

**ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN BUAH
SEMANGKA (*Citrullus lanatus*) DI PASAR
TRADISIONAL KABUPATEN PASURUAN**

SKRIPSI



Oleh :

MUHAMMAD MASHUDI YULIANTO

NPM : 21220022

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABYA
2025**

**ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN BUAH
SEMANGKA (*Citrullus lanatus*) DI PASAR
TRADISIONAL KABUPATEN PASURUAN**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Pertanian Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian
Universitas Wijaya Kusuma Surabaya**

Oleh :

**MUHAMMAD MASHUDI YULIANTO
NPM : 21220022**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABYA
2025**

HALAMAN PENGESAHAN

JUDUL : ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN
BUAH SEMANGKA (*Citrullus lanatus*)
DI PASAR TRADISIONAL KABUPATEN
PASURUAN
NAMA : MUHAMMAD MASHUDI YULIANTO
NPM : 21220022
PROGRAM STUDI : AGRIBISNIS

Menyetujui,

Dosen Pembimbing 1

Dosen Pembimbing 2



Dr. Ir. Hary Sastrya Wanto, M.S.,CRA.
NIK.8736-ET



Dr. Ir. Markus Patiung, MP
NIK.92143-ET

Mengetahui,

Dekan
Fakultas Pertanian

Ketua
Program Studi Agribisnis



Prof. Dr. Ir. Rr. Nugrahini SW, MSi
NIP.19620403 19811 2 001



Ristani Widya Inti, S.P.M.Agr
NIK.21850-ET

TELAH DI REVISI

Pada Tanggal 14 Januari 2025

JUDUL : ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN
BUAH SEMANGKA (*Citrullus lanatus*)
DI PASAR TRADISIONAL KABUPATEN
PASURUAN
NAMA : MUHAMMAD MASHUDI YULIANTO
NPM : 21220022
PROGRAM STUDI : AGRIBISNIS

**Menyetujui,
Dewan Penguji**

Dosen Penguji I



Dr. Ir. Hary Sastrva Wanto, M.S. CRA.
NIK. 8736-ET

Dosen Penguji II



Dr. Ir. Markus Patiung, MP
NIK. 92143-ET

Dosen Penguji III



Prof. Dr. Ir. Rr. Nugrahini SW, MSi
NIP. 19620403 19811 2 001

Dosen Penguji IV



Evi Ma'fidatul Ilmi, S.P., MP
NIK. 21850-ET

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Muhammad Mashudi Yulianto

Npm : 21220022

Alamat : Jl. Krajan Gondangwetan, RT 02 RW 02, Kelurahan Gondangwetan,
Kecamatan Gondangwetan, [Kabupaten Pasuruan

No. Tlp : 081335116311

Judul : Analisis Preferensi Konsumen Buah Semangka (*Citrullus lanatus*) Di
Pasar Tradisional Kabupaten Pasuruan

Dengan ini menyatakan bahwa:

Skripsi dengan judul “ Analisis Preferensi Konsumen Buah Semangka (*Citrullus lanatus*) Di Pasar Tradisional Kabupaten Pasuruan adalah hasil karya saya sendiri. Dalam penulisan skripsi ini, saya tidak melakukan plagiarisme atau tindakan yang bertentangan dengan etika akademik. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa skripsi ini tidak sepenuhnya merupakan hasil karya saya, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar tanpa paksa dari pihak manapun.

Surabaya, 15 Januari 2025



Muhammad Mashudi Yulianto

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan ke hadirat Allah Subhanahu wa ta'ala karena berkat dan rahmat dan karunianya, sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini berjudul “ Analisis Preferensi Konsumen Buah Semangka (*Citrullus lanatus*) Di Pasar Tradisional Kabupaten Pasuruan”. Pengerjaan skripsi ini merupakan tugas yang harus diselesaikan oleh mahasiswa S1 Fakultas Pertanian Program Studi Agribisnis di Universitas Wijaya Kusuma Surabaya sebagai salah satu syarat untuk penyelesaian program strata satu jurusan agribisnis.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan dan dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu saya ingin mengucapkan terimakasih yang tulus dan sebesar-besarnya kepada :

1. Ibu Porf. Dr. Ir .Rr.Nugrahini Susantina.W,M.si selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
2. Ibu Ristani Widya Inti, S.P,M.Agr selaku Ketua Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
3. Bapak Dr. Ir. Hary Sastrya Wanto, M.S.,CRA. Dan Dr. Ir. Markus Patiung, M.p Selaku dosen pembimbing 1 yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi selama proses penyusunan skripsi ini. Tanpa bimbingan dan dukungan beliau saya tidak akan bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
4. Seluruh dosen jurusan Agribisnis yang telah mensupport dan mendorong untuk bisa segera menyelesaikan skripsi ini. Serta seluruh ilmu yang telah di berikan.

5. Terima Kasih kepada kedua orang tua yang selalu memberikan dukungan moral dan materi, serta doa yang tak pernah henti untuk penulis sehingga bisa menyelesaikan skripsi ini.
6. Terimakasih kepada saudara- saudara dan keluarga besar yang selalu mensupport penulis untuk bisa menyelesaikan skripsi ini .
7. Terimakasih kepada para responden yang telah bersedia membantu dengan sukarela untuk mengisi kuisioner penelitian ini, sehingga bisa terkumpul data tersebut.
8. Saya juga ingin mengucapkan terimakasih kepada teman-teman saya di jurusan agribisnis 2021 yang selalu memberikan semangat dan bantuan selama proses penelitian ini. Tak terasa kebersamaan sudah cepat berlalu kebersamaan kita selama ini sangat berarti bagi saya.
9. Terimakasih kepada seluruh pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.

Rasa hormat saya dan ucapan terimakasih terhadap semua pihak atas doa dan dukungan, semoga Tuhan membalas kebaikan yang kalian berikan kepada penulis. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu saya sangat mengharap kritik dan saran yang konstruktif dari pembaca untuk perbaikan dimasa yang mendatang. Semoga skripsi ini bisa memberikan manfaat dan kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

Akhir kata, semoga Tuhan Yang Maha Esa senantiasa memberikan bimbingan dan petunjuknya kepada kita semua.

Surabaya, 1 Januari 2025

Penulis

Muhammad Mashudi Yulianto

ABSTRAK

Buah semangka (*Citrullus lanatus*) menjadi salah satu favorit masyarakat di Indonesia, karena rasanya yang manis, segar, dan kaya akan manfaat untuk tubuh. Dalam pembelian buah semangka di pasar tradisional Kabupaten Pasuruan para konsumen mempertimbangkan faktor seperti harga, warna, ukuran, dan bentuk. Permasalahan utama yang dihadapi pedagang adalah memahami preferensi konsumen secara spesifik agar dapat meningkatkan penjualan. Oleh karena itu penelitian ini bertujuan: (1) menganalisis hubungan atribut buah semangka (harga, ukuran, warna, dan bentuk) terhadap tingkat konsumsi buah semangka, (2) menganalisis perilaku konsumen terhadap atribut buah semangka, (3) mengetahui preferensi konsumen terhadap atribut buah semangka di pasar tradisional Kabupaten Pasuruan. Penelitian ini dilakukan pada bulan Desember 2024 dengan lokasi penelitian dilakukan di tiga pasar yaitu: pasar Gondangwetan, Pasar Pasrepan, dan Pasar Purwosari. Penentuan responden dilakukan secara *accidental sampling* dengan jumlah 50 responden. Data dianalisis menggunakan Chi-Square dan Multiatribut Fishbein. Hasil penelitian menunjukkan: (1) Adanya hubungan signifikan antara atribut buah semangka dengan tingkat konsumsi semangka harga, warna, ukuran, dan bentuk berpengaruh dominan terhadap preferensi konsumen. (2) Konsumen menunjukkan sikap positif terhadap atribut semangka, mencerminkan kepuasan terhadap kualitas semangka di pasar (3) Atribut yang paling disukai oleh konsumen adalah warna daging cerah, harga yang terjangkau, ukuran sesuai dengan kebutuhan konsumsi mereka, bentuk bulat.

Kata kunci : Preferensi konsumen, Chi Square, Multiatribut Fishbein, Pasar Tradisional

ABSTRACT

Watermelon (Citrullus lanatus) is one of the favourite fruits in Indonesia, because it tastes sweet, fresh, and has many benefits for the body. When purchasing watermelon fruit in traditional markets in Pasuruan Regency, consumers consider factors such as price, colour, size, and shape. The main problem faced by traders is to understand specific consumer preferences in order to increase sales. Therefore, this study aims to: (1) to analyse the relationship of watermelon fruit attributes (price, size, colour, and shape) to the consumption level of watermelon fruit, (2) to analyse consumer behaviour towards watermelon fruit attributes, (3) to determine consumer preferences towards watermelon fruit attributes in traditional markets in Pasuruan Regency. This research was conducted in December 2024 with research locations conducted in three markets namely: Gondangwetan market, Pasrepan Market, and Purwosari Market. Determination of respondents was done by accidental sampling with a total of 50 respondents. Data were analysed using Chi-Square and Multiatribut Fishbein. The results showed: (1) There is a significant relationship between the attributes of watermelon fruit and the level of consumption of watermelon price, colour, size, and shape have a dominant effect on consumer preferences. (2) Consumers show a positive attitude towards watermelon attributes, reflecting satisfaction with the quality of watermelon in the market (3) The attributes most preferred by consumers are bright flesh colour, price, and shape.

Keyword : : Consumer preferences, Chi Square, Fishbein Multiattributes, Traditional Markets

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
TELAH DI REVISI	iii
SURAT PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Batasan Masalah	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Kajian Teoritis	8
2.1.1 Perilaku Konsumen	8
2.1.2 Preferensi Konsumen	10
2.1.4 Komoditi Buah Semangka	11
2.1.5 Atribut-Atribut Produk.....	13
2.1.6 Pasar Tradisional.....	16
2.2 Analisis Chi-Square	20
2.3 Analisis Multiatribut Fishbein	20
2.4 Penelitian Terdahulu	21
2.5 Kerangka Konseptual.....	29
2.6 Hipotesis	31
BAB III METODE PENELITIAN	

3.1 Metode Penentuan Lokasi.....	32
3.2 Metode Penentuan Responden.....	32
3.3 Metode Pengambilan Data.....	32
3.4 Metode Analisis Data.....	33
3.4.1 Analisa Chi Squire	33
3.4.2 Analisis Multiatribut Fishbein	35
3.5 Definisi Operasional dan Variabel.....	39
BAB IV GAMBARAN UMUM WILAYAH PENELITIAN	
4.1 Gambaran Umum Kabupaten Pasuruan.....	41
4.1.1 Karakteristik Lokasi Dan wilayah.....	41
4.2 Pasar Tradisional Di Kabupaten Pasuruan.....	42
4.2.1 Pasar Purwosari.....	42
4.2.2 Pasar Gondangwetan.....	43
4.2.3 Pasar Pasrepan	43
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
5.1 Karakteristik Konsumen	45
5.2 Analisis Hubungan Konsumsi Dengan Atribut Buah Semangka.....	49
5.2.1 Hubungan Konsumsi Dengan Atribut Harga	49
5.2.2 Hubungan Konsumsi Dengan Atribut Warna	51
5.2.3 Hubungan Konsumen Dengan Ukuran Buah Semangka	52
5.2.4 Hubungan Konsumen Dengan Bentuk Buah	53
5.3 Perilaku Konsumen.....	55
5.3.1 Tempat dan Alasan Pembelian.....	55
5.3.2 Frekuensi Pembelian.....	56
5.3.3 Jumlah Pembelian	57
5.3.4 Tujuan Pembelian Semangka.....	58
5.4 Preferensi Konsumen Terhadap Atribut-atribut Buah Semangka.....	58
5.4.1 Harga Buah	58
5.4.2 Warna Daging Buah.....	59
5.4.3 Ukuran.....	59
5.4.4 Bentuk	60
5.5 Keyakinan Dan Evaluasi Konsumen Terhadap Atribut Buah Semangka	60
5.5.1 Keyakina Konsumen (bi)	60

5.5.2 Evaluasi Konsumen (ei).....	61
5.6 Sikap Konsumen Terhadap Atribut Buah Semangka.....	62
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	
6.1 Kesimpulan	65
6.2 Saran	66
DAFTAR PUSTAKA	68
LAMPIRAN.....	72

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kontribusi Bidang pertanian Terhadap Produk Domestik Bruto.....	1
Gambar 2. Indeks Pertumbuhan Produksi Pertanian.....	2
Gambar 3. Gambar Konseptual.....	31
Gambar 4. Peta Kabupaten Pasuruan.....	44

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Chi-Square Buah Semangka Berdasarkan Atribut.....	34
Tabel 2. Atribut Buah Semangka Yang Diamati Di Kabupaten Pasuruan.....	37
Tabel 3. Kategori Kepercayaan Dan Kepentingan.....	38
Tabel 4. Kategori Nilai sikap Terhadap Atribut.....	38
Tabel 5. Karakteristik konsumen buah semangka di pasar tradisional Kabupaten Pasuruan berdasarkan usia.....	45
Tabel 6. Karakteristik buah konsumen semangka di pasar tradisional Kabupaten Pasuruan berdasarkan jenis kelamin.....	46
Tabel 7. Karakteristik buah konsumen semangka di pasar tradisional Kabupaten Pasuruan berdasarkan tingkat pendidikan.....	46
Tabel 8. Karakteristik Konsumen Buah Semangka Di Pasar Tradisional Kabupaten Pasuruan berdasarkan pekerjaan.....	47
Tabel 9. Karakteristik Konsumen Buah Semangka Di Pasar Tradisional Kabupaten Pasuruan berdasarkan pendapatan.....	48
Tabel 10. Karakteristik Konsumen Buah Semangka Di Pasar Tradisional Kabupaten Pasuruan berdasarkan jumlah anggota keluarga.....	48
Tabel 11. Kontigensi Konsumen Buah Semangka Berdasarkan Harga.....	49
Tabel 12. Hasil Analisis Chi Square.....	50
Tabel 13. Kontigensi Konsumen Buah Semangka Berdasrkan Warna.....	51
Tabel 14. Hasil Analisis Chi Square.....	51
Tabel 15. Kontingensi Konsumen Buah Semangka Berdasarkan Ukuran.....	52
Tabel 16. Hasil Analisis Chi Square.....	53
Tabel 17. Kontingensi Konsumen Buah Semangka Berdasarkan Bentuk.....	54
Tabel 18. Hasil Analisis Chi Square.....	54
Tabel 19. Frekuensi Pembelian Buah Semangka.....	56
Tabel 20. Jumlah Pembelian Buah Semangka Di Pasar Tradisional Kabupaten Pasuruan.....	57
Tabel 21. Tujuan Pembelian Buah Semangka Di Pasar Tradisional Kabupaten Pasuruan.....	58
Tabel 22. Keyakinan konsumen (bi) Terhadap Buah Semangka Di Pasar.....	61

Tabel 23. Evaluasi konsumen (ei) Terhadap Atribut Buah Semangka DiPasar Tradisional Kabupaten Pasuruan.....62

Tabel 24. Sikap Konsumen Terhadap Buah Semangka Di Pasar Tradisional Kabupaten Pasuruan.....63

DAFTAR LAMPIRAN

1. Lampiran 1 Dokumentasi Lapangan	72
2. Lampiran Kuisoner	74
3. Lampiran Hasil Kuisoner	80
4. Lampiran Keyakinan (bi)	85
5. Lampiran Evaluasi (ei).....	87
6. Lampiran Preferensi Konsumen.....	89
7. Lampiran Tabel Perilaku Konsumen	91
8. Kandungan 100 gram Dalam Buah Semangka	93
9. Tabel Data Produksi Semangka Di Indonesia 2022.....	95
10. Tabel Data Tingkat Konsumsi Buah Semangka Di Jawa Timur	96