

ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN JAMBU BIJI VARIETAS KRISTAL
(Studi Kasus di Desa Padang Kecamatan Trucuk Kabupaten Bojonegoro Provinsi Jawa Timur Tahun 2020)

Fidia Purnamasari¹, Masahid², Djalal Su'udi³

Program Sarjana Pertanian Universitas Bojonegoro

E-mail: pidiyaunyu@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui atribut preferensi konsumen jambu kristal dan mengetahui atribut yang paling dipertimbangkan oleh para konsumen dalam keputusan pembelian jambu kristal di Desa Padang. Atribut-atribut pada jambu kristal yang terlihat mempengaruhi minat konsumen dalam pembelian jambu kristal dan diduga atribut jambu kristal yang dipertimbangkan oleh para konsumen dalam keputusan pembelian jambu kristal berturut-turut dari yang paling dipertimbangkan adalah atribut warna kulit, bentuk buah, ukuran buah, rasa buah dan tekstur daging buah. Berdasarkan analisis *Fishbein* penelitian menunjukkan bahwa sikap konsumen untuk atribut warna kulit dan bentuk buah jambu kristal yang memiliki nilai masing-masing 17,54 dan 15,05. Sementara itu, atribut ukuran buah bukan merupakan pertimbangan utama dalam membeli jambu kristal.

Kata Kunci: Atribut Produk, Jambu Biji Varietas Kristal, Multiatribut *Fishbein*, Preferensi Konsumen.

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan Negara agraris yang menghasilkan berbagai macam komoditi pertanian, salah satunya adalah hortikultura berupa buah-buahan. Buah-buahan merupakan salah satu komoditas hortikultura yang memegang peranan penting bagi pembangunan pertanian Indonesia. Setiap hari semua keluarga selalu membutuhkan buah sebagai salah satu bahan makanan penting untuk memenuhi gizi yang ideal. Konsumsi buah dan sayur masyarakat yang ideal perharinya adalah sebanyak 73 kilogram per kapita per tahun yang merupakan standar konsumsi yang disarankan oleh *Food Agricultural Organization (FAO) (Food and Agricultural Organization, 2008)*

Indonesia dengan jumlah penduduk 210 juta jiwa yang terdiri lebih dari 17.500 pulau memiliki banyak potensi besar termasuk pada sector pertanian. Jumlah penduduk yang besar tersebut,

merupakan potensi pasar yang baik bagi komoditas buah-buahan, dan dengan banyaknya pulau dengan kondisi geografis yang berbeda-beda memiliki potensi untuk menghasilkan beraneka ragam buah lokal dengan ciri khas yang sesuai dengan daerah asal masing-masing (Anarsis, 1999).

Jambu kristal (*Psidium Guajava L*) adalah salah satu varietas jambu biji yang saat ini mempunyai prospek cerah untuk dikembangkan di Indonesia. Jambu kristal memiliki buah yang berukuran besar, daging

buah yang bersih dan biji yang sangat minim (kurang dari 3% dari total masa buah), dan kandungan vitamin C yang tinggi. berdasarkan *roadmap* jambu kristal Indonesia tahun 2015-2035, jambu kristal memiliki peluang dan potensi yang cukup menjanjikan untuk menggantikan (substitusi) ketersediaan buah impor khususnya pir dan apel dikarenakan kemiripan tekstur buahnya yang renyah,

sehingga mampu mengurangi pengeluaran untuk mengimpor pir dan apel yang pada tahun 2011 diperkirakan menghabiskan dana senilai Rp 2 triliun (Bank Indonesia, dalam *Roadmap Jambu Kristal Indonesia Tahun 2015-2035*, 2014). Selain mensubstitusi beberapa buah impor, kementerian pertanian juga mendorong produktivitas jambu kristal untuk mengganti ketersediaan buah musiman tahunan.

Kabupaten Bojonegoro adalah salah satu kota yang memiliki Agrowisata seperti; Agrowisata Kebun Belimbing, Agrowisata Salak Wedi dan Agrowisata Jambu Kristal. Salah satu pengembangan Agrowisata Jambu Kristal di Kabupaten Bojonegoro adalah Desa Padang kecamatan Trucuk kabupaten Bojonegoro. Di Desa Padang terdapat 33 petani yang menanam Jambu Kristal dengan luas lahan 12 hektar dan jumlah tanaman 400 sampai 500 per hektar. Produksi rata-rata petani di Agrowisata Jambu Kristal Desa Padang sebanyak 20 kg sampai 30 kg jambu kristal per pohon per musim. Sehingga dapat diakumulasikan dalam satu tahun petani Jambu Kristal Desa Padang bisa memproduksi 40 kg sampai 60 kg jambu kristal per pohon. Besarnya peluang pasar Jambu Kristal di Indonesia dengan jumlah produsen yang mulai banyak, ditambah dengan perawatannya yang cukup mudah dan pohon yang terus berbuah sepanjang tahun.

Produsen perlu mengetahui selera konsumen dalam menentukan pilihan suka atau tidak suka seorang konsumen terhadap suatu produk, terlebih dahulu mereka mempertimbangkan ciri-ciri fisik (atribut) yang melekat pada produk tersebut. Begitu juga dalam pembelian jambu kristal, beberapa atribut yang menjadi pertimbangan konsumen antara lain warna

kulit, bentuk buah, ukuran buah, rasa buah dan tekstur daging buah.

Konsumen merupakan salah satu komponen penting dalam sistem agribisnis. Tumbuhnya sektor agribisnis akan ditentukan oleh seberapa besar permintaan konsumen terhadap produk-produk agribisnis. Memahami preferensi konsumen merupakan informasi pasar yang sangat penting bagi sektor agribisnis yang diperlukan sebagai bahan masukan untuk merencanakan produksi, pengembangan dan memasarkan produk agribisnis dengan baik.

Pemasaran jambu kristal dikebun Desa Padang saat ini dengan menjual di kebun dengan cara bisa memetik sendiri atau tinggal memilih yang sudah dipetikkan, namun di Bojonegoro jambu kristal kurang diminati oleh konsumen pada musim buah tertentu.

Agar jambu kristal yang dikembangkan di Desa Padang dapat bersaing dengan buah buah lokal lainnya maka diperlukan penelitian untuk dapat mengetahui preferensi konsumen jambu kristal di Desa Padang. Mengingat konsumen adalah akhir dari suatu produk khususnya jambu kristal.

Dari uraian di atas peneliti tertarik untuk meneliti Preferensi Konsumen Jambu Biji Varietas Kristal. Studi kasus di Desa Padang Kecamatan Trucuk Kabupaten Bojonegoro. Berdasarkan pada uraian latar belakang, maka dalam penelitian ini adapun rumusan masalah yang timbul untuk mencapai sebuah keberhasilan dalam usaha dibidang hortikultura, khususnya jambu biji varietas kristal yaitu: Atribut jambu kristal yang bagaimanakah yang menjadi preferensi atau kesukaan konsumen di kebun Desa Padang? Atribut manakah yang paling dipertimbangkan oleh konsumen dalam keputusan pembelian jambu kristal dikebun Desa Padang? Adapun tujuan dari

penelitian tersebut sebagai berikut :
Mengkaji atribut-atribut jambu Kristal yang menjadi preferensi atau kesukaan di kebun Desa Padang. Mengkaji atribut yang paling dipertimbangkan oleh para konsumen dalam keputusan pembelian jambu Kristal di kebun Desa Padang.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan pada bulan Februari sampai bulan Mei 2020 di kebun jambu kristal Desa Padang. Penelitian ini bersifat umum dan ditujukan untuk mengetahui preferensi konsumen jambu kristal yang ada di kebun Desa Padang. Lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (*Purposive Sampling*). Pengambilan sampel dilakukan menurut pendapat Roscoe dengan responden sebanyak 50 orang. Jenis data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dan kuantitatif yang menggunakan Multiatribut *Fishbein*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Karakteristik responden dalam penelitian ini dibagi menjadi lima yaitu Jenis Kelamin, Usia, Pendidikan, Pekerjaan dan Penghasilan per bulan. Karakteristik responden pada penelitian ini dapat disajikan sebagai berikut :

a. Jenis Kelamin

Pada tabel 1 ditunjukkan banyaknya responden dalam penelitian menurut jenis kelamin, yaitu sebagai berikut :

Tabel 1. Karakteristik Responden Jambu Kristal Menurut Jenis Kelamin.

Jenis Kelamin	Jumlah (orang)
Laki-laki	22
Perempuan	28
Jumlah	50

Sumber : Analisis Data Primer 2020

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa mayoritas responden yang membeli jambu kristal adalah perempuan yaitu sebanyak 28 orang atau 56,00%. Hal ini menunjukkan bahwa pemenuhan kebutuhan buah-buahan tidak melulu dilakukan oleh laki-laki saja, lebih banyak perempuan yang datang langsung dikebun jambu Kristal desa padang.

b. Usia

Seiring dengan perubahan usia juga akan mengakibatkan perbedaan kesukaan atau selera konsumen terhadap suatu produk. Tabel 2 akan memperlihatkan jumlah responden jambu kristal DI Desa Padang menurut kelompok umurnya.

Tabel 2. Karakteristik Responden Jambu Kristal Menurut Usia

Kelompok usia (Tahun)	Jumlah (orang)	Prosentase (%)
<20	16	32,00
20 - 30	18	36,00
31 - 40	7	14,00
>40	9	18,00
Jumlah	50	100

Sumber : Analisis Data Primer 2020

Tabel 2 menunjukkan bahwa usia responden terbanyak yang membeli jambu kristal adalah berkisar diantara usia 20 – 30 tahun yaitu sebanyak 18 orang atau 36,00%. Diusia tersebut cenderung lebih berpikir rasional dalam mengambil keputusan pembelian jambu kristal. Maksud berpikir rasional yaitu konsumen pada umur tersebut rata-rata sudah bisa mempertimbangkan atribut-atribut jambu kristal yang diinginkan atau yang menjadi preferensinya.

c. Tingkat Pendidikan

Tingkat pendidikan sangat berpengaruh terhadap perilaku serta selera

konsumen dalam melakukan pembelian produk. Tingkat pendidikan menentukan tingkat penerimaan pengetahuan dan informasi seseorang.

Pada penelitian ini, diperoleh data responden dengan latar belakang pendidikan yang beraneka ragam sebagai berikut :

Tabel 3. Karakteristik Responden Jambu Kristal Menurut Tingkat Pendidikan

Tingkat Pendidikan	Jumlah (orang)	Prosentase (%)
SMP	4	8,00
SMA/SMK	32	64,00
S1	14	28,00
Jumlah	50	100

Sumber : Analisis Data Primer 2020

Berdasarkan tabel 3 diatas dapat diketahui bahwa responden yang membeli jambu kristal adalah responden yang memiliki latar belakang pendidikan yang beragam mulai dari responden yang memiliki tingkat pendidikan SMP hingga S1. Responden jambu kristal sebagian besar berpendidikan SMA/SMK yaitu sebanyak 32 responden atau 64,00%. Adapun tingkat pendidikan terendah dari responden adalah SMP yang jumlahnya sedikit yaitu 4 orang responden atau 8,00%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen jambu kristal di kebun Desa Padang sudah memiliki pendidikan yang cukup tinggi karena sudah melampaui wajib belajar 9 tahun yaitu tingkat SLTA.

Pendidikan yang tinggi tersebut akan mempengaruhi pengetahuan konsumen dalam mengambil keputusan membeli jambu kristal. Semakin tinggi tingkat pendidikan konsumen maka akan semakin mudah menerima dan menyerap informasi terhadap produk yang dikonsumsinya.

d. Jenis Pekerjaan

Pada penelitian ini didapatkan responden dengan latar belakang pekerjaan sebagai berikut :

Tabel 4. Karakteristik Responden Jambu Kristal Menurut Pekerjaan

Jenis Pekerjaan	Jumlah (orang)	Prosentase (%)
Guru	5	10,00
Mahasiswa	1	2,00
Pelajar	9	18,00
PNS	8	16,00
Wiraswasta	19	38,00
Karyawan swasta	8	16,00
Jumlah	50	100

Sumber : Analisis Data Primer 2020

Tabel 4 menunjukkan bahwa jambu kristal dikonsumsi oleh konsumen dari berbagai latar belakang jenis pekerjaan. Akan tetapi sebagian besar konsumen jambu kristal memiliki status wiraswasta yaitu sebanyak 19 responden atau 38,00%. Konsumen jambu kristal pada penelitian ini lebih banyak dikonsumsi sendiri daripada dijadikan oleh-oleh.

e. Tingkat Pendapatan

Tabel 5. Karakteristik Responden Jambu Kristal Menurut Tingkat Pendapatan

Pendapatan (Rp)	Jumlah (orang)	Prosentase (%)
<1.000.000	13	26,00
1.000.000 - 2.000.000	13	26,00
2.010.000 - 3.000.000	19	38,00
3.010.000 - 4.000.000	4	8,00
>4.000.000	1	2,00
Jumlah	50	100

Sumber : Analisis Data Primer 2020

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa tingkat pendapatan responden yang membeli jambu kristal didominasi oleh responden yang memiliki pendapatan Rp2.010.000 – Rp3.000.000 yaitu sebanyak 19 responden atau 38,00%. Hali ini menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen jambu kristal di kebun Desa Padang adalah berasal dari masyarakat golongan menengah. Semakin tinggi pendapatan konsumen, maka kesempatan konsumen membeli jambu kristal dengan atribut yang baik sesuai dengan preferensinya akan semakin besar.

Perilaku Beli Konsumen

Perilaku responden terhadap jambu kristal adalah suatu tindakan langsung terlibat untuk mendapatkan mengkonsumsi dan menghabiskan jambu kristal. Mempelajari perilaku responden jambu kristal merupakan usaha untuk memahami siapakah responden jambu kristal, bagaimana mereka membeli, kapan mereka membeli dan mengapa mereka membeli.

Perilaku responden jambu kristal perlu dipelajari oleh pemasar jambu kristal karena para pemasar berkewajiban untuk memahami responden, bagaimana selera responden tersebut dan bagaimana responden mengambil keputusan untuk membeli jambu kristal. Mempelajari apa yang dibutuhkan dan diinginkan responden pada saat ini merupakan hal yang sangat penting. Memahami responden akan menuntun penjual pada kebijakan pemasaran yang tepat dan efisien.

Berikut dijelaskan beberapa perilaku membeli konsumen jambu kristal di kebun Desa Padang.

a. Preferensi Konsumen

Konsumen jambu kristal yang menjadi responden dalam penelitian ini adalah responden yang melakukan pembelian di kebun Desa Padang. Berdasarkan hasil wawancara dengan responden dapat diketahui beberapa responden yang benar-benar menyukai

jambu kristal dan sebagian tidak, alasan pertama : mereka menyukai jambu kristal karena rasa yang manis dan mengandung banyak vitamin dalam kandungan buahnya (92% responden), alasan kedua : ada juga responden yang berkunjung ke kebun membeli jambu kristal dibuat oleh-oleh dan mereka cenderung tidak menyukai jambu kristal karena berbagai macam alasan yang tidak disebutkan oleh responden (8% responden).

b. Frekuensi Pembelian Jambu Kristal

Frekuensi pembelian jambu kristal oleh konsumen di Desa Padang dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 6. Frekuensi Pembelian Jambu Kristal Oleh Konsumen Padang

Frekuensi Pembelian	Jumlah Responden (orang)	Prosentase (%)
Setiap hari	-	-
Seminggu sekali	11	22,00
Sebulan sekali	21	42,00
Tidak tentu	18	36,00
Jumlah	50	100

Sumber : Analisis Data Primer 2020

Tabel 6 menunjukkan bahwa sebagian besar responden di kebun Desa Padang melakukan pembelian jambu kristal sebulan sekali pada saat panen yaitu sebanyak 21 responden dan sebanyak 18 responden melakukan pembelian dengan frekuensi yang tidak menentu yang berarti tidak memiliki suatu jadwal tertentu dalam melakukan pembelian jambu kristal selain itu juga tergantung dari kondisi keuangan yang mereka miliki, responden yang membeli jambu kristal seminggu sekali hanya terdapat 11 responden saja dengan alasan mereka sangat menggemari jambu kristal.

c. Jumlah Pembelian Jambu Kristal

Banyaknya jambu kristal yang dibeli sangat erat kaitannya dengan penghasilan. Di bawah ini ditunjukkan informasi mengenai jumlah pembelian jambu kristal oleh konsumen di Desa Padang

Tabel 7. Jumlah Pembelian Jambu Kristal Oleh Konsumen di Desa Padang

Jumlah Pembelian (kg)	Jumlah Responden (orang)	Prosentase (%)
<1	5	10,00
1 – 2	33	66,00
>2	12	24,00
Jumlah	50	100

Sumber : Analisis Data Primer 2020

Tabel 7 menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen jambu kristal di Desa Padang membeli jambu kristal sebesar 1-2 Kg yaitu sebanyak 33 responden atau 66,00%. Konsumen menganggap jumlah tersebut sudah dapat mencukupi kebutuhan mereka. Hal ini dapat memberikan informasi kepada pemilik kebun untuk selalu memperhatikan persediaan produknya supaya tidak berlebihan, sehingga menyebabkan jambu kristal yang tidak laku dan kemudian membusuk. Selain itu, hal ini dapat memberikan informasi kepada pemilik kebun supaya memperkirakan buah yang dipetik tidak berlebihan.

d. Tujuan Pembelian Jambu Kristal Oleh Konsumen

Tabel 8. Tujuan Pembelian Jambu Kristal Oleh Konsumen di Desa Padang

Tujuan Pembelian	Jumlah Responden (orang)	Prosentase (%)
Dikonsumsi sendiri	38	76,00

Sebagai oleh-oleh	12	24,00
Alasan lain	-	-
Jumlah	50	100

Sumber : Analisis Data Primer 2020

Berdasarkan tabel 16 dapat diketahui bahwa sebagian besar konsumen di kebun buah Desa Padang, yaitu sebanyak 38 responden atau 76,00% membeli jambu kristal dengan tujuan dikonsumsi sendiri. Sedangkan 12 responden atau 24,00% melakukan pembelian jambu kristal dengan tujuan sebagai oleh-oleh.

Preferensi Konsumen terhadap Atribut-atribut Jambu Kristal

Preferensi responden terhadap jambu kristal merupakan pilihan suka atau tidak suka oleh seseorang terhadap barang/produk jambu kristal yang dikonsumsi. Pilihan tersebut berbeda beda antara responden satu dengan responden yang lain. Preferensi responden terhadap jambu kristal di kebun Desa Padang dapat dianalisis menggunakan multiatribut *Fishbein*.

Preferensi konsumen terhadap jambu kristal di kebun Desa Padang dapat diketahui dengan melihat kategori atau kriteria atribut yang paling banyak dipilih oleh para konsumen jambu kristal.

Tabel 9. Preferensi Konsumen Terhadap Jambu Kristal di Desa Padang

Atribut jambu kristal	Preferensi konsumen
Warna kulit	Hijau kekuningan
Bentuk buah	Bulat simetris
Ukuran buah	Sedang
Rasa buah	Manis
Tekstur daging buah	Renyah

Sumber : Analisis Data Primer 2020

Berdasarkan tabel 9 di atas dapat diketahui bahwa jambu kristal yang disukai oleh konsumen di kebun Desa

Padang adalah jambu kristal yang mempunyai warna kulit hijau kekuningan, bentuk buah bulat simetris, ukuran buah yang sedang, mempunyai rasa manis dan bertekstur daging yang renyah.

Keyakinan dan Evaluasi

Sikap responden jambu kristal merupakan ungkapan perasaan mendalam responden tentang jambu kristal apakah menyukai atau tidak, senang atau tidak senang. Sikap responden jambu kristal juga bisa menggambarkan kepercayaan responden terhadap berbagai atribut dan manfaat dari jambu kristal tersebut. Kepercayaan responden jambu kristal adalah pengetahuan responden mengenai jambu kristal dan manfaatnya. Keyakinan dan evaluasi konsumen terhadap jambu kristal dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 10. Keyakinan Konsumen (bi) Terhadap Atribut Jambu Kristal

Atribut jambu kristal	Nilai Keyakinan
Warna kulit	4,06
Bentuk buah	3,90
Ukuran buah	3,70
Rasa buah	3,84
Tekstur daging buah	3,52

Sumber : Analisis Data Primer 2020

Tabel 10 menunjukkan bahwa atribut yang diyakini paling banyak oleh konsumen adalah warna kulit buah, atau dapat dikaitkan konsumen mempunyai keyakinan bahwa warna kuli yang dibeli konsumen adalah warna kulit yang paling digemari oleh para konsumen.

Tabel 11. Evaluasi Konsumen (ei) Terhadap Atribut Jambu Kristal

Atribut jambu kristal	Nilai Evaluasi
Warna kulit	4,32
Bentuk buah	3,86

Ukuran buah	3,10
Rasa buah	3,60
Tekstur daging buah	4,12

Sumber : Analisis Data Primer 2020

Tabel 11 menunjukkan bahwa warna kulit buah merupakan atribut yang mempunyai tingkat kepentingan paling tinggi dalam keputusan pembelian jambu kristal, atau konsumen menganggap bahwa atribut warna kulit adalah yang paling utama atau paling penting untuk dipertimbangkan dalam menentukan keputusan pembelian jambu kristal.

Dengan mengalikan angka penilaian keyakinan (bi) dan nilai evaluasi konsumen (ei) terhadap atribut jambu kristal, maka diperoleh indeks sikap konsumen (Ao). Angka ini menunjukkan penilaian konsumen terhadap atribut yang melekat pada jambu kristal yang meliputi warna kulit, bentuk buah, ukuran buah, rasa buah dan tekstur daging buah. Adapun nilai dari indeks sikap konsumen (Ao) terhadap jambu kristal dapat dilihat pada tabel dibawah.

Tabel 12. Sikap Konsumen Terhadap Jambu Kristal di Desa Padang

Atribut jambu kristal	Nilai Sikap Konsumen
Warna kulit	17,54
Bentuk buah	15,05
Ukuran buah	11,47
Rasa buah	13,82
Tekstur daging buah	14,50

Sumber : Analisis Data Primer 2020

Berdasarkan tabel 12 dapat diketahui bahwa nilai indeks sikap konsumen terhadap atribut yang dipertimbangkan dalam keputusan pembelian jambu kristal berturut-turut dari yang paling tinggi sampai yang terendah adalah warna kulit luar jambu kristal, bentuk buah, tekstur daging buah, rasa buah dan ukuran buah. Sehingga dapat dikatakan bahwa atribut warna kulit dan bentuk buah merupakan dua atribut yang

paling dominan dipertimbangkan oleh konsumen dalam keputusan pembelian jambu kristal.

Dari analisis multiatribut *Fishbein* diketahui besarnya indeks sikap konsumen sehingga dapat diketahui bahwa atribut yang dipertimbangkan oleh konsumen dalam pembelian jambu kristal berturut-turut dari yang paling dipertimbangkan sampai dengan yang kurang dipertimbangkan adalah warna kulit buah, bentuk buah, tekstur daging buah, rasa buah dan ukuran buah.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut : Atribut jambu kristal yang paling dipertimbangkan dalam keputusan pembelian jambu kristal di kebun desa Padang adalah atribut warna kulit,ururan atribut daro yang paling dipertimbangkan sampai dengan yang kurang dipertimbangkan adalah warna kulit, bentuk buah, tekstur daging buah, rasa buah dan ukuran buah. Atribut jambu kristal yang menjadi preferensi para konsumen di kebun Desa Padang adalah jambu kristal yang memiliki uran sedang (1Kg = 4 buah). Memiliki tekstur daging buah yang renyah serta mempunyai warna kulit luar yang hijau kekuningan.

Saran

Dari hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan, dapat dituliskan beberapa saran sebagai berikut : Pemilik kebun jambu kristal Desa Padang sebaiknya saat menyediakan jambu kristal yang siap dibawa pulang tanpa memetik terlebih dahulu harus memilah-milah jambu kristal yang memiliki ukuran besar (1 Kg = 2 buah), sedang (1Kg = 4 buah) dan kecil (1Kg = 6 buah) karena konsumen memiliki selera yang berbeda-beda, dan yang paling banyak di pertimbangan dalam membeli

jambu kristal yaitu jambu kristal yang berukuran sedang (1Kg = 4 buah). Perlu adanya kerjasama yang baik antara pemilik kebun dan pemerintah dalam pemasaran jambu kristal. Dalam rangka meningkatkan produksi dan produktivitas jambu kristal serta distribusi dan pemasaran yang baik perlu adanya kerjasama yang saling mendukung antara pemilik kebun dan pemerintah. Pemilik kebun selaku produsen dan pemasar berusaha untuk menghasilkan jambu kristal dengan kualitas yang baik dan memenuhi selera konsumen jambu kristal dan berusaha melakukan pemasaran yang baik bagi konsumen. Sementara pemerintah, berperan sebagai penentu kebijakan, salah satunya untuk mendukung pemasaran jambu kistal.

DAFTAR PUSTAKA

- Anonimous, 2019. **Data monografi**. Desa Padang
- Bilson, Simamora, 2011. **Memenangkan Pasar dengan Efektif dan Profitabel**, Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Engel, Blackwell, dan Miniard, 1994. **Perilaku konsumen**, Binarupa Aksara. Jakarta.
- Hawkins, Del I, J Best, Ronger, dan Koney, Kenneth A, 2001. **Consumer Behaviour : Building Marketing Strategy**, The Mc Graw-Hill. New Jerrsey
- Heru Irianto, dan Setyowati, Khurin, 2016. **Analisis preferensi konsumen terhadap buah semangka**. Surakarta.
- Husein, 2003. **Pengertian data primer**. Bandung (diakses pada tanggal 28 maret 2020)

- Kotler, dkk, 2009. **Preferensi konsumen**, Binarupa aksara. Jakarta.
- Loudon, 2012. **Pengaruh kemudahan penggunaan, kenikmatan belanja**. Consumer Behaviour 4th Edition. New York.
- Martono, 2010. **Proses pengambilan keputusan & preferensi konsumen terhadap Toko Buku TM Book Store Depok Town Square**. Depok Town Square
- Mowen, 1993. **Food quality and preference**. Belgium (diakses pada tanggal 10 maret)
- Munandar,J.M, Udin, F. Amelia, M. 2012. **Analisis Faktor yang Mempengaruhi Preferensi Konsumen Produk Air Minum Dalam kemasan di Bogor**. Jurnal teknologi Industri Pertanian IPB Vol. 13.
- Pindyk,R,S, dan Rubinfeld,D.L, 2012. **Microeconomi, (microeconomic, alih bahasa: Devri Barnadi Putera)**. Edisi Kedelapan. Penerbit erlangga. Jakarta.
- Poniman Aldo, 2017. **Analisis factor yang menjadi Preferensi Konsumen dalam memilih coffe shop**. Surabaya.
- Putrinda Hega, 2017. **Analisis preferensi konsumen dalam pembelian buah mangga gedong Gincu di pasar tradisional kota Cirebon**. Jawa Barat.
- Schiffman kanuk, 1994. **Model sikap multiatribut**, American psychologist.
- Schiffman, L.G, dan Kanuk, 2012. **Consumer Behaviour**. New Jersey.
- Setyaningsih Fitriana D, 2009. **Analisis preferensi Konsumen terhadap buah salak (salacca edulis) Di pasar tradisional**. Surakarta.
- Sumarwan, 2004. **Perilaku konsumen; teori dan penerapan dalam pemasaran**. PT Graha Indonesia. Jakarta.
- Wulansari, 2014. **Analisis preferensi konsumen terhadap buah mangga**. Yogyakarta.