

**PENGAMBILAN KEPUTUSAN DAN KEPUASAN KONSUMEN
DALAM PEMBELIAN BUAH LOKAL DI PASAR TUGU
KOTA BANDAR LAMPUNG**

Skripsi

Oleh

**SITI SRI INDRIYANI
NPM 1654131022**



**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2023**

ABSTRACT

DECISION-MAKING AND CUSTOMER SATISFACTION IN PURCHASE OF LOCAL FRUIT AT TUGU MARKET BANDAR LAMPUNG CITY

by

Siti Sri Indriyani

The study aims to analyze the decision-making process and consumer satisfaction of local fruit attributes at Tugu Market. This research was conducted in local fruit outlets of bananas, papayas, and oranges in Tugu Market, Kedamaian Sub-District, Bandar Lampung City in April 2023. The sample was 45 people by accidental sampling. The analysis used is desensitization analysis and Customer Satisfaction Index (CSI). The buying decision process goes through five stages, recognition of needs, information search, alternative evaluation, purchase decision, and post-purchase behavior. By the results of CSI, overall consumer satisfaction with the attributes of local fruit has a score of 85,814 percent (very satisfied). By the study result, the stages of consumer decision-making for local bananas, papayas, and oranges are in the goodly category. Local fruit obtained a promotion attribute score with the highest value and a distance attribute with the lowest value. Local fruit consumers are very satisfied with the various attributes possessed by local fruit.

Key words: costumer satisfaction, decision-making process, local fruit.

ABSTRAK

PENGAMBILAN KEPUTUSAN DAN KEPUASAN KONSUMEN DALAM PEMBELIAN BUAH LOKAL DI PASAR TUGU KOTA BANDAR LAMPUNG

Oleh

Siti Sri Indriyani

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis proses pengambilan keputusan dan kepuasan konsumen terhadap atribut buah lokal di Pasar Tugu Kota Bandar Lampung. Penelitian ini dilakukan di gerai buah lokal jenis pisang, pepaya, dan jeruk di Pasar Tugu, Kecamatan Kedamaian Kota Bandar Lampung pada bulan April 2023. Sampel pada penelitian ini sebanyak 45 orang yang dipilih secara *Accidental Sampling*. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dan *Customer Satisfaction Index* (CSI). Proses keputusan pembelian melewati lima tahap, yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian. Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan CSI, secara keseluruhan kepuasan konsumen terhadap atribut-atribut yang dimiliki buah lokal memiliki skor sebesar 86,013 persen (sangat puas). Pada kesimpulannya, tahapan proses pengambilan keputusan konsumen terhadap buah lokal pisang, pepaya, dan jeruk berada pada kategori baik. Buah lokal diperoleh skor atribut promosi dengan nilai tertinggi dan atribut jarak dengan nilai terendah. Konsumen buah lokal merasa sangat puas dengan berbagai atribut yang dimiliki oleh buah lokal.

Kata kunci : buah lokal, kepuasan konsumen, proses pengambilan keputusan.

**PENGAMBILAN KEPUTUSAN DAN KEPUASAN KONSUMEN
DALAM PEMBELIAN BUAH LOKAL DI PASAR TUGU
KOTA BANDAR LAMPUNG**

Oleh

SITI SRI INDRIYANI

Skripsi

**Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar
SARJANA PERTANIAN**

Pada

**Jurusan Agribisnis
Fakultas Pertanian Universitas Lampung**



**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2023**

Judul Skripsi : **PENGAMBILAN KEPUTUSAN DAN
KEPUASAN KONSUMEN DALAM
PEMBELIAN BUAH LOKAL DI PASAR
TUGU KOTA BANDAR LAMPUNG**

Nama Mahasiswa : **Siti Sri Indriyani**

Nomor Pokok Mahasiswa : **1654131022**

Program Studi : **Agribisnis**

Jurusan : **Agribisnis**

Fakultas : **Pertanian**



1. Komisi Pembimbing


Dr. Novi Rosanti, S.P., M.E.P.
NIP 198111182008122003


Yuliana Saleh, S.P., M.Si.
NIP 198807302015042002

2. Ketua Jurusan Agribisnis,


Dr. Teguh Endaryanto, S.P., M.Si.
NIP 196910031994031004

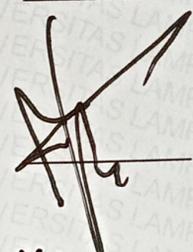
MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

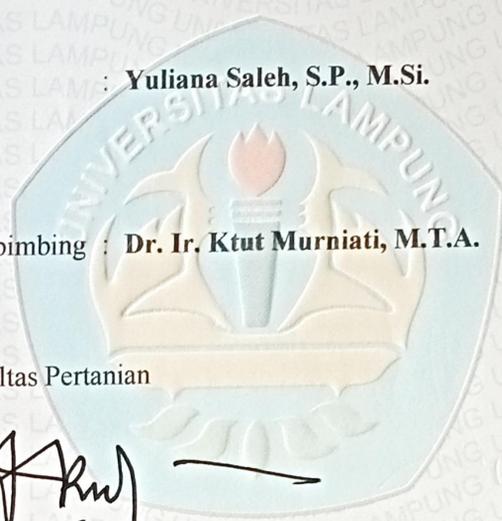
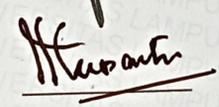
Ketua : **Dr. Novi Rosanti, S.P., M.E.P.**



Sekretaris : **Yuliana Saleh, S.P., M.Si.**



Penguji
Bukan Pembimbing : **Dr. Ir. Ktut Murniati, M.T.A.**



2. Dekan Fakultas Pertanian



Prof. Dr. Ir. Irwan Sukri Banuwa, M.Si.

NIP. 196110201986031002

Tanggal Ujian Skripsi: **22 Juni 2023**

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

1. Nama : Siti Sri Indriyani
2. NPM : 1654131022
3. Program Studi : Agribisnis
4. Jurusan : Agribisnis
5. Alamat : Jl. Sidoharjo, Rt/Rw. 008/000, Kec. Pringsewu Kab. Pringsewu, Lampung.

Dengan ini menyatakan bahwa dalam skripsi proses pengambilan keputusan dan kepuasan konsumen dalam pembelian buah lokal di Pasar Tugu Kota Bandar Lampung tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi. Sepanjang pengetahuan saya, tidak terdapat karya serta pendapat yang pernah ditulis diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dirujuk dari sumbernya dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Bandar Lampung, 22 Juni 2023

Mahasiswa Yang Bersangkutan



Siti Sri Indriyani
NPM. 1654131022

RIWAYAT HIDUP



Penulis dilahirkan di Baturaja, 9 Juni 1998 dari pasangan Bapak Adri Thalib (alm) dan Ibu Muawanah. Penulis adalah anak pertama dari empat bersaudara. Penulis menyelesaikan pendidikan Sekolah Dasar (SD) di SD Negeri 3 Podomoro pada tahun 2009, Sekolah Menengah Pertama (SMP) di SMP Negeri 3 Pringsewu pada 2012, dan Sekolah Menengah Atas (SMA) di SMA Negeri 2 Gading Rejo pada 2015. Penulis melanjutkan pendidikan di Jurusan Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Lampung pada 2016 melalui jalur Seleksi Mandiri. Selama menjadi mahasiswa di Universitas Lampung, penulis pernah menjadi staf bendahara umum/pelaksana kementerian bendahara kabinet Badan Eksekutif Mahasiswa Universitas Lampung pada tahun 2018-2019.

Penulis melaksanakan kegiatan Praktik Pengenalan Pertanian (*homestay*) pada 2016 selama 7 hari di Desa Cintamulya, Kecamatan Candipuro, Kabupaten Lampung Selatan. Penulis juga melaksanakan kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) 2019 selama 40 hari di Jabung, Kecamatan Jabung, Kabupaten Lampung Timur, Provinsi Lampung. Selanjutnya, penulis melaksanakan kegiatan Praktik Umum (PU) pada 2019 selama 30 hari efektif kerja di PTPN VIII di Patengan, Kecamatan Rancabali, Kabupaten Bandung, Provinsi Jawa Barat.

SANWACANA

Bismillahirrohmanirrohim

Alhamdulillahillobbil'amin, puji syukur bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "**Pengambilan Keputusan dan Kepuasan Konsumen dalam Pembelian Buah Lokal di Pasar Tugu Kota Bandar Lampung**".

Shalawat serta salam senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad SAW, yang telah memberikan teladan bagi umatnya dan yang ditunggu syafa'atnya di yaumul akhir nanti.

Penulis menyadari bahwa selama menyelesaikan skripsi ini telah banyak pihak yang terlibat dan memberi bantuan, dorongan, semangat, saran, serta doa-doa bagi penulis. Oleh karena itu, pada kesempatan ini dengan segala ketulusan dan kerendahan hati, penulis mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Irwan Sukri Banuwa, M.Si., selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Lampung.
2. Prof. Dr. Ir. Purnomo, M.S, selaku Wakil Dekan Akademik dan Kerja Sama Fakultas Pertanian, yang telah memberi arahan, nasihat, dukungan, semangat, dan ilmu yang bermanfaat yang diberikan kepada penulis selama proses penyelesaian skripsi.
3. Dr. Teguh Endaryanto, S.P., M.Si., selaku Ketua Jurusan Agribisnis Universitas Lampung, yang telah memberikan nasihat, dan dukungan.
4. Dr. Novi Rosanti, S.P., M.E.P., selaku Pembimbing Pertama yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat, bimbingan, motivasi, arahan, nasihat, serta perhatian yang diberikan kepada penulis selama perkuliahan, dan proses penyelesaian skripsi.

5. Yuliana Saleh, S.P., M.Si., selaku Pembimbing Kedua atas bimbingan, motivasi, arahan, nasihat, ilmu yang bermanfaat, perhatian yang diberikan kepada penulis selama perkuliahan, dan proses penyelesaian skripsi, serta telah membagikan pengalamannya yang sangat bermanfaat.
6. Dr. Ir. Ktut Murniati, S.P., M.T.A., selaku Pembahas sekaligus Penguji skripsi yang telah memberikan saran, arahan, kritikan, dan nasihat yang membangun dalam memperbaiki penulisan skripsi ini menjadi lebih baik.
7. Dr. Ir. Wuryaningsih Dwi Sayekti, M.Sc., selaku Pembimbing Akademik yang selalu memberi bimbingan, motivasi serta nasihat kepada penulis.
8. Dr. Ir. Dwi Haryono, M. S., selaku Ketua Program Studi Magister Agribisnis, yang telah memberi motivasi, arahan, dukungan, dan nasihat yang diberikan kepada penulis selama proses penyelesaian skripsi.
9. Seluruh dosen Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Lampung atas ilmu yang telah diberikan selama penulis menjadi mahasiswa.
10. Seluruh karyawan Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Lampung yaitu Mbak Iin, Mas Bukhori, dan Mas Boim atas bantuan dan kerjasama selama penulis menjadi mahasiswa.
11. Orang tuaku tercinta, Bapak Hayadi dan Ibu Muawanah, adiku Hardi Yansyah (alm), Hattal Musyafa, Nayif Sagi Yansyah, dan suamiku Sugeng Hermawan, S.T., atas doa, kesabaran, dukungan, motivasi, kepercayaan, kasih sayang, dan nasihat yang tak pernah putus hingga tercapainya gelar Sarjana Agribisnis Pertanian ini.
12. Sahabat terbaikku, Tasmania Ayu Permata Liana, S.P., Yuni Arda BR Saragih, S.P., dan Tri Pujiyanti, S.H., yang sudah memberi semangat, motivasi, dukungan, doa, dan selalu menemani dalam suka maupun duka kepada penulis selama ini.
13. Teman seperjuanganku, Tri Wigati dan Ria Maya Olivia, yang sudah memberi semangat, motivasi, masukan, mengingatkan apabila berbuat salah, dan selalu ada untuk mendengar keluh kesah penulis selama proses penyelesaian skripsi.

14. Teman-teman seperjuangan Agribisnis 2016, Nia, Yuni, Tri Wigati, Maya, Tri Tarsita, Tia, Wan, Ayay, dan Nabila, atas semangat, dukungan, dan perhatian yang telah diberikan selama proses penyelesaian skripsi.
15. Teman sefrekuensiku, Asti, Bunga, Hanna, Metiria, Mega, Kosasi, Lintang, Yunde, dan Zulviana, atas semangat, dukungan, motivasi, dan dukungan yang telah diberikan.
16. Seluruh teman-teman Agribisnis angkatan 2016, atas seluruh dukungan, semangat, dan motivasi yang diberikan kepada penulis.
17. Keluarga Besar Badan Eksekutif Mahasiswa Universitas Lampung, Kabinet Sinergis Dalam Gerak yang telah memberi pengalaman organisasi, suka duka, cerita, kebersamaan, kebahagiaan, semangat, motivasi, serta ilmu yang bermanfaat kepada penulis selama masa kuliah.
18. Semua pihak yang telah membantu menyelesaikan skripsi ini.

Semoga Allah SWT memberikan balasan yang tepat atas segala bantuan yang telah diberikan. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan. Semoga hasil karya ini dapat memberikan manfaat bagi kita semua, khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya. Akhir kata, penulis meminta maaf atas segala kesalahan dan memohon ampun kepada Allah SWT.

Bandar Lampung, 22 Juni 2023

Penulis,

SITI SRI INDRIYANI
NPM. 1654131022

DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR TABEL	iii
DAFTAR GAMBAR.....	vi
I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	7
II. TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN.....	8
A. Tinjauan Pustaka.....	8
1. Buah Lokal	8
2. Pisang (<i>Musa paradisiacal</i>)	11
3. Pepaya (<i>Carica papaya L.</i>)	12
4. Jeruk (<i>Citrus sp.</i>).....	13
5. Proses Pengambilan Keputusan	15
6. Kepuasan Konsumen.....	17
B. Kajian Penelitian Terdahulu	18
C. Kerangka Pemikiran	28
III. METODE PENELITIAN	32
A. Metode Penelitian	32
B. Konsep Dasar dan Definisi Operasional.....	32
C. Lokasi dan Waktu Penelitian	37
D. Konsumen Penelitian	37
E. Jenis Data dan Metode Pengumpulan Data	38
F. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	38
1. Uji Validitas	39
2. Uji Reliabilitas	40
G. Metode Analisis Data	41
1. Analisis Pengambilan Keputusan.....	41
2. <i>Customer Satisfaction Index</i> (CSI).....	42
IV. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN	44
A. Gambaran Umum Kota Bandar Lampung.....	44
1. Letak Geografis.....	44
2. Keadaan Demografi	47
B. Gambaran Umum Kecamatan Kedamaian	48

V. HASIL DAN PEMBAHASAN	52
A. Karakteristik Konsumen	52
1. Karakteristik Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin	52
2. Karakteristik Konsumen Berdasarkan Usia	53
3. Karakteristik Konsumen Berdasarkan Asal Daerah.....	54
4. Karakteristik Konsumen Berdasarkan Pendidikan.....	55
4. Karakteristik Konsumen Berdasarkan Pekerjaan	56
5. Karakteristik Konsumen Berdasarkan Tingkat Pendapatan.....	57
B. Proses Pengambilan Keputusan.....	58
1. Pengenalan Kebutuhan.....	59
2. Pencarian Informasi	61
3. Evaluasi Alternatif	63
4. Keputusan Pembelian.....	64
5. Pasca Pembelian.....	68
C. Atribut Produk	70
D. Tingkat Kepuasan Konsumen dalam Pembelian Buah Lokal di Pasar Tugu Kota Bandar Lampung	77
VI. KESIMPULAN DAN SARAN.....	85
A. Kesimpulan.....	85
DAFTAR PUSTAKA	87
LAMPIRAN.....	92

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Pengeluaran rata-rata perkapita per bulan menurut kelompok barang dan daerah tempat tinggal di Provinsi Lampung (rupiah), 2021	3
2. Rata-rata konsumsi kalori (kkal) per kapita per hari menurut kelompok makanan di Kota Bandar Lampung, 2021.....	4
3. Kajian penelitian terdahulu	19
4. Hasil uji validitas tingkat kepentingan dan tingkat kinerja kepuasan konsumen buah lokal di Pasar Tugu	39
5. Hasil uji reliabilitas tingkat kepentingan dan tingkat kinerja kepuasan konsumen buah lokal di Pasar Tugu	41
6. Rentang skala kriteria tingkat kepuasan dan interpretasi analisis <i>Customer Satisfaction Index</i> (CSI)	43
7. Jumlah penduduk berdasarkan luas wilayah, kepadatan penduduk, jenis kelamin, dan di Kota Bandar Lampung, 2020	47
8. Kelurahan yang berada di Kecamatan Kedamaian setelah pemekaran wilayah di Kota Bandar Lampung	49
9. Jumlah penduduk berdasarkan luas wilayah, rasio jenis kelamin menurut Kelurahan di Kecamatan Kedamaian, 2020.....	49
10. Jumlah penduduk berdasarkan jenis kelamin menurut Kelurahan di Kecamatan Kedamaian, 2020.....	50
11. Sebaran konsumen berdasarkan jenis kelamin.....	53
12. Sebaran konsumen berdasarkan rentang usia.....	54
13. Sebaran konsumen berdasarkan asal daerah	55
14. Sebaran konsumen berdasarkan tingkat pendidikan terakhir.....	56
15. Sebaran konsumen berdasarkan pekerjaan.....	57
16. Sebaran konsumen berdasarkan tingkat pendapatan.....	58

17.	Kebutuhan konsumen dalam mengkonsumsi buah lokal di Pasar Tugu.....	59
18.	Alasan konsumen memilih buah lokal di Pasar Tugu.....	60
19.	Manfaat yang diinginkan konsumen mengonsumsi buah lokal	61
20.	Sumber informasi konsumen buah lokal	63
21.	Pertimbangan konsumen melakukan pembelian buah lokal di Pasar Tugu	64
22.	Cara konsumen dalam melakukan pembelian buah lokal di Pasar Tugu	65
23.	Alternatif konsumen membeli buah lokal apabila tidak tersedia	66
24.	Alasan Pembelian Kembali buah lokal di Pasar Tugu	66
25.	Frekuensi pembelian buah lokal di Pasar Tugu (per 3 bulan)	67
26.	Kemungkinan konsumen melakukan pembelian kembali buah lokal di Pasar Tugu	69
27.	Kemungkinan konsumen merekomendasikan buah lokal di Pasar Tugu.....	69
28.	Perhitungan <i>customer satisfaction index</i> pembelian buah lokal di Pasar Tugu Kota Bandar Lampung	78
29.	Identitas konsumen buah lokal di Pasar Tugu Kota Bandar Lampung	93
30.	Data pengambilan keputusan konsumen pembelian buah lokal di Pasar Tugu Kota Bandar Lampung	96
31.	Skor uji validitas dan reliabilitas tingkat kepentingan buah lokal di Pasar Tugu Kota Bandar Lampung	99
32.	Hasil uji validitas dan reliabilitas tingkat kepentingan buah lokal di Pasar Tugu Kota Bandar Lampung	100
33.	Skor uji validitas dan reliabilitas tingkat kinerja buah lokal di Pasar Tugu Kota Bandar Lampung, lanjutan	101
34.	Hasil uji validitas dan reliabilitas tingkat kinerja buah lokal di Pasar Tugu Kota Bandar Lampung	102
35.	Skor uji <i>customer satisfaction index</i> tingkat kepentingan buah lokal di Pasar Tugu Kota Bandar Lampung	103
36.	Skor uji <i>customer satisfaction index</i> tingkat kinerja buah lokal di Pasar Tugu Kota Bandar Lampung	105
37.	Hasil perhitungan <i>customer satisfaction index</i> atribut tingkat kepentingan buah lokal di Pasar Tugu Kota Bandar Lampung	107

38.	Hasil perhitungan <i>customer satisfaction index</i> atribut tingkat kinerja buah lokal di Pasar Tugu Kota Bandar Lampung	107
39.	Hasil perhitungan <i>customer satisfaction index</i> buah lokal di Pasar Tugu Kota Bandar Lampung	108

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Kerangka pemikiran pengambilan keputusan dan kepuasan konsumen dalam pembelian buah lokal di Pasar Tugu Kota Bandar Lampung	31
2. Peta wilayah Kota Bandar Lampung	45
3. Buah lokal di Pasar Tugu.....	109
4. Buah pisang lokal di Pasar Tugu	109
5. Konsumen buah pisang di Pasar Tugu	110
6. Buah pepaya california di Pasar Tugu	111
7. Buah pepaya bangkok di Pasar Tugu	111
8. Konsumen buah pepaya di Pasar Tugu.....	112
9. Buah jeruk medan dan mandarin di Pasar Tugu.....	113
10. Buah jeruk medan di Pasar Tugu.....	113
11. Buah jeruk mandarin di Pasar Tugu	113
12. Konsumen buah jeruk medan di Pasar Tugu	114
13. Konsumen buah jeruk mandarin di Pasar Tugu.....	114

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sektor pertanian berperan penting dalam meningkatkan perkembangan ekonomi di Indonesia. Indonesia memiliki luas lahan dan kondisi iklim yang potensial untuk dikembangkan sebagai usaha pertanian. Kegiatan pertanian mencakup lima sub sektor pertanian yaitu pertanian tanaman pangan, perkebunan, perikanan, peternakan, dan kehutanan. Badan Pusat Statistik (2020), menyebutkan bahwa sektor pertanian memberikan sumbangan terhadap Produk Domestik Bruto Indonesia sebesar 13,70 persen pada tahun 2020.

Menurut Barus (2008), Indonesia menghasilkan berbagai macam komoditi pertanian, salah satunya adalah buah-buahan yang termasuk dalam subsektor hortikultura. Buah-buahan adalah komoditas penting dalam menunjang ketahanan pangan (*food security*) di Indonesia. Buah-buahan memiliki keragaman gizi yang tinggi, karena mengandung karbohidrat, protein nabati, vitamin, mineral, yang bermanfaat bagi kesehatan masyarakat. Banyak masalah kesehatan yang mungkin timbul akibat kurang mengkonsumsi buah-buahan. Permintaan terhadap buah-buahan terus meningkat dari tahun ke tahun, sehingga nilai ekonominya semakin besar dalam agribisnis buah-buahan di pasaran lokal maupun nasional. Poerwanto (2004) menyebutkan bahwa buah-buahan berperan penting untuk meningkatkan mutu gizi yang diperlukan dalam makanan sehari-hari, karena kaya akan vitamin, mineral, dan serat yang dibutuhkan oleh tubuh manusia.

Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian (2018) menyatakan bahwa jenis buah yang paling banyak dikonsumsi per kapita masyarakat Indonesia, antara lain pisang sebesar 9,907 kg/kapita/tahun, pepaya sebesar 5,319 kg/kapita/tahun, dan jeruk 3,494 kg/kapita/tahun. Hal tersebut menunjukkan bahwa ketiga jenis buah lokal tersebut paling banyak diminati oleh masyarakat Indonesia. Berdasarkan pada data tersebut, maka komoditi buah lokal yang akan diteliti pada penelitian ini adalah pisang, pepaya, dan jeruk. Jenis buah lokal tersebut selalu tersedia di pasar, tidak bergantung pada musim, dan memiliki harga yang terjangkau.

Menurut BPS (2020), Provinsi Lampung merupakan penghasil buah-buahan terbesar ke-empat setelah Provinsi Jawa Timur, Jawa Tengah, dan Jawa Barat dengan total produksi buah-buahan semusim dan tahunan sebesar 2.203.279 ton pada tahun 2020. Berdasarkan data BPS Provinsi Lampung (2020), jenis buah-buahan semusim yang paling banyak diproduksi di Provinsi Lampung adalah semangka dengan total produksi sebesar 18.400 ton. Selain itu, jenis buah-buahan tahunan yang paling banyak dihasilkan Provinsi Lampung, antara lain pisang, pepaya, dan nanas dengan masing-masing total produksi sebesar 1.210.000 ton, 1.056.000 ton, 699.000 ton pada tahun 2019. Berdasarkan data tersebut dapat diketahui bahwa Provinsi Lampung merupakan penghasil dua jenis dari tiga jenis buah yang paling banyak dikonsumsi oleh masyarakat Indonesia per kapita, yaitu pisang dan pepaya.

Konsumsi buah-buahan di Provinsi Lampung sendiri lebih didominasi oleh masyarakat yang tinggal di daerah perkotaan dibandingkan dengan masyarakat di daerah pedesaan. Hal tersebut ditunjukkan dengan rata-rata pengeluaran masyarakat yang tinggal di daerah perkotaan terhadap konsumsi buah-buahan yang lebih besar dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Pengeluaran rata-rata perkapita per bulan menurut kelompok barang dan daerah tempat tinggal di Provinsi Lampung (rupiah), 2021

Kelompok makanan	Perkotaan (Rp)	Pedesaan (Rp)	Perkotaan dan Pedesaan (Rp)
Padi-padian/ <i>Cereals</i>	63.099	68.935	67.072
Umbi-umbian/ <i>Tubers</i>	5.620	5.143	5.295
Ikan/ <i>Fish</i>	50.889	37.448	41.737
Daging/ <i>Meat</i>	28.027	17.243	20.684
Telur dan susu/ <i>Eggs and Milk</i>	38.754	27.291	30.949
Sayur-sayuran/ <i>Vegetables</i>	61.366	60.126	60.522
kacangan/ <i>Legumes</i>	15.156	13.379	14.265
Buah-buahan/<i>Fruits</i>	26.142	17.423	20.205
Minyak dan lemak/ <i>Oils and Fats</i>	16.156	17.767	17.441
Bahan minuman/ <i>Beverages Stuff</i>	18.073	18.947	18.668
Bumbu-bumbuan/ <i>Spices</i>	13.364	12.681	12.899
Konsumsi lainnya	12.435	9.882	10.697
Makanan dan minuman jadi/ <i>Prepared Food and Beverages</i>	185.539	113.870	136.739
Rokok/ <i>Cigarettes</i>	86.717	80.948	82.789
Jumlah makanan/<i>Total Food</i>	622.926	501.085	539.964

Sumber : Badan Pusat Statistik Provinsi Lampung, 2021.

Tabel 1 menjelaskan bahwa pengeluaran rata-rata masyarakat yang tinggal di daerah perkotaan terhadap konsumsi buah-buahan yang lebih besar, yaitu Rp26.142,00/kapita/bulan, sedangkan pengeluaran masyarakat yang tinggal di daerah pedesaan terhadap konsumsi buah-buahan, yaitu Rp17.423/kapita/bulan. Perbedaan konsumsi masyarakat pedesaan dan perkotaan dapat dipengaruhi oleh proses pengambilan keputusan.

Konsumsi buah-buahan oleh masyarakat Indonesia tergolong masih rendah. Menurut Kementerian Pertanian Republik Indonesia (2021), rata-rata konsumsi buah masyarakat Indonesia pada tahun 2020 adalah 88,56 gram/kapita/hari. Angka konsumsi tersebut hanya sebesar 59,04 persen dari batas minimal angka kecukupan gizi yang direkomendasikan oleh Badan Kesehatan Dunia (WHO) sebesar 150 gram/kapita/hari (Almatsier, 2016).

Daftar rata-rata konsumsi energi per kapita per hari menurut kelompok makanan di Provinsi Lampung tahun 2021 dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Rata-rata konsumsi kalori (kkal) per kapita per hari menurut kelompok makanan di Kota Bandar Lampung, 2021

Kelompok Makanan	Kalori (kkal)
Padi-padian	693,49
Umbi-umbian	36,02
Ikan/Udang/Cumi/Kerang	48,75
Daging	83,56
Telur dan susu	84,68
Sayur-sayuran	40,99
Kacang-kacangan	64,92
Buah-buahan	46,56
Minyak dan lemak	304,54
Bahan minuman	86,36
Bumbu-bumbuan	9,62
Konsumsi lainnya	65,54
Makanan dan minuman jadi	498,45
Total	2.063,40

Sumber : Badan Pusat Statistik Kota Bandar Lampung, 2021.

Pada Tabel 2, rata-rata kelompok makanan yang paling banyak dikonsumsi yaitu padi-padian, makanan dan minuman jadi, minyak dan lemak, sedangkan konsumsi buah-buahan oleh masyarakat di Kota Bandar Lampung tergolong masih rendah yaitu 46,56 gram/kapita/hari. Angka konsumsi tersebut hanya sebesar 31,04% dari batas minimal angka kecukupan gizi yang direkomendasikan oleh Badan Kesehatan Dunia (WHO) sebesar 150 gram/kapita/hari. Rendahnya konsumsi pada keputusan pembelian buah-buahan dipengaruhi beberapa faktor, antara lain faktor budaya, sosial, personal, pendapatan, dan psikologis.

Buah-buahan lokal di Kota Bandar Lampung dapat ditemukan dan diperoleh dengan sangat mudah di berbagai toko buah, pasar modern, dan pasar tradisional. Terdapat banyak pasar tradisional yang tersedia di Kota Bandar Lampung, salah satunya adalah Pasar Tugu. Pasar Tugu merupakan pasar induk yang sangat ramai dan strategis untuk transaksi jual beli kebutuhan

hidup sehari-hari, termasuk buah-buahan lokal. Pasar Tugu memiliki jumlah penjual buah yang cukup banyak dan menjual beragam jenis buah lokal yang dapat dipilih secara langsung oleh konsumen. Dalam proses dagang, penjual buah perlu memahami bagaimana karakteristik dan sikap konsumen terhadap buah-buahan lokal, sehingga penjual buah dapat menyusun rencana dan mengembangkan strategi pemasaran yang efektif dan efisien dalam menjangkau konsumen.

Selain memahami karakteristik konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian, penjual juga perlu mengevaluasi kepuasan konsumen guna menghadapi persaingan dagang dan perkembangan pasar yang semakin pesat. Supranto (2006), mengatakan bahwa salah satu cara untuk memenangkan persaingan adalah penjual harus mampu untuk memberikan kepuasan kepada para konsumennya, misalnya dengan memberikan produk yang mutunya lebih baik, harganya lebih murah, penyerahan produk yang lebih cepat, dan pelayanan yang lebih baik dari pesaingnya.

Pemahaman pada proses pengambilan keputusan pembelian dan kepuasan konsumen pada pembelian buah lokal akan sangat membantu dalam mengevaluasi rendahnya konsumsi buah-buahan per kapita, sehingga dapat merencanakan, mengembangkan strategi yang efektif dan efisien untuk meningkatkan konsumsi, dan pembelian buah-buahan lokal. Peningkatan pada konsumsi buah-buahan lokal akan berpengaruh baik tidak hanya bagi peningkatan mutu gizi masyarakat Indonesia, namun juga berpengaruh baik pada peningkatan perekonomian Indonesia. Hal ini akan sangat membantu dalam mensejahterakan masyarakat Indonesia, terutama produsen dan penjual buah lokal. Oleh karena itu, dilakukan penelitian mengenai pengambilan keputusan konsumen dalam pembelian buah lokal di Pasar Tugu Kota Bandar Lampung guna mengetahui bagaimana proses pengambilan keputusan pembelian buah lokal oleh konsumen dan tingkat kepuasan konsumen terhadap pembelian buah lokal.

B. Rumusan Masalah

Konsumsi buah-buahan lokal di Provinsi Lampung didominasi oleh masyarakat yang tinggal di daerah perkotaan dibandingkan dengan masyarakat di daerah pedesaan, terutama di Kota Bandar Lampung. Buah-buahan lokal tersebut dapat dengan mudah diperoleh, salah satunya dari pasar-pasar tradisional yang terdapat di Kota Bandar Lampung. Salah satu pasar tradisional yang menjual buah-buahan lokal, yaitu Pasar Tugu.

Buah-buahan lokal yang dalam penelitian ini, antara lain pisang, pepaya, dan jeruk. Konsumen memiliki karakteristik tersendiri dalam menentukan sikap terhadap pembelian buah-buahan lokal yang termasuk dalam proses pengambilan keputusan pembelian buah lokal. Selain memahami karakteristik konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian, penjual juga perlu mengevaluasi kepuasan konsumen pasca pembelian buah lokal. Hal ini sangat penting dilakukan guna membantu penjual dalam menghadapi persaingan dagang dan perkembangan pasar yang semakin pesat. Buah-buahan lokal sudah menguasai pasar dengan sangat luas. Evaluasi tingkat kepuasan konsumen tersebut akan sangat membantu penjual dalam memperbaiki dan meningkatkan kualitas penjualan buah lokal, baik dari segi kualitas buah, harga jual, dan pelayanan penjualan.

Pengetahuan mengenai proses pengambilan keputusan pembelian dan evaluasi kepuasan konsumen pasca pembelian buah lokal akan sangat membantu produsen dan penjual buah dalam memahami kebutuhan konsumen, sehingga dapat merencanakan dan menyusun strategi yang efektif dan efisien untuk meningkatkan volume penjualan. Pengetahuan terhadap proses pengambilan keputusan pembelian buah lokal dan evaluasi kepuasan konsumen juga akan membantu dalam merencanakan peningkatan konsumsi buah lokal per kapita dengan memahami kebutuhan konsumen terhadap buah lokal.

Berdasarkan uraian permasalahan yang ada, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana proses pengambilan keputusan pembelian buah lokal oleh konsumen di Pasar Tugu Kota Bandar Lampung?
2. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap pembelian buah lokal di Pasar Tugu Kota Bandar Lampung?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah diuraikan, maka tujuan penelitian ini sebagai berikut:

1. Mengetahui proses pengambilan keputusan pembelian buah lokal oleh konsumen di Pasar Tugu Kota Bandar Lampung.
2. Mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap pembelian buah lokal di Pasar Tugu Kota Bandar Lampung.

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi:

1. Produsen dan Penjual Buah
Penelitian ini diharapkan dapat menjadi pertimbangan dalam merencanakan dan mengembangkan strategi guna meningkatkan volume penjualan buah lokal berdasarkan tingkat kepuasan konsumen.
2. Pemerintah
Penelitian ini diharapkan dapat menjadi pertimbangan dalam menetapkan kebijakan yang mengacu pada komoditi buah-buahan.
3. Peneliti lain
Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi peneliti lain dalam melakukan penelitian yang relevan pada masa mendatang.

II. TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

A. Tinjauan Pustaka

1. Buah Lokal

Buah-buahan lokal merupakan buah segar yang diproduksi dan ditanam oleh petani Indonesia di wilayah Indonesia. Buah-buahan lokal Indonesia tergolong ke dalam buah-buahan tropis. Buah-buahan tropis terbagi menjadi dua, yaitu bersifat semusim atau dua musim (*annual*) dan bersifat tahunan (*perennial*). Indonesia merupakan negara yang beriklim tropis, dimana selama setahun Indonesia memiliki dua musim, yaitu musim kemarau/kering dan musim hujan. Musim kemarau akan menimbulkan iklim kering dan musim hujan akan menimbulkan iklim yang basah atau lembab, sehingga menyebabkan terjadinya pengelompokan buah secara musiman (Sunarjono, 2013).

Menurut Yuliarti (2008), tanaman buah-buahan musiman keberadaannya bergantung pada musim kemarau dan hujan, seperti jeruk, durian, duku, rambutan, mangga, dan manggis. Kementerian Pertanian Direktorat Jenderal Hortikultura (2021) menyebutkan bahwa tanaman buah-buahan semusim merupakan tanaman sumber vitamin, mineral, dan lainnya yang dikonsumsi dalam bentuk buah, berumur kurang dari satu tahun, dapat berbentuk rumpun, menjalar, dan berbatang lunak. Tanaman buah-buahan semusim terdiri dari melon, semangka, dan stroberi.

Yuliarti (2008) menyebutkan bahwa tanaman buah-buahan tahunan dapat ditemukan pada sepanjang tahun, seperti pisang, pepaya, sirsak, nanas,

salak, jambu biji, nangka, alpukat, dan sebagainya. Menurut Kementerian Pertanian Direktorat Jenderal Hortikultura (2021), tanaman buah-buahan tahunan merupakan tanaman sumber vitamin, mineral, dan lainnya yang dikonsumsi dalam bentuk segar dari bagian tanaman berupa buah dan buah yang dikonsumsi setelah dimasak.

Menurut Kementerian Pertanian Direktorat Jenderal Hortikultura (2021), tanaman buah-buahan tahunan dikelompokkan ke dalam beberapa jenis sebagai berikut:

- a. Tanaman buah-buahan yang tidak berumpun dan dipanen sekaligus
Kelompok buah-buahan ini biasanya berbuah berdasarkan musim. Meskipun dalam kriteria ini digolongkan dalam panen sekaligus, namun keadaannya di lapangan tidak berlaku mutlak seperti kriteria di atas. Hal tersebut dikarenakan ketika waktu dipanen masih terdapat buah yang belum masak atau sebagian buah yang masak lebih awal telah dipetik sebelumnya. Keluarnya bunga yang relatif serempak merupakan dasar penggolongan ini. Buah-buahan tahunan yang termasuk ke dalam kelompok ini, antara lain alpukat, apel, duku/langsat/kokosan, durian, jambu air, kelengkeng, mangga, manggis, rambutan, dan sukun.
- b. Tanaman buah-buahan yang dipanen berulang kali atau lebih dari satu kali dalam satu musim atau tahun
Jenis tanaman buah-buahan tahunan ini relatif berproduksi sepanjang tahun, sehingga dapat dipanen secara terus-menerus selama satu tahun. Jenis tanaman ini dibedakan ke dalam dua kelompok sebagai berikut:
 - 1) Jenis tanaman buah tidak berumpun dan dipanen terus menerus, seperti anggur, belimbing, jambu biji, jeruk melon, jeruk pamelon, jeruk siam/keprok, pepaya, nangka, sawo, dan sirsak.
 - 2) Jenis tanaman buah yang berumpun dan dipanen terus menerus, seperti buah naga, nanas, pisang, dan salak.

Berdasarkan asal tanaman buah-buahan, tanaman buah dapat dikelompokkan menjadi dua sumber sebagai berikut:

a. Tanaman buah sub-tropik

Tanaman buah sub-tropik umumnya berasal dari daerah antara 230-400 lintang. Contoh tanaman buah sub-tropik, antara lain kesemak dan pear. Tanaman buah sub-tropik umumnya masih dapat dikembangkan di daerah tropik, seperti daerah pegunungan (≥ 1.000 mdpl).

b. Tanaman buah tropik

Tanaman buah tropik berasal dari daerah khatulistiwa sampai 230 lintang. Contoh buah tropik, antara lain rambutan, durian, manggis, duku, dan sebagainya. Tanaman buah tropik lebih sulit dikembangkan di daerah sub-tropik (Barus dan Syukri, 2008).

Buah-buahan merupakan hasil produksi tanaman hortikultura yang memiliki banyak manfaat bagi kesehatan manusia di samping sayur-sayuran. Buah-buahan mengandung berbagai sumber gizi, terutama vitamin dan mineral yang sangat dibutuhkan oleh tubuh yang tidak dapat digantikan dari sumber-sumber lain. Selain itu, mengonsumsi buah-buahan lebih aman bagi kesehatan, karena umumnya tidak menimbulkan efek samping yang dapat merugikan kesehatan. Konsumsi buah-buahan setiap hari sangat dianjurkan, guna mendapatkan manfaat yang maksimal dan manfaat buah-buahan jauh lebih besar dibandingkan harganya (Zulkarnain, 2017).

Salah satu faktor pendukung tercapainya masyarakat makmur yang berkeadilan adalah perkembangan industri buah lokal. Meningkatnya konsumsi buah lokal akan meningkatkan asupan gizi masyarakat yang pada akhirnya akan mendukung ketahanan pangan nasional. Saat ini, tingkat konsumsi buah Indonesia baru mencapai 40 kg/kapita/tahun. Sementara menurut standar WHO, tingkat konsumsi buah ideal adalah 70 kg/kapita/tahun. Hal ini menunjukkan bahwa untuk mencapai tingkat kesehatan dan kesejahteraan yang ideal, industri buah-buahan lokal masih sangat berpeluang untuk dikembangkan (Manuwoto, 2010).

2. Pisang (*Musa paradisiacal*)

Pisang merupakan salah satu jenis buah-buahan tropis yang tumbuh subur dan tersebar secara merata di seluruh wilayah Indonesia. Pisang sendiri merupakan salah satu komoditi unggulan dari subsektor hortikultura di Indonesia. Tanaman pisang sangat mudah dibudidayakan dan cepat menghasilkan, sehingga lebih disukai petani untuk dibudidayakan. Masyarakat Indonesia pun banyak yang menggemari buah pisang, karena rasanya yang lezat, kaya akan gizi, harganya yang relatif murah, dan mudah untuk didapatkan (Martiningsih, 2007).

Yusnita (2015) menyatakan bahwa pohon pisang berasal dari Asia Tenggara yang kemudian menyebar keseluruh penjuru dunia, termasuk Indonesia. Pohon pisang dapat ditanam dengan mudah, karena dapat beradaptasi dengan lingkungan sekitar. Terdapat beberapa jenis pisang yang ditanam dan diproduksi di Indonesia, antara lain:

a. Pisang Ambon Putih (*Cavendish*)

Pisang ambon putih banyak dijual sebagai pisang meja, yaitu pisang yang dihidangkan langsung untuk dikonsumsi. Pisang ambon putih juga banyak dijadikan sebagai konsumsi pabrik puree, tepung pisang sebagai bahan makanan bayi.

b. Pisang Ambon

Pisang ambon memiliki kulit berwarna kuning keputihan. Pisang ambon mempunyai beberapa keunggulan, yaitu memiliki rasa buah yang manis dan beraroma harum. Tanaman pisang ambon pertama kali dikembangkan di daerah Malang, Jawa Timur. Pisang ambon memiliki bentuk buah melengkung dengan pangkal meruncing dan daging buah berwarna putih kekuningan. Pisang ambon pada umumnya tidak mengandung biji.

c. Pisang Raja

Pisang raja berukuran sedang dan gemuk, memiliki bentuk buah melengkung dengan pangkal buah agak bulat. Pisang raja memiliki kulit

yang tebal dan berwarna kuning berbintik. Daging buah pisang raja terasa sangat manis, berwarna kuning kemerahan, bertekstur lunak, dan tidak berbiji.

d. Pisang Susu

Pisang susu memiliki bentuk buah yang kecil-kecil. Pisang susu yang sudah masak akan berwarna kuning cerah. Pisang susu memiliki kulit buah yang tipis, buahnya rasanya sangat manis, dan beraroma kuat.

3. Pepaya (*Carica papaya L.*)

Pepaya merupakan tanaman yang berasal dari negara Meksiko dan Amerika Selatan. Pepaya kemudian menyebar ke berbagai negara tropis, termasuk Indonesia sekitar pada tahun 1930-an, khususnya di kawasan Pulau Jawa. Tanaman pepaya termasuk ke dalam tumbuhan yang dapat tumbuh dalam setahun atau lebih, dengan kata lain tanaman pepaya dapat berbuah kapan saja dan tidak mengenal musim. Tanaman pepaya memiliki kandungan vitamin dalam 100 gram bagian pepaya sebanyak 0,45 gram vitamin A, 0,074 gram vitamin C, kandungan mineral 0,034 gram kalsium, dan 0,011 gram fosfor (Sujiprihati dan Suketi, 2009).

Menurut Muktiani (2011), terdapat banyak macam varietas tanaman pepaya di Indonesia, antara lain:

a. Pepaya Bangkok

Pepaya bangkok memiliki daging buah berwarna jingga kemerahan, terasa manis dan segar, serta bertekstur keras hingga tahan di dalam pengangkutan. Daging pepaya bangkok memiliki rongga buah yang kecil (dagingnya tebal), dan permukaan kulit buah kasar, dan tidak rata.

b. Pepaya Cibinong

Daging buah berwarna merah kekuningan, terasa manis dan segar, bertekstur keras, serta tahan sepanjang pengangkutan. Pepaya cibinong memiliki ciri khas tersendiri, yaitu buah yang masak akan terlihat pada

warna kulit buahnya. Warna kulit buah bagian ujung umumnya berwarna kuning, namun bagian yang lain berwarna hijau.

c. Pepaya Hawaii

Daging buah berwarna kuning dan agak tebal, serta terasa manis dan segar. Kelebihan pepaya hawaii adalah ukurannya yang kecil, sehingga dapat habis dimakan hanya untuk satu orang. Pepaya hawaii memiliki bentuk agak bulat atau bulat panjang.

d. Pepaya California

Daging buah kenyal, tebal, serta manis lebih terasa. Pepaya california memiliki nilai ekonomi yang tinggi dan menjadi primadona di antara pepaya jenis lainnya yang tersedia di pasaran. Pepaya california memiliki bentuk buah yang lebih kecil, serta lebih lonjong. Buah pepaya california memiliki kulit yang tebal, dan permukaannya yang rata.

e. Pepaya Gunung

Daging buah keras, berwarna kuning-jingga, terasa agak asam namun harum, di sekitar rongga buah ada banyak sekali biji yang terbungkus oleh sarkotesta yang putih dan berair. Buah pepaya gunung yang belum masak memiliki kulit yang berwarna hijau gelap dan dapat beralih menjadi kuning setelah buah masak.

4. Jeruk (*Citrus sp.*)

Jeruk merupakan tanaman tahunan yang berasal dari Asia. Tanaman jeruk sudah terdapat di Indonesia sejak ratusan tahun yang lampau, baik secara alami maupun dibudidayakan. Buah jeruk mempunyai prospek yang cerah untuk dikembangkan. Buah jeruk dapat dijumpai pada setiap musim, karena tanaman jeruk termasuk mudah dan cocok di berbagai kondisi iklim, serta dapat ditanam di mana saja, baik di dataran rendah maupun dataran tinggi (Rajagukguk, Sayekti, dan Situmorang, 2013).

Jeruk adalah buah yang berdaging dengan rasa masam yang segar, meskipun di antaranya banyak yang memiliki rasa manis. Rasa masam pada jeruk

berasal dari kandungan asam sitrat yang terkandung pada semua anggota buah jeruk. Buah jeruk merupakan sumber vitamin C, kandungan vitamin C buah jeruk berkisar 40-70 mg vitamin C per 100 ml, bergantung pada jenisnya. Semakin tua umur buah jeruk biasanya akan semakin berkurang kandungan vitamin C-nya. Vitamin C buah jeruk terdapat pada sari buah, daging, dan kulit, serta berperan dalam proses penyerapan zat besi non organik (Pracaya, 2009).

Menurut Pracaya (2009), terdapat beberapa jenis buah jeruk yang ditanam dan diproduksi di Indonesia, antara lain:

a. Jeruk Mandarin

Jeruk mandarin dikenal juga dengan jeruk keprok. Jeruk mandarin biasanya dimakan polos (langsung) atau sebagai salad buah. Jeruk mandarin memiliki tekstur yang lunak dan mudah rusak pada cuaca dingin. Jeruk mandarin dapat tumbuh di daerah tropis dan subtropis, namun pohonnya lebih toleran kekeringan dibandingkan dengan buahnya. Jeruk mandarin berbentuk buah bulat sampai agak lonjong, memiliki kulit buah yang relatif halus dengan ketebalan sedang dan banyak mengandung minyak, dan berwarna kuning jingga. Jeruk mandarin paling tidak memiliki volume sari buah minimum 33 persen dari berat buahnya.

b. Jeruk Sunkist

Jeruk sunkist memiliki banyak khasiat, namun memiliki kulit yang tebal, sehingga sulit untuk memakannya. Beberapa khasiat jeruk sunkist, yaitu meningkatkan kekebalan tubuh, memperkuat limfa, menurunkan kolesterol, serta mengobati infeksi dan demam.

c. Jeruk Manis Pacitan

Jeruk manis pacitan merupakan salah satu jenis jeruk manis terpopuler di Indonesia. Di antara kelompok jenis jeruk lainnya, jeruk manis pacitan memiliki rasa paling manis, bahkan sudah terasa manis sebelum matang, sehingga sering diberikan kepada bayi dan mendapat julukan jeruk *baby*).

5. Proses Pengambilan Keputusan

Pengambilan keputusan pembelian berbeda pada setiap konsumen, dipengaruhi oleh karakteristik yang dimiliki oleh konsumen. Karakteristik konsumen akan menentukan bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka.

Karakteristik konsumen memengaruhi konsumen dalam membuat keputusan-keputusan pembelian, bagaimana mereka menggunakan, dan mengatur pembelian barang atau jasa (Arizal, 2015).

Keputusan pembelian merupakan proses pemilihan suatu tindakan dari dua atau lebih pilihan alternatif. Salah satu keputusan yang penting diambil oleh konsumen dan harus mendapat perhatian yang besar dari para pemasar adalah keputusan pembelian konsumen. Proses keputusan pembelian adalah tahap pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih salah satu di antaranya. Proses keputusan pembelian merupakan proses merumuskan berbagai alternatif tindakan guna menjatuhkan pilihan pada salah satu alternatif untuk melakukan pembelian. Pemasar penting untuk mengetahui siapa yang terlibat dalam keputusan pembeli dan peran apa yang dimainkan oleh setiap orang untuk banyak produk, cukup mudah untuk mengenali siapa yang mengambil keputusan (Sumarwan, 2003).

Menurut Kotler (2007), terdapat lima proses dalam pengambilan keputusan pembelian, yaitu :

a. Pengenalan Masalah

Proses pembelian dimulai ketika pembeli mengenali masalah atau kebutuhan. Kebutuhan tersebut akan dicetuskan oleh rangsangan internal atau pengenalan masalah eksternal. Para pemasar perlu mengidentifikasi keadaan yang memicu kebutuhan tertentu, dengan mengumpulkan informasi dari sejumlah konsumen.

b. Pencarian Informasi

Konsumen yang terangsang akan kebutuhannya terdorong untuk mencari informasi yang lebih banyak. Terdapat dua level rangsangan, situasi pencarian informasi yang lebih ringan dinamakan dengan penguatan perhatian. Pada level ini, seseorang hanya sekedar lebih peka terhadap informasi produk. Pada level selanjutnya, seseorang tersebut mungkin mulai aktif mencari informasi, mencari bahan bacaan, menelepon teman, dan mengunjungi toko untuk mempelajari produk tertentu.

c. Evaluasi Alternatif

Terdapat beberapa konsep dasar dalam memahami proses evaluasi konsumen, antara lain:

- 1) Konsumen akan berusaha untuk memenuhi kebutuhan.
- 2) Konsumen mencari manfaat tertentu dari solusi produk atau jasa.
- 3) Konsumen memandang masing-masing produk sebagai sekumpulan atribut dengan kemampuan yang berbeda-beda dalam memberikan manfaat yang digunakan untuk memuaskan kebutuhan tersebut.

d. Keputusan Pembelian

Pada tahap evaluasi, konsumen membentuk preferensi atas merek-merek yang ada di dalam kumpulan pilihan. Konsumen tersebut juga membentuk niat untuk membeli merek yang paling disukai. Namun, dua faktor berikut dapat berada di antara niat pembelian dan keputusan pembelian.

e. Perilaku Pasca Pembelian

Setelah membeli produk, konsumen mengalami level kepuasan atau ketidakpuasan tertentu. Para pemasar masih harus memantau kepuasan pasca pembelian, tindakan pasca pembelian, dan pemakaian produk pasca pembelian.

6. Kepuasan Konsumen

Kepuasan merupakan perasaan sedang atau kecewa dari seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Apabila kinerja berada di bawah harapan, maka konsumen akan merasa tidak puas, sedangkan jika kinerja memenuhi harapan, maka konsumen akan merasa puas. Jika kinerja melebihi harapan, maka konsumen akan merasa amat puas atau amat senang (Kotler, 2007).

Kepuasan konsumen merupakan salah satu indikator keberhasilan dari suatu usaha. Dalam upaya memenuhi kepuasan konsumen, suatu usaha memang dituntut kejeliannya untuk mengetahui pergeseran kebutuhan dan keinginan konsumen yang hampir setiap saat berubah. Pembeli akan bergerak setelah membentuk persepsi terhadap nilai penawaran, kepuasan pasca pembelian bergantung dari kinerja penawaran dibandingkan dengan harapannya (Sumarwan, 2003).

Kepuasan konsumen merupakan suatu usaha yang menganalisis dari proses pembelian, yaitu dari tahap pra pembelian hingga pada tahap pembelian. Pada tahap ini, konsumen akan mencari informasi mengenai produk atau jasa dan merek yang akan dibeli. Setelah konsumen tersebut membeli atau memperoleh produk atau jasa biasanya akan diikuti dengan proses konsumsi atau penggunaan produk atau jasa. Hingga selanjutnya yang terakhir adalah proses pasca pembelian. Pada proses pasca pembelian, konsumen akan melakukan evaluasi terhadap konsumsi yang telah dilakukan. Evaluasi tersebut meliputi apakah konsumen merasa puas atau tidak atas produk atau jasa yang telah ia konsumsi. Berdasarkan hal tersebut, kepuasan konsumen dapat disimpulkan sebagai suatu penilaian emosional dari konsumen setelah konsumen menggunakan produk atau jasa, di mana harapan dan kebutuhan konsumen terpenuhi (Sumarwan, 2003).

B. Kajian Penelitian Terdahulu

Penelitian ini mempunyai persamaan dan perbedaan dengan penelitian terkait yang telah diteliti sebelumnya. Kajian penelitian terdahulu yang relevan dipergunakan sebagai bahan referensi dan pembandingan terhadap penelitian yang dilakukan dengan penelitian sebelumnya dengan tujuan mempermudah proses pengumpulan data, serta metode analisis data.

Beberapa kajian penelitian terdahulu diketahui memiliki tujuan mengetahui tahapan proses pengambilan keputusan pembelian dan faktor-faktor yang memengaruhi konsumen dalam membeli suatu produk. Persamaan penelitian ini dengan beberapa penelitian terdahulu terletak pada komoditi dan metode analisis data yang digunakan, sedangkan perbedaan terdapat pada lokasi penelitian. Penelitian terkait komoditi buah lokal yang dijadikan acuan dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Kajian penelitian terdahulu

No.	Judul Penelitian	Tujuan Penelitian	Metode Analisis	Hasil Penelitian
1.	Keputusan Konsumen dalam Pembelian Buah-buahan di Pasar Mahardika Kota Ambon (Suripatty dan Tantoly, 2019).	Mengetahui karakteristik konsumen buah-buahan semangka, pisang, dan pepaya, serta mengetahui faktor yang memengaruhi keputusan konsumen dalam membeli buah-buahan tersebut.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Proses tahapan pengambilan keputusan menggunakan metode analisis kuantitatif. 2. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 66 konsumen yang diambil menggunakan metode <i>accidental sampling</i>. 3. Metode yang digunakan pada penelitian adalah metode survei. 	Sebanyak 75,76% konsumen buah semangka, 45,45% konsumen buah pisang, dan 60,61% konsumen buah pepaya sangat setuju kualitas buah yang bagus. Sebanyak 83,33% konsumen buah semangka, 87,88% konsumen buah pisang, dan 75,76% konsumen buah pepaya menyatakan murah dalam segi harga. Sebanyak 75,76% konsumen buah semangka, 36,67% konsumen buah pisang, dan 11,67% konsumen buah pepaya sangat setuju untuk indikator tempat penjualan, karena berada di jalan raya yang dapat dilalui dengan berbagai kendaraan dan dekat terminal bus.
2.	Sikap dan Pengambilan Keputusan Konsumen dalam Membeli Buah Jeruk Lokal dan Jeruk Impor di Bandar Lampung (Rajagukguk, Sayekti, dan Situmorang, 2013).	Menganalisis sikap konsumen terhadap keputusan pembelian jeruk lokal dan jeruk impor, pola pembelian jeruk lokal dan jeruk impor, serta faktor-faktor yang berpengaruh	<ol style="list-style-type: none"> 1. Analisis deskriptif kuantitatif, analisis sikap konsumen dengan model <i>Multiatribut Fishbein</i>, dan analisis kuantitatif dengan regresi linear berganda. 2. Sampel yang digunakan 	Nilai sikap konsumen terhadap atribut buah jeruk impor lebih tinggi, berarti sebagian besar atribut buah jeruk impor dianggap lebih unggul atau lebih disukai konsumen. Atribut buah jeruk lokal yang dipercaya oleh

Tabel 3. Lanjutan

No.	Judul Penelitian	Tujuan Penelitian	Metode Analisis	Hasil Penelitian
		terhadap jumlah pembelian buah jeruk.	dalam penelitian ini sebanyak 100 konsumen yang diambil menggunakan metode <i>accidental sampling</i> . 3. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode survei.	konsumen adalah kesegaran, daya simpan, dan kandungan vitamin. Atribut buah jeruk impor adalah kesegaran, warna, jumlah biji, daya simpan, dan kandungan vitamin. Jeruk yang lokal yang dibeli konsumen adalah jeruk medan, sedangkan jeruk impor adalah jeruk mandarin. Rata-rata frekuensi pembelian adalah 3 kali dalam satu bulan dan 4 kg dalam satu bulan. Faktor-faktor yang memengaruhi jumlah pembelian buah jeruk lokal adalah pendapatan rumah tangga dan jumlah anggota keluarga.
3.	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Buah Pisang Bermerek dan Tanpa Merek (Herwina, Nurhadi, dan Amir, 2020).	Mengetahui tingkat loyalitas konsumen terhadap pembelian buah pisang bermerek dan tanpa merek, serta menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian buah pisang bermerek dan tanpa merek.	1. Analisis tingkat loyalitas konsumen dan analisis regresi linear berganda. 2. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 60 konsumen yang diambil menggunakan metode <i>accidental sampling</i> .	Konsumen buah pisang termasuk kategori loyal (56,3% konsumen pisang bermerek dan 44% konsumen pisang tanpa merek). Faktor-faktor yang berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan pembelian buah pisang adalah faktor pribadi dan faktor psikologis, artinya semakin tinggi gaya hidup seseorang dan dorongan

Tabel 3. Lanjutan

No.	Judul Penelitian		Metode Analisis	Hasil Penelitian
			3. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode survei.	diri berasal dari dirinya semakin besar juga pertimbangan terhadap keputusan pembelian buah pisang. Faktor-faktor yang berpengaruh signifikan negatif adalah pendapatan, artinya semakin meningkat pendapatan, maka keputusan pembelian buah pisang akan cenderung turun.
4.	Faktor-faktor Keputusan Pembelian Buah Lokal pada Masa Pandemi COVID 19 (Vikaliana, dkk., 2021).	Mengetahui faktor-faktor yang mendorong konsumen memutuskan untuk membeli buah lokal selama masa pandemi Covid 19.	1. Analisis faktor. 2. Sampel yang digunakan pada penelitian ini sebanyak 322 konsumen menggunakan metode <i>simple random sampling</i> . 3. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode survei.	Faktor keragaman buah lokal, kualitas buah lokal, kebersihan buah lokal, kesegaran buah lokal, harga buah lokal, gaya hidup sehat, serta keinginan dan kebutuhan, didefinisikan sebagai variabel Persepsi Kualitas. Faktor tingkat pendapatan, bentuk buah lokal, dan warna buah lokal didefinisikan sebagai variabel Preferensi Konsumen.
5.	Sayuran di Pasar Tradisional di Kota Semarang (Noor dan Ikasari, 2018).	Menganalisis pengaruh faktor budaya, sosial, dan pribadi, dan psikologis berpengaruh terhadap	1. Regresi Berganda 2. Sampel yang digunakan pada penelitian ini sebanyak 100 konsumen	Faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sayuran

Tabel 3. Lanjutan

No.	Judul Penelitian	Metode Analisis	Hasil Penelitian	
		menggunakan metode <i>accidental sampling</i> . 3. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei.	di pasar tradisional di Semarang.	
6.	Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Konsumen dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Buah di Pasar Arengka (Pasar Tradisional dan Giant Hypermarket (Pasar Modern)) di Kecamatan Tampan Kota Pekan Baru (Eliza, Sayamar, dan Kaswita, 2011).	1. Menganalisis faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis terhadap keputusan konsumen membeli buah. 2. Mengetahui faktor-faktor yang dominan yang memengaruhi keputusan pembelian buah.	1. Uji chi-kuadrat. 2. Sampel yang digunakan sebanyak 32 konsumen menggunakan metode <i>purposive sampling</i> . 3. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode survei.	Faktor budaya tidak mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian buah. Faktor sosial mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian buah. Faktor pribadi mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian buah. Faktor psikologis mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian buah. Faktor pribadi dan psikologis merupakan faktor yang dominan, serta memiliki pengaruh dalam pengambilan keputusan pembelian buah.
7.	Analisis Sikap dan Preferensi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Buah Pisang di Pasar Tradisional Kota Semarang (Rumapea,	1. Mengidentifikasi jenis buah pisang yang paling banyak dibeli konsumen. 2. Menganalisis sikap dan preferensi konsumen	1. Analisis deskriptif, analisis <i>Multiatribut Fishbein</i> , dan Analisis Conjoint. 2. Sampel yang digunakan sebanyak 108 sampel	Jenis buah pisang yang paling sering dibeli konsumen berturut-turut adalah pisang kepok, pisang raja, pisang ambon, dan cavendis, sedangkan yang paling jarang dibeli

Tabel 3. Lanjutan

No.	Judul Penelitian	Metode Analisis	Hasil Penelitian	
	Roessali dan Prasetyo, 2021).	dalam keputusan pembelian buah pisang.	menggunakan metode <i>quota sampling</i> . 3. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode survei.	adalah pisang mas. Sikap konsumen terhadap atribut yang dipertimbangkan dalam keputusan pembelian buah pisang berturut-turut adalah atribut rasa (17,17), warna kulit buah (14,97), ukuran (10,46), dan jumlah buah tiap sisir (9,96). Preferensi konsumen dalam membeli buah pisang adalah dengan rasa agak manis, ukuran sedang (10-14 cm), warna kulit kuning kehijauan, dan jumlah buah tiap sisir yang banyak (>16 buah).
8.	Hubungan Antara Persepsi dan Preferensi Konsumen dengan Pengambilan Keputusan Pembelian Buah Lokal (Studi kasus di Pasar Harjamukti, Pasar Pagi, dan Pasar Kanoman Kota Cirebon) (Sungkawa, Purnomo dan Fauziah, 2015).	1. Mengetahui hubungan persepsi konsumen dengan keputusan pembelian buah lokal. 2. Mengetahui hubungan preferensi konsumen dengan keputusan pembelian buah lokal. 3. Mengatahui hubungan yang dominan antara persepsi dan preferensi konsumen.	1. Analisis deskriptif dan analisis korelasi. 2. Sampel yang digunakan pada penelitian ini sebanyak 60 konsumen menggunakan metode <i>accidental sampling</i> . 3. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah survei deskriptif.	Persepsi dan preferensi konsumen berhubungan positif dengan pengambilan keputusan pembelian buah lokal. Sub variabel persepsi dan preferensi yang berhubungan erat dengan pengambilan keputusan pembelian buah lokal adalah sub variabel kualitas diukur dari hasil korelasi yang memiliki nilai rs lebih besar, yaitu 0,788.

Tabel 3. Lanjutan

No.	Judul Penelitian		Metode Analisis	Hasil Penelitian
9.	Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Pembelian Produk Buah Lokal di Pasar Modern Kota Palopo (Trisna, 2017).	Mengetahui pengaruh perilaku konsumen buah dan kondisi pasar yang berbeda mempengaruhi pertimbangan konsumen untuk lebih menyukai membeli buah pada salah satu jenis pasar.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Analisis deskriptif kualitatif. 2. Sampel yang digunakan pada penelitian ini sebanyak 30 konsumen menggunakan metode <i>accidental random sampling</i>. 3. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode survei. 	Perilaku konsumen terhadap pembelian buah lokal di Pasar Modern Kota Palopo berpengaruh positif terhadap atribut harga, kandungan zat, kesegaran, warna, manfaat bagi kesehatan, dan kemudahan untuk memperoleh. Faktor-faktor yang mendorong pada pembelian buah lokal, yaitu faktor sosial dan faktor pribadi.
10.	Tingkat Persepsi Konsumen dalam Keputusan Pembelian Buah Pepaya California di Pasar Swalayan (Studi kasus di Toserba Yogya Ciamis) (Mardiah, Soetoro, dan Sudrajat, 2017).	Mengetahui tingkat persepsi konsumen dalam keputusan pembelian buah pepaya california	<ol style="list-style-type: none"> 1. Analisis deskriptif (mencari interval). 2. Sampel yang digunakan sebanyak 30 konsumen menggunakan metode <i>judgement sampling</i>. 3. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode studi kasus. 	Tingkat persepsi konsumen dalam keputusan pembelian buah pepaya california tergolong ke dalam kategori sedang. Kendala yang dihadapi dalam melakukan kegiatan pengambilan keputusan pembelian pepaya california di pasar swalayan, antara lain faktor internal (pengalaman belajar dan memori dalam membeli buah pepaya california, dimana dimensi harga menjadi kendala. Kepribadian dan konsep diri, yang penting memiliki rasa buah yang sama,

Tabel 3. Lanjutan

No.	Judul Penelitian	Metode Analisis	Hasil Penelitian
			maka konsumen tak perlu lagi membeli di pasar swalayan), faktor eksternal (faktor sosial, yaitu kelompok referensi dan keluarga, serta perolehan informasi dan referensi tempat lain.
11.	Sikap dan Kepuasan Konsumen Terhadap Pembelian Sate di Kota Bandar Lampung (Sitorus, Murniati, dan Rangga, 2020).	Menganalisis sikap konsumen, tingkat kepuasan konsumen, dan pengaruhnya terhadap pembelian sate	<ol style="list-style-type: none"> 1. Uji validitas, reabilitas, Multiatribut <i>Fishbein</i>, dan CSI. 2. Sampel yang digunakan pada penelitian ini sebanyak 60 konsumen menggunakan metode <i>accidental sampling</i>. 3. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode survei. <p>Konsumen memiliki sikap percaya terhadap atribut produk dan pelayanan. Konsumen merasa sangat puas terhadap pembelian sate. Pendapatan konsumen akan memengaruhi pola konsumsi yang membentuk sikap dan tingkat kepuasan yang berbeda. Konsumen yang mengkonsumsi sate di RM LWS memiliki pendapatan kategori cukup tinggi, sehingga tidak mempermasalahkan harga, tetapi lebih mengutamakan kualitas sate yang ditawarkan. Konsumen yang mengkonsumsi sate di RM HJA memiliki pendapatan kategori rendah.</p>

Tabel 3. Lanjutan

No.	Judul Penelitian	Tujuan Penelitian	Metode Analisis	Hasil Penelitian
12.	Sikap dan Kepuasan Konsumen Terhadap Konsumsi Makanan Pecel Lele di Kota Bandar Lampung (Pratama, Indriani, dan Endaryanto, 2017).	Mengetahui karakteristik, sikap, tingkat kepuasan konsumen terhadap pecel lele, serta tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan di rumah makan MP Asli Hang Dihi dan rumah makan Ibu Safe'i.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Analisis deskriptif, Multiatribut <i>Fishbein</i>, dan CSI. 2. Sampel yang digunakan pada penelitian ini sebanyak 60 konsumen menggunakan metode <i>accidental sampling</i>. 3. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode survei. 	Konsumen pecel lele RM MP Asli Hang Dihi dan RM Bu Safe'i merasa puas dengan seluruh atribut yang dimiliki. Nilai CSI RM Bu Safe'i sedikit lebih unggul (71,52%) dibandingkan RM MP Asli Hang Dihi (70,50%). Konsumen kedua RM tersebut memberikan penilaian positif terhadap kinerja atribut-atribut dan tingkat kepercayaan konsumen terhadap atribut yang dimiliki kedua rumah makan sangat tinggi, dan konsumen merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan kedua rumah makan tersebut.
13.	Permintaan dan Kepuasan Konsumen Rumah Tangga dalam Mengonsumsi Kecap di Bandar Lampung (Ariesman, Prasmatiwi, dan Indriani, 2015).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Permintaan kecap dan faktor-faktor yang memengaruhi permintaan kecap tingkat rumah tangga di Bandar Lampung. 2. Tingkat kepuasan dan faktor-faktor yang memengaruhi tingkat 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Analisis fungsi <i>Cobb Douglas</i>, model logit, validitas, dan reabilitas. 2. Sampel yang digunakan pada penelitian ini sebanyak 76 KK menggunakan metode <i>simple random sampling</i>. 	Faktor-faktor yang memengaruhi permintaan kecap manis adalah harga kecap manis, harga gula, tingkat pendapatan, dan jumlah anggota keluarga. Tingkat kepuasan konsumen terhadap kinerja dan kepentingan konsumen yang telah terpenuhi oleh kecap manis sebesar 78,20% masuk

Tabel 3. Lanjutan

No.	Judul Penelitian	Tujuan Penelitian	Metode Analisis	Hasil Penelitian
		kepuasan konsumen rumah tangga dalam mengonsumsi kecap di Bandar Lampung.	3. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode survei.	dalam kriteria “PUAS” pada rentang skala 0,61-0,80. Faktor yang berpengaruh nyata terhadap tingkat kepuasan konsumen adalah usia, lama mengonsumsi, harga kecap, dan lokasi pembelian.

C. Kerangka Pemikiran

Indonesia merupakan salah satu penghasil buah-buahan. Buah-buahan yang ditanam dan diproduksi di Indonesia dapat disebut juga sebagai buah lokal. Meskipun jumlah produksi buah-buahan di Indonesia melimpah, namun konsumsi buah-buahan oleh masyarakat Indonesia masih tergolong rendah dan belum sesuai dengan batas minimal kecukupan gizi yang dianjurkan oleh Badan Kesehatan Dunia (WHO) (Almatsier, 2016).

Buah-buahan yang diproduksi di Indonesia sangatlah beragam, mulai dari tanaman buah semusim hingga tanaman buah musiman. Di antara keberagaman buah yang diproduksi di Indonesia tersebut, terdapat tiga jenis buah-buahan yang menjangkau tiga tingkat tertinggi konsumsi buah-buahan oleh masyarakat, yaitu buah pisang, pepaya, dan jeruk (Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian, 2018). Dengan banyaknya jenis buah lokal yang ditanam dan diproduksi, penelitian ini memfokuskan pada pengambilan keputusan konsumen terhadap pembelian buah pisang, pepaya, dan jeruk menggunakan pertimbangan tingkat konsumsi buah-buahan tersebut.

Menurut BPS (2020), Provinsi Lampung merupakan salah satu penghasil dua dari tiga jenis buah-buahan lokal dengan tingkat konsumsi tertinggi, yaitu pisang dan pepaya. Provinsi Lampung menempati posisi produksi buah-buahan lokal tertinggi keempat di Indonesia. Berdasarkan BPS Provinsi Lampung (2022), konsumsi buah-buahan didominasi oleh masyarakat yang tinggal di perkotaan dibandingkan dengan masyarakat yang tinggal di daerah pedesaan. Provinsi Lampung memiliki dua kota, yaitu Kota Bandar Lampung dan Metro, dimana Kota Bandar Lampung merupakan ibu kota Provinsi Lampung yang memiliki luas wilayah yang lebih luas, serta jumlah penduduk yang lebih banyak dibandingkan oleh Kota Metro.

Kota Bandar Lampung memiliki banyak sekali pasar tradisional yang beroperasi secara aktif pada setiap harinya. Salah satu pasar tradisional yang terletak di Kota Bandar Lampung, yaitu Pasar Tugu dengan pertimbangan bahwa Pasar Tugu merupakan salah satu pasar induk yang memiliki mobilitas perdagangan yang tinggi, lokasinya strategis dan mudah dijangkau.

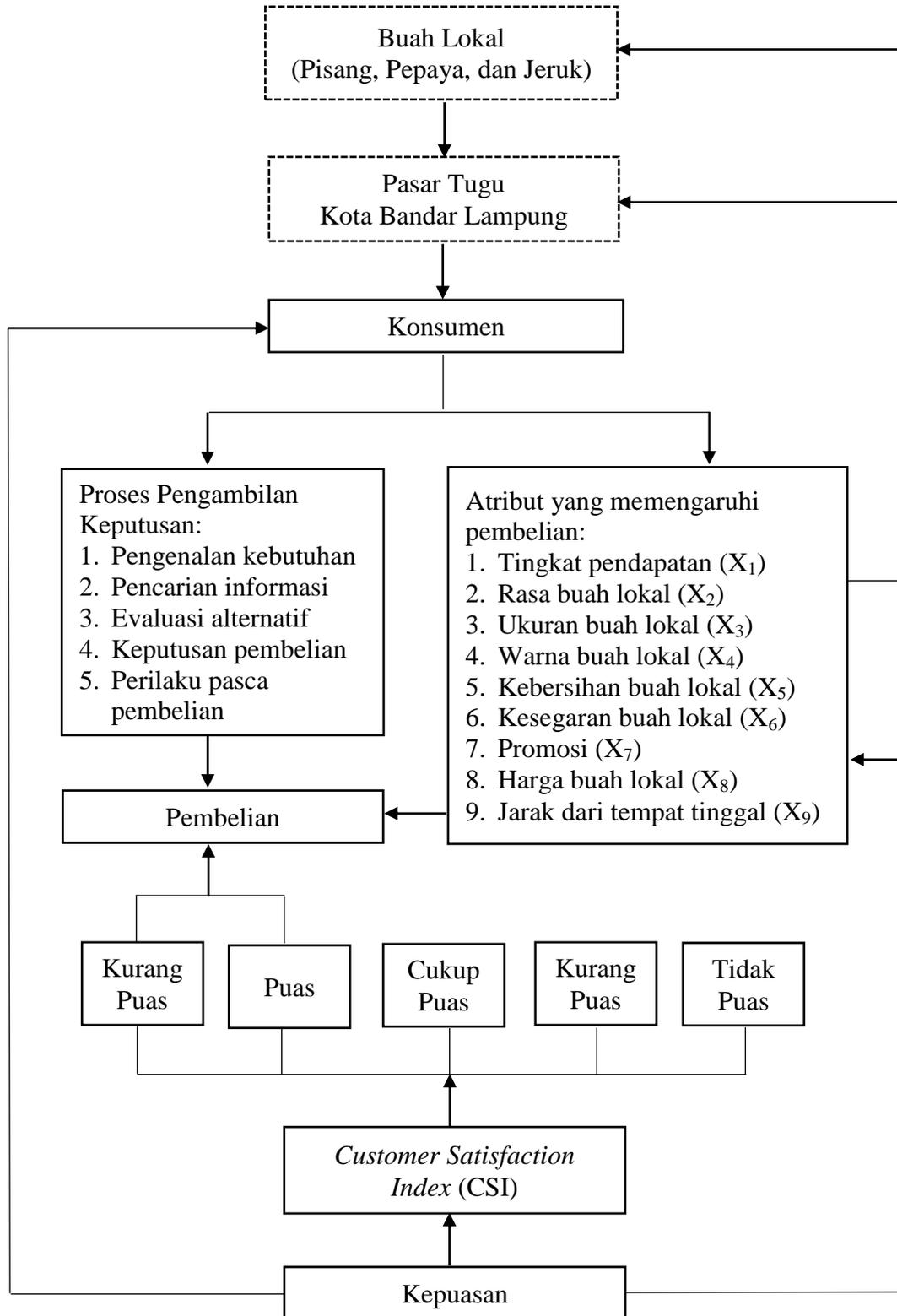
Konsumen memiliki beberapa pertimbangan tertentu dalam mengambil keputusan pembelian buah-buahan lokal. Konsumen diharuskan menentukan pilihan di antara banyaknya alternatif yang ada. Proses konsumen dalam menentukan pilihan disebut dengan proses pengambilan keputusan pembelian. Menurut Kotler (2007), proses pengambilan keputusan terhadap pembelian terdiri dari tahap pengenalan kebutuhan, tahap pencarian informasi, tahap evaluasi alternatif, tahap pembelian, dan tahap evaluasi pasca pembelian. Kelima tahapan proses pengambilan keputusan pembelian tersebut akan diteliti menggunakan analisis deskriptif.

Proses pengambilan keputusan terhadap pembelian dipengaruhi oleh beberapa faktor. Menurut Kotler (2007), terdapat beberapa faktor yang memengaruhi pengambilan keputusan pembelian oleh konsumen, antara lain faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologis. Keempat faktor tersebut dalam penelitian ini akan diteliti lebih terperinci menjadi beberapa variabel, antara lain tingkat pendapatan (X_1), rasa buah lokal (X_2), ukuran buah lokal (X_3), warna buah lokal (X_4), kebersihan buah lokal (X_5), kesegaran buah lokal (X_6), harga buah lokal (X_7), promosi (X_8), dan jarak dari tempat tinggal (X_9).

Selain memahami karakteristik konsumen dalam melakukan pengambilan keputusan pembelian, penjual juga perlu untuk mengevaluasi kepuasan pembelian buah lokal oleh konsumen untuk mengetahui apakah konsumen merasa puas atau tidak setelah mengkonsumsi buah lokal yang telah dibeli. Penilaian konsumen terhadap buah lokal yang dikonsumsinya tersebut akan

sangat berguna untuk meningkatkan kinerja penjual dalam menjual buah lokal, baik dari segi kualitas, harga jual, maupun pelayanan.

Pemahaman pada proses pengambilan keputusan dan kepuasan konsumen dalam pembelian buah lokal akan sangat membantu dalam mengevaluasi rendahnya konsumsi buah-buahan per kapita, sehingga dapat menentukan strategi yang tepat guna meningkatkan konsumsi dan pembelian buah lokal. Peningkatan konsumsi buah-buahan tersebut akan memberikan pengaruh yang baik tidak hanya bagi peningkatan mutu gizi masyarakat Indonesia, namun juga pada peningkatan perekonomian Indonesia. Hal ini akan sangat membantu dalam mensejahterakan masyarakat Indonesia, terutama produsen dan penjual buah lokal. Oleh karena itu, dilakukan penelitian mengenai pengambilan keputusan konsumen dalam pembelian buah lokal di Pasar Tugu Kota Bandar Lampung, guna mengetahui bagaimana proses pengambilan keputusan pembelian buah lokal oleh konsumen dan kepuasan konsumen dalam pembelian buah lokal. Kerangka berpikir pengambilan keputusan dan kepuasan konsumen dalam membeli buah lokal di Pasar Tugu Kota Bandar Lampung dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Kerangka pemikiran pengambilan keputusan dan kepuasan konsumen dalam pembelian buah lokal di Pasar Tugu Kota Bandar Lampung

III. METODE PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode studi kasus yang termasuk ke dalam metode penelitian kualitatif. Menurut Moleong (2017), penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian, misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, sebagainya secara holistik, menggunakan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah, dan memanfaatkan berbagai metode alamiah. Suliyanto (2009), menyebutkan bahwa penelitian kualitatif didasarkan pada data kualitatif, di mana data kualitatif adalah data yang tidak berbentuk angka atau bilangan, sehingga hanya berbentuk pernyataan-pernyataan atau kalimat. Tujuan dari metode studi kasus, yaitu mengeksplorasi program, kejadian, proses, atau aktivitas secara mendalam terhadap satu atau lebih orang.

B. Konsep Dasar dan Definisi Operasional

Konsep dasar dan definisi operasional mencakup pengertian-pengertian yang digunakan untuk memperoleh data dan melakukan analisis yang berhubungan dengan tujuan penelitian. Konsep dasar dan definisi operasional dalam penelitian ini sebagai berikut.

Buah lokal adalah buah segar yang ditanam dan diproduksi di wilayah Indonesia oleh petani Indonesia. Jenis buah lokal yang diteliti dalam penelitian ini adalah pisang, pepaya, dan jeruk.

Konsumen adalah orang yang melakukan pembelian buah lokal untuk memenuhi kebutuhan diri sendiri maupun anggota keluarganya.

Konsumen dalam penelitian ini adalah rumah tangga yang sedang membeli buah lokal di lokasi penelitian.

Pengambilan keputusan adalah proses di mana konsumen benar-benar membeli produk.

Pengenalan masalah adalah proses pembelian dimulai ketika pembeli mengenali masalah atau kebutuhan. Tahap ini diukur menggunakan kuesioner melalui pertanyaan mengenai manfaat yang dicari dan motivasi yang memengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian buah lokal.

Pencarian informasi adalah konsumen yang terangsang akan kebutuhannya akan terdorong untuk mencari informasi yang lebih banyak. Tahap ini diukur menggunakan kuesioner melalui pertanyaan mengenai sumber informasi utama yang digunakan konsumen, fokus perhatian konsumen terhadap informasi dan orang yang paling berpengaruh dalam pembelian buah lokal oleh konsumen.

Evaluasi alternatif adalah konsumen berusaha memenuhi kebutuhan, mencari manfaat tertentu dari buah lokal yang digunakan untuk memuaskan kebutuhan itu. Tahap ini diukur menggunakan kuesioner melalui pertanyaan mengenai pertimbangan konsumen dalam membeli buah lokal dan tindakan apa yang dilakukan apabila produk yang akan dibeli habis.

Keputusan pembelian adalah tindakan konsumen dalam mengambil keputusan mengenai produk yang dibeli, di mana membeli, dan bagaimana membelinya. Tahap ini diukur menggunakan kuesioner melalui pertanyaan mengenai tempat pembelian, alasan pemilihan tempat, ukuran yang dibeli, cara membeli, dan keputusan konsumen apabila harga naik.

Evaluasi pasca pembelian adalah tindakan konsumen dalam menilai buah lokal yang telah dibeli apakah sudah memenuhi kebutuhan atau tidak. Tahap ini diukur menggunakan kuesioner melalui pertanyaan mengenai tingkat kepuasan konsumen setelah membeli buah lokal dan alasannya, serta tindakan konsumen apakah akan membeli atau tidak beserta alasannya.

Kepuasan adalah tingkat perasaan konsumen baik senang maupun kecewa yang timbul setelah konsumen membandingkan kualitas dari produk yang dikonsumsi dengan apa yang diharapkan oleh konsumen.

Atribut yang memengaruhi keputusan pembelian buah lokal terdiri dari tingkat pendapatan, rasa buah lokal, ukuran buah lokal, warna buah lokal, kebersihan buah lokal, kesegaran buah lokal, harga buah lokal, promosi, dan jarak dari tempat tinggal.

Tingkat pendapatan (X_1) adalah tingkatan masyarakat diukur berdasarkan jumlah pendapatan. Pengukuran variabel tingkat pendapatan menggunakan skala likert, skor 1 “<Rp750.000,00”, skor 2 “Rp750.000,00-Rp1.500.000,00”, skor 3 “Rp1.500.000,00-Rp2.500.000,00”, skor 4 “Rp2.500.000,00-Rp3.500.000,00”, dan skor 5 “>Rp3.500.000,00”.

Rasa buah lokal (X_2) adalah sensasi buah pisang yang dirasakan oleh indra perasa konsumen. Pengukuran variabel rasa buah lokal menggunakan skala likert, skor 1 “kesat”, skor 2 “kesat manis”, skor 3 “cukup manis”, skor 4 “manis”, dan skor 5 “sangat manis”.

Rasa buah lokal (X_2) adalah sensasi buah pepaya yang dirasakan oleh indra perasa konsumen. Pengukuran variabel rasa buah lokal menggunakan skala likert, skor 1 “kesat pahit”, skor 2 “kesat manis”, skor 3 “cukup manis”, skor 4 “manis”, dan skor 5 “sangat manis”.

Rasa buah lokal (X_2) adalah sensasi buah jeruk yang dirasakan oleh indra perasa konsumen. Pengukuran variabel rasa buah lokal menggunakan skala likert, skor 1 “sangat asam”, skor 2 “asam”, skor 3 “asam manis”, skor 4 “manis”, dan skor 5 “sangat manis”.

Ukuran buah lokal (X_3) adalah besar atau kecilnya ukuran buah lokal. Pengukuran variabel ukuran buah lokal menggunakan skala likert, skor 1 “sangat kecil”, skor 2 “kecil”, skor 3 “sedang”, skor 4 “besar”, dan skor 5 “sangat besar”.

Warna buah lokal (X_4) adalah warna buah pisang yang menggugah keinginan konsumen untuk membeli. Pengukuran warna buah pisang menggunakan skala likert, skor 1 “hijau”, skor 2 “hijau kuningan”, skor 3 “kuning”, skor 4 “kuning kecoklatan”, dan skor 5 “coklat”.

Warna buah lokal (X_4) adalah warna buah pepaya dan jeruk yang menggugah keinginan konsumen untuk membeli. Pengukuran warna buah pepaya dan jeruk menggunakan skala likert, skor 1 “hijau”, skor 2 “hijau kuningan”, skor 3 “kuning”, skor 4 “oranye kekuningan”, dan skor 5 “oranye”.

Kebersihan buah lokal (X_5) adalah suatu kondisi buah bersih dari berbagai kotoran. Pengukuran variabel kebersihan buah lokal menggunakan skala likert dengan skor 1 “sangat tidak bersih”, skor 2 “tidak bersih”, skor 3 “cukup bersih”, skor 4 “bersih”, dan skor 5 “sangat bersih”.

Kesegaran buah lokal (X_6) adalah suatu kondisi di mana buah lokal masih baik dan belum mengalami pembusukan. Pengukuran variabel kesegaran buah lokal, skala likert, skor 1 “sangat tidak segar”, skor 2 “tidak segar”, skor 3 “cukup segar”, skor 4 “segar”, dan skor 5 “sangat segar”.

Harga buah lokal (X_7) adalah sejumlah uang yang harus dibayarkan konsumen untuk mendapatkan buah pisang. Pengukuran variabel harga pisang menggunakan skala likert, skor 1 “Rp<5.000,00”, skor 2 “Rp5.000,00-Rp9.000,00.”, skor 3 “Rp9.000,00-Rp13.000,00”, skor 4 “Rp13.000,00-Rp17.000,00”, dan skor 5 “>Rp17.000,00”.

Harga buah lokal (X_7) adalah sejumlah uang yang harus dibayarkan konsumen untuk mendapatkan buah pepaya. Pengukuran variabel harga buah pepaya menggunakan skala likert, skor 1 “Rp<5.000,00”, skor 2 “Rp5.000,00-Rp10.000,00.”, skor 3 “Rp10.000,00-Rp15.000,00”, skor 4 “Rp15.000,00-Rp20.000,00”, dan skor 5 “>Rp20.000,00”.

Harga buah lokal (X_7) adalah sejumlah uang yang harus dibayarkan konsumen untuk mendapatkan buah jeruk. Pengukuran variabel harga buah jeruk menggunakan skala likert, skor 1 “Rp<10.000,00”, skor 2 “Rp10.000,00-Rp15.000,00.”, skor 3 “Rp15.000,00-Rp20.000,00”, skor 4 “Rp20.000,00-Rp25.000,00”, dan skor 5 “>Rp25.000,00”.

Promosi (X_8) adalah kegiatan untuk memengaruhi konsumen agar mau membeli buah lokal yang ditawarkan. Pengukuran variabel promosi menggunakan skala likert, skor 1 “sangat tidak menarik”, skor 2 “tidak menarik”, skor 3 “cukup menarik”, skor 4 “menarik”, dan skor 5 “sangat menarik”.

Jarak dari tempat tinggal (X_9) adalah jarak yang harus ditempuh konsumen dari tempat tinggalnya menuju pasar tugu. Pengukuran variabel kemudahan memperoleh produk menggunakan skala likert, skor 1 “<0.5km”, skor 2 “0,5km-1km”, skor 3 “1km-1,5km”, skor 4 “1,5km-2km”, dan skor 5 “>2km”.

C. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan di Pasar Tugu Kota Bandar Lampung. Pemilihan lokasi Kota Bandar Lampung dilakukan secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan Kota Bandar Lampung memiliki jumlah dan tingkat kepadatan penduduk yang tinggi dibandingkan lokasi lain yang terdapat di Provinsi Lampung. Pemilihan lokasi Pasar Tugu dilakukan secara sengaja (*purposive*), pertimbangan bahwa Pasar Tugu salah satu pasar tradisional yang terletak di Bandar Lampung, memiliki mobilitas perdagangan yang tinggi, serta memiliki letak yang strategis, dan mudah untuk dijangkau oleh konsumen. Pengumpulan data dilakukan pada bulan April 2023.

D. Konsumen Penelitian

Konsumen dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli buah lokal. Konsumen penelitian dipilih menggunakan metode *Accidental Sampling*. Sugiyono (2012) mengatakan bahwa *Accidental Sampling* adalah mengambil konsumen sebagai sampel penelitian berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti, serta dapat digunakan sebagai sampel apabila orang yang secara kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data.

Penentuan jumlah sampel penelitian ditentukan berdasarkan pada teknik pengambilan sampel menurut Supranto (2006), di mana jumlah sampel didapatkan sekurang-kurangnya empat atau lima kali dari jumlah variabel yang dianalisis. Penelitian ini menggunakan sembilan variabel bebas yang memengaruhi konsumen dalam pembelian buah lokal, sehingga perhitungan banyaknya sampel sebagai berikut.

$$\begin{aligned}
 \text{Jumlah sampel} &= \text{Jumlah variabel bebas} \times 5 \quad \dots\dots\dots(1) \\
 &= 9 \times 5 \\
 &= 45 \text{ konsumen}
 \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut, maka diperoleh jumlah sampel penelitian yang digunakan sebanyak 45 konsumen.

E. Jenis Data dan Metode Pengumpulan Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara langsung dengan konsumen menggunakan kuesioner yang telah disusun. Kuesioner berisikan serangkaian pertanyaan yang berhubungan dengan data yang akan diteliti dalam bentuk pertanyaan tertutup dan terbuka. Data sekunder diperoleh melalui sumber-sumber atau literatur yang berkaitan dengan topik penelitian dan instansi-instansi yang sudah ada, seperti , Kementerian Pertanian Direktorat Jendral Hortikultura, Kementerian Pertanian Republik Indonesia, Badan Pusat Statistik Provinsi Lampung, Badan Pusat Statistik Kota Bandar Lampung, jurnal ilmiah, dan pustaka lainnya yang mendukung penelitian ini.

F. Uji Validitas dan Reliabilitas

Pengujian validitas dan reliabilitas ditujukan untuk meyakinkan bahwa kuesioner atau alat instrumen yang telah disusun akan benar-benar baik dalam mengukur gejala dan menghasilkan data yang valid (sah), maka terlebih dahulu dilakukan uji validitas dan reliabilitas kuesioner kepada 15 konsumen. Uji validitas digunakan untuk menunjukkan sejauh mana data yang ditampung pada suatu kuesioner akan mengukur apa yang akan diukur, sedangkan reliabilitas adalah istilah yang dipakai untuk menunjukkan sejauh mana suatu hasil pengukuran relatif konsisten apabila alat ukur digunakan berulang kali (Sumarwan, 2003). Apabila data dari butir-butir pertanyaan tersebut sudah valid dan realiable, maka data tersebut dapat digunakan untuk mengukur kandungan instrumen yang ada.

1. Uji Validitas

Menurut Sufren dan Natanael (2013), uji validitas menggambarkan tentang keabsahan dari alat ukur, apakah pertanyaan sudah tepat. Nilai validitas dapat diketahui dengan mencari r hitung yang dibandingkan dengan r tabel. Pertanyaan-pertanyaan dikatakan valid apabila r hitung > r tabel. r hitung dapat menggunakan rumus sebagai berikut:

$$r \text{ hitung} = \frac{n (\Sigma X_1 Y_1) - (\Sigma X_1) X (\Sigma Y_1)}{\sqrt{\{n \Sigma X_1^2 - (\Sigma X_1)^2\} \times \{n \Sigma Y_1^2 - (\Sigma Y_1)^2\}}} \dots\dots\dots(2)$$

Keterangan:

r hitung : Koefisien korelasi

X_1 : Jumlah skor item

X : Skor item

$\Sigma X Y_1$: Jumlah skor total

Y : Skor total

n : Jumlah konsumen

Nilai validitas baik jika nilai *corrected item* dari *total correlation* bernilai di atas 0,361. Apabila nilai korelasi butir *corrected item* dari butir *total correlation* di atas 0,361 maka butir-butir tersebut dikatakan valid. Hasil uji validitas pada tingkat kepentingan dan kinerja dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Hasil uji validitas tingkat kepentingan dan tingkat kinerja kepuasan konsumen buah lokal di Pasar Tugu

No.	Atribut	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	
		Tingkat Kepentingan	Tingkat Kinerja
1	Tingkat Pendapatan	0,798	0,686
2	Rasa	0,833	0,550
3	Ukuran	0,800	0,716
4	Warna	0,827	0,787
5	Kebersihan	0,780	0,886
6	Kesegaran	0,859	0,824
7	Promosi	0,901	0,840
8	Harga	0,915	0,840
9	Jarak	0,684	0,589

Sumber : Data Primer, 2023.

Konsumen dalam uji validitas ini berjumlah 30 konsumen yang membeli buah lokal di Pasar Tugu. Berdasarkan hasil uji validitas untuk 9 atribut tingkat kepentingan dan tingkat kinerja didapatkan nilai *corrected item* dari *total correlation* bernilai di atas 0,361 yang artinya semua atribut yang digunakan dalam penelitian ini valid.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Uji reliabilitas dilakukan setelah pengujian validitas selesai. Uji reliabilitas untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran dengan alat bantu kuesioner tersebut tidak berubah-ubah atau konsisten, sehingga kuesioner yang digunakan dapat dipercaya dan diandalkan. Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan rumus *Cronbach Alpha*. Suatu instrumen dikatakan reliabel jika nilai *cronbach alpha* lebih besar dari 0,6 (Ghozali, 2002).

Untuk mengukur reliabilitas, digunakan rumus sebagai berikut :

$$r_{11} = \frac{k}{k-1} \times \left\{ 1 - \frac{\sum Si}{St} \right\} \dots\dots\dots(3)$$

Keterangan:

- r11 : nilai reliabilitas
- k : banyaknya butir pertanyaan
- $\sum Si$: jumlah varians skor tiap item
- St : varians total

Keseluruhan pertanyaan (atribut) yang ada akan dinyatakan reliabel ketika nilai alpha:

- 0,18-0,1 = reliabilitas baik
- 0,6-0,799 = reliabilitas diterima
- <0,6 = reliabilitas kurang baik.

Nilai reliabilitas baik jika nilai *Cronbach's Alpha* dari tingkat kepentingan dan tingkat kinerja bernilai di atas 0,6. Apabila nilai korelasi nilai

Cronbach's Alpha dari tingkat kepentingan dan tingkat kinerja bernilai di atas 0,6 maka butir-butir tersebut dikatakan valid. Hasil uji reliabilitas pada tingkat kepentingan dan kinerja dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Hasil uji reliabilitas tingkat kepentingan dan tingkat kinerja kepuasan konsumen buah lokal di Pasar Tugu

<i>Cronbach's Alpha</i>	
Tingkat Kepentingan	Tingkat Kinerja
0,956	0,931

Sumber : Data Primer, 2023.

Konsumen dalam uji reliabilitas ini berjumlah 30 konsumen yang membeli buah lokal di Pasar Tugu. Berdasarkan hasil uji reliabilitas untuk 9 atribut tingkat kepentingan yaitu 0,948 dan tingkat kinerja yaitu 0,937 didapatkan dari *Cronbach's Alpha*. Nilai tersebut bernilai di atas 0,6 yang artinya semua atribut yang digunakan dalam penelitian ini reliabel.

G. Metode Analisis Data

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif yang bertujuan untuk mengidentifikasi, mentabulasikan data, dan dijabarkan atau dijelaskan secara deskriptif. Teknik pelaksanaan dari penelitian ini menggunakan metode studi kasus. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Customer Satisfaction Index* (CSI). Metode pengolahan data yang digunakan adalah *Microsoft office 2010*, *Microsoft Excel 2013* dan *IBM SPSS Statistics 25*.

1. Analisis Pengambilan Keputusan

Analisis digunakan untuk menjelaskan bagaimana proses pengambilan keputusan konsumen dalam melakukan pembelian buah lokal di Pasar Tugu Kota Bandar Lampung. Analisis ini bertujuan untuk menganalisis data dari lima tahapan proses pengambilan keputusan yaitu pengenalan

masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang diperoleh dari hasil penelitian ke dalam bentuk tulisan (Sumarwan, 2003).

2. *Customer Satisfaction Index (CSI)*

Customer Satisfaction Index (CSI) merupakan analisis kuantitatif berupa persentase konsumen yang senang dalam suatu survei kepuasan konsumen. Metode CSI diperlukan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen secara keseluruhan dengan memperhatikan tingkat kepentingan dari aspek-aspek produk atau jasa. Analisis CSI mengaitkan antara tingkat kepentingan (*importance*) suatu atribut yang dimiliki objek tertentu dengan kinerja (*performance*) yang dirasakan konsumen (Supranto, 2006).

Menurut Bangun (2017), terdapat tahapan pengukuran CSI sebagai berikut.

- a. Menghitung *Weighting Factor (WF)*, yaitu mengubah nilai kepentingan menjadi angka persen, sehingga diperoleh *Important Weight Factor* dengan total 100 persen. *Weighting Factor* adalah fungsi dari rata-rata skor kepentingan (RSP-i) masing-masing atribut dalam bentuk persentase (%) dari total rata-rata tingkat kepentingan (RSP-i) untuk seluruh atribut atau indikator uji. Rumus *Weighting Factor* sebagai berikut.

$$\textit{Weighting Factor} = \frac{\text{RSP}}{\text{Total RSP}} \times 100\% \dots\dots\dots(4)$$

- b. Menghitung Indeks Kepuasan Konsumen, dengan cara :

- 1) Menghitung *Weighted Score (WS)*, yaitu perkalian antara Rata-rata Skor Kinerja (RSK) dengan *Weighting Factor (WF)*, dengan rumus sebagai berikut.

$$\text{Weighted Score} = \text{RSK} \times \text{WF} \dots\dots\dots(5)$$

- 2) Menghitung *Weighted Total* (WT), yaitu menunjukkan semua *Weighted Score* (WS) dengan semua atribut kualitas produk dan pelayanan.

- 3) Menghitung Indeks Kepuasan Konsumen, yaitu *Weighted Total* (WT) dibagi skala maksimal (*Highest Scale/HS*), yaitu skala likert maksimum (5) dikalikan 100 persen.

$$\text{CSI} = \frac{\text{WT}}{\text{HS}} \times 100\% \dots\dots\dots(6)$$

Berdasarkan rentang skala di atas, diperoleh skala kepuasan konsumen sebagai pedoman dalam melakukan interpretasi *Customer Satisfaction Index* seperti yang terlihat pada Tabel 6.

Tabel 6. Rentang skala kriteria tingkat kepuasan dan interpretasi analisis *Customer Satisfaction Index* (CSI)

Rentang Skala (%)	Interpretasi
0 - 20	Sangat Tidak Puas
21 - 40	Tidak Puas
41 - 60	Cukup Puas
61 - 80	Puas
81 - 100	Sangat Puas

Sumber : Supranto, 2006.

IV. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

A. Gambaran Umum Kota Bandar Lampung

1. Letak Geografis

Kota Bandar Lampung merupakan Provinsi Lampung yang merupakan pusat kegiatan pemerintahan, sosial, politik, pendidikan dan kebudayaan. Menurut jumlah penduduknya, Kota Bandar Lampung adalah kota terpadat dan terbesar ketiga di Pulau Sumatera setelah Medan dan Palembang. Kota Bandar Lampung terletak di wilayah yang strategis, karena merupakan daerah transit kegiatan perekonomian antara Pulau Sumatera dan Pulau Jawa, sehingga menguntungkan bagi pertumbuhan dan pengembangan kota sebagai pusat perdagangan, industri, dan pariwisata.

Berdasarkan BPS Kota Bandar Lampung (2021) secara geografis, Kota Bandar Lampung terletak pada $5^{\circ}20'$ sampai dengan $5^{\circ}30'$ lintang selatan dan $105^{\circ}28'$ sampai dengan $105^{\circ}37'$ bujur timur. Ibukota Provinsi Lampung ini berada di Teluk Lampung yang terletak di ujung selatan Pulau Sumatera. Kota Bandar Lampung terdiri dari 20 kecamatan dan 126 kelurahan. Wilayah Kota Bandar Lampung dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Peta wilayah Kota Bandar Lampung

Sumber : Wikipedia, 2019.

Secara administratif, Kota Bandar Lampung dibatasi oleh:

- a. Sebelah Utara berbatasan dengan Kecamatan Natar Kabupaten Lampung Selatan.
- b. Sebelah Selatan berbatasan dengan Teluk Lampung.
- c. Sebelah Barat berbatasan dengan Kecamatan Gedung Tataan dan Padang Cermin Kabupaten Pesawaran.
- d. Sebelah Timur berbatasan dengan Kecamatan Tanjung Bintang Kabupaten Lampung Selatan.

Kota Bandar Lampung terletak pada ketinggian 0 sampai 700 meter di atas permukaan laut dengan topografi yang terdiri dari :

- a. Daerah pantai yaitu sekitar Teluk Betung bagian selatan dan Panjang.
- b. Daerah perbukitan yaitu sekitar Teluk Betung bagian Utara.
- c. Daerah dataran tinggi serta sedikit bergelombang terdapat di sekitar Tanjung Karang bagian Barat yang dipengaruhi oleh Gunung Balau serta perbukitan Batu Serampok di bagian Timur Selatan.
- d. Teluk Lampung dan pulau-pulau kecil bagian Selatan.

Di tengah- tengah Kota Bandar Lampung mengalir beberapa sungai seperti sungai Way Halim, Way Balau, Way Awi, Way Simpur di wilayah Tanjung Karang, dan Way Kuripan, Way Balau, Way Kupang, Way Garuntang, Way Kuwala mengalir di wilayah Teluk betung. Daerah hulu sungai berada di sbagian barat, daerah hilir sungai berada di sebelah selatan yaitu di wilayah pantai. Luas wilayah yang datar hingga landai meliputi 60 persen total wilayah, landai hingga miring meliputi 35 persen total wilayah, dan sangat miring hingga curam meliputi 4 persen total wilayah.

Sebagian wilayah Kota Bandar Lampung merupakan perbukitan, yang diantaranya yaitu: Gunung Kunyit, Gunung Mastur, Gunung Bakung, Gunung Sulah, Gunung Celigi, Gunung Perahu, Gunung Cerepung, Gunung Sari, Gunung Palu, Gunung Depok, Gunung Kucing, Gunung Banten, Gunung Sukajawa, Bukit Serampok, Jaha dan Lereng, Bukit Asam, Bukit Pidada, Bukit Balau, gugusan Bukit Hatta, Bukit Cepagoh, Bukit Kaliawi, Bukit Palapa I, Bukit Palapa II, Bukit Pasir Gintung, Bukit Kaki Gunung Betung, Bukit Sukadana ham, Bukit Susunan Baru, Bukit Sukamenanti, Bukit Kelutum, Bukit Randu, Bukit Langgar, Bukit Camang Timur dan Bukit Camang Barat (BPS Kota Bandar Lampung, 2021).

2. Keadaan Demografi

Secara demografis, penduduk Kota Bandar Lampung berasal dari beberapa suku yang berbeda-beda. Banyaknya jumlah penduduk pun berbeda setiap kecamatannya. Jumlah penduduk Kota Bandar Lampung tahun 2020 berdasarkan luas wilayah, kepadatan penduduk, jenis kelamin, dan dapat dilihat pada Tabel 7.

Tabel 7. Jumlah penduduk berdasarkan luas wilayah, kepadatan penduduk, jenis kelamin, dan di Kota Bandar Lampung, 2020

No.	Kecamatan	Jumlah Penduduk (Jiwa)	Luas Wilayah (km ²)	Kepadatan Penduduk (Jiwa/km ²)
1	Teluk Betung Barat	41.096	11,02	3.729
2	Teluk Betung Timur	53.874	14,83	3.633
3	Teluk Betung Selatan	42.870	3,79	11.311
4	Bumi Waras	63.166	3,75	16.844
5	Panjang	80.811	15,75	5.131
6	Tanjung Karang Timur	43.076	2,03	21.220
7	Kedamaian	57.905	8,21	7.053
8	Teluk Betung Utara	53.552	4,33	12.368
9	Tanjung Karang Pusat	55.925	4,05	13.809
10	Enggal	28.649	3,49	8.209
11	Tanjung Karang Barat	65.554	14,99	4.373
12	Kemiling	88.574	24,24	3.654
13	Langkapura	43.569	6,12	7.119
14	Kedaton	57.336	4,79	11.970
15	Rajabasa	57.589	13,53	4.256
16	Tanjung Senang	62.168	10,63	5.848
17	Labuhan Ratu	52.393	7,97	6.574
18	Sukarame	67.725	14,75	4.592
19	Sukabumi	75.870	23,60	3.215
20	Way Halim	74.364	5,35	13.900
Kota Bandar Lampung		1.166.066	197,22	5.913
Jumlah Penduduk Laki-laki		594.292	6,12	7.119
Jumlah Penduduk Perempuan		571.774	4,79	11.970
<i>Sex Ratio</i>		103,9	13,53	4.256

Sumber : Badan Pusat Statistik Kota Bandar Lampung, 2021.

Berdasarkan data pada Tabel 7, penduduk Kota Bandar Lampung di tahun 2020 berjumlah 1.166.066 jiwa dengan *Sex Ratio* sebesar 103,9. Kota Bandar Lampung memiliki total luas wilayah sebesar 197,22 km². Jumlah penduduk laki-laki di Kota Bandar Lampung berjumlah 594.292 jiwa, sedangkan jumlah penduduk perempuan sebanyak 571.774 jiwa.

Kecamatan Kemiling merupakan kecamatan dengan jumlah penduduk paling banyak yaitu sebesar 88.574 jiwa, sedangkan Kecamatan Enggal memiliki jumlah penduduk terkecil yaitu sebanyak 28.649 jiwa.

Banyaknya jumlah penduduk di Kecamatan Kemiling juga menggambarkan daerah ini memiliki wilayah terluas yaitu sebesar 24,24 km², sedangkan kecamatan dengan luas wilayah terkecil adalah Kecamatan Tanjung Karang Timur sebesar 2,03 km². Kecamatan Tanjung Karang Timur merupakan kecamatan dengan kepadatan penduduk terbesar yaitu 21.220 jiwa/km², sedangkan Kecamatan Sukabumi merupakan kecamatan yang paling kecil kepadatan penduduknya, yaitu sejumlah 3.215 jiwa/km².

B. Gambaran Umum Kecamatan Kedamaian

Berdasarkan BPS Kota Bandar Lampung (2021), letak geografis dan wilayah administratif Kecamatan Kedamaian berasal dari sebagian wilayah geografis dan wilayah administratif Kecamatan Tanjung Karang Timur dan Kecamatan Sukabumi dan dibatasi oleh:

- a. Sebelah Utara berbatasan dengan Kecamatan Way Halim.
- b. Sebelah Barat berbatasan dengan Kecamatan Enggal dan Kecamatan Tanjung Karang Timur.
- c. Sebelah Selatan berbatasan dengan Kecamatan Bumi Waras dan Kecamatan Panjang.
- d. Sebelah Timur berbatasan dengan Kecamatan Sukarame dan Kecamatan Sukabumi.

Kecamatan kedamaian memiliki luas wilayah 8,75 km² yang terdiri dari 7 kelurahan dan memiliki topografi wilayah yang merupakan daratan. Kelurahan yang berada di Kecamatan Kedamaian dapat dilihat pada Tabel 8.

Tabel 8. Kelurahan yang berada di Kecamatan Kedamaian setelah pemekaran wilayah di Kota Bandar Lampung

No	Kelurahan	Kode Pos
1	Kedamaian	35122
2	Bumi Kedamaian	35122
3	Tanjung Agung Raya	35129
4	Kali Balau Kencana	35132
5	Tanjung Raya	35128
6	Tanjung Gading	35128
7	Tanjung Baru	35133

Sumber : BPS Kota Bandar Lampung, 2021.

Setelah terjadinya pemekaran di Kecamatan Kedamaian terdapat 7 kelurahan. Kelurahan Kedamaian memiliki jumlah penduduk yang paling banyak yaitu 12.004 jiwa, sedangkan kelurahan Tanjung Agung Raya jumlah penduduknya paling sedikit yaitu 1.983 jiwa yang dapat dilihat pada Tabel 9.

Tabel 9. Jumlah penduduk berdasarkan luas wilayah, rasio jenis kelamin menurut Kelurahan di Kecamatan Kedamaian, 2020

No.	Kecamatan	JumlahPenduduk (Jiwa)	Luas Wilayah (km ²)	<i>Sex Ratio</i>
1	Kedamaian	12.004	1,72	103,5
2	Bumi Kedamaian	8.428	1,44	103,4
3	Tanjung Agung Raya	1.983	0,15	102,1
4	Kali Balau Kencana	10.511	1,55	102,0
5	Tanjung Raya	9.685	0,54	104,5
6	Tanjung Gading	5.339	1,75	102,3
7	Tanjung Baru	9.955	1,60	104,5
Kecamatan Kedamaian		57.905	8,75	103,4

Sumber : BPS Kota Bandar Lampung, 2021.

Pada Tabel 10, jumlah penduduk laki-laki di Kecamatan Kedamaian lebih banyak dengan jumlah 29.435 jiwa, sedangkan jumlah perempuan sebanyak 28.470 jiwa. Penduduk paling banyak di Kelurahan Kedamaian sejumlah 12.004 jiwa terdiri dari 6.105 jiwa laki-laki dan 5.899 jiwa perempuan. Kelurahan Tanjung Agung Raya memiliki penduduk paling sedikit dengan jumlah jiwa 1.983 yang terdiri dari penduduk laki-laki 1.002 jiwa dan 981 jiwa penduduk perempuan.

Tabel 10. Jumlah penduduk berdasarkan jenis kelamin menurut Kelurahan di Kecamatan Kedamaian, 2020

No.	Kelurahan	Jenis Kelamin/Sex		
		Laki-Laki (Jiwa)	Perempuan (Jiwa)	Jumlah (Jiwa)
1	Kedamaian	6.105	5.899	12.004
2	Bumi Kedamaian	4.285	4.143	9.685
3	Tanjung Agung Raya	1.002	981	1.983
4	Kali Balau Kencana	5.308	5.203	10.511
5	Tanjung Raya	4.948	4.737	9.685
6	Tanjung Gading	2.700	2.639	5.339
7	Tanjung Baru	5.087	4.868	9.955
Kecamatan Kedamaian		29.435	28.470	57.905

Sumber : BPS Kota Bandar Lampung, 2021.

2. Pasar Tugu

Pasar Tugu berada di Jalan Hayam Wuruk, Kelurahan Tanjung Agung Raya, Kecamatan Kedamaian, Kota Bandar Lampung, Lampung 35128. Pasar Tugu dibangun pada tahun 1990 dengan luas tanah 7.059 m². Pasar Tugu sudah beberapa kali melakukan perombakan. Perombakan pertama pada tahun 1973 dan mengalami perombakan lagi pada tahun 1978. Seiring perkembangan, akhirnya pada tahun 1990 dibangun bangunan permanen untuk para pedagang. Dengan adanya pembangunan, maka untuk sementara pasar dipindahkan ke lokasi lain. Kemudian pada tahun 1991 setelah bangunan permanen jadi, maka pasar kembali dipindahkan ke

tempatnyanya semula. Pasar Tugu akhirnya beroperasi di Kelurahan Sawah Lama hingga sekarang.

Pasar Tugu merupakan salah satu dari 33 pasar yang terdapat di Kota Bandar Lampung. Pasar Tugu menjual berbagai produk kebutuhan pokok dan sembako seperti beras, terigu, gula, garam, sayur mayur, bawang, cabai, ikan, ayam, dan lainnya. Pasar Tugu terdiri dari tiga bagian, yang pertama gedung utama pasar serta bagian depan pasar. Gedung utama terdapat kios-kios pedagang (lapak) yang disewa oleh penjual untuk berjualan.

Banyak penjual yang sudah berjualan di lantai bawah, maka pedagang yang berjualan hanya beberapa kios saja. Pada bagian belakang pasar, terdapat gedung yang digunakan untuk berjualan, terdiri dari lantai satu digunakan berjualan baju, makanan, sayur, buah-buahan dan *basement* digunakan untuk berjualan ikan dan hasil laut lainnya. Pada bagian depan pasar, seharusnya dijadikan tempat parkir kendaraan, namun sekarang digunakan juga oleh penjual ditempati untuk berjualan. Tentunya hal ini membuat parkir kendaraan harus dialihkan di badan jalan yang menimbulkan terhambatnya arus lalu lintas.

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, kesimpulan yang dapat diperoleh antara lain:

1. Pengambilan keputusan konsumen dalam membeli buah lokal pisang, pepaya, dan jeruk di Pasar Tugu diawali rekomendasi oleh keluarga/kerabat. Sebagian besar konsumen mendapatkan informasi dari keluarga atau kerabat. Promosi jadi alasan konsumen kembali ke Pasar Tugu yang sama untuk kunjungan kembali, namun alasan ini bersifat fleksibel bergantung pada situasi dan kebutuhan konsumen. Konsumen merasa puas, mungkin untuk kembali melakukan pembelian berkelanjutan, dan merekomendasikan pembelian buah lokal di Pasar Tugu Kota Bandar Lampung.
2. Konsumen buah lokal pisang, pepaya, dan jeruk merasa sangat puas dengan nilai sebesar 85,814 persen dari atribut yang terdapat oleh buah lokal di Pasar Tugu Kota Bandar Lampung. Atribut yang memiliki nilai *weighting score* tertinggi adalah tingkat promosi dengan nilai sebesar 48,985.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, kesimpulan yang dapat diperoleh antara lain:

1. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa pada buah lokal yaitu pisang, pepaya, dan jeruk, atribut jarak merupakan atribut terendah. Hal ini disebabkan, karena akses jalan yang berada di area Pasar Tugu kurang tersusun rapi dan memenuhi akses jalan raya, sehingga menyebabkan kemacetan. Oleh karena itu, pemerintah perlu memperbaiki dan dikembangkan kembali area Pasar Tugu, karena Pasar Tugu memiliki potensi bagi produsen atau penjual, agar dapat meningkatkan minat konsumen untuk melakukan pembelian di Pasar Tugu Kota Bandar Lampung.
2. Berdasarkan hasil perhitungan *Customer Satisfaction Index (CSI)*, produsen atau penjual diharapkan dapat menjaga dan meningkatkan kualitas dan atribut lainnya yang terdapat pada buah lokal, sehingga mampu meningkatkan kepuasan konsumen, agar dapat membeli kembali buah lokal yaitu pisang, pepaya, dan jeruk di Pasar Tugu Kota Bandar Lampung.
3. Bagi peneliti selanjutnya, dengan memperhatikan jumlah penjualan, jumlah permintaan, harga, keuntungan, dan strategi pemasaran pada salah satu jenis buah lokal yang ada di pasar tradisional Kota Bandar Lampung.

DAFTAR PUSTAKA

- Apriyanti, D. 2023. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian di Toko 46 Way MM Jepara Lampung Timur. *Jurnal Kompetitif Bisnis*, 10(1) : 820-829.
<https://jkb.fisip.unila.ac.id/index.php/jkb/article/download/281/102>. [20 Juni 2023].
- Almatsier. 2016. *Prinsip Dasar Ilmu Gizi*. Gramedia Pustaka Umum. Jakarta.
- Ariesman, L. S., F. E. Prasmatiwi, dan Y. Indriani. 2015. Permintaan dan Kepuasan Konsumen Rumah Tangga dalam Mengonsumsi Kecap di Bandar Lampung. *Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis: Journal of Agribusiness Science*, 3(2) : 211-218.
<https://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/JIA/issue/view/102>. [3 April 2022].
- Arizal. 2015. *Metode Penelitian Kualitatif*. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Badan Pusat Statistik. 2020. *Indikator Pertanian 2020*.
<https://www.bps.go.id/publication/2021/10/08/d87b75366a02dbdbc6df37a0/indikator-pertanian-2020.html>. [8 April 2022].
- Badan Pusat Statistik Kota Bandar Lampung. 2021. *Kecamatan Kedamaian Dalam Angka 2021*.
<https://bandarlampungkota.bps.go.id/publication/2022/09/26/eb63d06a2b7b30db49eba29d/kecamatan-kedamaian-dalam-angka-2022.html>. [10 April 2023].
- Badan Pusat Statistik Kota Bandar Lampung. 2021. *Kota Bandar Lampung Dalam Angka 2021*.
<https://bandarlampungkota.bps.go.id/publication/2021/02/26/89c1b3d0038567aff884ca04/kota-bandar-lampung-dalam-angka-2021.html>. [13 Februari 2023].
- Badan Pusat Statistik Provinsi Lampung. 2020. *Produksi Tanaman Buah-buahan*. <http://www.bps.go.id/indicator/55/62/1/produksi-tanaman-buah-buahan.html>. [8 April 2022].
- Badan Pusat Statistik Provinsi Lampung. 2021. *Provinsi Lampung dalam Angka 2021*.
<https://lampung.bps.go.id/publication/2022/04/07/bfcefe6385dd30d76074>

- 921d/pola-konsumsi-penduduk-provinsi-lampung-2021. [3 Oktober 2022].
- Badan Pusat Statistik Provinsi Lampung. 2022. *Provinsi Lampung dalam Angka 2022*.
<https://lampung.bps.go.id/publication/2022/02/25/1a1b1feda4d8e6c095e9481b/provinsi-lampung-dalam-angka-2022.html>. [5 Maret 2023].
- Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian. 2015. *Inovasi Teknologi Membangun Ketahanan Pangan dan Kesejahteraan Petani*.
<http://lib.kemenperin.go.id/neo/detail.php?id=222887>. [27 Juni 2023].
- Bangun, Y.F.B., Y. Indriani, dan A. Soelaiman. 2017. Sikap dan Kepuasan Konsumen Rumah Makan Ayam Penyet Hang Dihi Bandar Lampung. *Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis: Journal of Agribusiness Science*, 5(1) : 85-115. <https://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/JIA/article/view/1680>. [17 Maret 2023].
- Barus, A. dan Syukri. 2008. *Agroteknologi Tanaman Buah-buahan*. Universitas Sumatera Utara Press. Medan.
- Eliza, E. Sayamar, dan C. Kaswita. 2011. Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Konsumen dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Buah di Pasar Arengka (Pasar Tradisional dan Giant Hypermarket (Pasar Modern)) di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru. *IJAE: Indonesian Journal of Agricultural Economics*, 2(1) :15-34.
<https://ijae.ejournal.unri.ac.id/index.php/IJAE/article/view/1501>. [8 April 2022].
- Fuadatinnisa, B. 2018. Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Produk Buah Jeruk Agrowisata Petik Jeruk Desa Selorejo, Kecamatan Dau, Kabupaten Malang. *Skripsi*. Fakultas Pertanian. Universitas Brawijaya. Malang.
<http://repository.ub.ac.id/id/eprint/12716/1/BARIROH%20FUA%20DATINNISA%E2%80%99.pdf>. [24 Juni 2023].
- Ghozali, Imam. 2002. *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS*. Diponegoro. Semarang.
- Herwina, H., E. Nurhadi, dan I. T. Amir. 2020. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Buah Pisang Bermerek dan Tanpa Merek. *AGRIDEVINA: Berkala Ilmiah Agribisnis*, 9(2) : 103-114.
<http://www.ejournal.upnjatim.ac.id/index.php/index/search/authors/view?firstName=Herdina&middleName=&lastName=Herwina&affiliation=UPN%20%22Veteran%22%20Jawa%20Timur&country=ID>. [8 April 2022].
- Husein, F., Waluyati, L. R., dan Sari, P. N. 2017. Kepuasan Konsumen Terhadap Buah Apel dan Jeruk Lokal di Pasar Modern Jakarta Timur. *Skripsi*. Fakultas Pertanian. Universitas Gadjah Mada. Yogyakarta.
<http://etd.repository.ugm.ac.id/penelitian/detail/115429>. [28 April 2023].

- Jaringan Dokumentasi dan Informasi Hukum. 2022. *Penetapan Upah Minimum Kota Bandar Lampung 2023*. <https://jdih.lampungprov.go.id/product-hukum/provinsi/10357/penetapan-upah-minimum-kota-bandar-lampung-tahun-2023>. [7 April 2023].
- Kementerian Pertanian Direktorat Jenderal Hortikultura. 2021. *Pedoman Statistik Pertanian Hortikultura (SPH)*. <http://epublikasi.setjen.pertanian.go.id/download/file/282-oulook-nen-as-2016>. [18 Maret 2023]
- Kementerian Pertanian Republik Indonesia. 2021. *Presiden Jokowi: Tingkatkan Konsumsi Buah Lokal, Sejahterakan Petani*. <https://www.pertanian.go.id/home/?show=news&act=view&id=4887>. [7 April 2022].
- Kotler, P. 2007. *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 1*. PT Macanan Jaya Cemerlang. Jakarta.
- Manuwoto, S. 2010. *Peningkatan Daya Saing Buah Nasional*. Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Mardiah, S., Soetoro, dan Sudrajat. 2017. Tingkat Persepsi Konsumen dalam Keputusan Pembelian Buah Pepaya California di Pasar Swalayan (Studi Kasus di Toserba Yogya Ciamis). *Jurnal Universitas Galuh*. 4(2): 140-147. <https://jurnal.unigal.ac.id/index.php/agroinfoGaluh/article/view/707>. [10 April 2022].
- Martiningsih, E. 2007. Pemanfaatan Kulit Pisang Raja (*Musa Paradisiacal* var. *Supientum*) sebagai Substrat Fermentasi Etanol Menggunakan *Saccharomyces cerevisiae*. *Skripsi*. Universitas Muhammadiyah Surakarta. Surakarta.
- Moleong, L. J. 2017. *Metode Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya. Bandung.
- Muktiani. 2011. *Bertanam Varietas Unggul Pepaya California*. Pustaka Baru Press. Yogyakarta.
- Noor W., S. dan H. Ikasari. 2018. Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Konsumen dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Sayuran di Pasar Tradisional di Kota Semarang. *Applied Industrial Engineering Journal*, 4(2) : 373-380. <http://eprints.dinus.ac.id/5679/1/13607.pdf>. [5 Mei 2022].
- Octaviani MW, Indriani Y, dan Situmorang S. 2014. Pengaruh bauran pemasaran (marketing mix) dan perilaku konsumen terhadap pengambilan keputusan pembelian jus buah segar Bandar Lampung. *Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis: Journal of Agribusiness Science*, 2 (2): 133-141. <https://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/JIA/article/view/736/677#>. [8 Juli 2023].

- Poerwanto, R. 2004. *Pembangunan Sentra Produksi Buah Berbasis Mutu*. Penebar Swadaya. Surabaya.
- Pracaya. 2009. *Jeruk Manis Varietas, Budidaya, dan Pascapanen*. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Pratama, D. Y., Y. Indriani, dan T. Endaryanto. 2017. Sikap dan Kepuasan Konsumen Terhadap Konsumsi Makanan Pecel Lele di Kota Bandar Lampung. *Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis: Journal of Agribusiness Science*, 5(2) : 200-205.
<https://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/JIA/article/view/1659>. [14 April 2022].
- Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian. 2018. *Statistik Pertanian 2018*. Kementerian Pertanian Republik Indonesia. Jakarta.
- Rajagukguk, M.J., W. D. Sayekti, dan S. Situmorang. 2013. Sikap dan Pengambilan Keputusan Konsumen dalam Membeli Buah Jeruk Lokal dan Jeruk Impor di Bandar Lampung. *Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis: Journal of Agribusiness Science*, 1(4) : 351-357.
<https://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/JIA/article/view/713>. [13 April 2022].
- Rosita, A. 2017. Pengambilan Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Buah-Buahan di Toko Buah Sekitar Pasar Induk Buah dan Sayur Gemah Ripah. *Skripsi*. Fakultas Pertanian. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Rumapea, E., W. Roessali, dan E. Prasetyo. 2021. Analisis Sikap dan Preferensi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Buah Pisang di Pasar Tradisional Kota Semarang. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 5(2) : 1-13. http://eprints.undip.ac.id/81970/1/artikel_ilmiah_ewin_rumapea.pdf. [14 April 2022].
- Setiadi, Nugroho. 2010. *Persektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan, dan Kenginan Konsumen*. Kencana Prenada Media Group. Jakarta.
- Sitorus, L. O., K. Murniati, dan K. K. Rangga. 2020. Sikap dan Kepuasan Konsumen Terhadap Pembelian Sate di Kota Bandar Lampung. *Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis: Journal of Agribusiness Science*, 8(2) : 303-309.
<https://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/JIA/article/view/4068>. [10 April 2022].
- Soekirman. 2000. *Ilmu Gizi dan Aplikasinya*. Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi. Jakarta.
- Sufren, dan Y Natanael. 2013. *Mahir Menggunakan SPSS Secara Otodidak*. Kompas Gramedia. Jakarta.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta. Bandung.

- Sujiprihati dan K. Suketi. 2009. *Budidaya Pepaya Unggul*. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Suliyanto. 2009. *Metode Riset Bisnis*. Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Sumarwan, U. 2003. *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Ghalia Indonesia. Bogor.
- Sumarwan, U. 2015. *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Ghalia Indonesia. Bogor.
- Sunarjono, H. 2013. *Bertanam 36 Jenis Sayur*. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Sungkawa, I., D. Purnomo, dan E. Fauziah. 2015. Hubungan Antara Persepsi dan Preferensi Konsumen dengan Pengambilan Keputusan Pembelian Buah Lokal (Studi kasus di Pasar Harjamukti, Pasar Pagi, dan Pasar Kanoman Kota Cirebon). *Jurnal Agrijati Ilmu Ilmu Pertanian*, 28(1) : 79-99. <https://jurnal.ugj.ac.id/index.php/agrijati/article/view/174>. [17 April 2022].
- Supranto, J. 2006. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*. Gramedia. Jakarta.
- Suripatty, M. P. dan M. Tantoly. 2019. Keputusan Konsumen dalam Pembelian Buah-buahan di Pasar Mardika Kota Ambon. *AGRILAN : Jurnal Agribisnis Kepulauan*, 7(3) : 298-313. <https://ojs.unpatti.ac.id/index.php/agrilan/article/view/957>. [15 April 2022].
- Trisna, D. 2017. Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Pembelian Produk Buah Lokal di Pasar Modern Kota Palopo. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*. 5(2) : 1-8. <https://journal.unpc.ac.id/index.php/perbal/article/view/689>. [10 April 2022].
- Vikaliana, R., A. L. Arifin, S. Mariam, Irwansyah, dan Y. R. Hidayat. 2021. Faktor-faktor Keputusan Pembelian Buah Lokal pada Masa Pandemi COVID 19. *Jurnal Ekonomi*. 12(2) : 164-174. <https://ejurnal.seminar-id.com/index.php/jbe/article/view/1753>. [12 April 2022].
- Wikipedia. 2019. *Peta Lokasi Kecamatan di Kota Bandar Lampung*. https://id.wikipedia.org/wiki/Berkas:Peta_Lokasi_Kecamatan_Kota_Bandarlampung.svg. [10 Juni 2023].
- Yuliarti, N. 2008. *Hidup Sehat dengan Sayuran*. Cakrawala. Yogyakarta.
- Yusnita. 2015. *Kultur Jaringan: Tanaman Pisang*. CV Anugerah Utama Raharja. Bandar Lampung.
- Zulkarnain. 2017. *Budidaya Buah-buahan Tropis*. Deepublish. Yogyakarta.