keller, 2016). Menurut Sahabuddin (2018), perilaku konsumen terdiri dari serangkaian aktivitas, tindakan, dan metode

psikologis yang mendorong aksi untuk mengonsumsi sebelum, saat dan setelah pembelian, penggunaan dan pemakaian produk atau jasa, termasuk dalam kegiatan evaluasi setelah konsumsi.

Menurut Priansa (2016), perilaku konsumen berarti satu kegiatan konsumen untuk mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan menghabiskan produk atau jasa bertujuan memuaskan kebutuhannya. Merujuk pada tindakan dalam pembelian produk atau jasa demi kepentingan pribadi yang dilakukan individu serta rumah tangga, termasuk hingga pembelian terakhir yang dilakukan. Pandangan tersebut sejalan dengan pendapat (Sudaryono, 2014), perilaku konsumen mencakup kegiatan yang dilakukan oleh konsumen untuk memuaskan kebutuhannya, dalam hal menggunakan, mengonsumsi atau menghabiskan produk atau jasa tersebut, termasuk dalam proses pengambilan keputusan sebelum atau sesudah pembelian dilakukan.

2.3 Preferensi Konsumen

Menurut Kotler dan Armstrong (2003), preferensi konsumen merupakan kecenderungan seseorang terhadap produk atau jasa yang mereka sukai atas berbagai alternatif produk yang ada. Preferensi konsumen hadir pada fase evaluasi, berikut model *hierarchy of effect* yang dikenalkan oleh Kotler dan Keller (2016):

1. Kesadaran (*Awareness*), merupakan tahapan ketika konsumen melihat dan sadar terdapat satu produk berupa barang atau jasa.
2. Pengetahuan (*Knowledge*), merupakan tahapan ketika konsumen telah tahu dan memahami akan produk.
3. Menyukai (*Liking*), merupakan tahapan ketika konsumen telah menyukai produk.

4. Memilih (*Preference*), merupakan tahapan ketika konsumen makin memilih produk tersebut dibanding pilihan produk lain.
5. Keinginan untuk membeli (*Conviction/Intention to buy*), merupakan tahapan ketika konsumen memiliki keinginan membeli produk tersebut.
6. Membeli (*Purchase*), merupakan tahapan ketika konsumen sudah menjadi konsumen loyal pada satu produk. Konsumen tersebut yakin untuk membeli produk tanpa banyak petunjuk.

Hubungan dalam preferensi bisa diperkirakan melalui tiga sifat dasar yang dikemukakan oleh Nicholson (2001).

1. Kelengkapan (*completeness*)

Apabila A dan B adalah dua keadaan atau situasi, bahwa tiap orang kerap harus mampu menjelaskan apakah A lebih disukai dari B, atau B lebih disukai dari A, atau A dan B sama-sama disukai sehingga dengan cara ini individu digambarkan tidak ragu ketika memilih karena mereka tahu yang lebih disukai dan yang lebih tidak disukai, dengan demikian terus mampu memilih pilihan di antara dua alternatif yang ada.

2. Transitivitas (*transitivity*)

Apabila seseorang mengatakan lebih menyukai A dari B, dan lebih menyukai B dari C, maka ia wajib lebih menyukai A dari C dengan begitu orang tidak bisa menyebutkan preferensinya yang saling berlawanan.

3. Kontinuitas (*continuity*)

Apabila seseorang mengatakan lebih menyukai A dari B, artinya seluruh keadaan di bawah A akan disukai dari keadaan di bawah pilihan B.

Terdapat beragam jenis produk di pasaran, konsumen tetap memilih produk yang ia minati, yang mampu memaksimalkan kepuasannya, dan memiliki karakteristik yang sesuai dengan pembandingan, keinginan, serta kepentingan konsumen (Kautsar, 2012). Terdapat faktor yang mempengaruhi preferensi yakni atribut produk, kepentingan, dan kepercayaan konsumen. Atribut produk diasumsikan menjadi satu hal yang dapat membedakan satu produk dengan produk lainnya. Konsumen akan melihat satu produk terdiri kumpulan atribut-atribut karena setiap konsumen mempunyai persepsinya yang berbeda (Simamora, 2005). Ambang kepentingan atribut merupakan suatu hal yang berbeda pada setiap konsumen, karena kepentingan atribut dapat bertumpu pada kebutuhan serta keinginan para konsumen. Kepercayaan konsumen bertumbuh di setiap diri konsumen yang dikenal sebagai *brand image* (Napitupulu, 2018).

Preferensi konsumen pada suatu produk merupakan tahap awal kesetiaan konsumen pada produk, lalu produsen atau pemasar harus wajib tahu keinginan konsumen agar dapat memperoleh produk sesuai dengan permintaan pasar. Preferensi konsumen terkait erat pada atribut suatu produk yang mana atribut-atribut yang menentukan seberapa mungkin produk akan diterima konsumen (Rahayu, dkk., 2012).

2.4 Atribut

Menurut Sungkawa (2015), atribut produk merupakan karakteristik yang dimiliki oleh satu produk yang dapat menentukan dan mempertimbangkan konsumen saat menyukai lalu membeli produk tersebut. Atribut produk dapat dibagi ke dalam dua jenis yaitu atribut teknis (fungsional) merupakan atribut pada satu produk yang menunjukkan kegunaan produk tersebut. Atribut non-teknis

(emosional) merupakan atribut yang tidak hanya menunjukkan kegunaan saja melainkan juga pembeda serta daya tarik pada satu produk.

Preferensi konsumen pada atribut buah-buahan akan menunjukkan seberapa mungkin buah tersebut akan diterima oleh konsumen. Menurut Kotler (2002) dalam Jeani Noviana Rahayu dkk (2012) atribut produk adalah satu karakteristik produk yang berguna menjadi atribut evaluatif saat pengambilan keputusan di mana atribut tersebut tergantung kepada jenis produk serta tujuannya. Pemasar harus mengerti alasan dari sikap tersebut, terutama pada atribut yang diinginkan konsumen seperti pada ciri dan manfaatnya. Atribut yang memiliki ciri seperti ukuran atau karakteristik produk (rasa, harga, dan warna). Sementara atribut manfaat seperti kesenangan yang berhubungan dengan pancaindra atau manfaat non material seperti kesehatan. Oleh sebab itu, preferensi konsumen bisa diketahui melalui ukuran tingkat kegunaan (*utility*) dan nilai yang relatif penting (*importance value*) setiap atribut yang ada dalam suatu produk. Atribut fisik yang ada pada suatu produk akan menimbulkan daya tarik pertama yang dapat mempengaruhi konsumen. Penilaian pada produk dapat menunjukkan sikap konsumen serta mencerminkan perilaku konsumen ketika membeli atau mengonsumsi produk.

Atribut fisik yang terdapat pada satu produk akan menimbulkan daya tarik awal dan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen (Rahayu, dkk. 2012). Pada penelitian Widiyanto dkk (2016), atribut produk yang biasanya ada pada produk buah-buahan antara lain adalah harga, rasa, dan warna. Mulyasari dkk (2019), atribut yang dapat mempengaruhi preferensi konsumen buah lokal ialah ukuran buah dan aroma buah. Dalam penelitian ini atribut buah pepaya California yang digunakan ialah harga, warna kulit, ukuran, dan tekstur kulit buah.

2.5 Analisis Multivariat

Dalam statistika terdapat dua kelompok metode analisis data yaitu analisis univariat dan analisis multivariat. Analisis univariat ialah analisis yang mengaitkan satu variabel, seperti analisis tingkat kepuasan konsumen pada produk A. Analisis multivariat adalah analisis yang mengaitkan lebih dari satu variabel, seperti analisis persepsi, perilaku, dan preferensi konsumen pada Produk B. Analisis multivariat dipakai untuk menganalisis pengaruh beberapa variabel terhadap variabel lain pada waktu yang bersamaan. Berdasarkan hubungan variabel, analisis multivariat dikelompokkan menjadi dua, yaitu *dependence techniques* dan *interdependence techniques*. Teknik dependen ialah jika variabel dependen dipengaruhi oleh variabel independen. Sedangkan teknik interdependen merupakan jika semua variabel saling berpengaruh. Terdapat pula dua jenis variabel pada teknik dependen, yaitu variabel dependen dan variabel independen. Contoh teknik dependen adalah model probabilitas linear, analisis konjoin, analisis regresi berganda, analisis korelasi kanonikal, analisis diskriminan, *Multivariate analysis of covariance*, dan SEM. Sedangkan contoh teknik interdependence adalah analisis klaster, analisis faktor, dan analisis korespondensi (Simamora, 2005).

A. Analisis Multivariat Konjoin

Permintaan konsumen pada satu produk atau jasa bisa dipahami sebagai satu permintaan sekumpulan ciri atau karakteristik pada produk atau jasa tersebut, juga dikenal sebagai “atribut”. Metode yang diyakini paling efisien ketika memprediksi preferensi konsumen pada produk maupun jasa ialah analisis konjoin. Analisis konjoin merupakan satu teknik yang dipakai untuk memahami keinginan atau preferensi konsumen pada produk atau jasa melalui pengukuran nilai kegunaan

(*utility*) dan nilai relatif penting (*importance value*) atribut di suatu produk (Hair dkk, 2010).

Teknik analisis dalam analisis konjoin didasari oleh penilaian pada kombinasi nilai atau utilitas tiap atribut. Salah satu pendekatan untuk mengukur model preferensi ialah melalui pendekatan dekomposisional yang berfokus pada usaha menguraikan preferensi baik dalam bentuk produk ataupun jasa aktual maupun hipotesis yang ditujukan kepada responden untuk di evaluasi kemudian responden akan memberikan pernyataan preferensinya pada produk atau jasa. Pendekatan dekomposisional merupakan model *traditional conjoint* yang mengevaluasi seperangkat alternatif multi atribut konsumen secara menyeluruh untuk menghasilkan seperangkat *part-worth* sebagai atribut individual. *Part-worth* disebut juga sebagai *utility function* atau kegunaan yang dikaitkan oleh pelanggan pada berbagai tingkatan. Tujuannya untuk memperoleh tingkatan preferensi konsumen pada atribut yang diberikan. Stimuli dirancang menggunakan pendekatan *full profile* (kombinasi lengkap) atau evaluasi banyak faktor (*multiple factor evaluation*). Berikut tahapan dasar analisis konjoin menurut Siswanto (2012):

1. Penentuan atribut dan tingkatan/level atribut
2. Pembentukan kombinasi tingkatan/level produk
3. *Rating* dengan kuesioner
4. Analisis konjoin
5. Interpretasi hasil

Analisis konjoin yang digunakan pada penelitian ini menggunakan metode presentasi *full profile*. Jika terdapat m atribut dan k level yang diteliti dapat

mengevaluasi semua stimuli yang muncul dengan $k \times k \times k \times \dots \times k$ sejumlah m buah dengan $k > 0$ dan $m > 0$. Model dasar analisis konjoin di penelitian ini dirumuskan pada formulasi berikut:

$$U(x) = \sum_{i=1}^m \sum_{j=1}^{k_i} a_{ij}$$

Keterangan :

$U(x)$ = Total utilitas dari setiap stimuli atau kombinasi atribut

a_{ij} = Utilitas dari faktor ke i ($i = 1, 2, 3, \dots, m$) dan level ke j ($j = 1, 2, 3, \dots, k_i$)

k_i = Banyaknya level atribut

m_j = Banyaknya atribut

B. Perhitungan Nilai Kegunaan Taraf Atribut dan Tingkat Kepentingan Atribut

Disagregat dan Agregat

Level utilitas ialah nilai pentingnya satu level terhadap level lainnya pada satu atribut. Untuk mengidentifikasi pentingnya satu atribut (I_i) bisa dilihat dari kisaran *part-worth* dengan selisih nilai kepentingan relatif tiap atribut yang disebut dengan Nilai Kepentingan Taraf (NKT). NKT diformulasikan sebagai berikut:

$$I_j = \{\text{maks}(a_{ij})\} - \{\text{min}(a_{ij})\}, \text{ untuk setiap } i$$

Keterangan :

$\text{maks}(a_{ij})$ = Nilai Kepentingan Taraf (NKT) tertinggi atribut ke- i

$\text{min}(a_{ij})$ = Nilai Kepentingan Taraf (NKT) terendah atribut ke- i

Setelah diketahui nilai NKT, maka dapat diketahui tingkat kepentingan relatif satu atribut terhadap atribut lain yang disebut Nilai Relatif Penting (NRP). Pentingnya atribut di normalkan untuk meyakinkan kepentingan relatifnya dengan atribut lainnya yang diformulasikan ke dalam rumus berikut:

$$w_i = \frac{I_i}{\sum_{i=1}^m I_i}$$

Keterangan :

w_i = Bobot kepentingan relatif untuk tiap atribut

I_i = Selisih nilai kepentingan untuk tiap atribut

m = Banyaknya atribut

C. Korelasi dan Signifikansi

Nilai korelasi dipakai ketika mengetahui apakah hasil konjoin secara agregat valid saat memprediksi seluruh preferensi responden. Pengujian kevalidan pada analisis konjoin dilakukan dengan korelasi Pearson's R dan Kendall's tau.

Hipotesisnya adalah:

H_0 = Tidak ada korelasi yang kuat antara hasil konjoin dengan pendapat responden

H_1 = Ada korelasi yang kuat antara hasil konjoin dengan pendapat responden

Dasar pengambilan keputusan atas pengujian tersebut adalah sebagai berikut:

- 1) Jika Signifikansi $\geq 0,05$ (sig $\geq 5\%$), maka H_0 diterima dan H_1 ditolak
- 2) Jika Signifikansi $\leq 0,05$ (sig $\leq 5\%$), maka H_0 ditolak dan H_1 diterima

D. Data Metrik dan Data Non-Metrik

Data metrik ialah data berskala interval atau rasio yang memberikan penilaian berupa *rating* pada setiap stimuli yang terbentuk. Data non-metrik ialah data yang berbentuk skala nominal, ordinal, atau kategori yang biasanya dipakai untuk mengurutkan stimuli yang terbentuk. Pengurutan stimuli ini biasanya dimulai

dari stimuli paling disukai hingga stimuli yang paling tidak disukai. Untuk analisis konjoin, data yang dipakai untuk variabel dependen ialah data ordinal (rangking) atau data interval (*rating*), sedangkan untuk variabel independen datanya berupa skala nominal dan ordinal (Simamora, 2005).

E. *Orthogonal Array*

Analisis konjoin yang dipakai di penelitian ini memakai metode presentasi *full profile* di mana jika terdapat m faktor atau atribut dan terdapat k level yang diteliti bisa mengevaluasi seluruh stimuli yang muncul dengan $k \times k \times k \times \dots \times k$ sejumlah m buah dengan $k > 0$ dan $m > 0$. Stimuli yang terlalu banyak akan mempersulit responden ketika menilai, sehingga digunakan *orthogonal array*. *Orthogonal array* memungkinkan stimuli-stimuli yang sama bisa diabaikan.

2.6 Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan oleh Ahar dkk. (2022) mengenai *Preferensi Konsumen Terhadap Atribut Buah Pepaya (Carica Papaya.) Lokal Di Pasar Tradisional Kota Bogor*. Menggunakan analisis Multi atribut *Fishbein* menunjukkan bahwa atribut yang paling mempengaruhi preferensi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian adalah atribut warna daging dan atribut rasa dari buah Pepaya lokal. Dan hasil menggunakan analisis matriks IPA menunjukkan bahwa atribut yang harus dipertahankan kinerjanya adalah atribut rasa dan warna daging serta atribut yang perlu dikembangkan karena dianggap penting tetapi belum memuaskan adalah ketebalan daging dan tekstur daging.

Penelitian yang dilakukan oleh Perdani dkk. (2022) mengenai *Analisis Preferensi Konsumen terhadap Buah Semangka di Pasar Tradisional Kota Denpasar*. Dengan hasil analisis menggunakan Chi-square menunjukkan terdapat

hubungan preferensi antara keempat atribut yang diteliti. Atribut yang menjadi preferensi konsumen adalah bentuk bulat, warna merah, ukuran sedang (3-5 kg) dan harga menengah (Rp15.000-Rp20.000 per-kg). Dan hasil analisis multi-atribut *Fishbein* menunjukkan bahwa atribut yang paling diperhatikan oleh konsumen adalah bentuk. Pemasar harus lebih meningkatkan pasokan semangka berukuran sedang (3-5 kg) untuk memenuhi preferensi konsumen. Produsen dapat meningkatkan produksi menengah semangka dengan memilih bibit unggul, merawatnya, dan mengolah lahan dan irigasi.

Penelitian yang dilakukan oleh Maolidan dkk. (2022) mengenai *Preferensi Konsumen Stroberi Di "Lumbung Stroberi" Desa Pandanrejo Kecamatan Bumiaji Kota Batu*. Hasil penelitian menunjukkan atribut yang menjadi pertimbangan konsumen dalam membeli buah stroberi adalah atribut rasa buah stroberi (29,752), kemudian harga buah stroberi (24,55), ukuran buah (16,73), daya tahan buah (13,29), warna kulit buah (9,88) dan pertimbangan konsumen yang paling terakhir dalam membeli buah stroberi adalah bentuk buah (5,77). Bentuk buah memiliki tingkat kepentingan relatif yang paling kecil di antara atribut lainnya. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa bentuk buah stroberi akan dievaluasi terakhir oleh konsumen.

Penelitian yang dilakukan oleh Fauzi dkk. (2021) mengenai *Analisis Preferensi Konsumen Buah Nanas Madu Di Kecamatan Belik Kabupaten Pematang*. Analisis data yang dipakai ialah analisis deskriptif dan analisis konjoin. Atribut yang diteliti yakni harga, warna, rasa dan bentuk buah nanas madu. Hasil penelitian ini bahwa konsumen lebih menyukai buah nanas madu yang memiliki harga >Rp3.500-Rp4.500 per buah, berwarna dominan kuning, memiliki rasa yang

manis dan berbentuk potongan saat pembelian. Atribut paling penting untuk konsumen ketika membeli nanas madu ialah atribut rasa.

Penelitian yang dilakukan oleh Firmansyah dkk. (2021) mengenai *Analisis Preferensi Konsumen Pada Atribut Buah Pisang Kepok Di Pasar Tradisional Kota Surabaya*. Preferensi pisang kepok, serta atribut-atribut dalam pisang kepok yang dipertimbangkan konsumen dalam pengambilan keputusan membeli pisang kepok dianalisis dengan menggunakan metode *chi square*. Hasilnya atribut pisang kepok yang dipertimbangkan konsumen dalam keputusan pembelian diantaranya: warna buah kuning cerah, rasa buah agak manis, ukuran buah sedang (10-14 cm), dan aroma buah yang manis.

Penelitian yang dilakukan oleh Mulyasari dkk. (2020) mengenai *Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Pembelian Durian Lokal Di Kota Semarang*. Analisis yang digunakan yaitu analisis *chi square* dan analisis konjoin. Hasil analisis *chi square* menunjukkan bahwa adanya hubungan antara jumlah anggota keluarga dengan jumlah pengeluaran untuk pembelian durian dalam 1 tahun dan hubungan antara pekerjaan dengan jumlah pembelian durian dalam 1 tahun. Hasil analisis konjoin menunjukkan bahwa konsumen lebih menyukai durian lokal yang memiliki ciri berukuran besar, beraroma agak menyengat dan memiliki rasa manis. Atribut yang paling penting pada buah durian bagi konsumen dilihat dari nilai *importance values* adalah ukuran (41,063 %) dan rasa (40,169 %). Atribut yang tidak begitu penting yaitu aroma sebesar 18,768 %.

III. METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Pasar Tradisional Medan Metro Trade Centre (MMTC) yang berlokasi di Jl. Williem Iskandar, Kecamatan Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang. Lokasi ditentukan dengan pertimbangan bahwa lokasi tersebut strategis untuk dikunjungi lantaran dekat dengan pemukiman masyarakat dan dekat jalan raya yang ada di antara perbatasan Kabupaten Deli Serdang dan Kota Medan. Selain itu, berdasarkan pra survei pasar tradisional ini memiliki lebih banyak pedagang buah pepaya California dibandingkan pasar tradisional lainnya yakni sebanyak 10 orang pedagang. Selain buah pepaya California, para pedagang tersebut juga menjual beberapa buah lainnya. Kondisi pasar lebih bersih dan rapi dari pasar lainnya dan memiliki beberapa blok, untuk blok A, B, D, E pedagang sayur, blok C pedagang Ikan, dan blok F dagangan buah-buahan. Blok-blok ini memudahkan konsumen untuk mencari kebutuhan yang diinginkan. Penelitian ini telah dilaksanakan pada tanggal 04 Oktober sampai 06 November 2023.

3.2 Metode Pengambilan Sampel

A. Populasi

Populasi adalah sekelompok elemen yang memiliki ciri umum dan mencakup kompetensi atau bidang yang akan diteliti, yang diukur pada penelitian ini. Berarti, populasi ialah jumlah dari kumpulan elemen yang memiliki karakteristik sama dan menjadi fokus dari penelitian yang dilakukan (Sugiyono, 2021). Populasi pada penelitian ini ialah konsumen yang mengonsumsi buah pepaya California.

B. Sampel

Sampel ialah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Pada penelitian ini, sampel diambil menggunakan *non probability sampling* dengan teknik *accidental sampling* yaitu satu metode mengumpulkan data dengan menggunakan *sampling* acak, berarti siapa saja yang ditemui secara kebetulan/insidental bisa digunakan menjadi sampel penelitian asalkan individu tersebut dianggap sesuai menjadi sumber data yang diperlukan (Sugiyono, 2021). Sampel pada penelitian ini ialah konsumen yang membeli buah pepaya California di pasar tradisional MMTC.

Roscoe dalam buku *Research Methods For Business* (1982) yang dikutip dari buku Sugiyono (2021), jumlah sampel dalam penelitian ini ditentukan menggunakan rumus Roscoe, yaitu idealnya sebanyak 30 sampai dengan 500 orang sampel. Namun jika dalam suatu penelitian menggunakan analisis multivariat (korelasi atau regresi berganda), maka jumlah sampel bisa ditentukan dengan cara mengalikan jumlah variabel (atribut) yang diteliti dengan angka minimum yakni 10. Maka sampel pada penelitian ini:

$$= 10 \times (\text{Variabel Atribut})$$

$$= 10 \times (4)$$

$$= 40$$

Melalui perhitungan tersebut, maka pengambilan sampel pada penelitian ini sebanyak 40 orang sampel. Jumlah 40 orang sampel akan diambil dari 10 pedagang pepaya California yang masing-masing berjumlah 4 orang sampel/konsumen pada setiap pedagangnya. Ada pun kriteria pada sampel yaitu:

1. Konsumen yang sedang membeli buah pepaya California di Pasar Tradisional MMTC.
2. Konsumen yang membeli buah pepaya California untuk dikonsumsi kebutuhan sendiri dan tidak untuk diperdagangkan lagi.
3. Konsumen yang sudah pernah mengonsumsi buah pepaya California minimal 3 (tiga) kali.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Pada penelitian ini peneliti menggunakan metode pengumpulan data yang mencakup data primer dan data sekunder.

A. Data Primer

Menurut Sugiyono (2021), data primer ialah sumber data yang memberikan informasi secara langsung kepada pengumpul data, peneliti memperoleh data tersebut melalui sumber pertama di lokasi di mana objek penelitian dilakukan. Teknik pengumpulan data di penelitian ini menggunakan kuesioner. Kuesioner yang diajukan berupa sekumpulan pertanyaan tertutup, dikarenakan jawaban telah disediakan. Kuesioner dipakai menjadi teknik pengumpulan data dengan memberikan serangkaian pertanyaan pada responden. Pengumpulan data dengan cara ini dapat memberikan informasi mengenai preferensi konsumen terhadap atribut buah pepaya California.

B. Data sekunder

Menurut Sugiyono (2021), data sekunder merupakan sumber data yang tidak memberikan informasi secara langsung, melainkan melalui pihak lain atau melalui dokumen. Pada penelitian ini data sekunder diambil dari Kementerian

Pertanian, Badan Pusat Statistik, jurnal, buku, dan studi literatur yang terkait dengan penelitian ini.

3.4 Metode Analisis Data

Jenis penelitian ini ialah deskriptif menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian deskriptif digunakan saat mengukur terkait fenomena sosial tertentu, seperti preferensi (Singarimbun & Effendi, 2006). Penelitian ini dilakukan untuk mengukur kegunaan (*utility*) dan nilai kepentingan (*importance value*) antara atribut yang membentuk preferensi konsumen dalam membeli buah pepaya California. Penelitian ini memakai analisis multivariat konjoin untuk merumuskan preferensi konsumen yang dibantu program SPSS versi 23. Dalam analisis multivariat konjoin, istilah variabel disebut dengan atribut, sedangkan sub-atribut disebut sebagai tingkatan/level. Atribut preferensi konsumen yang dipakai pada penelitian ini ialah harga buah, warna kulit buah, ukuran buah, dan tekstur kulit buah.

3.4.1 Analisis Konjoin

Dilakukan analisis konjoin dengan langkah-langkah sebagai berikut :

1. Menentukan atribut dan tingkatan/level atribut

Pada analisis konjoin, merancang suatu atribut dan tingkatan/level atribut yang memiliki pengaruh adalah bagian dari mengenali atau mengidentifikasi atribut, yang masing-masing akan dipergunakan dalam membuat suatu stimuli. Berikut ini adalah atribut beserta tingkatan/level atribut pada buah pepaya California yang telah dirancang beserta uraian per atributnya, ditunjukkan pada Tabel 3.

Tabel 3. Atribut Buah Pepaya California dan Levelnya

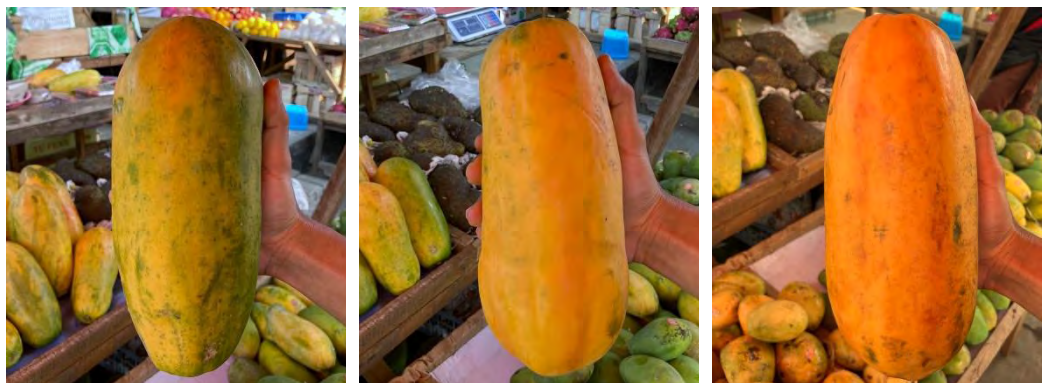
Atribut	Level
Harga Buah	1. Harga > Rp10.000 2. Harga Rp7.000 – Rp10.000 3. Harga < Rp7.000
Warna Kulit Buah	1. Kuning Keoranyean 2. Kuning Sempurna 3. Kuning Kehijauan
Ukuran Buah	1. Besar (> 1,5 kg/buah) 2. Sedang (1 kg – 1,5 kg/buah) 3. Kecil (< 1 kg/buah)
Tekstur Kulit Buah	1. Mulus 2. Bercak

Sumber : Data Primer Diolah, 2023

a. Atribut Harga Buah

Harga adalah atribut yang melekat pada buah pepaya California. Harga buah pepaya California berkaitan dengan jumlah tiap kilogramnya, buah pepaya yang semakin berat akan dihargai dengan harga yang lebih tinggi. Harga merupakan sejumlah uang yang akan dibayarkan konsumen untuk memperoleh produk yang diinginkan dan menjadi faktor yang akan dipertimbangkan konsumen (Probowati, 2016). Atribut harga pada penelitian ini di rancang berdasarkan harga yang ditetapkan oleh 10 orang pedagang buah pepaya California di pasar tradisional MMTC. Harga per kilogram buah pepaya California dapat bervariasi antar pedagang, dipengaruhi oleh asal daerah buah tersebut. Kemudian Peneliti mengelompokkan menjadi tiga tingkatan/level yang berbeda, yakni; level 1 Harga > Rp10.000; level 2 Harga Rp7.000 – Rp10.000; level 3 Harga < Rp7.000.

b. Atribut Warna Kulit Buah

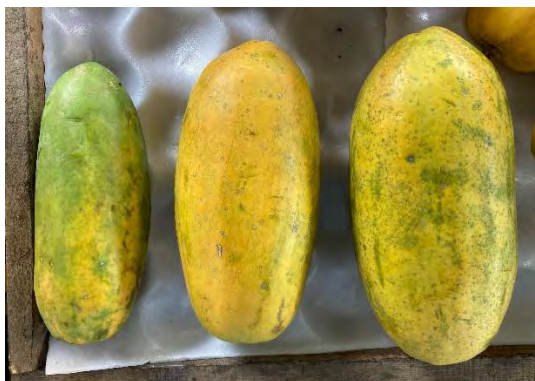


Sumber : Dokumentasi Pribadi

Gambar 3. Dari sebelah kiri; Warna Kuning Kehijauan, Kuning Sempurna Kuning Keoranyean

Warna adalah atribut yang ada pada buah pepaya California dan kerap dipakai sebagai variabel penelitian, diantara-Nya ialah warna kulit buah. Warna kulit buah yang tampak dari luar dapat memberikan informasi isi di dalamnya. Warna kulit buah dapat dijadikan sebagai indikator kematangan buah, buah pepaya California yang sudah matang akan memiliki rasa yang manis. Warna kulit buah menjadi variabel penting pada pengambilan keputusan konsumen karena warna merupakan hal pertama yang dapat dilihat konsumen (Dwiastari, dkk., 2019). Atribut warna kulit buah pada penelitian ini di rancang berdasarkan pengamatan peneliti di lapangan. Bahwa buah pepaya California yang di perdagangan kan di pasar tradisional MMTC memiliki warna kulit buah yang berbeda tergantung pada tingkat kematangan buah pepaya California tersebut. Kemudian Peneliti mengelompokkan menjadi tiga tingkatan/level yang berbeda, yakni; level 1 Kuning Keoranyean; level 2 Kuning Sempurna; level 3 Kuning Kehijauan.

c. Atribut Ukuran Buah



Sumber : Dokumentasi Pribadi

Gambar 4. Dari Sebelah Kiri; Kecil (<1kg), Sedang (1-1,5kg), Besar (>1,5kg)

Ukuran adalah salah satu atribut yang dijadikan petunjuk konsumen saat mengambil keputusan untuk membeli buah pepaya California. Ukuran menjadi atribut yang penting karena diketahui bahwa ukuran memiliki korelasi dengan bobot buah dan kebutuhan konsumen. Konsumen lebih menyukai buah yang memiliki ukuran sesuai dengan kebutuhannya (Otang, dkk., 2021). Atribut ukuran buah pada penelitian ini dirancang berdasarkan pengamatan peneliti di lapangan. Bahwa buah pepaya California yang diperdagangkan di pasar tradisional MMTC memiliki ukuran buah yang berbeda-beda tergantung yang dikirim oleh para petani. Kemudian Peneliti mengelompokkan ukuran buah menjadi tiga tingkatan/level yang berbeda, yakni; level 1 Besar (> 1,5 kg/buah); level 2 Sedang (1 kg – 1,5 kg/buah); level 3 Kecil (< 1 kg/buah).

d. Atribut Tekstur Kulit Buah

Atribut lain yang dianggap penting terkait preferensi pada penelitian ini ialah tekstur kulit buah pepaya California. Tekstur merupakan ciri suatu produk berupa sifat fisik yang dapat dirasakan oleh indera peraba. Tekstur menjadi indikator kualitas buah pepaya California, buah pepaya yang mempunyai kulit buah mulus

cenderung lebih menarik perhatian konsumen dibandingkan yang mempunyai bercak pada kulit buahnya (Midayanto & Yuwono, 2014).



Sumber : Dokumentasi Pribadi

Gambar 5. Dari Sebelah Kiri; Mulus, Bercak

Buah yang memiliki bercak pada kulit buahnya disebabkan oleh virus berupa kutu seperti *Myzus persicae* Sulz. dan *Aphis gossypii* Glov. Bercak ini berwarna lebih gelap dari kulit buah. Pada buah matang bercak berwarna oranye hingga coklat gelap (Prasojo, 2023). Atribut tekstur kulit buah pada penelitian ini di rancang berdasarkan pengamatan peneliti di lapangan. Bahwa buah pepaya California yang di perdagangkan kan di pasar tradisional MMTC tidak semuanya memiliki tekstur kulit buah yang mulus, melainkan terdapat buah yang memiliki bercak pada kulit buahnya. Kemudian Peneliti mengelompokkan tekstur kulit buah menjadi dua tingkatan/level yang berbeda, yakni; level 1 Mulus; Level 2 Bercak.

2. Pembentukan kombinasi tingkatan/level produk

Penyusunan stimuli atau kombinasi tingkatan/level atribut dilakukan ketika menyusun rancangan produk. Penyusunan stimuli terbagi pada dua metode, yaitu *full profile* dan *pairwise comparasion*. Pada metode *full profile* semua atribut dinilai bersamaan untuk menyusun stimuli, sedangkan pada metode *pairwise comparasion* penilaian atribut dilakukan sepasang-sepasang. Dalam penelitian ini digunakan

metode *full profile* karena pada dasarnya konsumen akan menilai preferensi memperhitungkan semua atribut produk sekaligus.

Tabel 4. Jumlah Stimuli Atribut Buah Pepaya California

No	Kombinasi Atribut Buah Pepaya California			
	Harga Buah	Warna Kulit Buah	Ukuran Buah	Tekstur Kulit Buah
1	< Rp7.000	Kuning Sempurna	Kecil (< 1 kg/buah)	Mulus
2	< Rp7.000	Kuning Kehijauan	Besar (> 1,5 kg/buah)	Bercak
3	Rp7.000 – Rp10.000	Kuning Keoranyean	Kecil (< 1 kg/buah)	Bercak
4	Rp7.000 – Rp10.000	Kuning Kehijauan	Sedang (1 kg – 1,5 kg/buah)	Mulus
5	Rp7.000 – Rp10.000	Kuning Sempurna	Besar (> 1,5 kg/buah)	Mulus
6	> Rp10.000	Kuning Kehijauan	Kecil (< 1 kg/buah)	Mulus
7	> Rp10.000	Kuning Keoranyean	Besar (> 1,5 kg/buah)	Mulus
8	< Rp7.000	Kuning Keoranyean	Sedang (1 kg – 1,5 kg/buah)	Mulus
9	> Rp10.000	Kuning Sempurna	Sedang (1 kg – 1,5 kg/buah)	Bercak

Sumber : Data SPSS 23

Besaran stimuli yang terbentuk di metode *full profile* sebanyak $3 \times 3 \times 3 \times 2 = 54$ stimuli. Stimuli yang banyak akan menyebabkan responden bingung ketika mengevaluasi, maka dilakukan pengurangan jumlah stimuli yang dibentuk menggunakan metode *orthogonal array design*. Rancangan kombinasi atribut yang

akan digunakan bisa dilakukan secara acak pada metode *orthogonal array design* yang dibantu menggunakan program komputer SPSS versi 23. Besaran stimuli yang direduksi menggunakan *orthogonal array design* berjumlah 9 stimuli yang dapat dilihat pada Tabel 4.

3. Mengumpulkan pendapat responden terhadap setiap stimuli yang ada

Hasil stimuli *ortogonal* akan dimasukkan pada kuesioner yang nantinya akan dinilai oleh para responden. Responden diminta untuk menentukan nilai *rating* terhadap stimuli-stimuli tersebut. Menggunakan skala *likert* dengan angka 1 adalah model stimuli yang paling tidak disukai, 2 tidak disukai, 3 disukai, dan 4 sangat disukai.

4. Melakukan proses konjoin dengan masukan data yang ada

Penilaian/pemberian *rating* oleh responden diolah menggunakan analisis konjoin dengan bantuan perangkat lunak SPSS. Hasil dari analisis konjoin secara keseluruhan dilihat dari *overall statistics* pada SPSS 23 *subfile summary*. Hasil analisis ini diperoleh untuk memperkirakan atribut buah pepaya california yang disukai oleh responden melalui penilaian terhadap stimuli-stimuli yang telah disertakan dalam kuesioner sebelumnya.

5. Interpretasi Hasil

Output yang diperoleh melalui proses analisis konjoin berupa nilai kegunaan (*utility*) dan kepentingan (*importance values*). Kegunaan (*utility*) adalah satu perbandingan antara nilai kegunaan pada tiap-tiap tingkatan/level atributnya. Sedangkan nilai kepentingan (*importance values*) adalah satu nilai perbandingan antara nilai kepentingan pada tiap atribut buah pepaya california. Interpretasi hasil untuk nilai kegunaan (*utility*) ialah nilai tingkatan /level atribut pepaya california

paling besar merupakan yang paling disukai konsumen. Sedangkan nilai kepentingan (*importance values*) ialah nilai atribut buah pepaya california yang terbesar menjadi yang sangat penting untuk dipertimbangkan.

3.5 Operasional Variabel

1. Konsumen ialah individu yang melakukan intensitas pembelian buah pepaya California di Pasar Tradisional MMTC, dikonsumsi sendiri atau tidak diperdagangkan lagi, dan telah mengonsumsi minimal sebanyak tiga kali.
2. Perilaku konsumen merupakan studi mengenai bagaimana konsumen yang berupa individu, kelompok, atau organisasi, dalam mengambil keputusan untuk melakukan pembelian dan mengonsumsinya.
3. Preferensi konsumen adalah kesukaan konsumen terhadap suatu pilihan dibandingkan dengan pilihan-pilihan yang ada.
4. Atribut buah merupakan karakteristik atau ciri yang ada pada buah pepaya California. Pada penelitian ini atribut yang diteliti adalah:
 - a. Harga buah adalah jumlah nominal yang dikeluarkan konsumen untuk mendapatkan buah pepaya California. Dalam penelitian ini ditentukan melalui nilai:
 - Nilai 1 untuk level harga $> \text{Rp}10.000$
 - Nilai 2 untuk level harga $\text{Rp}7.000 - \text{Rp}10.000$
 - Nilai 3 untuk level harga $< \text{Rp}7.000$
 - b. Warna kulit buah adalah tampilan fisik buah yang dilihat dari warna kulit buah pepaya California. Dalam penelitian ini ditentukan melalui nilai:
 - Nilai 1 untuk level warna kulit kuning keoranyean
 - Nilai 2 untuk level warna kulit kuning sempurna

- Nilai 3 untuk level warna kulit kuning kehijauan
- c. Ukuran buah adalah tampilan fisik buah yang dilihat dari besar atau kecilnya ukuran buah pepaya California. Dalam penelitian ini ditentukan melalui nilai:
- Nilai 1 untuk level ukuran buah besar $> 1,5$ kg/buah
 - Nilai 2 untuk level ukuran buah sedang 1 kg – $1,5$ kg/buah
 - Nilai 3 untuk level ukuran buah kecil < 1 kg/buah
- d. Tekstur Kulit Buah adalah tampilan fisik buah yang dilihat dari tekstur kulit buah pepaya California. Dalam penelitian ini ditentukan melalui nilai:
- Nilai 1 untuk level tekstur kulit buah mulus
 - Nilai 2 untuk level tekstur kulit buah bercak
5. Buah pepaya California adalah buah pepaya lokal yang budidayakan oleh petani lokal di Indonesia.
6. Pasar Tradisional Medan *Metro Trade Center* (MMTC) adalah salah satu pasar tradisional yang menjadi lokasi menjual kebutuhan bahan pangan harian seperti buah dan sayur.

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa:

1. Konsumen buah pepaya California di pasar tradisional MMTC memiliki preferensi buah pepaya California dengan harga buah antara Rp7.000-Rp10.000 per kg, memiliki warna kulit buah kuning sempurna, ukuran buah sedang (1-1,5 kg/buah), dan memiliki tekstur kulit buah yang mulus.
2. Dalam memilih buah pepaya California, konsumen buah pepaya California di pasar tradisional MMTC melihat warna kulit buah sebagai acuan mereka untuk memilih dengan *importance value* sebesar (43,919%), kemudian konsumen akan melihat berdasarkan tekstur kulit buah (20,045%), lalu harga buah (18,122%), dan yang terakhir adalah ukuran buahnya (17,913%).
3. Analisis korelasi Pearson ($r = 0,995$) dan Kendall ($\tau = 1,000$) menunjukkan hubungan yang sangat kuat antara nilai kepentingan dan nilai utilitas. Hasil analisis konjoin juga sangat signifikan yakni $0,000 < 0,05$, mengindikasikan bahwa model mampu memprediksi preferensi konsumen dengan sangat akurat. Dengan demikian, model analisis konjoin yang digunakan terbukti efektif dalam memprediksi preferensi konsumen terhadap buah pepaya California di pasar tradisional MMTC.

6.2 Saran

Konsumen lebih menyukai pepaya California dengan warna kulit buah kuning sempurna. Pedagang sebaiknya memajang buah pepaya California dengan prioritas warna kulit yang disukai konsumen untuk menarik minat beli.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahar, H. M., Yoesdiarti, A. & Arsyad, A., 2022. Preferensi Konsumen Terhadap Atribut Buah Pepaya (Carica Papayal.) Lokal Di Pasar Tradisional Kota Bogor. *Jurnal AgribiSains*, 8(1), pp. 1-10.
- Anonim, 2014. *Pepaya Calina*. [Online] Available at: <https://ipb.ac.id/page/pepayacalina> [Diakses 12 Agustus 2023].
- Anonim, 2018. *Pepaya California, Asal Usul Hingga Manfaatnya*. [Online] Available at: <https://msmbindonesia.com/pepaya-california-morefruit/> [Diakses 15 Agustus 2023].
- BPS Kabupaten Deli Serdang, 2023. *Kecamatan Percut Sei Tuan Dalam Angka 2023*, Kabupaten Deli Serdang: Badan Pusat Statistik Kabupaten Deli Serdang.
- BPS Provinsi Sumatera Utara, 2021. *Statistik Tanaman Hortikultura Provinsi Sumatera Utara 2021*, Medan: Badan Pusat Statistik Provinsi Sumatera Utara.
- BPS Provinsi Sumatera Utara, 2022. *Statistik Pengeluaran Untuk Konsumsi Penduduk Provinsi Sumatera Utara*, Medan: Badan Pusat Statistik Provinsi Sumatera Utara.
- Cahyanti, T. & Najib, M., 2016. Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Atribut Yogurt Drink (Studi Kasus Kota Bogor Jawa Barat). *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 14(1), pp. 176-183.
- Clarissa, C. E., Darsono & Irianto, H., 2018. Analisis preferensi konsumen terhadap buah apel manalagi di Transmart Carrefour Cilandak Jakarta Selatan. *Jurnal AGRISTA*, 6(1), pp. 55-66.
- Direktorat Jenderal Hortikultura, 2015. *Rencana Strategis Direktorat Jenderal Hortikultura Tahun 2015-2019*, Jakarta: Kementerian Pertanian Republik Indonesia.
- Dwiastari, K. Y., Susrusa, K. B. & Artini, W. P., 2019. Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Buah Jeruk Impor dan Buah Jeruk Lokal di Kota Denpasar. *Jurnal Agribisnis dan Agrowisata*, 8(3), pp. 391-400.
- Fauzi, A., Roessali, W. & Nurfadillah, S., 2021. Analisis Preferensi Konsumen Buah Nanas Madu Di Kecamatan Belik Kabupaten Pematang. *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis (JEPA)*, 5(4), pp. 1227-1232.
- Firmansyah, F., Nugroho, S. D. & Indah, P. N., 2021. Analisis Preferensi Konsumen Pada Atribut Buah Pisang Kepok Di Pasar Tradisional Kota Surabaya. *Berkala Ilmiah Agribisnis Agridevina*, 10(2), pp. 143-151.
- Gozali, I., 2016. *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IMB SPSS 21*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J. & Anderson, R. E., 2010. *Multivariate Data Analysis*. Edisi 7. New Jersey: Pearson Education.
- Hamzah, A., 2014. *9 Jurus Sukses Bertanam Pepaya California*. Jakarta: PT. Agro Media.
- Istiqomah, N., Mafruhah, I. & Mulyani, N. S., 2016. *Diversifikasi Ragam Produk Pepaya Sebagai Produk Unggulan Boyolali*, Surakarta: Universitas Sebelas Maret.
- Kalie, M. B., 1992. *Bertanam Pepaya*. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Kasanti, N., Wijaya, A. & Suandry, 2019. Pengaruh Hargadan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Safety Merek Proguard pada PT AIM Safety Indonesia. *Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 4(1), pp. 43-51.
- Kautsar, R. C., 2012. *Analisis Preferensi Konsumen Yoghurt My Healthy Di Dramaga Bogor*, Bogor: Institut Pertanian Bogor.
- Kotler, P., 2002. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Milenium. Jakarta: Prehallindo.
- Kotler, P. & Armstrong, G., 2003. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Edisi 9. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, P. & Keller, K. L., 2016. *Marketing Management*. New Jersey: Pearson Education.
- Lestari, W., 2022. *Analisis Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Buah Lokal Di Pasar Pagi Arengka Kota Pekanbaru Provinsi Riau*, Pekanbaru: Universitas Islam Riau.
- Maolidan, E., Baroh, I. & Mazwan, M. Z., 2022. Preferensi Konsumen Stroberi Di “Lumbung Stroberi” Desa Pandanrejo Kecamatan Bumiaji Kota Batu. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh*, 9(3), pp. 1283-1296.
- Marni, Pingkan, W. & Asih, D. N., 2021. Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Permintaan Pepaya California di Kota Palu. *Jurnal Agrotekbis*, 9(5), pp. 1131-1139.
- Midayanto, D. & Yuwono, S., 2014. Penentuan Atribut Mutu Tekstur Tahu Untuk Direkomendasikan Sebagai Syarat Tambahan Dalam Standar Nasional Indonesia. *Jurnal Pangan dan Agroindustri*, 2(4), pp. 259-267.
- Mulyasari, V. K., Prasetyo, E. & Sumarjono, D., 2020. Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Pembelian Durian Lokal Di Kota Semarang. *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis (JEPA)*, 4(1), pp. 87-96.
- Napitupulu, P., 2018. *Analisis Sikap Konsumen terhadap Apel Lokal dan Apel Impor (Studi Kasus: Kota Medan)*, Medan: Universitas Sumatera Utara.
- Nicholson, W., 2001. *Teori Ekonomi Mikro*. Jakarta: Raja Grafindo.
- Otang, M., Da Rato, Y. Y. & Noni, S., 2021. Preferensi Konsumen Terhadap Pembelian Buah Semangka (*Citrullus Vugaris*) di Kebun Praktek Fakultas

- Pertanian Universitas Nusa Nipa Indonesia. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 7(1), pp. 391-402.
- Perdani, I. G. A. K. T., Ambarawati, I. G. A. A. & Artini, N. W. P., 2022. Analisis Preferensi Konsumen terhadap Buah Semangka di Pasar Tradisional Kota Denpasar. *Jurnal Agribisnis dan Agrowisata*, 11(1), pp. 425-434.
- Prasojo, M., 2023. *Mengatasi 10 Penyakit Utama Tanaman Pepaya*. [Online] Available at: <https://unsurtani.com/2019/02/mengatasi-10-penyakit-utama-tanaman-pepaya/2> [Diakses 27 September 2023].
- Priansa, D. J., 2016. *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Priyambodo, C. S., Sastryawanto, H. & Hermawati, D. T., 2019. Analisis preferensi konsumen buah jeruk di Pasar Keputran Utara, Surabaya. *Jurnal Ilmiah Sosio Agribis*, 19(1), pp. 85-103.
- Probowati, D. D., 2016. *Analisis Preferensi Konsumen dan Strategi Pemasaran Buah Jeruk Keprok di Kabupaten Bojonegoro*, Surakarta: Universitas Sebelas Maret.
- Putong, I., 2015. *Ekonomi Makro : Pengantar Ilmu Ekonomi Makro*. Bandung: Ghalia Indonesia.
- Rahayu, J. N., Noviana, E. & Ariyani, A. H., 2012. Preferensi konsumen terhadap buah apel impor di Toko Buah Hokky dan Pasar Tradisional Ampel Surabaya. *Jurnal Agriekonomi*, 1(1), pp. 52-67.
- Ratnawati, Nurbaiti, Elviwirda & Maisyura, C., 2019. *Petunjuk Teknis Bidaday Pepaya*. Banda Aceh: Balai Pengkajian Teknologi Pertanian Aceh.
- Sarwono, J., 2006. *Medote Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sarwono, J., 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Setiaty, E. D., 2011. *Produksi Buah Pepaya Varietas Calina (Carica papaya L.) Pada Kombinasi Pupuk Organik dan Anorganik di Tanah Ultisol*. Palembang, Universitas Sriwijaya.
- Simamora, B., 2005. *Analisis Multivariat Pemasaran*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Singarimbun, M. & Effendi, S., 2006. *Metode Penelitian Survai*. Jakarta: Pustaka LP3ES.
- Siswanto, F., 2012. *Analisa Preferensi Konsumen Untuk Pengembangan Wafer Samba di Jakarta*, Jakarta: Universitas Esa Unggul.
- Sudaryono, 2014. *Budaya dan Perilaku Organisasi*. Jakarta: Lentera Ilmu Cendekia.

- Sugiyono, 2021. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, U., 2003. *Perilaku Konsumen, Teori & Penerapannya Dalam Pemasaran*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Sungkawa, I., Purnomo, D. & Fauziah, E., 2015. . Hubungan Antara Persepsi dan Preferensi Konsumen dengan Pengambilan Keputusan Pembelian Buah Lokal. *Jurnal Agrijati*, 28(1), pp. 79-99.
- Supranto, J., 2004. *Analisis Multivariat: Arti dan Interpretasi*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Tjiptono, F., 2011. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI.
- Usmayani, S. N., Basuki, E. & Yasa, I. W. S., 2015. Penggunaan Kalium Permanganat (KMnO₄) Pada Penyimpanan Buah Pepaya California (Carica Papaya L.). *Jurnal Ilmu dan Teknologi Pangan*, 1(2), pp. 48-55.
- Widiyanto, N. A., Adhe, A. K. & Daryanto, H. K., 2016. Atribut-atribut yang memengaruhi sikap dan preferensi konsumen dalam membeli buah apel di Kota Surabaya dan Kota Malang. *Jurnal Ilmu Keluarga dan Konsumen*, 6(3), pp. 136-146.
- Widodo, 2012. *Sikap Konsumen terhadap Jeruk dan Pisang Lokal Segar (Kasus: Daerah Istimewa Yogyakarta)*, Yogyakarta: Departen Agribisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Wijayanti, M. R., 2011. *Analisis Preferensi Konsumen Dalam Membeli Daging Sapi di Pasar Tradisional Kabupaten Karanganyar*, Surakarta: Universitas Sebelas Maret.
- Yusriana, Erfiza, N. M., Jainuddin & Nilda, C., 2017. Preferensi Konsumen Terhadap Produk Kue Bhoi Khas Aceh di Kota Banda Aceh. *Jurnal Teknologi dan Industri Pertanian Indonesia*, 9(2), pp. 76-81.
- Zulhaedar, 2012. *Pentingnya Komoditi Holtikultura Sebagai Bahan Pangan*, Nusa Tenggara Barat: Badan Penelitian Dan Pengembangan Pertanian Kementerian Republik Indonesia.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Daftar Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

No Unit :

Bapak/Ibu/Saudara/i yang terhormat, Saya Rico Pramudia Mahasiswa Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Medan Area sedang melakukan penelitian untuk skripsi saya yang berjudul “**Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Atribut Buah Pepaya California Studi Kasus : Pasar Tradisional Medan Metro Trade Center (MMTC), Kecamatan Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang**”. Saya mohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk mengisi kuesioner penelitian ini. Atas kesediaan dan partisipasinya saya ucapkan terima kasih.

PERTANYAAN KRITERIA RESPONDEN :

1. Apakah Anda pernah membeli buah Pepaya California di Pasar Tradisional MMTC? YA / TIDAK
2. Apakah Anda pernah membeli buah Pepaya California di Pasar Tradisional MMTC sebanyak 3 kali atau lebih? YA / TIDAK
3. Apakah Anda membeli buah Pepaya California untuk dikonsumsi sendiri dan tidak diperdagangkan lagi? YA / TIDAK

DATA RESPONDEN (*Berilah tanda (√) untuk jawaban Anda*)

1. Nama :
2. Jenis Kelamin : Laki-Laki Perempuan
3. Umur : tahun
4. Status Pernikahan : Menikah Belum Menikah

5. Tingkat Pendidikan : SD SMA/SMK Lainnya, ...
 SMP S1
6. Jumlah Anggota Keluarga : orang
7. Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga PNS Lainnya, ...
 Wiraswasta Mahasiswa/Pelajar
8. Penghasilan keluarga per bulan
 < Rp1.000.000 Rp2.500.000 - Rp5.000.000
 Rp1.000.000 - Rp2.500.000 > Rp5.000.000



PERILAKU PEMBELIAN (*Berilah tanda (✓) untuk jawaban Anda*)

1. Apakah Anda mengetahui bahwa buah pepaya yang Anda beli merupakan buah pepaya California?
 Ya Tidak
2. Apakah alasan Anda mengonsumsi buah pepaya California?
 Harga Terjangkau Manfaat Kesehatan
 Mudah Ditemukan Lainnya, sebutkan ...
3. Kapankah Anda membeli buah pepaya California?
 Seminggu Sekali Satu Bulan Sekali
 Dua Minggu Sekali Tidak Tentu
4. Berapakah jumlah (berat) buah pepaya California yang Anda beli dalam setiap pembelian?
 < 1 kg 4 - 6 kg
 1 - 3 kg > 6 kg
5. Selain pasar tradisional MMTC, apakah Anda membeli buah pepaya California di tempat lain?
 Ya Tidak
6. Berapakah harga (per-kg) buah pepaya California yang Anda beli di pasar tradisional MMTC?
7. Di bawah ini, manakah warna kulit buah pepaya California yang Anda sukai?
 Kuning Kehijauan
 Kuning Sempurna
 Kuning Keoranyean
8. Di bawah ini, manakah ukuran buah pepaya California yang Anda sukai?
 Kecil (< 1 kg/buah)
 Sedang (1 kg - 1,5 kg/buah)
 Besar (> 1,5 kg/buah)
9. Di bawah ini, manakah tekstur buah pepaya California yang Anda sukai?
 Bercak
 Mulus

PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP ATRIBUT BUAH PEPAYA CALIFORNIA

Petunjuk Pengisian :

1. Bacalah secara perlahan 9 kombinasi dari buah Pepaya California pada tabel di bawah ini.
2. Pastikan mana kombinasi buah Pepaya California yang Anda sukai dan ingin membelinya.
3. Berilah tanda (√) pada kolom *rating* untuk menentukan kriteria pada 9 kombinasi buah Pepaya California. Adapun kriteria *rating* sebagai berikut :
 1 = Sangat Tidak Suka (STS) 3 = Suka (S)
 2 = Tidak Suka (TS) 4 = Sangat Suka (SS)

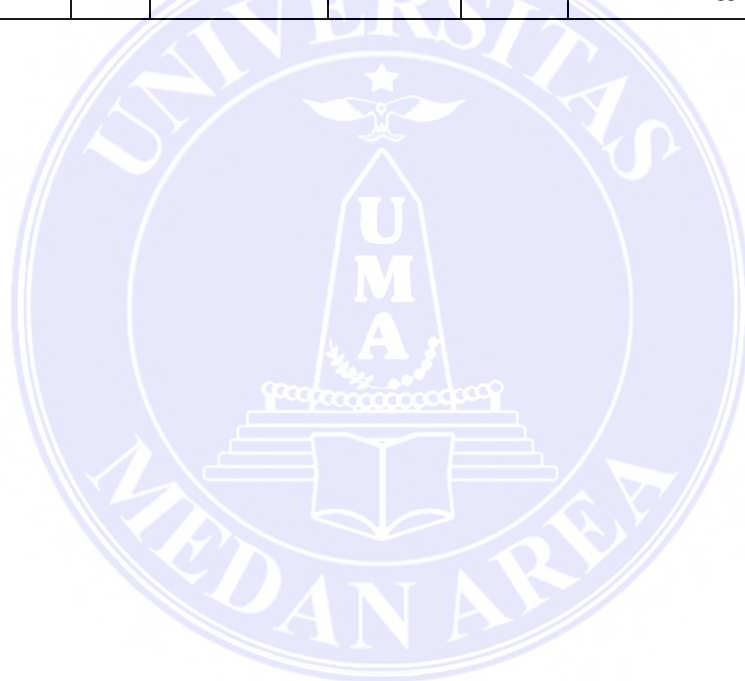
No	Kombinasi Atribut Buah Pepaya California				Rating			
	Harga Buah	Warna Kulit Buah	Ukuran Buah	Tekstur Kulit Buah	STS	TS	S	SS
1	<Rp7.000	Kuning Sempurna	Kecil (<1 kg/buah)	Mulus	1	2	3	4
2	<Rp7.000	Kuning Kehijauan	Besar (>1,5 kg/buah)	Bercak	1	2	3	4
3	Rp7.000- Rp10.000	Kuning Keoranyean	Kecil (<1 kg/buah)	Bercak	1	2	3	4
4	Rp7.000- Rp10.000	Kuning Kehijauan	Sedang (1-1,5 kg/buah)	Mulus	1	2	3	4
5	Rp7.000- Rp10.000	Kuning Sempurna	Besar (>1,5 kg/buah)	Mulus	1	2	3	4
6	>Rp10.000	Kuning Kehijauan	Kecil (<1 kg/buah)	Mulus	1	2	3	4
7	>Rp10.000	Kuning Keoranyean	Besar (>1,5 kg/buah)	Mulus	1	2	3	4
8	<Rp7.000	Kuning Keoranyean	Sedang (1-1,5 kg/buah)	Mulus	1	2	3	4
9	>Rp10.000	Kuning Sempurna	Sedang (1-1,5 kg/buah)	Bercak	1	2	3	4

Lampiran 2. Hasil Olahan Data

A. Identitas Responden

Resp.	Jenis Kelamin	Umur	Status Pernikahan	Tingkat Pendidikan	Jumlah Anggota Keluarga	Pekerjaan	Penghasilan
1	P	40	Menikah	SMA/SMK	2	Wiraswasta	Rp2.500.000 - Rp5.000.000
2	P	22	Belum Menikah	SMA/SMK	1	Mahasiswa/Pelajar	< Rp1.000.000
3	P	23	Belum Menikah	SMA/SMK	1	Mahasiswa/Pelajar	< Rp1.000.000
4	P	37	Menikah	SMA/SMK	3	Ibu Rumah Tangga	Rp1.000.000 - Rp2.500.000
5	P	29	Belum Menikah	S1	4	Pegawai Swasta	Rp2.500.000 - Rp5.000.000
6	P	17	Belum Menikah	SMA/SMK	1	Mahasiswa/Pelajar	< Rp1.000.000
7	P	39	Menikah	SMA/SMK	3	Ibu Rumah Tangga	Rp1.000.000 - Rp2.500.000
8	P	26	Belum Menikah	S1	1	PNS	Rp2.500.000 - Rp5.000.000
9	P	20	Belum Menikah	SMA/SMK	1	Mahasiswa/Pelajar	< Rp1.000.000
10	P	48	Menikah	SMA/SMK	3	Ibu Rumah Tangga	Rp1.000.000 - Rp2.500.000
11	P	42	Menikah	SMA/SMK	4	Ibu Rumah Tangga	Rp1.000.000 - Rp2.500.000
12	P	55	Menikah	SD	6	Ibu Rumah Tangga	Rp1.000.000 - Rp2.500.000
13	P	23	Belum Menikah	S1	4	Pegawai Swasta	Rp2.500.000 - Rp5.000.000
14	P	52	Menikah	SD	4	Ibu Rumah Tangga	Rp1.000.000 - Rp2.500.000
15	L	25	Belum Menikah	S1	3	Pegawai Swasta	Rp1.000.000 - Rp2.500.000
16	P	50	Menikah	SMA/SMK	3	Ibu Rumah Tangga	Rp1.000.000 - Rp2.500.000
17	P	24	Belum Menikah	S1	8	Pegawai Swasta	Rp2.500.000 - Rp5.000.000
18	P	22	Belum Menikah	SMA/SMK	1	Mahasiswa/Pelajar	< Rp1.000.000
19	P	22	Belum Menikah	SMA/SMK	2	Mahasiswa/Pelajar	Rp2.500.000 - Rp5.000.000
20	L	21	Belum Menikah	SMA/SMK	3	Wiraswasta	Rp2.500.000 - Rp5.000.000
21	P	36	Menikah	S1	3	Ibu Rumah Tangga	Rp2.500.000 - Rp5.000.000
22	P	31	Menikah	S1	2	Ibu Rumah Tangga	Rp2.500.000 - Rp5.000.000
23	P	48	Menikah	SMA/SMK	2	Ibu Rumah Tangga	Rp2.500.000 - Rp5.000.000
24	P	57	Menikah	SMA/SMK	4	PNS	Rp2.500.000 - Rp5.000.000
25	L	60	Menikah	SMA/SMK	4	PNS	Rp2.500.000 - Rp5.000.000
26	L	46	Menikah	SMA/SMK	4	Pegawai Swasta	Rp1.000.000 - Rp2.500.000
27	P	46	Menikah	SMA/SMK	5	Wiraswasta	Rp2.500.000 - Rp5.000.000
28	P	34	Menikah	S1	2	PNS	> Rp5.000.000

29	P	25	Menikah	S1	3	Pegawai Swasta	> Rp5.000.000
30	P	49	Menikah	SMA/SMK	3	PNS	Rp2.500.000 - Rp5.000.000
31	L	24	Belum Menikah	SMA/SMK	5	Wiraswasta	Rp1.000.000 - Rp2.500.000
32	P	30	Menikah	S1	8	Pegawai Swasta	> Rp5.000.000
33	P	56	Menikah	S1	7	Ibu Rumah Tangga	Rp2.500.000 - Rp5.000.000
34	P	27	Belum Menikah	SMA/SMK	3	Ibu Rumah Tangga	Rp2.500.000 - Rp5.000.000
35	P	22	Belum Menikah	SMA/SMK	2	Pegawai Swasta	Rp2.500.000 - Rp5.000.000
36	P	38	Menikah	SMA/SMK	3	Wiraswasta	> Rp5.000.000
37	P	36	Menikah	SMA/SMK	4	Ibu Rumah Tangga	Rp1.000.000 - Rp2.500.000
38	P	22	Belum Menikah	SMA/SMK	2	Mahasiswa/Pelajar	Rp2.500.000 - Rp5.000.000
39	P	18	Belum Menikah	SMA/SMK	1	Mahasiswa/Pelajar	< Rp1.000.000
40	P	28	Menikah	SMA/SMK	3	Ibu Rumah Tangga	Rp1.000.000 - Rp2.500.000



B. Perilaku Pembelian Responden

Resp.	Pengetahuan Tentang Produk	Alasan Pembelian	Frekuensi Pembelian	Jumlah Pembelian	Pembelian di Tempat Lain	Harga Pembelian	Warna Kulit Buah	Ukuran Buah	Tekstur Buah
1	Tidak	Manfaat Kesehatan	Tidak Tentu	1 - 3 kg	Tidak	Rp9.000	Kuning Keoranyean	Besar (>1,5 kg/buah)	Mulus
2	Ya	Masa Simpan	Sebulan Sekali	< 1 kg	Tidak	Rp8.000	Kuning Sempurna	Kecil (<1 kg/buah)	Mulus
3	Ya	Harga Terjangkau	Tidak Tentu	< 1 kg	Tidak	Rp12.000	Kuning Sempurna	Kecil (<1 kg/buah)	Mulus
4	Tidak	Manfaat Kesehatan	Tidak Tentu	1 - 3 kg	Tidak	Rp9.000	Kuning Keoranyean	Sedang (1-1,5 kg/buah)	Mulus
5	Ya	Harga Terjangkau	Tidak Tentu	4 - 6 kg	Tidak	Rp7.000	Kuning Sempurna	Besar (>1,5 kg/buah)	Mulus
6	Tidak	Masa Simpan	Dua Minggu Sekali	< 1 kg	Tidak	Rp7.000	Kuning Sempurna	Kecil (<1 kg/buah)	Mulus
7	Tidak	Mudah Ditemukan	Tidak Tentu	1 - 3 kg	Tidak	Rp9.000	Kuning Kehijauan	Sedang (1-1,5 kg/buah)	Mulus
8	Ya	Mudah Ditemukan	Tidak Tentu	< 1 kg	Tidak	Rp6.500	Kuning Sempurna	Kecil (<1 kg/buah)	Mulus
9	Ya	Manfaat Kesehatan	Tidak Tentu	< 1 kg	Tidak	Rp9.000	Kuning Sempurna	Kecil (<1 kg/buah)	Mulus
10	Ya	Mudah Ditemukan	Tidak Tentu	1 - 3 kg	Tidak	Rp9.000	Kuning Kehijauan	Sedang (1-1,5 kg/buah)	Mulus
11	Ya	Manfaat Kesehatan	Tidak Tentu	4 - 6 kg	Tidak	Rp9.000	Kuning Keoranyean	Besar (>1,5 kg/buah)	Mulus
12	Tidak	Manfaat Kesehatan	Tidak Tentu	4 - 6 kg	Tidak	Rp9.000	Kuning Keoranyean	Besar (>1,5 kg/buah)	Mulus
13	Ya	Harga Terjangkau	Tidak Tentu	1 - 3 kg	Tidak	Rp9.000	Kuning Kehijauan	Sedang (1-1,5 kg/buah)	Mulus
14	Tidak	Rasa	Dua Minggu Sekali	1 - 3 kg	Tidak	Rp9.000	Kuning Sempurna	Sedang (1-1,5 kg/buah)	Mulus
15	Ya	Rasa	Sebulan Sekali	1 - 3 kg	Tidak	Rp9.000	Kuning Sempurna	Sedang (1-1,5 kg/buah)	Mulus
16	Ya	Manfaat Kesehatan	Tidak Tentu	1 - 3 kg	Tidak	Rp9.000	Kuning Keoranyean	Sedang (1-1,5 kg/buah)	Mulus
17	Ya	Harga Terjangkau	Tidak Tentu	4 - 6 kg	Tidak	Rp8.000	Kuning Sempurna	Sedang (1-1,5 kg/buah)	Mulus
18	Ya	Masa Simpan	Dua Minggu Sekali	< 1 kg	Tidak	Rp9.000	Kuning Sempurna	Kecil (<1 kg/buah)	Mulus
19	Ya	Mudah Ditemukan	Dua Minggu Sekali	1 - 3 kg	Ya	Rp9.000	Kuning Kehijauan	Sedang (1-1,5 kg/buah)	Mulus
20	Ya	Mudah Ditemukan	Tidak Tentu	1 - 3 kg	Tidak	Rp10.000	Kuning Sempurna	Kecil (<1 kg/buah)	Mulus
21	Ya	Rasa	Seminggu Sekali	1 - 3 kg	Tidak	Rp12.000	Kuning Kehijauan	Sedang (1-1,5 kg/buah)	Mulus
22	Ya	Manfaat Kesehatan	Seminggu Sekali	1 - 3 kg	Tidak	Rp10.000	Kuning Keoranyean	Sedang (1-1,5 kg/buah)	Mulus
23	Ya	Rasa	Seminggu Sekali	1 - 3 kg	Ya	Rp8.000	Kuning Sempurna	Sedang (1-1,5 kg/buah)	Mulus
24	Ya	Manfaat Kesehatan	Tidak Tentu	4 - 6 kg	Tidak	Rp9.000	Kuning Kehijauan	Besar (>1,5 kg/buah)	Mulus
25	Tidak	Rasa	Tidak Tentu	1 - 3 kg	Ya	Rp10.000	Kuning Keoranyean	Sedang (1-1,5 kg/buah)	Mulus
26	Tidak	Mudah Ditemukan	Sebulan Sekali	1 - 3 kg	Ya	Rp6.000	Kuning Sempurna	Sedang (1-1,5 kg/buah)	Mulus
27	Tidak	Mudah Ditemukan	Tidak Tentu	4 - 6 kg	Tidak	Rp9.000	Kuning Kehijauan	Besar (>1,5 kg/buah)	Mulus

28	Ya	Manfaat Kesehatan	Seminggu Sekali	1 - 3 kg	Tidak	Rp9.000	Kuning Keoranyean	Sedang (1-1,5 kg/buah)	Mulus
29	Ya	Mudah Ditemukan	Dua Minggu Sekali	4 - 6 kg	Tidak	Rp10.000	Kuning Kehijauan	Sedang (1-1,5 kg/buah)	Mulus
30	Tidak	Harga Terjangkau	Tidak Tentu	4 - 6 kg	Tidak	Rp8.000	Kuning Kehijauan	Besar (>1,5 kg/buah)	Mulus
31	Tidak	Harga Terjangkau	Tidak Tentu	4 - 6 kg	Tidak	Rp12.000	Kuning Sempurna	Sedang (1-1,5 kg/buah)	Mulus
32	Ya	Manfaat Kesehatan	Seminggu Sekali	4 - 6 kg	Tidak	Rp6.000	Kuning Keoranyean	Sedang (1-1,5 kg/buah)	Mulus
33	Ya	Manfaat Kesehatan	Seminggu Sekali	4 - 6 kg	Tidak	Rp12.000	Kuning Sempurna	Besar (>1,5 kg/buah)	Mulus
34	Tidak	Harga Terjangkau	Tidak Tentu	4 - 6 kg	Tidak	Rp10.000	Kuning Sempurna	Sedang (1-1,5 kg/buah)	Mulus
35	Ya	Harga Terjangkau	Tidak Tentu	1 - 3 kg	Tidak	Rp7.000	Kuning Sempurna	Sedang (1-1,5 kg/buah)	Mulus
36	Ya	Manfaat Kesehatan	Seminggu Sekali	1 - 3 kg	Tidak	Rp10.000	Kuning Keoranyean	Sedang (1-1,5 kg/buah)	Mulus
37	Tidak	Harga Terjangkau	Tidak Tentu	4 - 6 kg	Tidak	Rp12.000	Kuning Kehijauan	Sedang (1-1,5 kg/buah)	Mulus
38	Ya	Harga Terjangkau	Tidak Tentu	< 1 kg	Tidak	Rp9.000	Kuning Sempurna	Besar (>1,5 kg/buah)	Mulus
39	Ya	Harga Terjangkau	Tidak Tentu	< 1 kg	Ya	Rp8.000	Kuning Sempurna	Kecil (<1 kg/buah)	Mulus
40	Tidak	Rasa	Dua Minggu Sekali	1 - 3 kg	Ya	Rp10.000	Kuning Keoranyean	Sedang (1-1,5 kg/buah)	Mulus

C. Preferensi Konsumen Buah Pepaya California

Sampel	Kombinasi Preferensi Atribut Buah Pepaya California								
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9
1	3	1	3	2	3	2	4	4	2
2	3	2	3	3	4	3	2	3	3
3	3	2	3	3	4	2	3	4	3
4	2	1	3	2	4	1	4	4	3
5	4	3	3	3	4	3	2	3	2
6	3	2	1	3	4	2	2	3	3
7	3	3	1	4	3	3	2	2	3
8	4	1	3	3	4	2	2	4	3
9	4	1	2	2	4	2	4	4	2
10	2	3	1	4	3	2	3	2	3
11	3	2	4	3	4	2	4	4	2
12	3	1	3	2	4	1	3	4	1
13	3	3	3	4	2	4	2	3	3
14	4	1	3	3	4	3	3	3	3
15	4	2	3	3	4	3	3	3	3
16	3	2	4	3	4	3	3	4	2
17	4	2	3	2	4	1	3	3	4
18	4	1	2	3	4	2	3	4	3
19	3	3	2	4	3	4	2	2	3
20	4	2	2	3	4	1	2	4	4
21	1	3	1	4	3	4	2	3	3
22	3	1	4	2	4	1	3	4	2
23	4	2	2	3	4	2	3	3	3
24	1	3	3	4	3	4	2	2	3
25	4	2	3	3	4	1	3	4	2
26	4	1	3	3	3	3	3	4	3
27	2	3	1	4	3	4	2	2	2
28	2	2	3	3	4	2	3	4	3
29	1	3	2	4	3	4	3	2	2
30	1	3	1	4	3	4	1	2	2
31	3	2	3	3	4	2	2	3	4
32	4	2	3	2	3	1	3	4	3
33	4	1	3	3	4	2	3	3	3
34	3	2	2	2	3	3	2	3	3
35	4	2	1	3	4	2	4	4	2
36	4	1	4	2	3	1	4	4	2
37	3	3	2	4	2	3	3	2	1
38	4	1	2	2	4	3	2	3	2
39	4	2	2	3	4	3	4	4	3
40	4	3	3	2	3	2	4	4	2

D. Hasil Analisis Multivariat Konjoin

		Utilities	
		Utility Estimate	Std. Error
Harga	> Rp10.000	-,194	,063
	Rp7.000 – Rp10.000	,197	,063
	< Rp7.000	-,003	,063
Warna_Kulit	Kuning Keoranyean	,047	,063
	Kuning Sempurna	,297	,063
	Kuning Kehijauan	-,344	,063
Ukuran	Besar (> 1,5 kg/buah)	-,028	,063
	Sedang (1 kg – 1,5 kg/buah)	,147	,063
	Kecil (< 1 kg/buah)	-,119	,063
Tekstur_Kulit	Mulus	,327	,047
	Bercak	-,327	,047
(Constant)		2,702	,047

Importance Values

Harga	18,122
Warna_Kulit	43,919
Ukuran	17,913
Tekstur Kulit	20,045

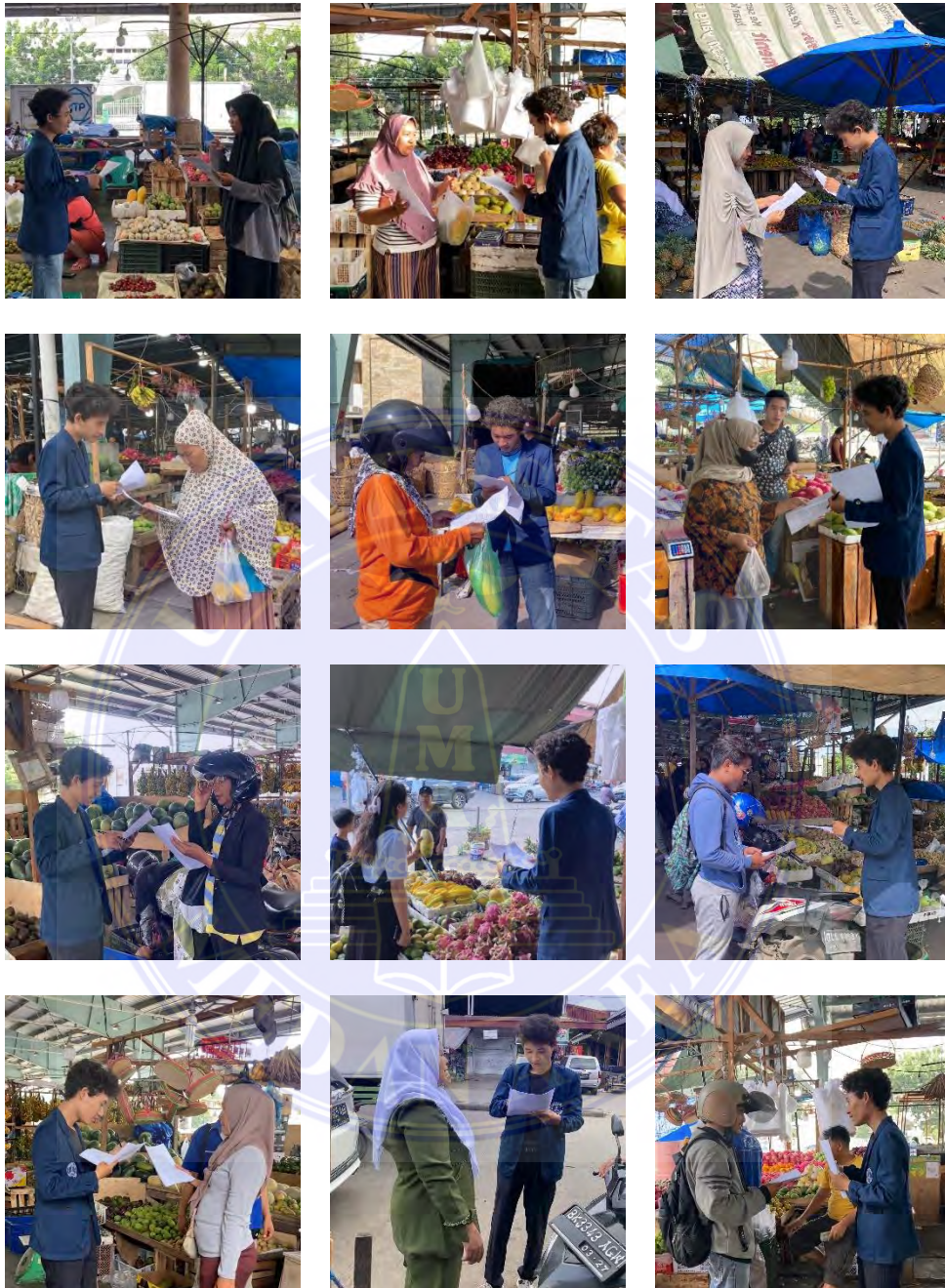
Averaged Importance Score

Correlations^a

	Value	Sig.
Pearson's R	,995	,000
Kendall's tau	1,000	,000

a. Correlations between observed and estimated preferences

Lampiran 3. Dokumentasi Penelitian



Pengisian kuesioner oleh responden konsumen buah pepaya california di Pasar Tradisional Medan Metro Trade Center (MMTC)



Atribut warna kulit buah pepaya california dari sebelah kiri; warna kuning kehijauan, kuning sempurna kuning keoranyean

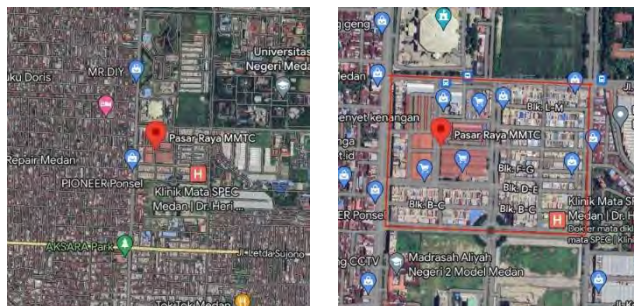


Atribut ukuran buah pepaya california dari sebelah kiri; kecil (<1kg), sedang (1-1,5 kg), besar (>1,5 kg)

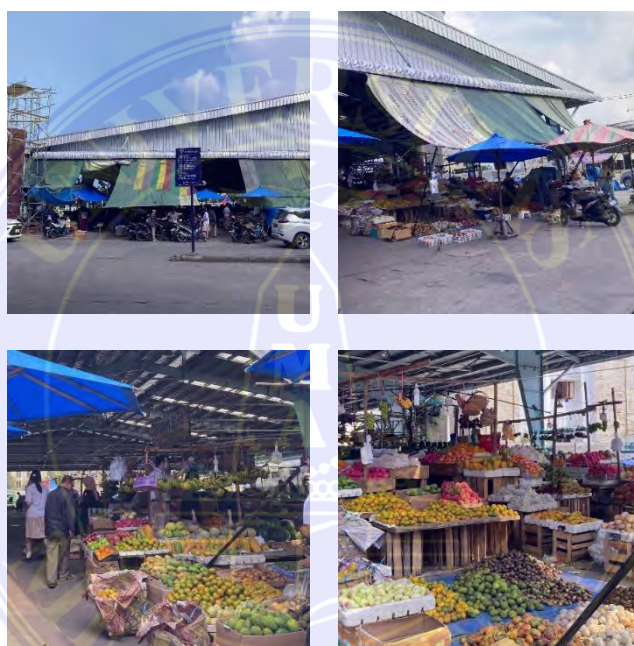


Atribut tekstur kulit buah pepaya california dari sebelah kiri; mulus, bercak

Lampiran 4. Lokasi Penelitian




Lokasi Pasaraya Medan Metro Trade Center (MMTC) via Google Maps



Pasar Tradisional Medan Metro Trade Center (MMTC)

Lampiran 5. Surat Pengantar Riset/Penelitian

**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 : 3565/FP.2/01.10/X/2023 Medan, 04 Oktober 2023
Lamp. : -
Hal : Pengambilan Data/Riset

Kepada yth.
Kepala Bagian Legal Pasaraya
Medan Metro Trade Center Deli Serdang
Kabupaten Deli Serdang
di _____
Tempat

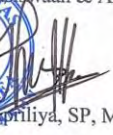
Dengan hormat,
Dalam rangka penyelesaian studi dan penyusunan skripsi di Fakultas Pertanian Universitas Medan Area, maka bersama ini kami mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk dapat memberikan izin dan kesempatan kepada mahasiswa kami atas nama:

Nama : Rico Pramudia
NIM : 188220146
Program Studi : Agribisnis


Untuk melaksanakan Penelitian dan atau Pengambilan Data di Kantor Bagian Legal Pasaraya Medan Metro Trade Center Deli Serdang untuk kepentingan skripsi berjudul **“Analisis Preferensi Konsumen terhadap Atribut Buah Pepaya California (Studi Kasus : Pasar Tradisional Medan Metro Trade Center (MMTC) Kecamatan Percut Sei Tuan Kabupaten Deli Serdang)”**.

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


Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan bantuan Bapak/Ibu diucapkan terima kasih.

Wakil Dekan Bid. Inovasi,
Pengembangan, Riset, dan Hubungan
Mahasiswa & Alumni,

Medan, Aprilia, SP, M.Si

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



Lampiran 6. Surat Selesai Riset/Penelitian

 **Pasaraya MMTC**
Deli Serdang

Jl. Williem Iskandar No 38, Desa Medan Estate, Kecamatan Percut Sei Tuan – Deli Serdang, 20371

No : 177/LG/DMP/PSR/XI/2023
Lamp : -
Hal : Surat Keterangan Penelitian

Medan, 06 November 2023

Kepada Yth :
Fakultas Pertanian
Universitas Medan Area
Di –
Tempat

Yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : Genti Gallery, SH
Jabatan : Legal / Humas

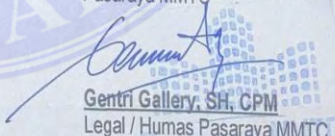
Dengan ini menerangkan sebagai berikut :

Nama : Rico Pramudia
NIM : 188220146
Program Studi : Agribisnis
Judul Skripsi : Analisis Prefrensi Konsument Terhadap Atribut Buah Pepaya California Studi Pasar Tradisional Pasaraya MMTC, Kecamatan Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang

Dinyatakan telah selesai melaksanakan Penelitian di Kawasan Pasaraya MMTC guna menyelesaikan Skripsi dengan Judul dimaksud diatas.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Hormat Kami
Pasaraya MMTC


Genti Gallery, SH, CPM
Legal / Humas Pasaraya MMTC

