

**PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP PEMBELIAN BUAH
APEL *RED DELICIOUS* DI ARENA BUAH MATARAM**
*Consumer Preferences For Purchasing Red Delicious Apples In Arena
Buah Mataram*

(Year: 2023, Pages: 17)

I Gede Agus Satria Yoga Permana^{*}, Ir. I Gusti Lanang Parta Tanaya, M.App.Sc.,
Ph.D.^{**}, Ni Made Wirastika Sari, SP., M. Si.^{**}

^{*}Mahasiswa Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Mataram

^{**}Dosen Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Mataram

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk: 1) Mengetahui atribut-atribut buah apel *red delicious* yang menjadi preferensi konsumen di Arena Buah Mataram, (2) Untuk mengetahui atribut yang paling dipertimbangkan konsumen dalam keputusan pembelian buah apel *red delicious* di Arena Buah Mataram.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode deskriptif, Unit analisis dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli buah apel *red delicious* di Arena Buah Mataram, Penentuan lokasi penelitian dilakukan dengan teknik *Purposive Sampling* atau dilakukan dengan sengaja, Penentuan responden ditentukan menggunakan metode *Quota Sampling* dan ditetapkan sebanyak 100 responden dengan menggunakan teknik *Accidental Sampling*. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif dan kualitatif. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Analisis data menggunakan penilaian *Skala Likert* dan diolah menggunakan analisis konjoin dengan bantuan aplikasi SPSS versi 25.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa : (1) Atribut-atribut buah apel *red delicious* yang menjadi preferensi konsumen berdasarkan nilai utilitas yaitu atribut warna menarik senilai 0,215, ukuran besar senilai 0,210, rasa manis senilai 0,488, kerenyahan renyah 0,309, dan harga <Rp.45.000/kg senilai 0,15. (2) Atribut-atribut buah apel *red delicious* yang paling dipertimbangkan oleh responden dalam memilih buah apel *red delicious* di Arena Buah Mataram secara berurutan mulai dari yang paling dipertimbangkan sampai yang kurang dipertimbangkan yaitu atribut rasa dengan nilai 29,392, warna senilai 23,282, ukuran senilai 18,798, kerenyahan senilai 18,733 dan yang terakhir atribut harga dengan nilai kepentingan 9,795.

Kata kunci :Preferensi, Buah Apel, Analisis Konjoin

ABSTRACT

This study aims: (1) To find out the attributes of red delicious apples which are consumer preferences at Arena Buah Mataram, (2) To find out the attributes that are most considered by consumers in purchasing decisions for red delicious apples at Arena Buah Mataram. This research the method used in this research is the descriptive method. The unit of analysis in this study was consumers of red delicious apples at

Arena Buah Mataram. Determining the location of the research is done by Purposive Sampling technique or done on purpose. Respondents were determined using the Quota Sampling method and 100 respondents were determined using the Accidental Sampling technique. The type of data used in this research is quantitative and qualitative data. Sources of data used in this study are primary data and secondary data. Data analysis used a Likert Scale rating and was processed using conjoint analysis with the help of the SPSS version 25 application. The results showed that: (1) Attributes of red delicious apples which are consumer preferences based on utility value, namely attractive color attributes worth 0.215, large size worth 0.210, sweetness valued at 0.488, crispy crispness valued at 0.309, and price <Rp.45,000/kg valued at 0.15. (2) Attributes of red delicious apples that were most considered by respondents in choosing red delicious apples in Arena Buah Mataram sequentially starting from the most considered to the least considered were taste attributes with a value of 29.392, color with a value of 23.282, size with a value of 18.798, crispness valued at 18.733 and finally the price attribute with an importance value of 9.795.

Keywords: Apple, Conjoint Analysis, Preference

PENDAHULUAN

Pertanian merupakan sektor penting dalam penyangga pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Terdapat berbagai subsektor yang dapat dikembangkan dari potensi sumber daya alam yang dimiliki pertanian Indonesia salah satunya yaitu subsektor hortikultura. Namun hasil pertanian Indonesia masih belum mampu mencukupi kebutuhan dalam negeri sehingga pemerintah Indonesia masih harus melakukan impor beberapa komoditas hortikultura yaitu salah satu diantaranya buah apel. Buah apel merupakan buah yang tumbuh pada daerah subtropis, sehingga negara Indonesia yang kebanyakan daerahnya beriklim tropis harus mengimpor buah apel dari negara yang beriklim subtropis dan penghasil buah apel seperti Tiongkok dan Amerika Serikat. (Situmorang, 2020).

Jumlah impor buah apel cukup tinggi dibandingkan dengan jumlah buah impor lainnya yaitu jeruk mandarin, anggur, kiwi dan leci. (BPS, 2018). Karena jumlah buah impor lebih banyak dibanding buah lokal menyebabkan konsumen beralih dari buah lokal ke buah impor yang dimana buah impor selalu tersedia tanpa mengenal musim dan lebih mudah diperoleh (Armin, 2017). Salah satu contoh perpindahan konsumsi dari buah lokal ke buah impor yang diminati oleh konsumen adalah buah apel. Konsumsi masyarakat terhadap buah apel khususnya *red delicious* yang cenderung cukup tinggi dibuktikan dari jumlah impor buah apel. Hal ini menunjukkan terjadinya pergeseran konsumsi buah, dari buah lokal menjadi buah impor. pergeseran tersebut membuat terjadi perubahan gaya hidup masyarakat dalam memenuhi kebutuhannya, yang berdasarkan usia, pendidikan, pendapatan, pekerjaan dan jenis kelamin.

Salah satu provinsi di Indonesia yang permintaan buah apel *red delicious*nya meningkat dari tahun ke tahun yaitu di Provinsi NTB, khususnya di Kota Mataram. jumlah konsumsi buah apel di kota Mataram cukup tinggi walaupun pada tahun 2021

mengalami penurunan yang diakibatkan oleh covid-19 karena saat itu banyak konsumen takut untuk keluar rumah untuk membeli buah. Apel jenis ini dijual diberbagai tempat di Kota Mataram, salah satunya di pusat perdagangan buah yang berada di Kota Mataram yaitu pada "Arena Buah".

Para pedagang khususnya di arena buah, perlu mengetahui selera konsumen dalam menentukan pilihan suka atau tidak suka konsumen terhadap buah apel *red delicious*, karena banyak pedagang di arena buah asal menjual saja tanpa memikirkan, mengelompokkan dan mengetahui atribut yang disukai oleh konsumen. Atribut yang ada pada buah apel *red delicious* juga menjadi pertimbangan konsumen dalam menentukan pilihannya dalam memutuskan untuk membeli. Beberapa atribut yang menjadi pertimbangan konsumen dalam menentukan pilihannya dalam memutuskan untuk membeli buah apel *red delicious* di arena buah Mataram antara lain adalah warna kulit buah, ukuran buah, rasa buah, kerenyahan buah dan harga buah. Oleh karena itu, penting untuk mengetahui preferensi konsumen dalam memilih atau menentukan produk khususnya buah apel *red delicious*.

Dari uraian di atas dapat di rumuskan beberapa hal yang menjadi permasalahan, sebagai berikut : (1) Apa saja atribut buah apel *red delicious* yang menjadi preferensi konsumen di Arena Buah Mataram?, (2) Apa saja atribut buah apel *red delicious* yang paling dipertimbangkan konsumen?.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif yaitu suatu metode dalam meneliti suatu sekelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran, ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Tujuan dari penelitian deskriptif ini adalah untuk membuat deskripsi, gambaran atau secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki (Nazir, 2014). Unit Analisis dalam penelitian ini adalah konsumen buah apel *red delicious* di Arena Buah Mataram yang berada di Kecamatan Cakranegara. Penentuan lokasi penelitian dilakukan dengan teknik *Purposive Sampling* atau dilakukan dengan sengaja, dengan pertimbangan arena buah merupakan sentra atau pusat perdagangan buah di Kota Mataram. Penentuan responden ditentukan menggunakan metode *Quota Sampling* dan ditetapkan sebanyak 100 responden dengan menggunakan teknik *Accidental Sampling*. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif dan kuantitatif. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

Penelitian ini menggunakan beberapa analisis data, yaitu uji validitas, uji reliabilitas, analisis konjoin yang dihitung menggunakan aplikasi SPSS versi 25.

1. Uji validitas ini menggunakan uji korelasi berupa *Pearson Product Moment*, dengan kriteria apabila nilai $\text{sig} < 0,05$ maka dapat dikatakan valid. Sedangkan uji reliabilitas digunakan untuk mengukur sejauh mana alat ukur yang digunakan dapat dipercaya dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut dilakukan berulang-ulang.

2. Uji reliabilitas ini menggunakan metode *Cronbach's Alpha* tujuannya untuk mengetahui reliabel atau tidaknya suatu instrumen kuesioner, dengan kriteria menurut Prawoto dan Basuki (2016) sebagai berikut :
 - a. Jika $Alpha > 0,90$ maka realibilitas sempurna
 - b. Jika $Alpha 0,70-0,90$ maka realibilitas tinggi
 - c. Jika $Alpha 0,50-0,70$ maka realibilitas moderat
 - d. Jika $Alpha < 0,50$ maka realibilitas rendah
3. Menurut Sarwono (2013), ada beberapa langkah-langkah yang perlu dilakukan dalam *conjoint analysis* ialah:
 1. Menentukan atribut dan level

Jumlah atribut yang digunakan dalam penelitian ini adalah 5 atribut dengan jumlah dari masing-masing atribut adalah 2 sampai 3 level. Kemudian dari masing-masing atribut dan level yang telah dibuat akan digunakan untuk membentuk kombinasi atribut (stimuli).

Tabel 1 Bentuk Atribut dan Level

No	Atribut	Level
1.	Warna Kulit	1. Menarik (merah terang dengan sedikit bercak kekuningan) 2. Biasa (kemerahan dengan bercak kuning) 3. Tidak Menarik (merah gelap dengan sedikit bercak kekuningan)
2.	Ukuran Buah	1. Besar (per kg < 6 buah) 2. Sedang (per kg 6-8 buah) 3. Kecil (per kg > 8 buah)
3.	Rasa Buah	1. Manis (apabila dimakan tidak ada rasa masam) 2. Agak manis (apabila dimakan ada rasa masam dan ada rasa manis) 3. Tidak manis (apabila dimakan tidak ada rasa manis)
4.	Kerenyahan Buah	1. Renyah (apabila dikunyah dengan gigi dengan sedikit penekanan) 2. Tidak renyah (apabila dikunyah dengan gigi tanpa penekanan)
5.	Harga Buah	1. < Rp. 45.000/kg 2. > Rp. 45.000/kg

Sumber: Data primer diolah, 2022

2. Membuat kombinasi atribut (stimuli)

Satu stimuli adalah kombinasi antara atribut dengan level. Jumlah kombinasi atribut dapat dihitung seperti berikut, terdapat 5 atribut yaitu warna kulit, ukuran buah, rasa buah, kerenyahan buah, harga buah. Masing-masing atribut mempunyai dua sampai tiga level. Maka kombinasi atributnya adalah $3 \times 3 \times 3 \times 2 \times 2 = 108$ kombinasi. Karena jumlah dari kombinasi atributnya terlalu banyak untuk di evaluasi oleh responden maka peneliti menggunakan teknik *orthogonal design* dengan alat bantu

aplikasi SPSS versi 25, dengan tujuan untuk mereduksi dari kombinasi tersebut agar tidak semua kombinasi harus dianalisis lebih lanjut.

Tabel 2 Stimuli

Warna	Ukuran	Rasa	Kerenyahan	Harga	STATUS_	CARD_
Tidak Menarik	Kecil	Agak Manis	Renyah	<Rp.45.000/kg	Design	1
Tidak Menarik	Sedang	Manis	Tidak Renyah	>Rp.45.000/kg	Design	2
Biasa	Besar	Manis	Tidak Renyah	<Rp.45.000/kg	Design	3
Menarik	Besar	Manis	Tidak Renyah	<Rp.45.000/kg	Design	4
Menarik	Sedang	Agak Manis	Tidak Renyah	<Rp.45.000/kg	Design	5
Menarik	Besar	Agak Manis	Tidak Renyah	>Rp.45.000/kg	Design	6
Menarik	Kecil	Manis	Renyah	>Rp.45.000/kg	Design	7
Menarik	Sedang	Tidak Manis	Renyah	<Rp.45.000/kg	Design	8
Tidak Menarik	Besar	Tidak Manis	Tidak Renyah	>Rp.45.000/kg	Design	9
Tidak Menarik	Besar	Manis	Renyah	<Rp.45.000/kg	Design	10
Menarik	Kecil	Manis	Tidak Renyah	>Rp.45.000/kg	Design	11
Biasa	Sedang	Manis	Renyah	>Rp.45.000/kg	Design	12
Biasa	Kecil	Tidak Manis	Tidak Renyah	<Rp.45.000/kg	Design	13
Menarik	Besar	Manis	Renyah	<Rp.45.000/kg	Design	14
Menarik	Besar	Tidak Manis	Renyah	>Rp.45.000/kg	Design	15
Biasa	Besar	Agak Manis	Renyah	>Rp.45.000/kg	Design	16

Sumber: Data primer diolah, 2022

3. Mengumpulkan pendapat sampel terhadap kombinasi yang terbentuk

Sampel akan memberikan penilaian terhadap kombinasi yang terbentuk berupa penilaian rating menggunakan skala *likert*. Skala *likert* digunakan mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau konsumen tentang stimuli atribut buah apel *red delicious* (Sugiyono, 2017) Skala *likert* yang digunakan dalam penelitian yaitu minimum skor 1 dan maksimal skor 5.

Tabel 3 Skala *Likert*

Jawaban	Nilai
Sangat tidak suka	1
Tidak suka	2
Netral	3
Suka	4
Sangat suka	5

Sumber: Data primer diolah, 2022

4. Melakukan proses *conjoint analysis*

Pada proses ini, terdapat dua bahan yang diperlukan dalam proses *conjoint analysis* yaitu bentuk kombinasi antara atribut dengan level (stimuli) dan penilaian responden terhadap stimuli yang telah terbentuk, kemudian dianalisis lebih lanjut dengan perintah *Syntax* pada aplikasi SPSS versi 25.

5. Melakukan penafsiran

Hasil yang akan muncul atau hasil output yang akan diperoleh dari *conjoint analysis* berupa nilai kegunaan (*utility*) dan nilai kepentingan (*importance values*). *Utility* atau nilai kegunaan merupakan nilai yang menggambarkan pilihan konsumen terhadap produk yang disukai apabila yang diperoleh positif. Sebaliknya jika hasilnya negatif, maka konsumen tidak menyukai atribut produk tersebut. Sedangkan nilai kepentingan (*importance values*) merupakan nilai yang menggambarkan tingkat kepentingan responden terhadap atribut produk dalam melakukan pembelian buah apel *red delicious*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

a. Usia Responden

Usia responden merupakan salah satu faktor yang dapat mencerminkan kedewasaan seseorang yang akan mempengaruhi sikap dan karakteristiknya dalam memutuskan akan membeli buah apel. Adapun klasifikasi usia responden (konsumen) dalam penelitian menurut kisaran umur dapat dilihat pada Tabel 4 berikut:

Tabel 4 Karakteristik Konsumen Buah Apel *Red Delicious* di Arena Buah Mataram Berdasarkan Usia Tahun 2023

Usia	Frekuensi	Persentase (%)
20-25	48	48
26-35	30	30
36-45	10	10
46-55	7	7
56-65	5	5
Jumlah	100	100

Sumber : Data Primer diolah, 2023

Berdasarkan Tabel 4 diketahui jumlah usia responden yang berusia 20-25 tahun sebanyak 48 orang dengan persentase sebesar 48%, usia 26-35 tahun sebanyak 30 orang dengan persentase sebesar 30%, usia 36-45 tahun sebanyak 10 orang dengan

persentase sebesar 10%, usai 46-55 tahun sebanyak 7 orang dengan persentase 7%, usia 56-65 tahun sebanyak 5 orang dengan jumlah persentase 5%. Berdasarkan hasil tersebut, sebagian besar konsumen buah apel *red delicious* di Arena Buah Mataram memiliki rentan usia 20-25 orang sebanyak 48 orang, hal ini dikarenakan konsumen dengan rentan usia ini merupakan konsumen yang termasuk golongan produktif (Kemenkes, 2011) dan telah memiliki pengetahuan atau pemahaman terkait manfaat dari buah apel yang cukup dalam pengambilan keputusan untuk membeli buah apel.

b. Jenis Kelamin

Jenis kelamin merupakan faktor penting untuk mengetahui tentang karakteristik konsumen. Hal ini dikarenakan bahwa jenis kelamin memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian produk dan sikap konsumen, seorang laki-laki dan perempuan memiliki kebutuhan yang berbeda, demikian juga dengan selera pemilihan produk makanan yang akan dikonsumsi. Adapun tabel klasifikasi jenis kelamin responden (konsumen) di Arena Buah Mataram.

Tabel 5 Karakteristik Konsumen Buah Apel *Red Delicious* di Arena Buah Mataram Berdasarkan Jenis Kelamin Tahun 2023

Jenis Kelamin	Responden	Persentase (%)
Laki-Laki	44	44
Perempuan	56	56
Jumlah	100	100

Sumber: Data Primer diolah, 2023

Berdasarkan Tabel 5 menunjukkan bahwa jumlah konsumen buah apel di arena buah Mataram didominasi oleh perempuan yang berjumlah 56 orang dengan persentase 56%, sedangkan konsumen laki-laki berjumlah 44 orang dengan persentase 44%. Konsumen yang paling banyak membeli atau mengkonsumsi buah apel di Arena Buah Mataram adalah perempuan. Menurut BeautyJournal.id, 2019 karena pada dasarnya perempuan memiliki ketertarikan akan berbelanja dibandingkan dengan laki-laki.

c. Tingkat Pendidikan

Tingkat pendidikan merupakan salah satu hal yang mempengaruhi pola pemberian makan, konsumsi pangan, dan status gizi seseorang. Umumnya pendidikan seseorang mempengaruhi pengambilan keputusan konsumen dalam melakukan pembelian suatu produk untuk memenuhi kebutuhannya. Jika tingkat pendidikan konsumen baik, maka diasumsikan pemilihan makanan dalam keluarga akan lebih terawasi (terkontrol), sehingga kebiasaan makan anggota keluarga terbentuk dengan baik. Adapun tabel klasifikasi tingkat pendidikan responden pada Tabel 6.

Tabel 6 Karakteristik Konsumen Buah Apel *Red Delicious* di Arena Buah Mataram Berdasarkan Tingkat Pendidikan Tahun 2023

Tingkat Pendidikan	Frekuensi	Persentase (%)
SMP	4	4
SMK	5	5
SMA	32	32
Diploma	5	5
S1	49	49
S2	5	5
Jumlah	100	100

Sumber : Data Primer diolah, 2023

Berdasarkan Tabel 6 tingkat pendidikan konsumen buah apel *red delicious* di arena buah Mataram terbanyak yaitu Sarjana (S1) sebanyak 49 orang dengan persentase 49%, diikuti dengan tingkat pendidikan SMA sebanyak 32 orang dengan persentase 32%, kemudian tingkat pendidikan Sarjana (S2), Diploma dan SMK dengan frekuensi yang sama sebanyak 5 orang dengan persentase 5% dan yang terakhir yaitu tingkat pendidikan SMP sebanyak 4 orang dengan persentase 4%. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan rata-rata konsumen (responden) mengenyam pendidikan terakhir, yakni Sarjana (S1), yang dimana tingkat pendidikan tersebut sudah mencapai taraf yang baik dalam menentukan pilihannya untuk memenuhi kebutuhannya.

d. Pekerjaan

Wiltshiren (2016) mendefinikan bahwa pekerjaan merupakan konsep yang dinamis dengan berbagai sinonim, pekerjaan mengacu pada pentingnya suatu aktivitas, waktu, dan tenaga yang dihabiskan, serta imbalan atau upah yang diperoleh. Pekerjaan yang mempengaruhi gaya hidupnya (pola dimana orang hidup untuk menghabiskan dilakukan oleh konsumen sangat waktu dan uangnya). Berikut karakteristik responden berdasarkan pekerjaan pada Tabel 7.

Tabel 7 Karakteristik Konsumen Buah Apel *Red Delicious* di Arena Buah Mataram Berdasarkan Pekerjaan Tahun 2023

Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
Mahasiswa	25	25
IRT	10	10
Pegawai Swasta	23	23
PNS	12	12
Wiraswasta	10	10
Lainnya	20	20
Jumlah	100	100

Sumber : Data Primer diolah, 2023

Berdasarkan Tabel 4.7 dapat diketahui bahwa pekerjaan atau profesi responden yang merupakan konsumen buah apel *red delicious* di arena buah Mataram cukup beragam. Responden dengan pekerjaan mahasiswa sebanyak 25 orang atau 25%, pekerjaan sebagai pegawai swasta sebanyak 23 orang atau 23 orang, profesi

sebagai PNS sebanyak 12 orang atau 12%, kemudian yang berprofesi sebagai wiraswasta dan IRT masing-masing sebanyak 10 orang atau 10% dan pekerjaan lainnya seperti pedagang, pensiunan, pegawai bank, barista, dan lain-lain sebanyak 20 orang atau 20%. Perbedaan jenis pekerjaan akan membedakan tingkat pendapatan tiap individu yang membuat jumlah konsumsi apel akan dibatasi oleh pendapatan responden serta harga buah tersebut. Jenis pekerjaan sangat mempengaruhi pola dalam menentukan apa yang harus dikonsumsi seseorang (Kotler, 2009).

e. Pendapatan

Pendapatan merupakan imbalan atas suatu usaha seseorang dalam bekerja yang biasa diterima dalam bentuk uang. Pendapatan memiliki pengaruh besar terhadap proses keputusan pembelian tiap konsumen. Besarnya jumlah pendapatan responden menggambarkan besarnya kemampuan beli responden itu sendiri. Berikut karakteristik responden berdasarkan pendapatan responden yang dapat dilihat pada Tabel 8.

Tabel 8 Karakteristik Konsumen Buah Apel *Red Delicious* di Arena Buah Mataram Berdasarkan Pendapatan Tahun 2023

Pendapatan	Frekuensi	Persentase
< 1.000.000	36	36
1.000.000-1.999.999	16	16
2.000.000-2.999.999	24	24
>3.000.000	24	24
Jumlah	100	100

Sumber : Data Primer diolah, 2023

Berdasarkan Tabel 8, diperoleh responden atau konsumen buah apel di arena buah Mataram dengan pendapatan < 1.000.000 sebanyak 36 orang dengan persentase sebesar 36%, kemudian pendapatan 1.000.000-1.999.999 juta sebanyak 16 orang dengan persentase sebanyak 16%, pendapatan 2.000.000-2.999.999 juta dan > 3.000.000 masing-masing sebanyak 24 orang atau persentase sebanyak 24%. Tingkat pendapatan konsumen mempengaruhi konsumsi konsumen. Semakin tinggi pendapatan seseorang, maka daya beli juga semakin tinggi dengan mempertimbangkan berbagai aspek dari apel itu sendiri.

Perilaku Konsumen

Pola perilaku pembelian konsumen dalam penelitian ini meliputi frekuensi pembelian dan jumlah pembelian. Hal tersebut dapat dilihat pada Tabel 9 dan Tabel 10.

Tabel 9 Frekuensi Pembelian Konsumen Apel *Red Delicious* di Arena Buah Mataram dalam 1 Bulan Tahun 2023

No	Perilaku Pembelian	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1.	1x	20	20
2.	2x	8	8
3.	Tidak Tentu	72	72
Total		100	100

Sumber: Data Primer diolah, 2023

Berdasarkan Tabel 9 terlihat bahwa lebih banyak konsumen membeli buah apel *red delicious* di Arena Buah Mataram dengan frekuensi pembelian yang tidak tentu dalam 1 bulan sebanyak 72 orang dengan persentase 72%. Berdasarkan hasil wawancara dengan responden, kebanyakan responden membeli apel dengan frekuensi pembelian tidak tentu karena responden membeli apel bukan hanya untuk kebutuhan sehari-hari tetapi juga digunakan untuk keperluan agama yang tidak tetap dilakukan setiap bulannya.

Tabel 10 Jumlah Pembelian Konsumen Apel *Red Delicious* di Arena Buah Mataram dalam 1 Kali Beli Tahun 2023

No	Perilaku Pembelian	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1.	½ kg	17	17
2.	1 kg	57	57
3.	2 kg	16	16
4.	Lainnya	10	10
Total		100	100

Sumber: Data Primer diolah, 2023

Berdasarkan Tabel 10 terlihat bahwa lebih banyak konsumen membeli buah apel *red delicious* di Arena Buah Mataram dengan jumlah 1 kg dalam 1 kali pembelian sebanyak 57 orang dengan persentase 57%.

Preferensi Konsumen

a. Uji Validitas

Uji Validitas adalah alat ukur penelitian yang yang digunakan untuk mengukur sejauh mana suatu instrumen yang dibuat untuk mengukur rancangan yang akan diukur dalam penelitian. Uji validitas ini menggunakan uji korelasi berupa Pearson Product Moment, dengan kriteria apabila nilai sig < 0,05 maka dapat dikatakan valid. Berikut hasil uji validitas yang dapat dilihat pada Tabel 11.

Tabel 11 Uji Validitas

Atribut	Level	Sig. (2-tailed)	Keterangan
Warna	Menarik	0,000	Valid
	Biasa	0,000	Valid
	Tidak Menarik	0,000	Valid
Ukuran	Besar	0,000	Valid
	Sedang	0,000	Valid
	Kecil	0,000	Valid
Rasa	Manis	0,000	Valid
	Agak Manis	0,000	Valid
	Tidak Manis	0,000	Valid
Kerenyahan	Renyah	0,000	Valid
	Tidak Renyah	0,000	Valid
Harga	<Rp. 45.000/kg	0,000	Valid
	>Rp.45.000/kg	0,000	Valid

Sumber: Data Primer diolah, 2023

Dari hasil output pada Tabel 11 dapat dilihat bahwa masing-masing pertanyaan memiliki nilai Sig. (2-tailed) < 0,05. Artinya pertanyaan-pertanyaan pada kuesioner yang digunakan pada penelitian ini dikatakan valid sesuai dengan teori dari Prawoto dan Basuki (2016) yang mengatakan bahwa jika nilai sig < 0,05 instrumen atau pertanyaan tersebut valid untuk digunakan. Pengujian validitas diolah dengan alat bantu aplikasi SPSS versi 25.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur sejauh mana alat ukur yang digunakan dapat dipercaya dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut dilakukan berulang-ulang. Uji reliabilitas ini menggunakan metode Cronbach's Alpha tujuannya untuk mengetahui reliabel atau tidaknya suatu instrumen kuesioner. Berikut hasil uji reliabilitas yang dapat dilihat pada Tabel 12.

Tabel 12 Uji Reliabilitas

<i>Reliability Statistics</i>	
<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
0,544	13

Sumber: Data Primer diolah, 2023

Dari hasil output pada Tabel 12 dapat dilihat bahwa nilai Cronbach's Alpha senilai 0,544. Hal tersebut menunjukkan bahwa pertanyaan pada kuesioner tersebut

dapat dikatakan termasuk tingkat reliabilitas yang moderat, sesuai dengan menurut Prawoto dan Basuki (2016) yang mengatakan apabila nilai Cronbach's Alpha 0,50-0,70 dapat dikatakan memiliki nilai reliabilitas moderat.

c. Preferensi Konsumen terhadap Atribut Buah Apel *Red Delicious*

Untuk mengetahui preferensi konsumen terhadap buah apel *red delicious* dapat diketahui dari nilai *utility*. Nilai *utility* merupakan nilai yang menggambarkan pilihan konsumen atau responden terhadap atribut-atribut produk yang disukai dengan melihat hasil *utility* yang bernilai positif dan negatif (Indarto, 2011). Nilai *utility* yang positif menunjukkan bahwa responden atau konsumen menyukai atribut produk yang ditawarkan, sedangkan nilai *utility* yang negatif menyatakan sebaliknya (tidak menyukai atribut produk yang ditawarkan), seperti yang ditunjukkan pada Tabel 13.

Tabel 13 Nilai Utilitas Pada Atribut dan Level Buah Apel *Red Delicious* di Arena Buah Mataram Tahun 2023

		<i>Utilities</i>	
		<i>Utility Estimate</i>	<i>Std. Error</i>
Warna	Menarik	.215	.082
	Biasa	.182	.097
	Tidak Menarik	-.397	.097
Ukuran	Besar	.210	.082
	Sedang	-.021	.097
	Kecil	-.189	.097
Rasa	Manis	.488	.082
	Agak Manis	.053	.097
	Tidak Manis	-.542	.097
Kerenyahan	Renyah	.309	.062
	Tidak Renyah	-.309	.062
Harga	< Rp. 45.000/kg	.015	.062
	> Rp. 45.000/kg	-.015	.062
(Constant)		2.720	.071

Sumber: Data Primer diolah, 2023

Untuk mengetahui preferensi konsumen terhadap buah apel *red delicious* dapat diketahui dari nilai *utility*. Nilai *utility* merupakan nilai yang menggambarkan pilihan konsumen atau responden terhadap atribut-atribut produk yang disukai dengan melihat hasil *utility* yang bernilai positif dan negatif (Indarto, 2011). Nilai *utility* yang positif menunjukkan bahwa responden atau konsumen menyukai atribut produk yang ditawarkan, sedangkan nilai *utility* yang negatif menyatakan sebaliknya (tidak menyukai atribut produk yang ditawarkan), seperti yang ditunjukkan pada Tabel 13. Berdasarkan data tersebut dapat diketahui nilai *utility* dimulai dari:

a. Warna

Pada atribut warna, warna apel yang menarik memiliki nilai *utility* positif yaitu sebesar 0,215 artinya responden menyukai warna apel yang menarik dibanding dengan

warna biasa dengan nilai *utility* 0,182 dan tidak menarik dengan nilai *utility* negatif sebesar -0,397. Maksud dari warna apel menarik dalam penelitian ini ialah warna apel yang berwarna merah terang dengan sedikit bercak kekuningan pada permukaan apel. Artinya konsumen dapat menilai langsung dengan kasat mata warna apel yang menarik. Selain itu warna yang menarik dapat memberikan kesan pertama responden dalam memutuskan membeli buah apel *red delicious* di Arena Buah Mataram.

b. Ukuran

Pada atribut ukuran memiliki 3 level yaitu besar, sedang, dan kecil. Ukuran besar memiliki nilai *utility* positif dengan nilai 0,210, kemudian ukuran sedang memiliki nilai *utility* negatif dengan nilai -0,021 dan yang terakhir ukuran kecil dengan nilai *utility* negatif dengan nilai -0,189. Ukuran besar yang dimaksud dalam penelitian ini ialah per kg < 6kg, kemudian ukuran sedang yaitu per kg 6-8 buah dan terakhir ukuran kecil yaitu per kg > 8kg. Berdasarkan data tersebut dapat diketahui bahwa responden lebih menyukai ukuran apel yang besar karena nilai *utility* pada atribut dengan ukuran besar bernilai positif dan bernilai paling besar dibandingkan dengan atribut berukuran sedang dan kecil yang bernilai *utility* negatif. Ukuran buah apel memiliki pengaruh dalam kepuasan seseorang dalam mengkonsumsi buah karena dengan ukuran buah apel yang besar dapat memberikan porsi yang lebih kepada konsumen dibandingkan dengan ukuran yang sedang dan kecil. Dari hasil wawancara dengan responden, kebanyakan responden lebih menyukai ukuran apel yang lebih besar karena ukuran besar merupakan ukuran yang optimal untuk mendapatkan porsi yang lebih besar untuk dimakan.

c. Rasa

Atribut rasa, rasa apel yang manis memiliki nilai *utility* positif dan lebih besar yaitu senilai 0,488 dibanding dengan atribut rasa lainnya yaitu rasa agak manis dengan nilai *utility* sebesar 0,053 dan rasa tidak manis dengan nilai *utility* negatif yaitu sebesar -0,542. Berdasarkan data tersebut, responden secara keseluruhan lebih menyukai buah apel yang memiliki rasa manis dibandingkan dengan buah apel yang memiliki rasa agak manis dan tidak manis. Yang dimaksud dengan rasa manis pada buah apel *red delicious* ialah rasa yang saat dimakan tidak ada rasa masam. Rasa pada buah apel *red delicious* dapat memberikan kesan pada konsumen saat mengkonsumsinya, tergantung dari kesukaan masing-masing konsumen. Untuk mengetahui rasa pada buah apel tidak dapat dilakukan sebelum memutuskan membeli atau dengan kasat mata tetapi harus dikonsumsi dan dirasakan oleh indra perasa (lidah). Berdasarkan wawancara dengan responden atau konsumen buah apel memang memiliki kesukaan yang berbeda terhadap rasa dari buah apel, sebagian menyukai rasa yang manis, bahkan sebagian lagi menyukai rasa agak manis dan tidak manis karena terdapat rasa masam yang disukai oleh konsumen. Namun berdasarkan hasil perhitungan secara keseluruhan pada Tabel 13 diperoleh bahwa responden menyukai atribut rasa yang manis pada buah apel *red delicious*.

d. Kerenyahan

Pada atribut kerenyahan, responden lebih menyukai level atribut dengan kerenyahan renyah. Hal ini didukung dengan nilai *utility* positif dan paling besar yaitu senilai 0,309. Responden tidak menyukai buah apel dengan level atribut yang tidak renyah dengan nilai *utility* negatif sebesar -0,309. Kerenyahan pada buah apel dapat diketahui apabila konsumen telah mencoba buah apel. Renyah pada buah apel ini ialah apabila dikunyah atau digigit dengan gigi dengan sedikit penekanan sedangkan tidak renyah ialah apabila dikunyah dengan gigi tanpa penekanan. Berdasarkan hasil wawancara dengan responden alasan responden lebih menyukai atribut kerenyahan dengan level renyah karena dapat merasakan menggigit apel serta merasakan tekstur dari buah apel.

e. Harga

Atribut harga, harga buah apel *red delicious* di arena buah Mataram rata-rata Rp. 45.000/kg. Para pedagang di arena buah ada yang menjual dengan harga lebih dari Rp. 45.000/kg dan kurang dari Rp. 45.000/kg. Pada penelitian ini, atribut harga dengan level < Rp.45.000/kg memiliki nilai *utility* positif sebesar 0,015 dan level > Rp.45.000/kg memiliki nilai *utility* negatif sebesar -0,015. Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa responden lebih menyukai buah apel dengan harga buah apel *red delicious* seharga <Rp.45.000/kg. Pada penelitian ini, pendapatan mayoritas responden sebesar < Rp. 1.000.000, sehingga hal ini mempengaruhi pilihan konsumen dalam memilih jumlah pembelian apel, karena hasil nilai *utility* pada atribut harga menunjukkan pada level <Rp.45.000/kg berarti konsumen menyukai harga apel yang lebih murah. Kombinasi inilah yang menjadi preferensi konsumen terhadap buah apel *red delicious* dan kombinasi tersebut terdapat pada stimuli card 14. Rincian data stimuli apel *red delicious* dapat dilihat pada Tabel 2.

Untuk mengetahui pertimbangan konsumen terhadap atribut-atribut *apel red delicious* dapat diketahui dari nilai kepentingan (*importance values*), seperti yang ditunjukkan pada Tabel 14.

Tabel 14 Hasil Uji *Importance Values* (Nilai Kepentingan) Atribut Buah Apel *Red Delicious* di Arena Buah Mataram Tahun 2023

Atribut	<i>Importance Values</i>
Warna	23.282
Ukuran	18.798
Rasa	29.392
Kerenyahan	18.733
Harga	9.795

Sumber: Data Primer diolah, 2023

Untuk mengetahui pertimbangan konsumen terhadap atribut-atribut *apel red delicious* dapat diketahui dari nilai kepentingan (*importance values*), seperti yang ditunjukkan pada Tabel 14. Berdasarkan nilai tingkat kepentingan atribut pada Tabel 14, diketahui bahwa yang menjadi pertimbangan responden atau konsumen buah apel

red delicious yaitu rasa, karena berdasarkan hasil conjoint analysis berupa tingkat kepentingan atribut (*importance values*) atribut rasa menempati peringkat pertama dengan nilai kepentingan sebesar 29.392. Sedangkan atribut yang menjadi pertimbangan responden secara berurutan mulai dari yang paling dipertimbangkan sampai yang kurang dipertimbangkan yaitu rasa, warna, ukuran, kerenyahan dan yang terakhir harga.

Atribut rasa merupakan atribut pertama yang paling dipertimbangkan oleh responden ketika akan membeli buah apel *red delicious* dengan nilai kepentingan paling tinggi sebesar 29.392 yang artinya bahwa responden lebih mengutamakan atribut rasa ketika membeli buah apel *red delicious* dibanding dengan atribut buah apel lainnya. Dari hasil nilai pertimbangan pertama responden ini, dapat menjadi sebuah pertimbangan bagi pedagang di arena buah Mataram dalam menjual apel *red delicious* dengan menyediakan atau menawarkan buah apel yang memiliki unsur rasa manis pada buah itu sendiri, agar konsumen yang berbelanja di Arena Buah Mataram merasakan kepuasan dan kenikmatan dalam mengkonsumsi apel, selain itu hal itu juga akan berdampak pada peningkatan penjualan.

Atribut warna merupakan atribut kedua yang dipertimbangkan oleh responden dalam memilih buah apel *red delicious* di arena buah Mataram dengan nilai kepentingan (*importance values*) sebesar 23.282. Berdasarkan hasil tersebut dapat diketahui bahwa responden setelah mempertimbangkan rasa, responden akan memilih atribut dari warna untuk menjadi pertimbangan kedua dalam memilih sebuah apel. Artinya konsumen menganggap penting sehingga mempertimbang atribut warna yang akan dibeli. Konsumen menginginkan warna buah apel yang menarik karena hal itu dapat dilihat dengan kasat mata dan dengan melihat warna konsumen dapat mengetahui tingkat kematangan bahkan mengetahui apakah buah apel yang dibeli busuk atau tidak. Hasil dari data tersebut dapat menjadi pertimbangan juga untuk para pedagang dalam menampilkan dan menjual buah apel yang berwarna menarik (merah terang dengan sedikit bercak kekuningan) dengan tujuan dapat meningkatkan penjualan.

Atribut ukuran merupakan atribut ketiga yang dipertimbangkan responden dalam memilih buah apel dengan nilai kepentingan sebesar 18.798. Atribut ukuran menjadi pertimbangan oleh konsumen dalam memilih apel berdasarkan jumlah anggota keluarganya dan porsi makan masing-masing konsumen. Berdasarkan hasil wawancara dengan responden, jadi konsumen menginginkan buah apel yang berukuran besar (per kg < 6 buah) dengan tujuan keperluan buahnya cukup untuk beberapa hari dan terbagi dengan jumlah anggota keluarga yang mengkonsumsi dengan porsi banyak, selain hal tersebut responden mempertimbangkan ukuran buah apel yang besar dengan alasan praktis karena buah apel yang didapatkan langsung berukuran besar.

Atribut kerenyahan merupakan atribut keempat yang menjadi pertimbangan responden dalam memilih buah apel dengan nilai kepentingan sebesar 18.733.

Berdasarkan hasil wawancara responden mengenai kerenyahan buah apel, konsumen dalam mempertimbangan kerenyahan berdasarkan selera mereka masing-masing, artinya kerenyahan dengan level renyah (apabila dikunyah dengan gigi dengan sedikit penekanan) yang menjadi kesukaan atau preferensi konsumen secara keseluruhan dalam memberikan kepuasan dan kenikmatan bagi konsumen dalam mengkonsumsi buah apel *red delicious*.

Atribut harga merupakan atribut terakhir yang menjadi pertimbangan responden dengan nilai kepentingan paling rendah yaitu sebesar 9.795. Hal ini mencerminkan bahwa harga dari buah apel *red delicious* yang dikonsumsi konsumen tidak terlalu penting bagi konsumen yang mayoritas responden pada penelitian ini berpendapatan golongan menengah (Asumsi, 2021), artinya konsumen tidak begitu peduli apabila harga yang harus dibayar untuk mendapatkan buah apel dengan nilai tinggi asalkan kualitas apel sesuai dengan harapan konsumen, sehingga memberikan kepuasan bagi konsumen.

Untuk mengetahui korelasi atribut dengan preferensi konsumen, dapat diketahui dengan melihat nilai sig <0,05. Berikut hasil uji correlations pada Tabel 15.

Tabel 15 Hasil Uji *Correlations* (Hubungan)

<i>Correlations^a</i>		
	<i>Value</i>	<i>Sig</i>
<i>Pearson's R</i>	.966	.000
<i>Kendall's tau</i>	.933	.000

Sumber: Data Primer diolah, 2023

Berdasarkan nilai korelasi pada Tabel 15 dapat dilihat bahwa nilai Sig pada Pearson's R sebesar .000 dan Kendall's Tau sebesar .000. Nilai ini menjelaskan bahwa penelitian ini dianggap valid karena nilai sig pada Pearson's R dan Kendall's Tau dibawah nilai signifikan $\leq 0,05$. Artinya terdapat korelasi yang signifikan antara preferensi konsumen terhadap pembelian buah apel *red delicious* dengan atribut-atribut yang digunakan dalam penelitian ini. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa lima atribut yang menghasilkan 16 kombinasi (stimuli) bisa diterima untuk menggambarkan keinginan konsumen apel *red delicious* di Arena Buah Mataram.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan di atas, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Buah apel *red delicious* yang menjadi preferensi konsumen di Arena Buah Mataram adalah warna buah apel *red delicious* yang menarik, ukuran buah apel *red delicious* yang besar, rasa buah apel *red delicious* yang manis, kerenyahan buah apel *red delicious* yang renyah dan harga buah apel *red delicious* yang berkisar < Rp. 45.000/kg.
2. Atribut buah apel *red delicious* yang paling dipertimbangkan konsumen dalam pembelian buah apel *red delicious* di Arena Buah Mataram yaitu atribut rasa. Urutan atribut dari yang paling dipertimbangkan sampai dengan kurang

dipertimbangkan adalah atribut rasa, warna, ukuran, kerenyahan, dan yang terakhir harga.

Saran

Adapun saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut :

1. Bagi pedagang buah apel red delicious di Arena Buah Mataram sebaiknya mengetahui buah apel *red delicious* yang sesuai dengan preferensi konsumen, yaitu apel yang berwarna menarik, bentuk ukurannya besar, dengan rasa yang manis, memiliki kerenyahan yang renyah harga apel yang kurang dari Rp.45.000/kg.
2. Bagi pedagang buah apel red delicious di Arena Buah Mataram sebaiknya lebih mempertahankan dan meningkatkan kualitas rasa dari apel yang dijual karena atribut rasa pada buah apel merupakan atribut yang paling dipertimbangkan oleh konsumen dalam membeli buah apel.
3. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan apabila ingin melakukan penelitian yang serupa dapat menggunakan objek yang berbeda atau mencari atribut-atribut yang lebih luas bagi konsumen agar mendapatkan hasil yang lebih mendalam dan mendapatkan fenomena yang baru dan berbeda.

DAFTAR PUSTAKA

- Armin, M. 2017. PERBANDINGAN KEPUTUSAN PEMBELIAN BERDASARKAN INDEKS KEPUASAN DARI PROSES PEMASARAN ANTARA BUAH LOKAL DAN BUAH IMPOR DI HYPERMART KOTA PALOPO. *Volume 5 No. 1 Februari 2017*, 2.
- BPS. 2018. *Buletin Statistik Perdagangan Luar Negeri Impor*. Diambil kembali dari Badan Pusat Statistik: <https://www.bps.go.id/subject/8/ekspor-impor.html#subjekViewTab4>
- Indarto, R. P. 2011. *Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Bundling Kartu GSM dengan Smartphone*. Universitas Indonesia.
- KEMENKES. 2011. *Buletin Jendela Data dan Informasi Kesehatan*. Jakarta: Kementrian Kesehatan RI.
- Kotler. 2009. *Manajemen Pemasaran. edisi 13*. Jakarta: Erlangga.
- Prawoto, N., & Basuki, A. T. 2016. *Analisis Regresi dalam Penelitian Ekonomi dan Bisnis Dilengkapi Aplikasi SPSS dan Eviews*. Depok: Edisi Pertama PT. Raja Grafindo Persada.
- Sarwono, J. 2013. *Statistik Multivariat Aplikasi untuk Riset Skripsi*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Situmorang, A. P. 2020, Agustus 10. *Indonesia Masih Ketergantungan Buah Impor, Termasuk Jeruk dan Apel*. Diambil kembali dari Merdeka.com: <https://www.merdeka.com/uang/indonesia-masih-ketergantungan-buah-impor-termasuk-jeruk-dan-apel.html>
- Wiltshire, A. H. 2016. The Meanings of Work In A Public Work Scheme In South Africa. *International Journal of Sociology and Social Policy* <http://dx.doi.org/10.1108/IJSSP-02-2015-0014>.