

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Buah Jeruk Lokal di Super Indo Tlogomas dan Bendungan Sutami Kota Malang

**Dyah Ayu Rochmadani¹, Lia Rohmatul Maula²,
AriefJoko Saputro³.**

¹Mahasiswa Progam Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Islam Malang

Email : 22001032021@unisma.ac.id

²Dosen Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Islam Malang Email : liarohmatul@unisma.ac.id

³Dosen Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Islam Malang Email : ariefjs@unisma.ac.id

Abstract

According to the Central Statistics Agency (BPS), the production of siam oranges/tangerines in Indonesia reached 2.72 million tons in 2022. This number increased by 13.2% compared to the previous year of 2.4 million tons. The amount of citrus production in Indonesia is quite large and abundant, making it possible to meet consumer demand in the domestic market. This study aims to analyze the stages of the consumer decision-making process in buying local citrus fruits at Super Indo Tlogomas and Sutami Dam, Malang City. The research was conducted at Super Indo Tlogomas and Sutami Dam, Malang City. Primary data was obtained through direct observation and interviews using a questionnaire. The sample size was 100 respondents. The data analysis method used in this research is descriptive analysis at the decision-making process stage. Analysis of the stages of the consumer purchasing decision-making process is used to determine consumer behavior in buying local citrus fruits. The results showed that the stages in the decision-making process are (1) the stage of recognizing consumer needs, namely most consumers buy local citrus fruits because they have various sources of vitamin C which are good for immunity (2) information search, mostly from family; (3) evaluation of alternatives, most buy because of the good quality of local citrus fruits; (4) purchase decisions, most consumers have planned to buy; and (5) purchase decisions, most consumers have planned.

Keyword: Local Citrus Fruit, Purchase Decision, consumer behavior.

Abstrak

Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat, produksi jeruk siam/keprok di Indonesia mencapai 2,72 juta ton sepanjang 2022. Jumlah tersebut meningkat 13,2% dibandingkan tahun sebelumnya sebanyak 2,4 juta ton. Jumlah produksi jeruk di Indonesia terbilang cukup besar dan melimpah sehingga sangat memungkinkan untuk memenuhi permintaan konsumen di pasar domestik. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tahapan proses pengambilan keputusan konsumen dalam membeli buah jeruk lokal di Super Indo Tlogomas dan Bendungan Sutami Kota Malang. Penelitian dilakukan di Super Indo Tlogomas dan Bendungan Sutami Kota Malang. Data primer

diperoleh melalui observasi langsung dan wawancara menggunakan kuesioner. Jumlah sampel adalah 100 responden. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif pada tahap proses pengambilan keputusan. Analisis tahapan proses pengambilan keputusan pembelian konsumen digunakan untuk mengetahui perilaku konsumen dalam membeli buah jeruk lokal. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tahapan pada proses pengambilan keputusan adalah (1) tahap pengenalan kebutuhan konsumen yaitu sebagian besar konsumen membeli buah jeruk lokal karena memiliki berbagai sumber vitamin C yang baik untuk kekebalan tubuh (2) pencarian informasi, sebagian besar dari keluarga; (3) evaluasi alternatif, sebagian besar membeli karena kualitas buah jeruk lokal yang bagus; (4) Keputusan pembelian, sebagian besar konsumen telah merencanakan untuk membeli; dan (5) perilaku pasca pembelian, dimana sebagian besar konsumen merasa puas dengan produk tersebut, sehingga mereka melakukan pembelian ulang terhadap produk tersebut.

Keyword: Buah Jeruk Lokal, Keputusan Pembelian, Perilaku Konsumen.

PENDAHULUAN

Jeruk merupakan salah satu sumber vitamin C yang baik untuk tubuh, dan bersifat alami sehingga konsumen tidak perlu khawatir untuk mengkonsumsinya dalam jangka Panjang dan memilih mengkonsumsinya untuk memenuhi kebutuhan vitamin C dalam tubuh (Eldisthia *et al.*, 2023). Jeruk juga merupakan salah satu komoditi buah-buahan yang mempunyai peranan penting di pasaran dunia maupun dalam negeri, baik dalam bentuk segar maupun olahannya karena memiliki nilai ekonomis yang tinggi atau merupakan buah yang memiliki prospek yang cerah atau menjanjikan untuk dikembangkan (Damanik *et al.*, 2023)

Buah merupakan unsur yang penting bagi makanan yang sehat, serta mengonsumsi buah sesuai dengan anjuran dapat menurunkan resiko penyakit, tetapi kurangnya mengonsumsi buah merupakan penyebab resiko ke-10 tertinggi dari angka kematian di dunia (Kusmiyati, *et al.*, 2022). Pada umumnya buah memiliki nilai gizi dan kandungan nutrisi yang lengkap, mengonsumsi buah dalam jumlah yang cukup dapat meningkatkan imunitas tubuh salah satunya yang memiliki kandungan buah yang cukup banyak yaitu buah jeruk.

Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat, produksi jeruk siam/keprok di Indonesia mencapai 2,72 juta ton sepanjang 2022. Jumlah tersebut meningkat 13,2% dibandingkan tahun sebelumnya sebanyak 2,4 juta ton. Publikasi yang sama juga menyebutkan angka produksi jeruk di Propinsi Jawa Timur pada tahun 2022 naik sebesar 45,3% dengan total jumlah produksi sebesar 11.944.888 ton. Jumlah produksi jeruk di Indonesia terbilang cukup besar dan melimpah sehingga sangat memungkinkan untuk memenuhi permintaan konsumen di pasar domestik.

Seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya mengonsumsi buah jeruk maka jumlah permintaan buah juga mengalami peningkatan. Produksi buah yang semakin menurun dengan kebutuhan yang semakin meningkat mengindikasikan bahwa produk lokal belum mampu mencukupi kebutuhan konsumsi buah jeruk dalam negeri, sehingga masih diperlukan impor buah jeruk. Perubahan perilaku masyarakat untuk mendapatkan buah segar yang bermutu juga menyebabkan impor buah jeruk masih terus meningkat.

Persaingan antara buah jeruk lokal dan buah jeruk impor terhadap berbagai tempat penjualan, mulai dari pasar swalayan, pasar tradisional, dan kios-kios buah berbagai pilihan dalam membeli buah jeruk. Keberadaan pasar modern memberikan suatu alternatif bagi konsumen untuk memperoleh buah jeruk dengan kualitas yang lebih baik, kemasan buah lebih

rapi, serta kenyamanan dalam berbelanja (Kartika, 2010).

Masyarakat Kota Malang umumnya memiliki aktivitas ekonomi yang tinggi, sehingga menyebabkan semakin berkurangnya waktu yang tersedia untuk berbelanja dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari, termasuk buah-buahan. Masyarakat menginginkan tempat belanja buah-buahan yang terjangkau dan tidak memakan waktu seperti supermarket. Hal ini merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi pembelian.

Konsumen dalam menetapkan pilihan atau mengambil keputusan pemilihan produk, setiap konsumen dipengaruhi oleh tingkat kepuasannya. Tingkat kepuasan konsumen dapat terbentuk melalui pola pikir konsumen yang didasarkan oleh beberapa alasan di mana terdapat pengalaman yang diperoleh sebelumnya sehingga konsumen merasakan kecocokan dalam mengkonsumsi produk, maka konsumen akan terus menggunakan produk tersebut dan mendorong konsumen untuk melakukan pembelian (Sitohang *et al.*, 2023).

Menurut Azizah, Siswadi, Maula, (2021) Keputusan pembelian adalah proses pemilihan atau pengambilan keputusan pembeli dalam menentukan keputusan untuk benar - benar membeli suatu barang atau jasa. Proses pengambilan keputusan pembelian suatu produk atau jasa juga diawali dari kesadaran diri sendiri akan pemenuhan kebutuhan atau keinginan. Sebelum dilakukan pengambilan keputusan untuk pembelian maka konsumen telah melewati tahapan dari pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, pembelian dan proses pasca pembelian (Agustina *et al.*, 2024).

Ferawati *et al.*, (2019) juga menyatakan keputusan pembelian terhadap suatu produk bisa dipengaruhi oleh perilaku konsumen. Dalam mengetahui perilaku konsumen terhadap pembelian suatu produk dibutuhkan proses, dikarenakan setiap saat perilaku manusia mengalami perubahan (Anggraini *et al.*, 2022).

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk menganalisis tahapan proses pengambilan keputusan konsumen dalam membeli buah jeruk lokal di Super Indo Tlogomas dan Bendungan Sutami Kota Malang.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Super Indo Tlogomas dan Bendungan Sutami Kota Malang. Pemilihan lokasi penelitian ini dilakukan secara sengaja (purposive). Penelitian ini dilakukan pada bulan Agustus – September 2024. Teknik penentuan sampel yang berdasarkan dengan kebetulan atau siapa saja yang bertemu dengan peneliti bisa dijadikan sebagai sampel, bila dipandang cocok sebagai sumber data. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Pengumpulan data menggunakan data primer yang didapat dari observasi, wawancara, pemberian kuesioner dan pengambilan dokumentasi. Serta didapatkan dari data sekunder yang didapatkan melalui jurnal, artikel, internet dan dokumen yang terkait dengan penelitian. Metode analisis yang digunakan adalah metode analisis deskriptif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Penelitian ini dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada 100 orang responden yang sedang melakukan pembelian Buah Jeruk Lokal di Super Indo Tlogomas dan Bendungan Sutami Kota Malang. Karakteristik responden digunakan bertujuan untuk mengetahui keragaman dari responden berdasarkan dari jenis kelamin, umur, pendidikan terakhir, jumlah anggota keluarga, pendapatan. Berikut ini akan dibahas mengenai kondisi dari masing masing klasifikasi responden.

Tabel 1. Karakteristik Responden

Karakteristik	Rata - Rata	Jumlah (Org)	Persentase (%)
Jenis Kelamin	Perempuan	95	95
Usia	21-45 tahun	69	69
Pendidikan Terakhir	SMA	55	55
Pekerjaan	Ibu Rumah Tangga	30	30
Pendapatan	1.500.000 - 2.499-000.	49	49
Anggota Keluarga	4	48	48

Sumber: Data Primer diolah (2024)

Berdasarkan Tabel 1 dapat diketahui bahwa dari 100 responden yang membeli Buah Jeruk Lokal di Super Indo Tlogomas dan Bendungan Sutami didominasi pada jenis kelamin perempuan yaitu sebanyak 95 orang (95%), Rata- Rata usia 21 -45 tahun sebanyak 69 orang (69), pendidikan rata-rata SMA sebanyak 55 orang (55%), dengan pekerjaan sebagai ibu rumah tangga yaitu sebanyak 30 orang (30%), dengan pendapatan rata-rata Rp 1.500.000 - 2.499-000 sebanyak 49 orang (49%), jumlah anggota keluarga rata – rata 4 anggota sebanyak 48 orang (48%).

Proses Keputusan Konsumen Dalam Melakukan Pembelian Buah Jeruk Lokal

keputusan pembelian adalah suatu proses penyelesaian masalah yang terdiri dari menganalisa atau pengenalan kebutuhan dan keinginan hingga perilaku setelah pembelian Kotler, (2005). Proses pengambilan keputusan konsumen dalam pembelian buah jeruk lokal di Super Indo Tlogomas dan Bendungan Sutami melewati beberapa tahapan yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, proses pembelian dan pasca pembelian.

1. Tahap Pengenalan Kebutuhan Buah Jeruk Lokal

Proses keputusan pembelian konsumen dalam memilih buah jeruk lokal diawali ketika konsumen mulai merasakan dan mengenali adanya kebutuhan akan suatu produk jeruk lokal dan berusaha untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Bagi masyarakat di Kota Malang, mengkonsumsi buah sudah menjadi hal yang biasa bagi mereka. Pengenalan kebutuhan konsumen dalam pembelian buah jeruk lokal dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 2. Pengenalan Kebutuhan

No	pengenalan kebutuhan	jumlah	persentase (%)
1	Manfaat		
	a. kesehatan tubuh	23	23
	b. sumber vitamin	45	45
	c. melancarkan pencernaan	32	32
	Total	100	100

Sumber: Data Primer diolah (2024)

Berdasarkan Tabel 2 pada tahap pengenalan kebutuhan, konsumen memutuskan untuk membeli buah jeruk lokal dengan berbagai manfaat diantaranya 23 % memilih karena buah

jeruk lokal bagus untuk kesehatan, sedangkan 45% membeli buah jeruk lokal karena banyak kandungan vitamin c dan antioksidan sehingga bagus untuk kekebalan tubuh, sedangkan 32% membeli buah jeruk lokal untuk melancarkan pencernaan karena buah jeruk tinggi akan kandungan vitamin c. Hal yang akan menyebabkan seseorang bersikap positif terhadap hal tersebut adalah adanya pengetahuan tentang manfaat suatu produk Ancok, (1997). Hal ini tidak sejalan dengan penelitian (Anggraini *et al.*, 2022), terdapat perbedaan pada tahapan pengenalan kebutuhan mengenai manfaat. pengenalan kebutuhan yang diperoleh pada penelitian N Anggraini yaitu mengutamakan motivasi pada tahap pengenalan kebutuhan.

2. Pencarian Informasi Buah Jeruk Lokal

Pada tahap ini, konsum mulai mencari informasi yang berkaitan dengan keunggulan dan kelemahan buah jeruk lokal yang akan dikonsumsi sehari-hari Perolehan informasi akan mempengaruhi konsumen untuk membeli buah jeruk lokal, sehingga pada akhirnya akan mempengaruhi keputusannya dalam pembelian buah jeruk lokal. Dalam proses pencarian informasi tentang suatu produk umumnya konsumen memperoleh informasi dari berbagai pihak atau sumberseperti keluar atau kerabat, teman dan media sosial.

Tabel 3. Pencarian Informasi

No	pencarian informasi	jumlah	persentase (%)
1	sumber informasi		
	a. keluarga	47	47
	b. teman	20	20
	c. media sosial	18	18
	d. diri sendiri	15	15
	Total	100	100

Sumber: Data Primer diolah (2024)

Berdasarkan Tabel 3 pada tahap informasi konsumen mendapatkan sumber tentang buah jeruk lokal dari orang terdekat konsumen. Konsumen buah jeruk lokal mendapat informasi berasal dari keluarga (47%) informasi yang diperoleh dari keluarga biasanya tentang manfaat, kegunaan dari buah jeruk lokal sedangkan dari teman sebanyak (20%). Sedangkan responden yang mendapatkan informasi dari diri sendiri sebanyak (18%) Sumber informasi kedua yang mempengaruhi konsumen buah jeruk lokal adalah sumber komersial yaitu sumber informasi yang berasal dari pihak yang mencari keuntungan. Konsumen mendapat informasi dari media social/ aplikasi my super indo yang menjadi member sebanyak (15%) Konsumen mengaku merasa tertarik membeli buah jeruk lokal setelah mendapatkan informasi yang cukup melalui media sosial ataupun aplikasi super indo.

Sumber informasi yang berasal dari teman atau keluarga merupakan sumber informasi yang paling dipercaya oleh konsumen, sebab mereka melihat sendiri buah jeruk lokal yang akan dibeli. Hal ini memiliki persamaan dengan penelitian (Anggraini *et al.*, 2022) menyebutkan bahwa sumber informasi responden sebelum melakukan pembelian sebagian besar berasal dari keluarga.

3. Evaluasi Alternatif Buah Jeruk Lokal

Pada tahap ini konsumen buah jeruk lokal mengevaluasi atau mempertimbangkan beberapa pilihan produk untuk memenuhi kebutuhannya dengan menentukan alternatif pilihannya yang sesuai dengan kriteria-kriteria tertentu yang relevan dengan keinginan dan kebutuhan untuk membuat keputusan pembelian. Berikut adalah tanggapan konsumen buah jeruk lokal pada tahapan evaluasi alternatif dalam proses pembelian buah jeruk lokal. Tabel 4. Evaluasi Alternatif

No	evaluasi alternatif	jumlah	persentase (%)
1	pertimbangan responden		
	a. harga	20	20
	b. kualitas	55	55
	c. kesegaran	25	25
	Total	100	100

Sumber: Data Primer diolah (2024)

Berdasarkan Tabel 4 Pada tahap evaluasi alternatif, kriteria yang menjadi pertimbangan konsumen dalam hal yang menjadi fokus perhatian utama konsumen evaluasi alternatif kualitas dari buah jeruk lokal sebanyak 55 responden atau 55% setuju hal yang menjadi evaluasi pertimbangan dalam melakukan pembelian buah jeruk lokal. Sedangkan untuk harga buah jeruk lokal sebagai dasar evaluasi alternatif pembelian sebanyak 20 responden yang setuju atau sebanyak 20% dari total keseluruhan responden. Buah jeruk lokal memiliki kandungan air yang banyak dan aromanya sangat khas. kesegaran dari buah jeruk lokal sebagai alternatif pertimbangan responden dalam melakukan keputusan pembelian sebanyak 25 responden atau 25% setuju bahwa kesegaran buah jeruk lokal sebagai dasar pertimbangan dalam melakukan pembelian buah jeruk lokal.

Hal ini tidak sejalan dengan penelitian (Anggraini *et al.*, 2022), terdapat perbedaan pada tahapan evaluasi alternatif mengenai kualitas produk. Evaluasi alternatif yang diperoleh pada penelitian Anggraini yaitu lebih mengutamakan harga dari pada kualitas produk.

4. Keputusan Pembelian Buah Jeruk Lokal

Pada tahap keputusan pembelian konsumen buah jeruk lokal akan memutuskan mengenai buah jeruk lokal yang akan dibeli dan dikonsumsi dalam rumah tangganya. Menurut (Engel *et al.*, 1995), niat pembelian digolongkan menjadi dua kategori yaitu pembelian terencana dan pembelian tidak terencana. Berikut adalah tanggapan konsumen buah jeruk lokal pada tahapan keputusan pembelian buah jeruk lokal.

Tabel. 5 Keputusan Pembelian

	keputusan pembelian	jumlah	persentase (%)
1	jenis keputusan		
	a. Terencana	73	73
	b. Tidak terencana	27	27
	Total	100	100

Sumber: Data Primer diolah (2024)

Berdasarkan Tabel 5 pada tahap proses keputusan pembelian buah jeruk lokal di super indo.

Keputusan pembelian produk buah jeruk lokal dilakukan secara terencana oleh konsumen sebesar 73%, dan sebesar 27% keputusan pembelian konsumen dilakukan secara tidak terencana. Konsumen melakukan pembelian buah jeruk lokal secara terencana karena sudah mempunyai informasi mengenai harga dan kualitas buah jeruk lokal yang diinginkan sehingga ketika akan melakukan pembelian konsumen sudah merencanakan terlebih dahulu bahwa akan membeli buah jeruk lokal di super indo. Hal ini sejalan dengan penelitian (Anggraini *et al.*, 2022) menyebutkan bahwa konsumen sudah berencana akan membeli produk yang diinginkan.

5. Pasca Pembelian Buah Jeruk Lokal

Tahapan ini merupakan proses yang dilalui oleh seluruh konsumen. Sesudah pembelian terhadap suatu produk yang dilakukan konsumen akan mengalami beberapa tingkat kepuasan atau ketidakpuasan. Konsumen tersebut juga akan terlibat dalam tindakan-tindakan sesudah pembelian dan penggunaan produk yang akan menarik minat pemasar. Pekerjaan pemasar tidak akan berakhir pada saat suatu produk dibeli, tetapi akan terus berlangsung hingga periode sesudah pembelian. Adapun hal yang berkaitan dengan evaluasi pasca pembelian dalam penelitian ini adalah tingkat kepuasan konsumen terhadap pembelian buah jeruk lokal di Super Indo.

Tabel 6. Pasca Pembelian

No	pasca pembelian	jumlah	persentase (%)
1	tingkat kepuasan membeli		
	a. puas	70	70
	b. tidak puas	0	0
	c. netral	30	30
	Total	100	100

Sumber: Data Primer diolah (2024)

Berdasarkan Tabel 6 proses perilaku pasca pembelian buah jeruk lokal di super indo bahwa sebanyak 70% konsumen merasa puas dan 30% konsumen merasa tidak puas terhadap buah jeruk lokal yang dijual di super indo. Menurut Kloter, (2007) kepuasan konsumen dipengaruhi oleh harapan mereka atas kualitas produk yang digunakan. Jika produk dapat memenuhi harapan konsumen maka pengaruh positif akan diberikan konsumen terhadap produk tersebut, namun sebaliknya jika produk gagal memenuhi harapan konsumen maka pengaruh negatif akan diberikan konsumen terhadap produk.

hal tersebut, dapat disimpulkan bahwa pada tahap pasca pembelian, sebagian konsumen merasa puas dan seluruh konsumen berencana untuk melakukan pembelian ulang buah jeruk lokal dimasa yang akan datang. Hal ini sejalan dengan penelitian (Anggraini *et al.*, 2022), yang mengatakan bahwa responden buah jeruk lokal menyatakan puas berbelanja di Super Indo dan berniat melakukan pembelian kembali.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan diperoleh kesimpulan sebagai berikut: Proses pengambilan keputusan konsumen dalam melakukan pembelian buah jeruk lokal di Super indo Tlogomas dan Bendungan Sutami terdapat beberapa tahap sebagai berikut. Pada tahap pengenalan kebutuhan dimana konsumen membeli buah jeruk lokal karena

manfaat. Pada tahap pencarian informasi, konsumen buah jeruk lokal mendapat informasi berasal dari keluarga. Pada tahap pemilihan alternatif indikator yang menjadi pertimbangan konsumen adalah kualitas produk. Proses keputusan konsumen dalam membeli buah lokal sebagian besar dilakukan secara terencana Sedangkan untuk pasca pembelian, konsumen merasa puas ketika membeli buah jeruk lokal di Super Indo.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, A., Arifin, Z., & Siswadi, B. (2024). Analisis Keputusan Konsumen dalam Pembelian Rujak Buah Segar (Studi Kasus: Rujak Njedir Kota Batu). *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, 12(06).
- Ancok, D. (1997). Teknik Penyusunan skala pengukuran. Yogyakarta: Pusat Penelitian Kependudukan Universitas Gadjah Mada.
- Anggraini, N., Yolandika, C., Utoyo, B., & Irawati, L. (2022). Proses pengambilan keputusan konsumen dalam pembelian produk lada di Provinsi Lampung. *Jurnal Agrisepe*, 23(1), 43-51.
- Azizah, D. I., Siswadi, B., & Maula, L. R. (2021). Analisis Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Cokelat. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, 9(2).
- Badan Pusat Statistik (2022). Produksi Buah-Buahan Indonesia Tahun 2022. *Badan Pusat Statistik*.
- Damanik, I. D. (2023). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Petani Jeruk Manis (Citrus Sinensis) Di Desa Barung Kersap Kecamatan Munte Kabupaten Karo* (Doctoral dissertation, Universitas Medan Area).
- Eldisthia, E., Muhaimin, A. W., & Setiawan, B. (2023). Pengaruh Atribut Produk, Sikap dan Minat Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Buah Jeruk Lokal di Kota Malang. *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 7(2), 427-435.
- Engel, J.F, dkk. (1994). *Perilaku Konsumen* (Terjemahan) Jilid 2. BinarupaAksara: Jakarta.
- Ferawati, F., Saadah, S., & Amrullah, A. (2019). Pengambilan keputusan konsumen pada pembelian beras di Kota Makassar. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 15(1), 1-16.
- Kartika, N. D., Hani, E. S., & Hartadi, R. (2010). Analisis Perilaku Konsumen Buah Di Pasar Tradisional Dan Pasar Modern Kecamatan Kaliwates, Kabupaten Jember. *JSEP (Journal of Social and Agricultural Economics)*, 4(1), 24-36.
- Kotler, Philip, (2005). *Manajemen Pemasaran*. Edisi kesebelas. Jilid 2. Edisi Bahasa Indonesia. Jakarta: Penerbit Indeks
- Kotler, Philip ,2007. *Manajemen Pemasaran*. Terjemahan. Edisi 10. Jakarta: Erlangga

- Kusmiyati, Rasmi, C. A., Sedijani, P., & Khairuddin. (2022). Penyuluhan Tentang Pentingnya Konsumsi Buah Untuk Menjaga Imunitas Tubuh. Pengabdian Magister Pendidikan IPA, 2
- Lina, R., & Sitohang, S. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Somethinc (Studi Pada Mahasiswa Stiesia Surabaya). *Jurnal Pengetahuan dan Penelitian Manajemen (JIRM)*, 12 (7).
- Sutarni, S., Irawati, L., Unteawati, B., & Yolandika, C. (2018). Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Sayuran Hidroponik di Kota Bandar Lampung. *Journal of Food System and Agribusiness*.