



Plagiarism Checker X Originality Report

Similarity Found: 25%

Date: Tuesday, February 12, 2019

Statistics: 1208 words Plagiarized / 4862 Total words

Remarks: Medium Plagiarism Detected - Your Document needs Selective Improvement.

Maria Salestina Ngoni, 15220005, Agribusiness Study Program, Faculty of Agriculture, University of Wijaya Kusuma Surabaya, 2019. Analysis of Apple Fruit(Mallus Domestica) Consumer Preferences in North Keputran Market Surabaya First Advisor: Koesriwulandari, and Second Supervisor Nugrahini RINGKASAN PENDAHULUAN Latar belakang Pertanian adalah sektor paling terbesar dalam hampir setiap Negara ekonomi berkembang.

Menurut United Nations Food Agriculture Organization (UN FAO) dalam Prihatman (2013) sektor pertanian banyak mempekerjakan dalam memproduksi produk pertanian. Di Indonesia pertanian merupakan sektor terbaik dalam penyangga ekonomi petani dan mampu memberikan pertanian berkelanjutan bagi pertanian selanjutnya. Sektor pertanian sendiri memiliki bagian-bagian yang berhubungan dengan pertanian yang meliputi : bagian makanan, bagian perkebunan, bagian peternakan, bagian kehutanan dan perikanan (Purwanto, 2004) Menurut Rahmono dalam Reksidomulyo (2000) secara nasional, pola konsumsi terjadi kecenderungan yang berorientasi karbohidrat tinggi, sehingga menjadi berimbang komposisinya dengan penambahan protein, vitamin dan mineral. Perubahan konsumsi ini kemudian berdampak pada meningkatnya konsumsi terhadap produk-produk hortikultura terutama buah-buahan diantaranya buah apel.

Buah Apel (Mallus Domestica) famili Rosaciae merupakan tanaman tahunan yang mempunyai batang yang tinggi besar. Pada saat ini tanaman apel di budidayakan dalam bentuk mini atau pendek sehingga tanaman apel ini sangat menarik dan praktis. Varietas yang di kembangkan di Indonesia pada umumnya berasal dari Australia dan Eropa .

Di Indonesia tanaman apel tumbuh dan berbuah dengan baik pada dataran tinggi dengan ketinggian antara 700 – 1200 meter dpl . Tanaman apel menghendaki iklim yang kering dengan curah hujan berkisar 1000 -2500 pertahun . Jenis apel yang terkenal di Indonesia adalah Rome Beauty (buahnya bulat berwarna kemerahan),Princes Noble (bulat dengan ujung papak dan berwarna hijau).

Banyak manfaat dari buah apel , jumlah kandungan gizi dan vitamin yang sangat tinggi .selain mampu mencegah penyakit degenerative ,seperti kanker ,diabetes mellitus ,dan penyakit jantung buah apel juga mampu membunuh virus infeksi . selain sebagai buah segar untuk cuci mulut ,buah apel jug adapt di olah sebagai minuman (jus) ,selain itu buahnya juga dapat di olah untuk cuka atau cider melalui fermentasi . Walaupun tanaman apel bukan merupakan asli tanaman indonesia, tanaman apel sangat digemari oleh masyarakat.Hal ini di lihat dari mudahnya masyarakat mendapatkan buah apel,baik yang dijual oleh para pedagang-pedagang ,pedagang kaki lima,pasar tradisional maupun pasar swalayan.

Meskipun buah apel bukan merupakan tanaman utama pangan masyarakat Indonesia namun kontribusinya sangat besar bagi kesehatan karena merupakan sumber vitamin dan terdapat juga sumber mineral bagi tubuh manusia. Tanaman buah apel (Mallus Domestica)sangat menarik perhatian baik dikalangan petani maupun konsumen karena selain memiliki kandungan gizi dan vitamin yang baik bagi kesehatan tubuh, buah apel juga mempunyai karakteristik yang berbeda dimulai dari warna daging, rasa buah yang masam dan manis, ukuran buah konsumen bisa membeli sesuai dengan preferensi karena tingkat harga yang berbeda .

Dengan demikian penting bagi pasar untuk mengetahui apa saja preferensi konsumen buah apel karena pasar harus menyediakan produk buah apel sesuai dengan kesukaan atau selera konsumen yang tentunya dapat berubah setiap waktu. Perumusan masalah buah apel yang bagaimanakah yang menjadi atribut hubungan dengan konsumen buah apel di pasar Keputran Utara Surabaya ? buah apel yang bagaimanakah yang menjadi preferensi atau kesukaan konsumen di pasar Keputran Utara Surabaya ? Manakah yang paling dipertimbangkan oleh konsumen dalam keputusan pembelian buah apel di pasar Keputran Utara Surabaya? Tujuan Untuk mengetahui hubungan atribut buah apel dengan konsumsi apel di pasar Keputran Utara Surabaya.

Untuk Mengetahui atribut-atribut buah apel yang menjadi preferensi atau kesukaan konsumen di pasar Keputran Utara Surabaya. Untuk Mengetahui atribut yang paling diutamakan oleh konsumen dalam keputusan pembelian buah apeldi pasarKeputran Utara Surabaya. Manfaat Bagi peneliti, penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan, dan pengetahuan peneliti serta sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan

studidan meraih gelar sarjana di Fakultas Pertanian Universitas Wijaya Kusuma.

Bagi produsen serta pemasar buah Apel, hasil ini dapat memberikan wawasan tentang preferensi konsumen terhadap buah apel di pasar keputran utara surabaya, yang nantinya dapat dijadikan sebagai sarana untuk mempermudah pemasaran buah apel yang sesuai dengan selera konsumen. Bagi pihak lain, semoga penelitian ini dapat menjadi salah satu sumber informasi, wawasan dan pengetahuan serta sebagai referensi untuk penelitian yang sejenis.

TINJAUAN PUSTAKA a. Penelitian Terdahulu Penelitian Ciptasmi (2005) mengenai Analisis Preferensi Konsumen terhadap Buah Semangka di Kota Surakarta, dengan sebagai berikut: Hasil analisis Chi-Square menunjukkan bahwa buah semangka yang menjadi kesukaan atau selera konsumen adalah buah semangka dengan atribut ukuran sedang, rasa manis, kandungan air banyak, warna daging buah merah tua dan tidak berbiji.

Sedangkan hasil analisis multiatribut Fishbein menunjukkan bahwa atribut buah semangka yang paling diutamakan konsumen dalam melakukan pembelian buah semangka di Kota Surakarta secara berturut-turut adalah rasa manis sebanyak 17,62 % dari jumlah konsumen, kandungan air dalam buah banyak sebanyak 16,36 % dari jumlah konsumen, warna daging buah merah tua sebanyak 16,19 % dari jumlah konsumen, keadaan biji dalam buah tidak berbiji sebanyak 14,62% dari jumlah konsumen dan ukuran buah sedang sebanyak 14,57 % dari jumlah konsumen.

Menurut penelitian Asmarani (2005) yang berjudul Analisis Preferensi Konsumen Apel Lokal di Surakarta, dengan menggunakan analisis chi-square dan analisis multi atribut fishbein, diperoleh hasil yaitu buah apel yang disukai konsumen di Surakarta adalah buah apel lokal dengan warna kulit buah hijau sebanyak 48 % dari jumlah konsumen, buah yang manis sebanyak 63 % dari jumlah konsumen.

Sementara buah apel yang dipertimbangkan oleh konsumen dalam hal kepentingan pembelian apel lokal secara berturut-turut adalah warna kulit buah, rasa buah, ukuran buah, dan yang terakhir aroma buah. Menurut penelitian Anas Tain (2004) yang berjudul Analisis Preferensi Konsumen Pada Komoditas Unggulan Salak di Kabupaten Malang, dengan menggunakan analisis faktor diperoleh hasil bahwa faktor yang diutamakan oleh konsumen dalam keputusan pembelian antara lain: berukuran besar (dipertimbangkan konsumen dengan daya menjelaskan 17,49 %), beraroma kuat (11,19 %), warna kulit buah coklat kehitaman (9,24 %), bentuk buah sedikit lonjong (6,78 %), dan rasanya manis (6,405 %).

Berdasarkan hasil penelitian-penelitian terdahulu di atas, dapat di simpulkan bahwa preferensi terhadap buah dapat diketahui dengan melihat penilaian terhadap atribut yang melekat pada buah tersebut. Atribut-atribut tersebut meliputi rasa buah, warna kulit buah, dan ukuran buah ,dan jenis buah. Warna kulit buah, merupakan salah satu atribut buah yang paling mudah dinilai secara langsung oleh konsumen, karena hanya dengan melihat warna kulit buah, konsumen cenderung tertarik untuk membelinya. Sedangkan rasa buah menunjukkan tingkat kematangan buah, karena buah yang masak rasanya cenderung lebih manis.

Adapun ukuran buah, berkaitan dengan besar kecilnya buah, dan konsumen cenderung membeli buah yang mempunyai ukuran sedang. b. Tinjauan Pustaka Apel (*malus domestica*) di Indonesia bukan tanaman asli dari Indonesia .tanaman apel **di duga berasal dari** Negara-negara lain seperti Palestina-Israel,kemudian menyebar keseluruh dunia termasuk Indonesia.

Eropa dan Australia merupakan Negara yang paling utama **mengembangkan tanaman apel secara agribisnis**. Di Indonesia tanaman apel banyak terdapat di Batu (Malang). Tinggi tanaman apel dapat mencapai 10 m,tetapi **kini dibentuk menyerupai semak yang tingginya hanya 2-3 cm**.Daunnya tunggal, berbulu kasar,dan tersebar melingkar disepanjang cabang.berbentuk daun lonjong dengan ujung meruncing. Warna daun hijau muda,pohonnya bercabang sedikit.Arah cabang cenderung keras ke atas(vertikal). **Kayunya keras dan mudah** luntur. Bunga tanaman apel bersifat tunggal dan berkelompok dan berwarna putih bersih.

Bunga keluar pada ujung tunas –tunas generatif (tunas tumpul)yang tumbuh dari setiap mata pada ruas cabang. Secara alami, tanaman **hanya berbunga sekali dalam setahun setelah mengalami musim kemarau (di Eropa musim dingin)**. Bunganya menyerbuk silang melalui lebah madu dan lalat hijau. **Buah apel berbentuk bulat hingga bulat telur ,keras tetapi renyah,dan airnya sedikit.**

Bila sudah tua warnanya ada yang merah,kuning atau hijau. **Buah apel berbiji sedikit keras. Tanaman apel hanya dapat tumbuh dan berbuah di daerah dataran tinggi antara 700-2000 m dpl yang iklimnya kering. Di daerah yang beriklim basah, Pertumbuhan tanaman mengalami banyak kendala dan rasa buah kurang manis.**

Buah apel dapat memperkuat daya tahan **tumbuh terhadap penyakit gangguan lambung dan tumor dalam jangka panjang**. **Kayunya kurang baik** sebagai bahan bangunan,tetapi **baik untuk kayu bakar**. Taksonomi atau klasifikasi ilmiah dari tanaman apel adalah : Kingdom :Plantae Devisi : Magnoliophyta Kelas : Magnoliopsida Ordo : Rosales Family : Rosaceae Genus : *Mallus* Species : *M.domestica* (Anarsis 1999) Buah

apel sangat banyak manfaatnya.

Selain sebagai buah segar untuk buah meja, buah apel mempunyai nilai tinggi sebagai minimum (jus). Fungsi buah apel dapat mencegah penyakit sariawan gusi. Buahnya dapat dibuat cuka atau cider melalui fermentasi. Bagian buah yang dapat di makan setelah di analisis mengandung vitamin dan zat-zat yang di butuhkan tubuh manusia terlihat pada tabel 1 Tabel 1.

Kandungan zat gizi tiap 100 gram buah apel dari bagian yang dapat dimakan. Jenis zat gizi _Jumlah _Energy (kal) _58,0 _Protein (gr) _0,30 _Lemak (g) _0,40 _Karbohidrat (g) _14,90 _Kalsium (gr) _6,00 _Fosfor (gr) _10,00 _Serat (g) _0,07 _Besi (mg) _1,30 _Vitamin A (re) _24,0 _Vitamin B1 (mg) _0,04 _Vitamin B2 (mg) _5,00 _Niacin (mg) _0,10 _ Sumber: Tjahjadi 1995 Tanaman apel dapat dibudidayakan melalui dua cara, yang pertama menggunakan biji dan yang kedua menggunakan tunas atau anakan.

Umumnya perkembangbiakan tanaman apel dilakukan dengan menggunakan biji. Untuk tujuan pengembangan yang lebih komersial, penggunaan bibit dari tunas akar akan lebih menguntungkan. Sedangkan penanaman apel untuk tujuan konservasi, akan lebih sempurna jika menggunakan bibit yang berasal dari biji (Anarsis, 1999). 2.

Pemasaran Pemasaran adalah aktivitas ,serangkaian institusi ,dan proses menciptakan suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, menyampaikan ,mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada, maupun pembeli potensial (Stanton, 1993). Pemasaran merupakan aspek yang paling utama dalam kegiatan agribisnis buah-buahan.

Oleh karena itu, petani harus mengetahui pemasaran buah-buahan kemana harus melempar dagangan serta jalur-jalur mana yang harus dilalui. Ada beberapa point yang harus dipelajari pengusaha sebelum memasuki pasar antara lain sasaran dalam pemasaran, persaingan, dan strategi pemasaran (Rahardi et al, 1999).

Pemasaran terdiri dari kegiatan berikut ini, yang penting bagi organisasi bisnis: menilai keinginan dan kepuasan dari konsumen saat ini dan calon konsumen, mendesain dan mengatur penawaran produk, menentukan harga dan kebijakan harga, mengembangkan strategi distribusi dan melakukan komunikasi dengan konsumen saat ini dan calon konsumen (Lamb et al, 2001). Pasar adalah kumpulan penjual dan pembeli yang aktual dan potensial dari sebuah produk.

Para pembeli tersebut mempunyai kebutuhan atau keinginan sama yang dapat

dipuaskan lewat pertukaran. Jadi, ukuran pasar tergantung pada jumlah orang yang menunjukkan kebutuhan, mempunyai sumber daya untuk melakukan pertukaran, dan bersedia menawarkan sumber daya dalam pertukaran itu untuk mendapatkan apa yang mereka inginkan (Kotler dan Armstrong, 2004).

Ada empat hal penting yang paling menonjol yang menandai terbentuknya pasar: pertama, melakukan tawar-menawar; kedua, di pasar terdapat penjual dan pembeli mereka bertemu; ketiga, terjadi perundingan di antara penjual dan pembeli sehingga terjadi jual beli atau tukar-menukar; dan keempat, antara penjual dan pembeli kedudukannya sama.

Dalam sejarah ekonomi, pasar seperti ini disebut sebagai pasar tradisional, yang masih bertahan, walaupun sulit bersaing di masa modern sekarang ini (Anonim, 2003).

2. Perilaku Konsumen Perilaku konsumen adalah proses dan aktivitas ketika seseorang berhubungan dengan pencarian, pemilihan, pembelian, penggunaan, serta pengevaluasian produk dan jasa demi memenuhi kebutuhan dan keinginan. Perilaku konsumen biasanya penuh arti dan berorientasi tujuan.

Produk barang dan jasa dianggap diterima atau ditolak ketika keduanya dipandang relevan dengan kebutuhan dan gaya hidup. Dengan demikian, sangatlah penting untuk dipelajari karena berhubungan dengan keputusan konsumen untuk melakukan pembelian sejumlah produk (Engel et al, 1994). 3. Preferensi Konsumen Preferensi konsumen adalah pilihan suka atau tidak suka konsumen terhadap produk (barang atau jasa) yang dibeli. Preferensi ini terbentuk dari persepsi konsumen terhadap produk yang ada (Munandar et al., 2012).

Kelengkapan (Completeness), Jika A dan B merupakan dua masalah, maka tiap orang selalu harus bisa menspesifikasikan apakah A lebih banyak daripada B, B lebih disukai daripada A atau A dan B sama-sama diundangi. Dengan dasar ini tiap orang diasumsikan tidak pernah ragu-ragu dalam menentukan pilihan, alasan mereka tahu mana yang baik dan mana yang buruk, dan dengan demikian selalu bisa menjatuhkan pilihan di antara dua alternatif.

Transitivitas (Transitivity), Jika seseorang mengatakan ia lebih menyukai A daripada B, dan lebih menyukai A daripada C, maka ia harus lebih menyukai A daripada C. Dengan demikian seseorang tidak bisa mengartikulasikan preferensinya yang saling bertentangan. Kontinuitas (Continuity), Jika seseorang mengatakan ia lebih menyukai A daripada B, ini berarti segala kondisi pada pilihan A tersebut disukai dari pada kondisi pada pilihan B.

Atribut Produk, Atribut produk adalah unsur-unsur yang menjadi pengembangan atau pembeda pada suatu produk, sehingga memberikan nilai tambah, manfaat serta menjadi bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan pembelian. Atribut produk dapat berupa fitur, kualitas, harga, kemasan, merek, garansi, dan pelayanan. Atribut produk mempunyai pengaruh besar pada persepsi pembelian terhadap produk.

Selain membedakan suatu produk dengan produk lain, atribut produk juga harus mampu menjadikan suatu daya Tarik bagi konsumen. Hal ini disebabkan karena secara fisik atribut produk membawa berbagai macam manfaat yang dibutuhkan dan diinginkan pembeli. Kemampuan manajemen untuk meletakkan posisi produk melalui atribut produk yang dimiliki secara tepat dipasar merupakan salah satu faktor penentu kesuksesan suatu produk dipasaran.

Apabila suatu produk memiliki atribut produk atau sifat-sifat yang sesuai dengan apa yang di harapkan oleh konsumen maka produk tersebut dianggap cocok oleh konsumen. Produk yang demikian akan menjadi produk yang berhasil. Sikap, Sikap adalah perasaan positif atau negatif tentang suatu obyek (sebuah merek) yang mempengaruhi seseorang untuk berperilaku dalam cara tertentu terhadap obyek itu.

Tiga komponen sikap: Komponen Kognitif, Adalah pengetahuan (cognition) dan persepsi yang diperoleh melalui kombinasi dari pengalaman langsung dengan obyek sikap (attitude object) dan informasi terkait yang didapat dari berbagai sumber. Komponen Afektif, Adalah menyangkut masalah penilaian baik, suka atau tidak suka, terhadap sesuatu atau suatu keadaan, maka orang itu dikatakan memiliki sikap positif. Komponen Konatif, Adalah. (Prasetyo dan Johenyangkut perilaku atau perbuatan sebagai "putusan akhir" kesiapan reaktif terhadap suatu keadaan (Ihalaw, 1996). Sikap konsumen menunjukkan jumlah perasaan yang dimiliki seseorang pada atau terhadap objek rangsangan, seperti merk, orang, perusahaan atau ide.

Pada situasi keterlibatan tinggi, konsumen membentuk sikap karena mereka memiliki sejumlah kepercayaan baik yang positif maupun negatif terhadap sebuah obyek. (Mowen dan Minor, 2002). c. Kerangka Konseptual Seiring dengan meningkatnya jumlah penduduk, peningkatan pendapatan, dan tumbuhnya kesadaran akan nilai gizi bagi tubuh, maka permintaan akan buah-buahan di dalam negeri semakin meningkat. Termasuk juga permintaan akan buah apel yang merupakan buah asli Indonesia yang cukup diminati oleh masyarakat.

Peningkatan permintaan akan buah apel ini mendorong produsen dan pemasar buah-buahan untuk selalu berusaha memenuhi kebutuhan pasar tersebut. Untuk menghasilkan buah apel bermutu baik, maka dalam mengusahakan tanaman apel

sangat diperlukan ketekunan, karena memerlukan beberapa pemeliharaan khusus. Menurut Paul cit Simamora (2003) melihat kenyataan sekarang bahwa konsumen mandiri dalam mengambil keputusan, bukan karena pengaruh orang lain maupun promosi, maka konsumen akan memilih produk yang paling diinginkan oleh konsumen sesuai (best fit) kebutuhan mereka.

Dengan kata lain, **konsumen akan menyukai produk yang** memberikan nilai tertinggi bagi mereka. Untuk itu, produsen dan pemasar harus memperhatikan atribut-atribut fisik yang melekat pada buah apel tersebut. Atribut fisik buah apel merupakan preferensi konsumen yang akan mempengaruhi keputusan pembelian oleh konsumen.

Dengan mengetahui preferensi konsumen, maka diharapkan buah apel yang dipasarkan **dapat diterima dengan baik oleh konsumen** karena sesuai dengan kesukaan dan keinginan mereka. METODELOGI Pendekatan Penelitian Metode dasar **dalam penelitian ini adalah** metode deskriptif. Metode deskriptif ciri-ciri yaitu memusatkan diri **pada masalah-masalah yang aktual dan data yang dikumpulkan mula-mula disusun,** dijelaskan dan kemudian dianalisa (Surakhmad, 1994). Penelitian survei adalah penelitian yang mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat **pengumpulan data.**(Singarimbun dan Sofian Efendi, 1995). Metode Penentuan Waktu Dan Tempat Penelitian Penelitian ini dilaksanakan pada Desember 2018 di **pasar Keputran Utara Surabaya.**

Pada Penelitian ini, **Penelitian ditentukan secara purposive atau sengaja dengan menentukan pasar** keputran utara sebagai lokasi Penelitian atas dasar pertimbangan bahwa, pasar keputran utara merupakan satu dari beberapa pasar besar yang diawasi oleh PD. Pasar Surya yang beroperasi selama 24 jam untuk pedagang buah dengan pengunjung 5000 orang per hari dan merupakan pasar terbesar di Surabaya .

Purposive **berarti tempat penelitian bukan berdasarkan pada strata, akan tetapi didasarkan atas tujuan tertentu.** Teknik ini biasanya dilakukan atas beberapa **pertimbangan** misalnya alasan keterbatasan waktu, tenaga, dan dana, sehingga tidak dapat mengambil tempat yang luas atau jauh (Suharsimi Arikunto 2002) Metode Penentuan Responden Responden dalam Penelitian ini adalah konsumen **buah apel di pasar Keputran Utara** Surabaya. Penentuan responden dengan metode incidental sampling atau sampling kebetulan. Teknik insidental **sampling adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang** secara kebetulan ditemui untuk peneliti dijadikan sample (Stanto, 1993) Penentuan incidental sampling tersebut digunakan jika jumlah populasi (kerangka sampel) tidak diketahui sehingga tidak bisa ditentukan berapa jumlah konsumen **buah apel di pasar** Keputran Utara Surabaya.

Penentuan pengambilan sampel apabila kurang dari 100 maka lebih baik diambil semua sehingga penelitiannya merupakan penelitian populasi. Tetapi jika jumlah subyeknya besar dapat diambil antara 10-15% atau 20-25% atau lebih tergantung sedikit banyaknya dari kemampuan penelitian dilihat dari waktu, tenaga dan dana. Penulis mengambil 30 responden dengan pertimbangan keterbatasan waktu, biaya tenaga serta kepentingan analisis statistik yaitu sampel kecil jumlahnya 30.

Sumber Data Jenis Data, Penelitian ini menggunakan data berdasarkan jenis dan kelompok. Data berdasarkan jenis yaitu data kuantitatif dan data kualitatif. Data Kuantitatif, Data kuantitatif yaitu dimana data yang diperoleh dalam bentuk angka. Data Kualitatif, Data kualitatif yaitu data yang diangkakan. Sedangkan data berdasarkan kelompok yaitu data primer dan data sekunder.

Data Primer, Data primer yaitu data yang didapatkan langsung di lapangan dengan metode wawancara dan pengisian kuesioner oleh responden yang merupakan konsumen buah apel di pasar Keputaran Utara. Data Sekunder, Data Sekunder yaitu data yang digunakan sebagai penunjang penulisan seperti studi kepustakaan serta penelusuran literatur, dan penelitian-penelitian terdahulu yang berkaitan dengan Penelitian ini.

Teknik Pengumpulan Data Dalam sebuah penulisan laporan penelitian tentu menggunakan metode pengumpulan data yang mendukung penulisan laporan tersebut. Untuk itu dalam penulisan Laporan Penelitian ini, metode pengumpulan data yang digunakan adalah: Studi Literature, Studi literature dilakukan untuk memperoleh informasi tentang berbagai konsep yang diperlukan dalam mengidentifikasi perilaku konsumen melalui penelusuran terhadap sumber-sumber tulisan yang telah ada sebelumnya dan mendukung penulisan Penelitian Ini.

Survei, Dalam penelitian ini, untuk memperoleh data maka dilakukan survei dengan cara menyebarkan kuesioner yang ditujukan pada konsumen buah apel di pasar keputaran utara Surabaya. Wawancara, Wawancara dilakukan pada konsumen buah apel di pasar Surabaya untuk memperoleh informasi mengenai preferensi konsumen buah apel. Kuesioner, Kuesioner adalah alat pengumpulan data yang dalamnya terdapat pertanyaan yang ditujukan kepada konsumen buah apel di pasar keputaran utara Surabaya.

Observasi, Observasi dilakukan dengan cara pengamatan langsung di lapangan yaitu di pasar keputaran utara Surabaya. e. Metode Analisis Data Penelitian ini menggunakan dua metode analisis yaitu analisis chi square karena analisis chi-square dengan menggunakan teknik goodness-of fit dapat digunakan untuk menguji perbedaan yang signifikan antara banyak yang diamati dari obyek atau jawab yang masuk dalam masing-masing kategori

dengan banyak yang diharapkan dan analisis multiatribut fishbein, karena model ini merupakan salah satu model yang terkenal untuk mengetahui sikap terhadap objek .secara lebih lengkap,metode analisis yang digunakan adalah sebagai berikut :

PEMBAHASAN Karakteristik responden Karakteristik responden dalam penelitian ini dibagi menjadi lima, yaitu jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan, tingkat pendapatan, dan jumlah tanggungan keluarga. Berikut ini Karakteristik konsumen buah apel di pasar Keputran Utara Surabaya.

Umur, Memahami usia atau umur konsumen merupakan hal yang penting, karena konsumen yang berbeda usia akan mengkonsumsi produk dan jasa yang berbeda (Sumarwan, 2003). Seiring dengan perubahan usia, keputusan seseorang untuk mengkonsumsi suatu produk akan berubah. Perbedaan usia juga akan mengakibatkan berubahnya kesukaan atau selera terhadap suatu produk.

Jenis Kelamin, Jenis kelamin merupakan kuadrat yang melekat pada diri manusia yang dapat membedakan laki-laki dan perempuan. Perbedaan jenis kelamin pada manusia dapat mempengaruhi keputusan untuk mengkonsumsi suatu barang yang ada disekitarnya. Berikut pada tabel 6 menunjukkan karakteristik konsumen buah apel di pasar Keputran Utara menurut jenis kelamin.

Tingkat Pendidikan, Tingkat pendidikan sangat mempengaruhi perilaku dan selera konsumen dalam memilih suatu produk. Tingkat pendidikan akan menentukan tingkat pengetahuan dan informasi seseorang. Semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang, maka pengetahuan dan informasi yang diketahui akan lebih banyak sehingga, akan mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan untuk mengkonsumsi suatu barang atau produk.

berikut pada tabel 7 akan menunjukkan karakteristik konsumen buah apel di pasar Keputran Utara menurut tingkat pendidikan. Tingkat Pendapatan, Pendapatan memiliki peranan penting dalam rumah tangga, sebab pendapatan akan mempengaruhi keputusan dalam konsumsi rumah tangga. Jumlah pendapatan akan menggambarkan besarnya daya beli konsumen. Pendapatan akan mempengaruhi pola konsumsi seseorang.

Pendapatan yang meningkat, biasanya otomatis akan diikuti dengan peningkatan pengeluaran konsumen. Jumlah Tanggungan Keluarga Jumlah anggota keluarga pembeli merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi proses pengambilan keputusan dan pola konsumsi. Analisis Hubungan Konsumsi Dengan Atribut Buah Apel Konsumen buah apel dalam memutuskan untuk melakukan pembelian, mempertimbangkan beberapa atribut yang melekat pada buah apel yaitu: Rasa buah, Warna buah, Jenis buah, Ukuran buah.

Hubungan Konsumsi Dengan Atribut Rasa Buah Apel, Rasa buah apel yang di

pertimbangan untuk konsumsi adalah atribut rasa ,dalam penelitian ini di kategorikan menjadi 2 yaitu :kategori manis dan kategori masam . Hubungan Konsumen Dengan Warna Kulit Buah Apel,Warna **buah apel yang di** pertimbangan untuk konsumen adalah atribut warna kulit, dalam penelitian ini di kategorikan menjadi 2 yaitu kategori merah dan kategori hijau .

Hubungan Konsumen Dengan Ukuran Buah Apel ,Ukuran **buah apel yang di** pertimbangan untuk konsumen adalah atribut ukuran Dalam penelitian ini di kategorikan menjadi 2 yaitu **kategori besar dan kategori kecil** . **Perilaku konsumen** **Perilaku konsumen terhadap buah apel** adalah suatu tindakan langsung terlibat untuk mencari, memilih, mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan buah apel. siapakah konsumen buah apel.

Oleh sebab itu Mempelajari perilaku responden buah apel merupakan usaha untuk memahami, bagaimana cara konsumen membeli buah apel, tujuan konsumen membeli buah apel, bagaimana preferensi dari setiap **konsumen dalam membeli buah** apel . Perilaku konsumen buah apel perlu dipelajari oleh pemasar buah apel karena para pemasar berkewajiban untuk memahami konsumen , bagaimana selera konsumen tersebut, dan bagaimana konsumen mengambil keputusan untuk membeli buah apel.

Dengan memahami perilaku konsumen , pasar **akan menentukan kebijakan pemasaran yang tepat dan efisien** sehingga baik pihak pasar maupun konsumen merasa puas karena keuntungan yang diperoleh bagi pihak pasar , maupun keinginan dari konsumen yang terpenuhi oleh ketersediaan **buah apel di pasar yang sesuai dengan preferensi konsumen** (1).Jumlah Pembelian Buah Apel Jumlah pembelian buah apel merupakan hal yang penting bagi konsumen .

Karena jumlah **yang akan di beli** oleh konsumen akan disesuaikan dengan dana yang dimiliki .(2) Frekuensi Pembelian Buah Apel Frekuensi pembelian buah apel oleh konsumen **di pasar Keputran Utara Surabaya.** **Preferensi konsumen Preferensi konsumen terhadap buah apel** merupakan pilihan suka atau tidak suka konsumen terhadap suatu barang atau produk .sehingga konsumen akan melakukan pemilihan terhadap atribut barang atau produk yang akan dibeli . begitujuga dengan konsumen buah apel dipasar Keputran Utara .

setiap konsumen yang membelih buah apel dipasar Keputran Utara pasti akan memilih sesuai dengan preferensinya . **Preferensi konsumen terhadap buah apel di pasar Keputran Utara Surabaya** dapat diketahui dari konsumen yang memilih atribut-atribut dari buah apel yang diteliti. Adapun atribut-atribut tersebut adalah rasa **buah apel,** **warna kulit** buah apel,ukuran buah apel, jenis buah apel.

Rasa buah apel, Rasa buah apel erat kaitannya dengan derajat kemasakan buah. Buah apel yang berkualitas baik memiliki tingkat kemanisan yang tinggi. Untuk rasa buah apel, konsumen di pasar Keputran Utara Surabaya lebih menyukai rasa yang manis. Buah apel yang mempunyai rasa manis disukai oleh konsumen karena pada umumnya rasa manis merupakan rasa yang paling enak untuk dinikmati.

Selain itu buah apel lebih banyak dikonsumsi dalam bentuk segar sehingga lebih nikmat bila rasanya manis. Sedangkan buah apel yang mempunyai rasa masam kurang disukai oleh konsumen karena rasa ini kurang enak di lidah konsumen sehingga konsumen kurang menyukainya. Berdasarkan kondisi di lokasi penelitian, buah apel yang dijual oleh pedagang rata-rata rasanya manis.

Sehingga dapat dikatakan bahwa rasa buah apel yang ada di pasar Keputran Utara Surabaya sudah sesuai dengan preferensi konsumen. Warna kulit buah apel, Warna kulit buah apel yang paling disukai konsumen di pasar Keputran Utara Surabaya yaitu buah apel yang mempunyai warna kulit merah. Buah apel yang mempunyai warna kulit merah paling disukai konsumen karena buah apel yang berwarna merah menandakan bahwa buah apel tersebut mempunyai tingkat kemasakan yang baik, sehingga lebih segar untuk dikonsumsi.

Sedangkan buah apel yang mempunyai warna kulit hijau kurang disukai konsumen karena penampilan warnanya kurang menarik, dan konsumen beranggapan bahwa buah apel yang kulitnya berwarna hijau, tidak baik untuk dikonsumsi. Kenyataan di lokasi penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar buah apel yang tersedia memiliki warna kulit merah.

Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa warna kulit buah apel yang ada di pasar Keputran Utara Surabaya sudah sesuai dengan preferensi konsumen. Ukuran Buah Apel, Ukuran buah berkaitan dengan jumlah buah tiap kilogramnya. Untuk ukuran buah, ukuran buah apel yang paling disukai oleh konsumen adalah buah apel yang berukuran kecil.

Konsumen lebih menyukai buah apel yang berukuran kecil karena tidak terlalu banyak, juga tidak terlalu sedikit. Selain itu juga karena buah apel yang berukuran kecil lebih merata apabila dibagikan kepada seluruh anggota keluarga. Ukuran buah apel yang besar kurang disukai oleh konsumen karena jumlah buah per kilogramnya sangat sedikit sehingga kurang merata apabila dibagikan kepada anggota keluarga. Berdasarkan kondisi di lokasi penelitian, buah apel yang dijual oleh pedagang rata-rata berukuran besar.

Sehingga dapat dikatakan bahwa ukuran buah apel yang ada di pasar tradisional Kota Surakarta belum sesuai dengan preferensi konsumen. Hasil penelitian yang telah dijelaskan diatas sudah sesuai dengan hipotesis penelitian ini, yaitu atribut buah apel yang menjadi preferensi atau kesukaan konsumen di pasar Keputran Utara Surabaya yaitu rasa manis, warna kulit merah, ukuran kecil dan jenis buah apel lokal .

Jenis Buah Apel, Jenis buah apel yang paling disenangi oleh konsumen adalah buah apel lokal .Konsumen lebih menyukai buah apel yang lokal karena buah apel local tidak banyak mengandung bahan kimia .juga buah apel lokal baik untuk dikonsumsi .Sedangkan buah apel yang impor kurang disukai konsumen karena harganya mahal sehingga sedikit saja konsumen mengkonsumsi buah apel impor .

berikut adalah preferensi konsumen terhadap buah apel di pasar Keputran Utara . Keyakinan dan evaluasi konsumen Keyakinan dan evaluasi konsumen terhadap buah apel merupakan perasaan konsumen tentang buah apel yang dikonsumsi .senang atau tidaknya menggambarkan kepercayaan konsumen terhadap atribut – atribut dari buah apel .

Keyakinan konsumen (bi) Keyakinan konsumen terhadap buah apel Untuk mencari nilai keyakinan (believe) konsumen terhadap buah apel.Evaluasi konsumen (ei)Evaluasi konsumen biasanya dilakukan diakhir setelah konsumen telah mengkonsumsi buah apel . Untuk menentukan evaluasi (ei) mengenai atribut buah apel dengan membuat scoring menggunakan skala likert kemudian skor masing – masing atribut dikalikan dengan frekuensi jawaban responden untuk mengetahui nilai evaluasi konsumen konsumen terhadap atribut buah apel di pasar Keputran Utara .

KESIMPULAN DAN SARAN Kesimpulan Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :Atribut buah apel yang di pertimbangkan oleh konsumen secara signifikan adalah rasa buah apel ,warna kulit buah apel ,jenis buah apel ,dan ukuran buah apel .Atribut yang menjadi preferensi konsumen dengan urutan sebagai berikut :1.Rasa Buah,2.Warna Kulit Buah,3.Jenis Buah,4.Ukuran Buah.Pertimbangan konsumen dalam memutuskan pembelian buah apel ,1.Keyakinan = rasa (4,00) korelasi signifikan ,2.Evaluasi = rasa (4,37) korelasi signifikan Saran Dari hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan, dapat dituliskan beberapa saran sebagai berikut: Pemasar buah apel sebaiknya lebih meningkatkan penyediaan buah apel yang sesuai dengan preferensi konsumen, yaitu buah apel yang mempunyai atribut rasa manis, berukuran kecil, mempunyai warna kulit merah dan jenis apel lokal.

Produsen hendaknya mampu menyediakan lebih banyak buah apel dengan ukuran kecil

dan warna kulit buahnya merah mengingat kenyataan di lapangan, kedua atribut tersebut belum sesuai dengan preferensi konsumen . Produsen sebaiknya lebih mempertahankan dan meningkatkan kualitas rasa dari buah apel yang dihasilkan karena atribut rasa buah merupakan atribut yang paling dipertimbangkan oleh konsumen dalam memilih buah apel.

Peningkatan kualitas rasa dapat dilakukan dengan pelaksanaan teknik budi daya yang tepat dan pengusahaan tanaman apel secara organic. DAFTAR PUSTAKA
Arikunto,Suharsimi, 2000. Prosedur Suatu Penelitian.Pendekatan Praktek Edisi Revisi Ke Lima. Jakarta :PT.Rineka Cipta. Asmarani, Anita. 2005. Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Apel Lokal di Surakarta. Skripsi Fakultas Pertanian UNS. Anarsis ,Widji.1999. Agribisnis Komoditas Apel . Bumi Aksara.Jakarta.

Anastain .2004 . Analisis Preferensi Pada Komoditas Unggulan Salak Di Kabupaten Malang .Skripsi Fakultas Pertanian UNS. Anonim .2003. pasar .<http://azzamirsan.wordpress.com/2007/10/8/pasar/>.diakses tanggal 11 oktober 2018. _____, 2018a. Apel. [http:// id.wikipedia.org/wiki/salak](http://id.wikipedia.org/wiki/salak). Diakses tanggal 18 Mei 2008. _____, 2018b. Pasar Tradisional. <http://pikiran-rakyat .com/cetak/2006/wacana>. Diakses tanggal 8 Oktober 2008. _____. 2018. Atribut Produk Iklan Konsumen. <http://www.Insidewinme.com>.

Diakses tanggal 15 oktober 2018. _____. 2018. Budidaya Apel Unggul, Aspek Pemasaran, Potensi Permintaan. <http://www.bi.go.id/sipuk/id>. Diakses tanggal 15 Oktober 2018. Boyd et .2000. Manajemen Pemasaran .Jilid 1 Edisi Kedua .Erlangga .Jakarta . Ciptasasmi ,Nurfadila. 2005. Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Buah Semangka Di Kota Surakarta .Skripsi Fakultas Pertanian UNS. Dharmmesta ,B.S.dan H.Handoko 1997 .

Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen .BPFE.Yogyakarta . Engel , J. Roger D .B dan Paul W.M,. 1994. Perilaku Konsumen .Binarupa Aksara.Jakarta. Kotler , Philip . 1997 . Manajemen Pemaaran , Analisis Perencanaan Implementai Dan Kontrol .Prentice-Hall International .,Nc. New Jerey. Koter,Philip dan Neil Amstrong . 2004 . Dasar-Dasar Pemasaran Edisi Kesembilan. PT.Indeks Jakarta. Lamb,Hair, Dan Mc Daniel .2001 .

Pemasaran Salemba Empat Jakarta . Lubis, Nurmansyah .2007 . Keberadaan Hipermarket Menghambat Perkemangan Pasar Tradisional .<http://www. Pksjakarta.or.id> .Diakses tanggal 18 oktober 2018. 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. Mowen , John C.,

Dan M .Minor .2002 . Perilaku Konsumen .Jilid 1 . Erlangga Jakarta. Nicholson , W . 1991 . Teori Ekonomi Mikro Jilid 1 .Pt . Raja Garifindo Persada .Jakarta . Oktaviani , C . 1996 . Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Orang Tua Dalam Keputusan Membeli Maian Anak Dan Preferensi Anak Di Kelurahan Pondok Kelapa Kecamatan Duren Sawit Jakarta Timur .Skripsi Fakultas Ekonomi UNS . Prasetijo , R . Dan Jhon Ihalaw . 1996 .Perilaku Konsumen . Penerbit Andi .Yogyakarta .

Sigarimbun , Masri Dan Sofian Efendi .1995 . Metode Penelitian Survey .LP3ES .Jakarta . Surakhmad , Winarno . 1994 .Pengantar Penelitian Ilmiah Dasar Metode Dan Teknik. Penerbit Tarsito.Bandung

INTERNET SOURCES:

<1% -
<http://repository.usu.ac.id/bitstream/handle/123456789/26212/Chapter%20I.pdf;sequence=5>
1% -
<https://digilib.uns.ac.id/dokumen/download/9008/MjE3NzA=/Analisis-preferensi-konsumen-terhadap-buah-salak-Salacca-edulis-di-pasar-tradisional-kota-Surakarta-abstrak.pdf>
<1% - <https://mbem25.blogspot.com/2012/06/v-behaviorurldefaultvmlo.html>
<1% -
<https://tanamanobat-herbal.blogspot.com/2013/02/kandungan-dan-manfaat-buah-alpukat.html>
<1% - <http://www.traditionalindonesianmedicine.com/blog/kulit-manggis/>
<1% - <https://made8.wordpress.com/2009/06/09/bahan-ajar-pembiakan-vegetatif/>
<1% - <https://www.djamilah-najmuddin.com/manfaat-sebutir-apel-setiap-hari>
<1% - <http://www.prakaryasmp.com/2013/09/jenis-sayuran-penjelasmannya.html>
<1% - <https://pengayaan.com/fungsi-mineral-bagi-tubuh-manusia/>
<1% - <https://makalahpintar86.blogspot.com/2014/04/makalah-kanker-payudara.html#!>
<1% - <http://repository.unair.ac.id/view/subjects/HF5410-5417=2E5.html>
1% -
<https://id.123dok.com/document/dzxj47vy-sikap-preferensi-dan-keputusan-pembelian-konsumen-terhadap-buah-apel-kasus-kota-malang-dan-kota-surabaya-provinsi-jawa-timur.html>
<1% - <http://repositori.uin-alaudidin.ac.id/3362/1/A.%20M.%20Ishak.pdf>
<1% - <http://erepository.uwks.ac.id/170/1/Abstract.pdf>
<1% - <https://plus.google.com/102915770272861292829/posts/W1K7gZo1NPx>
<1% - <http://eprints.uns.ac.id/6147/1/131470608201001441.pdf>
<1% -

<https://docobook.com/bab-ii-tinjauan-pustaka-21-penelitian-terdahulu-dalam.html>
<1% -
<https://id.123dok.com/document/oy85np0y-analisis-persepsi-dan-preferensi-konsumen-terhadap-jeruk-keprok-garut-di-kabupaten-garut-jawa-barat.html>
<1% -
<https://id.123dok.com/document/oz1v38vz-analisis-faktor-faktor-yang-dipertimbangkan-dalam-keputusan-pembelian-nutri-tea-studi-kasus-di-hero-dan-ada-swalayan.html>
<1% - <https://d3kebidanan.blogspot.com/feeds/posts/default?orderby=updated>
<1% - <http://sabdaalamnusantara.blogspot.com/2013/09/>
<1% -
http://www.academia.edu/8095909/Laporan_Praktikum_Tanggal_Mulai_03_September_2009_Kerusakan_Bahan_Pangan
<1% -
<https://repository.ipb.ac.id/bitstream/handle/123456789/44851/Bab%20II%20Tinus%20A10mma1-4.pdf?sequence=6>
<1% -
<https://medium.com/@saskiadinda20/penanganan-pasca-panen-tanaman-apel-8a076dbd949c>
<1% - <https://www.scribd.com/document/333972227/MAKALAH-Budidaya-Apel>
<1% -
<https://repository.ipb.ac.id/bitstream/handle/123456789/60553/BAB%20II%20Tinjauan%20Pustaka.pdf?sequence=3>
1% - <http://madang-dab.blogspot.com/2012/06/apel-granny-smith.html>
<1% - <https://madang-dab.blogspot.com/2012/06/apel-granny-smith.html>
<1% - <http://ayuafriidah.blogspot.com/2015/05/laporan-praktikum-magnoliophyta.html>
<1% - <https://agrobisnisindonesia.wordpress.com/2009/09/15/apel-manalagi/>
<1% -
<https://henri-jaya.blogspot.com/2012/03/pengolahan-dan-pengawetan-bahan-makanan.html>
<1% - <http://eprints.umm.ac.id/35848/3/jiptumpp-gdl-yustinetre-42383-3-ii.pdf>
<1% - <http://www.infoagribisnis.com/2016/04/cara-menanam-apel/>
<1% -
<http://khamilamax.blogspot.com/2016/03/ccontoh-proposal-praktik-kerja-lapang.html>
<1% - <https://muawwana.blogspot.com/2013/09/pemasaran-kebidanan.html>
<1% - <https://gusasta.blogspot.com/2012/12/teori-pemasaran.html>
<1% -
<https://bisnisforkabas.blogspot.com/2010/03/makalah-pemasaran-usaha-keripik-belut.html>
<1% -
<http://skripisi.blogspot.com/2013/01/pembibitan-dan-manajemen-pemasaran-buah.html>

ml

<1% -

<https://repository.widyatama.ac.id/xmlui/bitstream/handle/123456789/2865/Bab%202.pdf?sequence=7>

1% - <http://unduhskripsi.blogspot.com/>

<1% - <https://www.mitrausaha.co.id/pengertian-dan-fungsi-marketing/>

<1% - <https://hariosamin.wordpress.com/tag/pasar/>

<1% - <https://klipingcatatan.blogspot.com/2011/03/perilaku-konsumen.html>

<1% -

<http://ekonominator.blogspot.com/2016/03/perilaku-konsumen-konsumen-perilaku.html>

<1% - <http://faniyulindro.blogspot.com/>

<1% - http://www.academia.edu/7193279/Perilaku_Konsumen

<1% - <https://id.123dok.com/s/preferensi-konsumen>

<1% -

<https://docplayer.info/112092328-Perbedaan-daya-terima-konsumen-terhadap-kosmetik-astringent-dengan-ekstrak-daun-mint.html>

1% - <https://www.kajianpustaka.com/2015/11/preferensi-konsumen.html>

<1% - <http://ciputrauceo.net/blog/2016/4/25/preferensi-konsumen-dan-tahapannya>

<1% -

<https://hamdimuhamad.blogspot.com/2016/02/pertemuan-v-cabang-cabang-filsafat.html>

<1% - <https://distribusipemasaran.com/customer-preference-memahami-pelanggan/>

<1% -

https://sinta.unud.ac.id/uploads/dokumen_dir/1fc9c6e3b5d0a60f7154cdc461def781.pdf

2% -

<https://www.kajianpustaka.com/2018/02/pengertian-unsur-dan-komponen-atribut-produk.html>

<1% -

<http://ejurnal.bunghatta.ac.id/index.php?journal=JFEK&page=article&op=download&path%5B%5D=5141&path%5B%5D=4348>

<1% -

<http://staffsite.stimata.ac.id/assets/uploads/files/download/58980-sikap-&-kepuasan-kerja.pdf>

1% -

<https://bembyagus.blogspot.com/2010/12/sikap-motivasi-dan-perilaku-konsumen.html>

<1% -

<http://guru-idaman.blogspot.com/2009/06/sikap-dan-perilaku-berbahasa-indonesia.html>

ml

<1% - <http://journal.stimykp.ac.id/index.php/tb/article/download/1/1>

<1% - <http://eprints.umm.ac.id/20308/3/jiptummpp-gdl-lutfiardia-35799-3-babii.pdf>
<1% -
<https://id.123dok.com/document/ozl0n2lz-strategi-pengembangan-agribisnis-wortel-daucus-carota-l-di-kecamatan-tawangmangu-kabupaten-karanganyar.html>
<1% -
<https://banisalamlove.blogspot.com/2016/04/kunci-jawaban-buku-tematik-tema-3-kelas.html>
<1% -
<https://ciku.typepad.com/blog/2009/12/definisi-pemasaran-dan-manajemen-pemasaran.html>
<1% -
<https://1xdeui.blogspot.com/2010/07/tesis-analisis-sikap-dan-minat-konsumen.html>
<1% - <http://nurroisah.blogspot.com/2016/06/pengembangan-produk.html>
<1% - http://repository.upi.edu/4526/7/T_IPS_1107150_CHAPTER3.pdf
<1% - http://repository.upi.edu/21287/6/S_KOR_1005737_Chapter3.pdf
<1% -
<https://duniaputri.wordpress.com/2008/04/15/pengaruh-kualitas-pelayanan-terhadap-kepuasan-nasabah-britama-di-bank-rakyat-indonesia-persero-tbk-cabang-purbalingga/>
<1% - <http://erepository.uwks.ac.id/161/1/abstract.pdf>
<1% - <http://zainulhannan.blogspot.com/2013/02/skripsi-bk-halaman-3.html>
<1% - http://repository.upi.edu/7257/6/S_SDT_0900007_Chapter3.pdf
<1% -
https://www.researchgate.net/publication/328677057_PENGARUH_KUALITAS_PELAYANAN_ASRAMA_UNIVERSITAS_TELKOM_TERHADAP_KEPUASAN_MAHASISWA_BARU_PROGRAM_STUDI_ADMINISTRASI_BISNIS_ANGKATAN_2017
<1% - http://thesis.binus.ac.id/doc/Bab3/Bab%203_09-230.pdf
<1% - http://repository.upi.edu/12056/6/S_TM_0707371_Chapter%203.pdf
<1% -
<https://pradiptavian.wordpress.com/2012/04/28/metode-pengumpulan-data-pengertian-data-jenis-data-pengertian-variabel-macam-macam-variabel/>
<1% -
<https://azharnasri.blogspot.com/2015/04/sumber-data-jenis-data-dan-teknik.html>
<1% -
<https://kariinkaroon.blogspot.com/2011/11/analisa-tingkat-kepuasan-konsumen.html>
<1% -
https://makalah18.blogspot.com/2011/02/download-makalah-skripsi-tesis-dll_20.html
<1% - <http://digilib.unila.ac.id/3573/17/BAB%20II.pdf>
<1% -
<https://vdocuments.mx/akuntansi-ini-mengungkapkan-hasil-dari-studi-yang-menganalisa-tentang-pengaruh.html>

<1% - https://issuu.com/darussalam7/docs/vol_vii_no_1_september_2015__issn
<1% -
https://www.researchgate.net/publication/316668751_ANALISIS_KEBUTUHAN_JALUR_PEDESTRIAN_DI_KAWASAN_KOTA_LAMA_MANADO
<1% - <https://datakata.files.wordpress.com/2015/01/artikel-editan-79.doc>
<1% -
<https://arini2992.blogspot.com/2011/05/uji-uji-chi-kuadratuji-kecocokan-kasus.html>
<1% -
<https://mynewrhisal.blogspot.com/2015/06/makalah-sikapmakalah-sikap-oleh-risal.html>
<1% -
<https://repository.ipb.ac.id/bitstream/handle/123456789/56325/BAB%20V.%20GAMBARAN%20UMUM.pdf?sequence=5>
<1% - <http://erepository.uwks.ac.id/161/>
<1% -
<https://sriayuoktavianii.wordpress.com/2015/11/26/analisis-perilaku-konsumen-dalam-menentukan-pembelian-smartphone/>
<1% -
<http://repository.usu.ac.id/bitstream/handle/123456789/49226/Chapter%20II.pdf;sequence=4>
<1% -
<http://imanhsy.blogspot.com/2013/10/gender-dalam-konstruksi-perkawinan-dan.html>
<1% -
<https://kickfahmi.blogspot.com/2014/06/analisis-sikap-konsumen-terhadap-nu.html>
<1% - <https://my-h0use.blogspot.com/2012/06/skripsi-analisis-faktor-faktor-yang.html>
<1% - <https://coecoem.wordpress.com/2011/11/28/perilaku-konsumen/>
<1% -
<http://repository.usu.ac.id/bitstream/handle/123456789/66745/Chapter%20II.pdf?sequence=4&isAllowed=y>
<1% -
http://www.authorstream.com/Presentation/Hiza_Anggia-1395833-presentasi-konsumsi/
<1% - http://www.academia.edu/31213359/MAKALAH_KELUARGA_FAMILY_.pdf
<1% - <http://repositori.uin-alauddin.ac.id/11003/1/Adli%20Ismirandy.PDF>
<1% -
<http://karyailmiah.narotama.ac.id/files/ANALISIS%20KEPUASAN%20KONSUMEN%20DALAM%20MEMBELI%20BUAH%20-%20BUAHAN%20SEGAR%20PADA%20INDOMARET%20PLUS.pdf>
<1% - <http://dessycemil.blogspot.com/2015/08/perilaku-konsumen.html>
<1% - <https://shoimus1990.blogspot.com/2012/06/analisis-konsumen-dan-strategi.html>
<1% -

<https://id.123dok.com/document/7q0nx0xy-analisis-proses-pengambilan-keputusan-dan-preferensi-konsumen-rahat-cafe-bogor.html>
<1% - <http://eviaws.blogspot.com/2011/07/buah-dan-sayur-ibm.html>
<1% - <http://gurumanis.blogspot.com/2013/06/tugas-mandiri-bioteknologi.html>
<1% -
<https://pustakapanganku.blogspot.com/2012/12/bahan-tambahan-pangan-dalam-makanan.html>
<1% - <http://inspirasiuncak.blogspot.com/2011/05/pengolahan-jeruk.html>
<1% - <http://ndrynakochi.blogspot.com/2012/01/makalah-karakteristik-kesemek.html>
<1% -
<https://id.123dok.com/document/wye0mk7q-analisis-dampak-konversi-lahan-pertanian-ke-non-pertanian-terhadap-pendapatan-petani-di-kelurahan-mulyaharja-kota-bogor.html>
<1% -
<https://www.jadisehat.net/perbedaan-manfaat-pisang-kuning-dan-pisang-hijau-untuk-kesehatan/>
<1% - <http://qncobatdiabetesmellitus.com/buah-untuk-mengobati-diabetes-kering/>
<1% - <https://id.scribd.com/doc/83892819/Pengaruh-Suhu-Simpan-Pada-Buahan-2>
<1% -
http://www.academia.edu/17107055/Kajian_pengawasan_Mutu_dan_Pemasaran_Apel_di_Kecamatan_Bumiaji_Malang
<1% - <https://id.scribd.com/doc/220034269/Apel-Preferensi-Konsumsi>
<1% - <http://makalahnurulsholehuddin.blogspot.com/>
<1% - <http://repository.sb.ipb.ac.id/526/>
<1% -
http://holiskakashi.blogspot.com/2013/09/judul-skripsi-s1-fakultas-pertanian_1624.html
<1% -
<https://text-id.123dok.com/document/4zpn3evy-analisis-sikap-konsumen-terhadap-buah-jeruk-lokal-dan-jeruk-impor-studi-kasus-kota-medan.html>
<1% -
<https://id.scribd.com/doc/252180000/MAKALAH-PERILAKU-KONSUMEN-KUMPULAN-JURNAL-JURNAL-TENTANG-PERILAKU-KONSUMEN>
<1% - http://www.academia.edu/12292562/Research_Based_Paper_Marketing
<1% - <https://www.scribd.com/document/360295891/anemia-gizi-pdf>
<1% -
https://www.academia.edu/29087915/PROPOSAL_PROGRAM_KREATIVITAS_MAHASISWA_JUDUL_PROGRAM_PREFERENSI_KONSUMEN_TERHADAP_OLAHAN_MOCAF_SEBAGAI_PRODUK_EKONOMI_KREATIF_DI_KOTA_SURAKARTA
<1% - <http://zona-fti08.blogspot.com/2009/12/kelompok-1-satu.html>