

Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Produk Lukisan Siluet Dari Pelepah Pisang “Pa’e Debog” Di Desa Balenrejo

Analysis Of Consumer Preferences For Products Silhouette Painting Of Banana Midrib “Pa’e Debog ” In The Village Of Balenrejo

Alfi Nur Sa’adah¹, Deviana Diah Probowati², Djalal Su’udi³

Program Studi Agribisnis - Universitas Bojonegoro

E-mail: alfinur02saadah@gmail.com

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the attributes most considered by consumers in the purchase decision of products silhouette painting of banana midrib “Pa’E Debog” in the village of Balenrejo. With conjoint analysis method to be selected in accordance with the preferences or interests of consumers by knowing the attributes into consideration of the product painting of banana midrib. The basic method of this study is descriptive quantitative. The research location is UMKM “Pa’E Debog” Balenrejo Village, Balen District, Bojonegoro Regency. The Data used in this study are primary data and secondary data. The analysis used is conjoint analysis. The results showed that based on the attributes most considered by consumers in the purchase decision of products silhouette painting of banana midrib “Pa’E Debog ” in the village of Balenrejo, namely the level of importance attributes (importance values) with the size attribute ranks first with a percentage of 38.421%. Then the second is followed by the price attribute with a percentage importance of 31.792% and the last is the material attribute with a percentage importance of 27.936%.

Keywords: *Consumer Preferences, Silhouette Painting Products, Conjoint Analysis*

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui atribut yang paling dipertimbangkan konsumen dalam keputusan pembelian produk lukisan siluet dari pelepah pisang “Pa’E Debog” di Desa Balenrejo. Dengan metode analisis konjoin yang akan dipilih sesuai dengan kesukaan atau minat konsumen dengan mengetahui atribut yang menjadi pertimbangan terhadap produk lukisan dari pelepah pisang. Metode dasar penelitian ini deskriptif kuantitatif. Lokasi penelitian yaitu UMKM “Pa’E Debog” Desa Balenrejo Kecamatan Balen Kabupaten Bojonegoro. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Analisis yang digunakan adalah analisis konjoin. Hasil penelitian menunjukkan berdasarkan atribut yang paling dipertimbangkan konsumen dalam keputusan pembelian produk lukisan siluet dari pelepah pisang “Pa’E Debog” di Desa Balenrejo yaitu berupa tingkat kepentingan atribut (*importance values*) dengan atribut ukuran menempati peringkat pertama dengan persentase 38,421%. Kemudian yang kedua diikuti oleh atribut harga dengan nilai kepentingan persentase sebesar 31,792% dan terakhir adalah atribut bahan dengan nilai kepentingan persentase sebesar 27,936%.

Kata kunci: Preferensi Konsumen, Produk Lukisan Siluet, Analisis Konjoin

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara agraris yang didalamnya terdapat sebuah sumber kekayaan alam melimpah. Hal ini tidak hanya sebatas produk hasil pertanian yang mampu menambah sumber pendapatan, tetapi dapat dijadikan sebuah produk yang meningkatkan suatu nilai tambah dan nilai ekonomis. Salah satunya yaitu tanaman pisang. Tanaman pisang (*Musa paradisiaca L.*) merupakan tanaman yang dapat dimanfaatkan menjadi suatu produk kerajinan yang tidak semua orang dapat memanfaatkannya [1]. Karena dalam memutuskan pembelian suatu produk lukisan siluet terletak pada bahan yang umumnya jarang dikembangkan orang.

Suatu keunikan dan nilai estetik sebuah lukisan siluet, dari bahan pelepah ini yang menjadikan sebuah produk bernilai ekonomis dan menjadi daya tarik tersendiri bagi penggemar sebuah karya seni dan konsumen kalangan tertentu.

Faktor yang mempengaruhi bagian perilaku konsumen adalah preferensi konsumen. Karena dapat mengetahui rasa suka tidaknya pada sesuatu dalam membandingkan pilihan yang menjadi keputusan dalam pembelian. Preferensi konsumen sendiri dapat membantu produsen untuk melihat apakah atribut yang ditawarkan pada produk sudah memenuhi harapan konsumen atau belum. Dalam suatu konsep pemasaran terhadap produk yang dipasarkan dapat memenuhi kebutuhan atau keinginan konsumen.

Menurut Tjiptono (2008) dalam ([2] atribut produk adalah suatu unsur yang dipandang penting oleh konsumen dan dijadikan dasar pengambilan keputusan pembelian. Dalam preferensi konsumen untuk penentuan atribut agar menarik minat beli, produsen harus mengetahui apa saja yang menjadi pilihan konsumen yang dianggap penting. Unsur atribut yang dimaksud dalam lukisan siluet antara lain bahan, harga, ukuran. Adapun yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah Untuk mengetahui atribut yang paling dipertimbangkan konsumen dalam keputusan pembelian produk lukisan siluet dari pelepah pisang “Pa’E Debog” di Desa Balenrejo.

TINJAUAN PUSTAKA

Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen merupakan suatu proses yang berkaitan erat dengan adanya suatu proses pembelian, pada saat itu konsumen melakukan aktivitas seperti melakukan pencarian, penelitian, dan pengevaluasian produk dan jasa (*product and services*). Pada dasarnya perilaku konsumen ini sangat luas, mungkin anda telah melakukan perilaku konsumen, namun tidak menyadarinya. Hal-hal seperti itu seringkali terjadi ketika melakukan suatu proses pembelian. [3]

Preferensi Konsumen

Preferensi konsumen merupakan suatu sikap konsumen yang dihadapkan pada suatu pilihan merek produk yang terbentuk melalui berbagai pilihan yang tersedia.

Atribut Produk

Menurut Kotler & Armstrong, (2008:272) dalam [4] atribut produk merupakan suatu komunikasi atas manfaat dari hasil pengembangan suatu produk atau jasa yang akan ditawarkan produk atau jasa tersebut. sedangkan Atribut produk merupakan karakteristik dari suatu produk yang berfungsi sebagai pilihan dalam pengambilan keputusan dimana atribut tersebut tergantung pada jenis produk yang di pasarkan (Untarini, 2014) dalam [5].

METODE PENELITIAN

Tempat penelitian ini dilakukan di UMKM “Pa’E Debog” Desa Balenrejo, Kecamatan Balen, Kabupaten Bojonegoro. Pemilihan tempat dilakukan secara sengaja (*purposive*). Waktu penelitian mulai Mei-Juni 2021.

Pada penelitian ini metode yang digunakan untuk pengambilan sampel yaitu metode *non probability sampling* dengan teknik *accidental sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan linsidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. [6] Maka konsumen tersebut dapat dijadikan sebagai sampel. Karakteristik sampel yang dimaksud adalah konsumen yang sedang atau pernah melakukan pembelian produk kerajinan pelepah pisang di UMKM “Pa’E Debog”. Untuk jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian. Peneliti menetapkan sampel sebanyak 54 responden.

Sumber data dalam penelitian ini merupakan faktor penting untuk pertimbangan dalam metode pengumpulan data, terdapat dua sumber data yaitu data primer dan data sekunder dengan metode survey melalui wawancara, observasi, dokumentasi, kuesioner yang berkaitan dengan penelitian.

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dengan cara melakukan wawancara langsung dengan konsumen UMKM “Pa’E Debog” yang berhubungan dengan data yang dibutuhkan berkaitan dengan permasalahan penelitian berupa kuesioner.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung pada sumber datanya melainkan dari data yang sudah ada.

Sedangkan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara sebagai berikut:

1. Wawancara

Wawancara adalah suatu kegiatan yang dilakukan dalam mencari informasi dengan cara melakukan tanya jawab secara langsung kepada pihak yang bersangkutan agar mendapatkan informasi yang berhubungan dalam penelitian. Wawancara dalam penelitian ini dilakukan bersama konsumen UMKM “Pa’E Debog” untuk mendapatkan data-data yang dibutuhkan dalam penelitian menggunakan kuesioner.

2. Observasi



Observasi adalah suatu kegiatan yang dilakukan dalam penelitian dengan cara mengamati langsung dengan peninjauan ke lokasi yang akan dilakukan dalam penelitian. Dalam pengamatan langsung di UMKM “Pa’E Debog” yang berkaitan tentang konsumen yang membeli produk kerajinan dari pelepah pisang.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah suatu bentuk data yang dikumpulkan dari segi gambar maupun data pendukung yang diperoleh dari UMKM Pa’E Debog.

4. Kuesioner

Kuesioner dapat dilakukan dengan membagikannya melalui online ataupun langsung kepada konsumen yang membeli produk kerajinan UMKM “Pa’E Debog”.Bagian metode berisikan uraian terkait alur penelitian yang telah dilakukan oleh author.

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini dengan bantuan program SPSS dan hasilnya disajikan dalam bentuk tabel lalu dijelaskan secara deskriptif. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kuesioner, uji validitas dan reliabilitas dilakukan untuk menguji apakah kuesioner layak digunakan atau tidak. Metode analisis data dengan metode analisis konjoin dengan bantuan software SPSS version 25.

Uji Validitas dan Reliabilitas

Validitas merupakan ketepatan suatu instrumen dalam mengukur apa yang ingin diukur. Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur (Sugiyono, 2010:172) dalam [7] untuk menguji validitas instrumen dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik korelasi *product Moment Pearson*. Rumusnya adalah sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[n\sum x^2 - (\sum x)^2][n\sum y^2 - (\sum y)^2]}} \dots\dots\dots(1)$$

Keterangan:

- rx_y = koefisien korelasi variabel bebas dan variabel terikat
- n = banyaknya sampel
- x = item/pertanyaan
- y = total variabel

Reliabilitas menunjuk pada satu pengertian bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik. Cara mencari reliabilitas untuk keseluruhan *item* salah satunya bisa dilakukan dengan menggunakan koefisien *Alpha Cronbach* yang dirumuskan sebagai berikut:

$$\alpha = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(\frac{1 - \sum \sigma_i^2}{\sigma_i^2} \right) \dots\dots\dots(2)$$

Keterangan:

- α : Kkeandalan *alpha-cronbach*
- σ_i^2 : Varian total
- $\sum \sigma_i^2$: Jumlah varian butir
- k : Banyaknya butir pertanyaan

Analisis Konjoin

Analisis konjoin adalah suatu teknik yang secara spesifik digunakan untuk memahami bagaimana keinginan atau preferensi konsumen terhadap suatu produk atau jasa dengan mengukur tingkat kegunaan dan nilai kepentingan relatif berbagai atribut suatu produk [4].

Proses dasar analisis konjoin yaitu :

1. Menentukan perancangan atribut dan level
2. Mendesain stimuli

Model dasar *Conjoint analysis* dalam penelitian ini dirumuskan dalam formulasi berikut :

$$U_{(X)} = \sum_{i=1}^m \sum_{j=1}^n a_{ij} X_{ij}^{(h)}$$

$U_{(X)}$ = 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
 ($j = 1,2,3,\dots,k$)
 n = banyaknya level atribut
 m = banyaknya atribut
 $X_{ij}^{(h)}$ = variabel *dummy* mewakili level ke j dari atribut ke i yang
 berhubungan dengan alternatif h (bernilai 1 jika level berkaitan
 terjadi dan 0 jika tidak)

Guna mengidentifikasi pentingnya suatu atribut (I_i) dapat dilihat dari kisaran *part-worth* dengan selisih nilai kepentingan relatif tiap atribut yang disebut dengan Nilai Kepentingan Taraf (NKT). NKT diformulasikan sebagai berikut:

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

keterangan:

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

Pentingnya atribut dinormalkan untuk meyakinkan kepentingan relatifnya dengan atribut lainnya yang diformulasikan kedalam rumus berikut:

$$W_i = \frac{I_i}{\sum_{i=1}^m I_i} \text{ atau } \sum_{i=1}^m W_i = 1$$

Keterangan:

Yang dalam hal ini didefinisikan sebagai:

W_i = bobot kepentingan relatif untuk tiap atribut (*factor importance*) ke- i
 I_i = selisih nilai kepentingan untuk tiap atribut
 m = banyaknya atribut

3. Mengumpulkan pendapat responden terhadap setiap stimuli yang ada.
4. Melakukan proses konjoin dengan memasukan data yang ada.
5. Hasil analisis

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden Produk Lukisan Siluet

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin pada produk lukisan siluet dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah Responden (Orang)	Persentase %
1	Laki-Laki	23	43
2	Perempuan	31	57
	Jumlah	54	100

Note : Sumber : Data Primer Diolah, 2022

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Karakteristik responden berdasarkan usia pada produk lukisan siluet dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah Responden (Orang)	Persentase %
1	20	3	6
2	21	4	7
3	22	17	31
4	23	3	6
5	24	5	9
6	25	1	2
7	27	3	6
8	28	2	4
9	29	1	2
10	30	5	9
11	31	1	2
12	32	1	2
13	34	1	2
14	35	1	2
15	40	2	4
16	45	1	2
17	47	1	2
18	52	1	2
19	56	1	2
	Jumlah	54	100

Note : Sumber : Data Primer Diolah, 2022

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir pada produk lukisan siluet dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

No	Pendidikan Terakhir	Jumlah Responden (Orang)	Persentase %
1	SMA	40	74
2	S1	14	26
	Jumlah	54	100

Note : Sumber : Data Primer Diolah, 2022

4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan pada produk lukisan siluet dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah Responden (Orang)	Persentase %
1	Pegawai Negeri	3	6
2	Pegawai Swasta	25	46
3	Wirasaha	13	24
4	Ibu Rumah Tangga	4	7
5	Mahasiswa	9	17
	Jumlah	54	100

Note : Sumber : Data Primer Diolah, 2022

5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

Karakteristik responden berdasarkan pendapatan pada produk lukisan siluet dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

No	Penghasilan	Jumlah Responden (Orang)	Persentase %
1	< Rp 2.000.000	36	67
2	Rp 2.000 - Rp 4.000.000	16	30
3	> Rp 4.000.000	2	4
	Jumlah	54	100

Note : Sumber : Data Primer Diolah, 2022

Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji Validitas

Dari Tabel 6 dibawah dapat diketahui bahwa uji validitas yang dilakukan kepada 54 responden menghasilkan semua item pernyataan dinyatakan valid dengan melihat bahwa r hitung $>$ r tabel. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur (Sugiyono, 2010:172) dalam [7]

Tabel 6. Hasil Uji Validitas

Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
1	0,666	0,268	Valid
2	0,633	0,268	Valid
3	0,730	0,268	Valid
4	0,541	0,268	Valid
5	0,654	0,268	Valid
6	0,420	0,268	Valid
7	0,455	0,268	Valid
8	0,773	0,268	Valid
9	0,396	0,268	Valid
10	0,783	0,268	Valid
11	0,438	0,268	Valid
12	0,791	0,268	Valid
13	0,735	0,268	Valid
14	0,731	0,268	Valid
15	0,656	0,268	Valid
16	0,484	0,268	Valid

Note : Sumber : Hasil Pengolahan dengan SPSS 25

Uji Reliabilitas

Dari hasil output dapat dilihat bahwa nilai *Cronbach's Alpha* senilai 0,897. Hal tersebut menunjukkan bahwa pernyataan pada kuesioner tersebut dapat dikatakan reliabel. uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui tingkat konsistensi pengukuran pada data yang didapatkan, dimana variabel dapat dikatakan reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha* $>$ 60 % dan termasuk tingkat reliabilitas yang tinggi sesuai dengan $0,897 > 0,6$.

Hasil uji reliabilitas pada kombinasi atribut produk lukisan siluet dapat dilihat pada Tabel 7 berikut:

Tabel 7. Hasil Uji Reliabilitas

Cronbach's Alpha	Keterangan
0,897	Reliabel

Preferensi Konsumen Terhadap Produk Lukisan Siluet

Tabel 8. Hasil Uji Korelasi

Correlations		
	Value	Sig.
Pearson's R	0,987	,000
Kendall's Tau	0,923	,000

Note : Sumber : Hasil Pengolahan dengan SPSS 25

Berdasarkan Tabel 8, dapat dilihat nilai korelasi Pearson's R sebesar 0,987 yang menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang sangat kuat antara kombinasi atribut dengan preferensi konsumen terhadap produk lukisan siluet yang ditandai dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Sejalan dengan penelitian menurut [4] berdasarkan nilai signifikansi Pearson's R dan Kendall's Tau masing-masing sebesar 0,000 dan $0,003 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa ada uji keakuratan (*prediktive accuracy*) yang tinggi pada proses konjoin.

Tabel 9. Nilai Utility Berdasarkan Hasil Analisis Konjoin

Atribut	Level	Nilai Kegunaan (Utility value)
Bahan	Pelepah pisang	0,169
	Non pelepah pisang	-0,169
Harga	< Rp 180.000	0,062
	Rp 180.000 - Rp 300.000	-0,022
	> Rp 300.000	-0,040
Ukuran	10 R	0,005
	12 R	-0,023
	16 Rs	-0,074
	24 Rs	0,093

Note : Sumber : Hasil Pengolahan dengan SPSS 25

Tabel 9 menunjukkan bahwa atribut bahan yang memiliki nilai utilitas positif yaitu 0,169. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen lebih memilih lukisan siluet dengan bahan pelepah pisang daripada non pelepah pisang. Harga < Rp 180.000 memiliki nilai utilitas yang positif 0,062 artinya konsumen menyukai produk lukisan siluet dengan harga < Rp 180.000. atribut ukuran 24 R juga memiliki nilai utilitas yang positif yaitu 0,093 artinya konsumen lebih menyukai produk lukisan siluet yang memiliki ciri bahan pelepah pisang, harga < Rp 180.000 dan ukuran 24 Rs. Pertimbangan Konsumen Terhadap Atribut-Atribut Lukisan Siluet.

Untuk mengetahui pertimbangan konsumen terhadap atribut-atribut lukisan siluet dapat diketahui dari nilai kepentingan (*importance values*), seperti yang ditunjukkan pada pada Tabel 10.

Tabel 10. Nilai Importance Values Berdasarkan Analisis Konjoin

Atribut	Tingkat Kepentingan Atribut
Bahan	27,936
Harga	31,792
Ukuran	38,421

Note : Sumber : Hasil Pengolahan dengan SPSS 25

Berdasarkan nilai tingkat kepentingan atribut (*importance values*) diatas, dapat diketahui bahwa yang menjadi pertimbangan konsumen yang paling utama dalam melakukan pembelian produk lukisan siluet dari pelepah pisang "Pa'E Debog" di Desa Balenrejo yaitu ukuran, karena berdasarkan hasil analisis konjoin berupa tingkat kepentingan atribut (*importance values*) atribut ukuran menempati peringkat pertama dengan persentase 38,421%. Kemudian diikuti oleh atribut harga dengan nilai kepentingan persentase sebesar 31,792% dan terakhir adalah atribut bahan dengan nilai kepentingan persentase sebesar 27,936%

KESIMPULAN

Dari hasil penelitian maka dapat diperoleh kesimpulan yang dapat diambil Berdasarkan atribut yang paling dipertimbangkan konsumen dalam keputusan pembelian produk lukisan siluet dari pelepah pisang “Pa’E Debog” di Desa Balenrejo yaitu berupa tingkat kepentingan atribut (*importance values*) dengan atribut ukuran menempati peringkat pertama dengan persentase 38,421%. Kemudian yang kedua diikuti oleh atribut harga dengan nilai kepentingan persentase sebesar 31,792% dan terakhir adalah atribut bahan dengan nilai kepentingan persentase sebesar 27,936%.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] A. Tami, “PENGARUH KONSENTRASI ASAM FORMIAT DAN WAKTU REAKSI PADA PROSES DELIGNIFIKASI METODE ORGANOSOLV DARI LIMBAH BATANG PISANG (*Musa Parasidiaca*),” *Inovasi Pembangunan : Jurnal Kelitbangan*, vol. 8, no. 02, p. 147, 2020, doi: 10.35450/jip.v8i02.195.
- [2] T. WAHYUNI, N. NURLIZA, and D. KURNIATI, “Preferensi Konsumen Terhadap Pembelian Kerupuk Ikan Di Kota Sintang,” *Jurnal Social Economic of Agriculture*, vol. 6, no. 1, p. 101, 2017, doi: 10.26418/j.sea.v6i1.21592.
- [3] M. A. Firmansyah, “PERILAKU KONSUMEN (Sikap dan Pemasaran),” *Deepublish Publisher*, vol. Yogyakarta, 2018.
- [4] K. Adelawati, “Analisis konjoin preferensi konsumen terhadap sayuran organik di brastagi supermarket medan,” *Skripsi*, pp. 1–76, 2020.
- [5] N. A. Utami and N. D. Tamami, “Preferensi Konsumen Terhadap Pembelian Batik Tulis,” *Jurnal Agriscience*, vol. 1, no. 1, pp. 260–271, 2020.
- [6] D. Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*. 2013.
- [7] Moh. F. Y. Al Basya, M. K. Mawardi, and I. P. Nuralam, “Analisis Preferensi Konsumen terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Kursus Bahasa Inggris (Studi Pada Pelanggan Lembaga Kursus Bahasa Inggris di Kampung Inggris Pare),” *Jurnal Administrasi Bisnis*, vol. 58, no. 2, pp. 197–205, 2018.
- [8] Utami, N. A., & Tamami, N. D. (2020). Preferensi Konsumen Terhadap Pembelian Batik Tulis. *Jurnal Agriscience*, 1(1), 260–271.