

ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP PEMBELIAN DURIAN LOKAL DI KOTA SEMARANG

THE CONSUMER PREFERENCE ANALYSIS OF LOCAL DURIAN PURCHASES IN SEMARANG CITY

Vita Kusuma Mulyasari^{1*}, E. Prasetyo¹ dan D. Sumarjono¹

¹Program Studi Agribisnis Fakultas Peternakan dan Pertanian
Universitas Diponegoro

*Penulis korespondensi: kusumatoon@gmail.com

ABSTRACT

The research to analyze the characteristics of local durian fruit consumers and analyze the preferences of local durian fruit consumers in the city of Semarang. The study was conducted in the city of Semarang on November 1, 2018 - January 3, 2019. The study used a survey method with a quota number of samples determined by 100 respondents of local durian consumers in Semarang who were selected using the accidental sampling method. The analysis used was chi square analysis and conjoined analysis. The results of the chi square analysis show that there is a relationship between the number of family members with the amount of expenditure for durian purchases in 1 year and the relationship between the work and the number of purchases. The results of conjoined analysis show that consumers prefer local durian which has a large-sized, slightly stinging and sweet taste. The most important factor in durian fruit for consumers seen from the importance values is size (41.063%) and taste (40.169%). Not so important attributes are aroma of 18.768%.

Keywords: *consumer preferences, purchasing local durian, Semarang City*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis karakteristik konsumen buah durian lokal dan menganalisis preferensi konsumen buah durian lokal di kota Semarang. Penelitian dilakukan di kota Semarang pada tanggal 1 November 2018 – 3 Januari 2019. Penelitian menggunakan metode survei dengan jumlah sampel ditentukan secara quota sebanyak 100 responden konsumen durian lokal di Semarang yang dipilih menggunakan metode pengambilan sampel *accidental sampling*. Analisis yang digunakan yaitu analisis chi square dan analisis konjoin. Hasil analisis chi square menunjukkan bahwa adanya hubungan antara jumlah anggota keluarga dengan jumlah pengeluaran untuk pembelian durian dalam 1 tahun dan hubungan antara pekerjaan dengan jumlah pembelian durian dalam 1 tahun. Hasil analisis konjoin menunjukkan bahwa konsumen lebih menyukai durian lokal yang memiliki ciri berukuran besar, beraroma agak menyengat dan memiliki rasa manis. Atribut yang paling penting pada buah durian bagi konsumen dilihat dari nilai *importance values* adalah ukuran (41,063 %) dan rasa (40,169 %). Atribut yang tidak begitu penting yaitu aroma sebesar 18,768 %.

Kata kunci: *preferensi konsumen, pembelian durian lokal, Kota Semarang*

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara tropik yang memiliki kekayaan alam yang melimpah. Tanahnya mampu menumbuhkan berbagai macam jenis tanaman sayuran dan buah. Jenis buah-buahan yang cukup terkenal di seluruh Indonesia diantaranya durian. Tiap jenis durian memiliki ciri-ciri tersendiri mulai dari ukuran buah, ukuran daging, warna daging, warna kulit durian, banyaknya pongge durian hingga rasa durian. Tanaman buah durian tersebar di pulau Jawa, Sumatera dan Kalimantan. Setiap pulau memiliki berbagai macam durian yang khas. Di pulau Sumatra terkenal dengan durian Medan yang memiliki daging buah yang tebal dan bau yang menyengat. Di pulau Jawa terutama provinsi Jawa Tengah terkenal durian petruk. Nama durian petruk terdapat di berbagai daerah seperti Jepara, Gunungpati, Ungaran dan Pekalongan. Durian petruk yang unggul yaitu dari Jepara. Bibit durian petruk Jepara memiliki ciri daun melebar, ujung daun meruncing, permukaan daun bagian atas berwarna hijau dan bagian bawah berwarna coklat (Setiadi, 2008). Nama petruk diambil dari penemu durian yang bernama Pak Petruk dari kota Jepara. Masyarakat Semarang yang menyukai buah durian cukup banyak dilihat dari jumlah durian yang terjual di Festival Durian Kota Semarang tahun 2017 sebanyak 45.000 buah durian (Kompas, 2017). Konsumen memilih buah durian karena aromanya yang khas serta memiliki cita rasa yang tinggi oleh sebab itu banyak petani yang menanam durian karena banyak peminatnya. Indonesia mampu memproduksi buah durian sebanyak 500-700 ton per tahun pada tahun 2011 (Badan Litbang Pertanian, 2012).

Kota Semarang memiliki jumlah penduduk yang paling banyak pada tahun 2017 diantara kota-kota di provinsi Jawa Tengah (Magelang, Surakarta, Salatiga, Pekalongan dan Tegal) sebesar 1.757.686 jiwa serta memiliki khas durian tersendiri. Kota Semarang mampu memproduksi durian pada tahun 2015 sebesar 24.024 kuintal (Badan Pusat Statistik, 2018). Diantara kota di Jawa tengah seperti Magelang, Surakarta, Salatiga, Pekalongan dan Tegal, kota Semarang yang paling tinggi produksinya. Tidak kalah dengan daerah lain, Kota Semarang memiliki jenis buah durian unggul. Jenis durian unggul tersebut diantaranya durian gatot, kholil, roti, satria, temanggung (Redaksi Trubus, 2012). Tingginya jumlah penduduk kota Semarang diiringi oleh banyaknya konsumen buah durian lokal. Semakin banyak jumlah konsumen maka semakin beragam pula preferensi masing-masing konsumen terhadap buah durian lokal. Untuk mengetahui preferensi konsumen buah durian lokal di kota Semarang maka dilakukan penelitian tentang preferensi konsumen buah durian lokal di kota Semarang. Tujuan penelitian ini adalah 1) Menganalisis karakteristik konsumen buah durian di kota Semarang. 2) Menganalisis preferensi konsumen buah durian di kota Semarang.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan pada tanggal 1 November 2018 – 3 Januari 2019. Lokasi penelitian di kota Semarang. Penentuan lokasi dilaksanakan secara sengaja, karena didasarkan pada pertimbangan kota Semarang merupakan kota metroplitan di provinsi Jawa Tengah sebagai sentra produksi dan pengembangan buah durian sehingga tingkat konsumsi buah durian cukup tinggi serta memiliki buah durian lokal yang khas.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Penelitian survei merupakan penelitian yang mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok. Tujuan dari survei adalah untuk mendapatkan gambaran yang mewakili suatu daerah dengan benar (Sugiyono, 2010).

Metode yang digunakan dalam penentuan jumlah sampel yaitu quota sampling sebanyak 100 konsumen buah durian sebagai responden. Penelitian ini menggunakan quota sampling karena tidak diketahui jumlah konsumen buah durian yang ada di Semarang. penelitian deskriptif membutuhkan sampel minimal sebanyak 100 orang (Fraenkel dan Wallens, 1993).

Metode yang akan digunakan dalam pengambilan sampel yaitu *accidental sampling*. *Accidental sampling* merupakan teknik menentukan sampel berdasarkan kebetulan serta konsumen yang sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan oleh peneliti (Sugiyono, 2009).

Metode pengumpulan data dengan cara mewawancarai responden secara langsung dengan menggunakan daftar pertanyaan yang telah dipersiapkan sebelumnya sebagai data primer, dan mengumpulkan data pada Balitbang Pertanian, buku, penelitian terdahulu serta internet sebagai data sekunder.

Kuesioner yang digunakan pada penelitian ini berisi tentang karakteristik responden, pengambilan keputusan dan preferensi konsumen. Pengukuran instrumen penelitian pada preferensi menggunakan skala likert yaitu skoring 1 sampai 5. Preferensi konsumen dilihat dari tingkat kesukaan konsumen terhadap ukuran, aroma dan rasa durian melalui memberikan angka skor pada tiap kolom dengan ketentuan 1: Sangat Tidak Suka, 2: Tidak Suka, 3: Netral, 4: Suka, 5: Sangat Suka

Metode analisis data yang digunakan adalah mengolah data secara deskriptif yaitu chi square untuk menganalisis karakteristik konsumen dan proses pengambilan serta konjoin untuk menganalisis preferensi konsumen. Variabel yang akan dianalisis melalui chi square yaitu hubungan antara jumlah anggota keluarga dengan jumlah pengeluaran pembelian buah durian dalam 1 tahun dan pekerjaan dengan jumlah pembelian buah durian. Hasil chi square dilihat dari nilai signifikansi. Apabila nilai signifikansi Chi-Square $< 0,05$ atau nilai Chi-Square hitung lebih besar ($>$) dari nilai Chi-Square *table* maka tolak hipotesis nol (H_0). Artinya terdapat hubungan antara baris dengan kolom (Eriyanto, 2011). Analisis konjoin digunakan untuk mengetahui tingkat kepentingan relative berdasarkan preferensi konsumen. Menganalisis melalui konjoin dilihat pada nilai utility. Nilai *utility* bernilai positif menunjukkan tingkat kesukaan konsumen sedangkan nilai utility semakin rendah atau negatif menunjukkan semakin rendah pula tingkat kesukaan konsumen (Supandi, 2012).

HASIL DAN PEMBAHASAN

***Crosstab* dan *Chi-Square* Jumlah Anggota Keluarga dengan Jumlah Pengeluaran Pembelian Durian Dalam 1 Tahun**

Tabel 1. menunjukkan bahwa besar pengeluaran responden dalam membeli buah durian setara dengan jumlah, jenis dan besar kecilnya durian lokal yang dibeli. Pengeluaran responden dihitung dalam 1 tahun karena durian panen hanya 1 kali dalam setahun. Jumlah konsumen dengan jumlah anggota keluarga 3 orang mayoritas mengeluarkan biaya untuk membeli durian pada setahun yang lalu pada golongan antara Rp 25.000 sebanyak 9 responden (40,9 %). Konsumen dengan jumlah anggota keluarga 4 orang mayoritas mengeluarkan biaya untuk membeli durian pada golongan antara Rp 26.000 – 35.000 sebanyak 23 responden (47,9 %). Konsumen dengan jumlah anggota keluarga 5 orang mayoritas mengeluarkan biaya untuk membeli durian pada golongan antara Rp 36.000 – 45.000 sebanyak 12 responden (63,1 %). Konsumen dengan jumlah anggota keluarga 5 orang mayoritas mengeluarkan biaya untuk membeli durian pada golongan antara Rp 46.000 – 55.000 sebanyak 3 responden (50 %).

Konsumen dengan jumlah anggota keluarga 5 orang mayoritas mengeluarkan biaya untuk membeli durian pada golongan > Rp 56.000 sebanyak 3 responden (60 %). Hal ini secara keseluruhan dapat diketahui bahwa semakin banyak jumlah keluarga maka semakin besar pula pengeluaran biaya yang akan dikeluarkan. Penelitian Nurdin (2007) mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat preferensi konsumen buah di pasar Cibinong kecamatan Cibinong Kabupaten Bogor menyatakan bahwa semakin banyak jumlah anggota keluarga maka semakin besar preferensi konsumen terhadap buah. Hal ini sebanding dengan pengeluaran yang dikeluarkan oleh keluarga.

Tabel 1. Analisis Crosstab Jumlah Anggota Keluarga dengan Jumlah Pengeluaran Pembelian Durian

Jumlah Anggota Keluarga (Orang)	Jumlah Pengeluaran (Rp)					Total
	25.000	26.000-35.000	36.000- 45.000	46.000-55.000	> 56.000	
3	9	5	3	1	4	22
4	0	23	7	8	10	48
5	2	0	12	0	5	19
6	0	1	1	3	1	6
>6	2	0	0	0	3	5
Total	13	29	23	12	23	100
		Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)		
Pearson Chi-Square		68,966 ^a	16	0,000		

Tabel 1. nilai signifikasi Chi-Square antara jumlah anggota keluarga dengan jumlah pengeluaran buah durian adalah $\alpha < 0,05$ maka H_0 ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa ada hubungan antara jumlah anggota keluarga dengan jumlah pengeluaran durian. Hal ini menunjukkan bahwa semakin sedikit jumlah keluarganya maka akan semakin sedikit pula pengeluaran untuk membeli buah durian. Pengeluaran akan setara dengan kebutuhan keluarga. Keluarga dengan jumlah anggota yang sedikit maka kebutuhannya pun akan lebih sedikit dibandingkan dengan kebutuhan keluarga yang memiliki anggota lebih banyak. Buah durian yang di beli setiap keluarga dalam satu tahun bermacam macam contohnya ada keluarga yang membeli durian dengan harga Rp 25.000 tetapi jumlah buah yang dibeli lebih dari 1 dalam satu tahun, adapula keluarga yang membeli buah durian dengan harga >56.000 tetapi hanya membeli 1 buah. Membeli durian juga memperhatikan banyaknya pongge atau daging buah. Semakin banyak jumlah anggota maka semakin banyak jumlah pongge atau daging buah yang dibutuhkan serta setara dengan pengeluaran yang akan dikeluarkan. Menurut penelitian Retnaningsih *et all.* (2013) mengenai Analisis Perilaku Pembelian Buah di Perdesaan dan Perkotaan menyatakan bahwa besar keluarga memiliki pengaruh yang signifikan yang positif pada jumlah buah yang dibeli sehingga meningkatkan pengeluaran.

Crosstab dan Chi-Square Pekerjaan dengan Jumlah Pembelian Durian Dalam 1 Tahun

Tabel 2. menunjukkan bahwa jumlah konsumen yang bekerja sebagai PNS/TNI mayoritas membeli durian dalam 1 tahun membeli berjumlah 2 buah sebanyak 3 responden. Konsumen yang bekerja sebagai wiraswasta mayoritas membeli durian dalam 1 tahun membeli berjumlah 2 buah sebanyak 18 responden. Konsumen yang bekerja sebagai pegawai mayoritas membeli durian dalam 1 tahun membeli berjumlah 4 buah sebanyak 6 responden. Konsumen yang merupakan mahasiswa mayoritas membeli durian dalam tiap kali membeli berjumlah 1 buah sebanyak 24 responden. Konsumen yang merupakan ibu rumah tangga mayoritas membeli durian dalam 1 tahun membeli berjumlah 2 buah sebanyak 4 responden. Hal ini secara keseluruhan dapat diketahui bahwa responden yang belum berpenghasilan atau masih berstatus pelajar/mahasiswa mayoritas lebih sedikit dalam membeli buah durian dibandingkan dengan yang telah berpenghasilan karena secara umum seorang pelajar/mahasiswa membeli buah durian dengan harga relatif murah dan hanya untuk dirinya sendiri. Hal ini sesuai dengan penelitian Kartika *et all.* (2010) mengenai analisis perilaku konsumen buah di pasar tradisional dan pasar modern kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember menyatakan bahwa konsumen yang berstatus pekerjaan tetap lebih cocok membeli buah di pasar modern karena kualitas buah yang ditawarkan baik dan lebih memiliki *prestise* sehingga lebih banyak membeli buah untuk kesehatan sedangkan konsumen yang membeli buah di pasar tradisional yaitu konsumen yang merupakan pelajar/mahasiswa karena murah dan dapat ditawarkan serta hanya untuk kesenangan pribadi. Diperkuat oleh Januarti *et all.* (2015) menyatakan bahwa pembeli buah terbanyak diantara ibu rumah tangga, wiraswasta, PNS, mahasiswa dan pegawai yaitu pegawai.

Tabel 2. Analisis Crosstab Pekerjaan dengan Jumlah Pembelian Buah Durian dalam 1 Tahun

Pekerjaan	Jumlah Pembelian (Per Buah)					Total
	1	2	3	4	≥ 5	
PNS/TNI	2	3	0	1	0	6
Wiraswasta	2	18	3	1	1	25
Pegawai	3	5	2	6	2	18
Pelajar/Mahasiswa	24	11	4	1	3	43
Ibu Rumah Tangga	1	4	1	1	1	8
Total	32	41	10	10	7	100
	Value		df		Asymp. Sig. (2-sided)	
Pearson Chi-Square	39,658 ^a		16		0,001	

Tabel 2. menunjukkan nilai signifikansi Chi-Square antara pekerjaan dengan jumlah pembelian durian adalah $\alpha < 0,05$ maka H_0 ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa ada hubungan antara pekerjaan dengan jumlah pembelian durian. Hal ini menunjukkan bahwa jika responden tersebut belum atau tidak memiliki penghasilan seperti responden yang sebagai mahasiswa maka akan membeli buah durian dengan jumlah yang sedikit seperti hanya membeli 2 buah saja. Semakin banyak buah durian yang dibeli maka akan semakin banyak pengeluarannya oleh sebab itu hal tersebut berhubungan dengan kemampuan konsumen dalam membeli dan kebutuhannya. Penelitian Sari (2015) mengenai pengambilan keputusan konsumen dalam pembelian buah-buahan di toko buah sekitar pasar induk buah dan sayur Gemah Ripah

menyatakan bahwa pekerjaan memiliki hubungan dengan jumlah pendapatan per bulan yang diterima sehingga juga berhubungan dengan jumlah pembelian.

Proses Keputusan Pembelian Durian Lokal

Pertimbangan Sebelum Membeli Durian

Pertimbangan responden sebelum membeli durian lokal terbanyak pada Tabel 3 yaitu rasa dengan jumlah responden dalam persentase sebesar 81 %. Pertimbangan lainnya secara berurutan harga sebesar 13%, jenis durian sebesar 4%, serta ukuran durian sebesar 2%. Konsumen lebih mempertimbangkan rasa daripada harga, jenis serta ukuran dalam memilih durian lokal. Konsumen lebih mempertimbangkan rasa karena menurut konsumen rasa adalah hal yang utama untuk membandingkan durian satu dengan yang lainnya selanjutnya yang akan dibandingkan oleh konsumen yaitu harga, jenis durian dan ukuran. Durian yang memiliki harga, jenis dan ukuran yang sama terkadang bisa berbeda tingkat rasa manis dan pahitnya. Hal tersebut sedikit berbeda dengan penelitian Pricilia (2016) mengenai Analisis Perilaku Konsumen Dalam Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Di Sop Duren Lodaya Bantarjati Kota Bogor menyatakan bahwa responden mayoritas dalam persentase sebesar 54% memilih mempertimbangkan rasa, sisanya memilih keragaman sebesar 24%, responden yang memilih harga sebesar 13%, responden dengan memilih suasana sebesar 7% serta responden yang memilih lainnya sebesar 2%.

Tabel 3. Jumlah dan Persentase Pertimbangan Sebelum Membeli Durian Lokal

No.	Pertimbangan Sebelum Membeli	Jumlah Responden ------(orang)-----	Persentase ------(%)-----
1.	Harga	13	13
2.	Rasa	81	81
3.	Jenis Durian	4	4
4.	Kandungan Gizi	0	0
5.	Ukuran	2	2
	Jumlah	100	100

Jika Jenis Durian Tidak Tersedia

Keputusan responden jika jenis durian lokal yang dicari tidak tersedia terbanyak pada Tabel 4 adalah dengan memilih durian lain yang tidak sejenis dalam persentase sebesar 38%, sisanya responden memilih mencari ke tempat lain sebesar 35%, responden yang memilih durian lain namun sejenis sebesar 19%, responden yang memilih tidak jadi membeli sebesar 5% dan responden yang memilih menunggu buah tersebut ada sebesar 3%. Hal ini secara keseluruhan dapat dilihat mayoritas responden akan tetap membeli durian lain dengan tetap membandingkan antar buah durian yang ditawarkan oleh penjual sesuai dengan selera masing-masing konsumen. Membeli durian lain dan tidak sejenis dilakukan oleh konsumen jika jenis durian yang dicari tidak ada merupakan eksperimen konsumen dengan asumsi agar bisa mendapatkan durian yang memiliki rasa sesuai selera konsumen dengan harga yang lebih murah. Penelitian Muzdalifah (2012) mengenai Kajian Preferensi Konsumen Terhadap Buah-

Buahan Lokal Di Kota Banjarbaru menyatakan bahwa konsumen akan memiliki keinginan untuk mencoba mengkonsumsi buah jenis lain untuk memuaskan kebutuhan serta keinginan. Konsumen mencoba buah jenis lain dalam skala kecil artinya setelah melalui tahap-tahap pemilihan buah, konsumen harus menentukan pilihan setelah dipertimbangkan.

Tabel 4. Jumlah dan Persentase Jika Jenis Durian Lokal Tidak Tersedia

No.	Jika Jenis Durian Tidak Tersedia	Jumlah Responden ------(orang)-----	Persentase ------(%)-----
1.	Durian lain yang sejenis	19	19
2.	Durian lain yang tidak sejenis	38	38
3.	Mencari ke tempat lain	35	35
4.	Tidak jadi membeli	5	5
5.	Menunggu buah tersebut ada	3	3
Jumlah		100	100

Preferensi Konsumen Terhadap Durian Lokal

Tabel 5. menunjukkan bahwa atribut ukuran yang besar memiliki nilai utilitas positif yaitu 0,194. Hal tersebut menunjukkan bahwa konsumen lebih memilih durian lokal dengan ukuran besar daripada ukuran kecil. Aroma yang agak menyengat memiliki nilai utilitas yang positif yaitu 0,024 artinya konsumen lebih menyukai durian yang memiliki aroma agak menyengat. Atribut rasa manis juga memiliki nilai utilitas yang positif yaitu 0,421 artinya konsumen lebih memilih durian lokal dengan rasa manis sehingga secara keseluruhan konsumen lebih menyukai durian lokal yang memiliki ciri berukuran besar, beraroma agak menyengat dan memiliki rasa manis. Hal ini dikaenakan konsumen menginginkan jumlah pongge yang banyak, aroma yang tidak akan terlalu meninggalkan bau menyengat ditangan ketika dikonsumsi serta rasa manis bukan manis pahit karena pada umumnya beberapa durian yang memiliki rasa manis pahit adalah durian yang sudah terlalu matang sehingga mengeluarkan alkohol yang memicu rasa pahit pada durian.

Tabel 5. Hasil Analisis Konjoin

	Atribut	Utility Estimate	Std. Error
Ukuran	Besar	0,194	0,066
	Kecil	-0,247	0,077
	Sedang	0,052	0,077
Aroma	Menyengat	-0,024	0,049
	Agak menyengat	0,024	0,049
Rasa	Manis	0,421	0,049
	Manis pahit	-0,421	0,049

(Constant)	3,375	0,052
------------	-------	-------

Menurut Putri *et. all* (2012) menyatakan bahwa konsumen dapat membuat pilihan secara rasional, mereka yang memilih barang untuk memaksimalkan kepuasan yang dapat mereka raih dengan anggaran terbatas yang mereka miliki untuk proses pembelian barang maupun jasa yang mereka inginkan. Pada Tabel 6 dapat diketahui bahwa atribut yang paling penting yaitu ukuran dan rasa. Atribut ukuran dan rasa memiliki selisih nilai *Importance Values* yang tidak banyak yakni ukuran (41,063 %) dan rasa (40,169 %). Atribut yang tidak begitu penting yaitu aroma sebesar 18,768 %. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen menganggap atribut ukuran dan rasa merupakan atribut yang sama-sama penting dalam membeli durian dibandingkan dengan aroma. Hal ini sedikit berbeda dengan penelitian Pasaribu *et all.* (2015) mengenai Analisis *Conjoint* Terhadap Preferensi Konsumen Pada Buah Durian Di Kota Medan menyatakan bahwa nilai kepentingan atribut dari tertinggi hingga terendah dalam persentase yaitu cita rasa (23,204%), bobot (10,635%). Dan yang terakhir aroma (5,739%). Hal ini menunjukkan bahwa menurut konsumen cita rasa buah durian sebagai faktor terpenting.

Tabel 6. *Importance Values* Atribut Durian Lokal

No	Atribut	Persentase ------(%)-----
1.	Ukuran	41,063
2.	Aroma	18,768
3.	Rasa	40,169

KESIMPULAN DAN SARAN

Terdapat hubungan antara jumlah anggota keluarga dengan jumlah pengeluaran untuk pembelian durian lokal dalam 1 tahun serta terdapat hubungan antara pekerjaan dengan jumlah pembelian durian lokal dalam 1 tahun. Hasil dari analisis konjoin konsumen lebih menyukai durian lokal yang memiliki ciri berukuran besar, beraroma agak menyengat dan memiliki rasa manis. Atribut yang paling penting pada buah durian bagi konsumen melalui dilihat dari nilai *Importance Values* adalah ukuran (41,063 %) dan rasa (40,169 %). Atribut yang tidak begitu penting yaitu aroma sebesar 18,768 %.

Sebaiknya Pemerintah Kota Semarang agar dapat meningkatkan sosialisasi terhadap petani durian di kota Semarang, tidak hanya mengenai pembibitan durian hingga pasca panen namun juga pemasaran setelah memanen buah durian. Harapannya buah durian lokal khas Semarang dapat terus berkembang pemasarannya hingga mampu bersaing di dunia globalisasi. Pada petani durian lokal khas Semarang perlu mempertahankan kualitas buah durian dari hulu ke hilir sehingga mampu bersaing dengan produk lain hingga ke mancanegara.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiyoga, W. dan Normalinda. 2012. Analisis konjoin preferensi konsumen terhadap atribut produk kentang, bawang merah, dan cabai merah. *J. Hortikultura*. 22 (3): 292-302.
- Arlofa, N. 2015. Uji kandungan senyawa fitokimia kulit durian sebagai bahan aktif pembuatan sabun. *J. Chemtech*. 1 (1): 18-22.
- Ashari, Sumeru. 2017. *Durian King of the Fruits*. UB Press, Malang.
- Balido, M. R. A. S.R. 2017. Analisis Kepuasan Konsumen di Dapur Mpok Duren Yogyakarta. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Skripsi
- Eriyanto. 2011. Pengantar Metodologi Untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya. Prenadamedia Group, Jakarta.
- Fraenkel, R.J. dan Wallen N.E. 1993. *How to design and evaluate research in education*. McGraw-Hill, New York.
- Gardjito, M. dan Yuliana R. S. 2018. Fisiologi Pasca Panen Buah dan Sayur. Gajah Mada University Press, Yogyakarta.
- Heryanah. 2016. Ketahanan pangan rumah tangga di Jawa Barat. *J. Populasi*. 24 (2): 8099
- Irwan. 2018. *Dinamika dan Perubahan Sosial Pada Komunitas Lokal*. Deepublish, Yogyakarta.
- Januarti, R., Lily F. Sinar I. K. 2015. Analisis keputusan konsumen membeli buah di pasar modern Di Kota Medan. *J. Sosial Ekonomi Pertanian*. 4 (9): 1-11.
- Kartika, N. D., Evita S. H., Rudi H. 2010. Analisis perilaku konsumen buah di pasar tradisional dan pasar modern Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember. *J. Sosial Ekonomi Pertanian*. 4 (1): 24-36
- Kotler, P. dan K.L. Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Erlangga, Jakarta.
- Kusumaningtyas, R.D., Hardi S., Ria W. 2017. Pengolahan limbah durian di wilayah Gunungpati menjadi biopestisida yang ramah lingkungan. *J. Rekayasa*. 15 (1): 38-43.
- Marbun, D., Basuki S. P., Melli S. 2015. Analisis persepsi, sikap dan perilaku konsumen terhadap pancake durian (studi kasus: pancake durian produksi Celebrity Pancake). *J. Agrisepe*. 15 (2): 215-226.
- Musdalifah. 2012. Kajian preferensi konsumen terhadap buah-buahan lokal di Kota Banjarbaru. *J. Agribisnis Pedesaan*. 2 (4): 297-309.
- Nurdin, M, 2007. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Preferensi Konsumen Buah Di Pasar Cibinong Kecamatan Cibinong Kabupaten Bogor. Universitas Gajah Mada. Skripsi.
- Pasaribu, E. S., Salmiah, Kelin T. 2015. Analisis *conjoint* terhadap preferensi konsumen pada buah durian di Medan. *J. Sosial Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*. 3 (9): 1-12.
- Pricilia, D. P. 2016. Analisis Perilaku Konsumen Dalam Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Di Sop Duren Lodaya Bantarjati Kota Bogor. Institut Pertanian Bogor. Skripsi.
- Priyatno, D. 2011. *Buku Saku Analisis Statistik Data SPSS*. Yogyakarta, Mediakom.
- Purnaya, I. G. K. 2016. *Ekonomi dan Bisnis*. Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Redaksi Trubus. 2012. *Dunia Durian*. PT Trubus Sawadaya, Depok.
- Retnaningsih, Parhati, Simanjuntak. 2013. Analisis perilaku pembelian buah di pedesaan dan perkotaan. *J. Ilmu Keluarga dan Konsumen*. 6 (2): 127-136.

- Sangadji, Etta M., Sopiah. 2013. *Consumer Behavior: Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta, Erlangga.
- Santoso, S. 2016. *Panduan Lengkap SPSS versi 23*. PT Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Sari, A. R. 2015. *Pengambilan Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Buah- Buah Di Toko Buah Sekitar Pasar Induk Buah Dan Sayur Gemah Ripah*. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Skripsi.
- Sayyidah B. E., Soetrisno, Raharto S. 2017. Karakteristik dan preferensi konsumen durian lokal di Kabupaten Jember. *J. Agribest*. **1** (2): 125-135.
- Setiadi. 2008. *Bertanam Durian*. Penebar Swadaya, Jakarta.
- Setiadi, N.J. 2010. *Perilaku Konsumen Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*. Kencana, Jakarta.
- Sobir dan Rodame M. N. 2010. *Durian Unggul*. Penebar Swadaya, Jakarta.
- Suci, D. W., Eliza, Envy M. 2014. Pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan konsumen dalam pembelian buah dan sayur sistem ritel di Pasar Buah Pekanbaru. *J. Faperta*. **1** (2): 1-15
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta, Bandung.
- Tirtawinata, M.R., Panca J. S., Leni H. A. 2016. *Pengetahuan Dasar untuk Pecinta Durian*. AgriFlo, Jakarta.
- Wibowo E. dan Setyaningsih S.U. 2012. Hubungan karakteristik konsumen dengan karakteristik konsumen di warung lesehan di Kota Surakarta. *J. Ekonomi dan Kewirausahaan*. **2** (2): 157-165.
- Widyasari, A. Z. 2011. *Analisis Karakteristik dan Persepsi Konsumen Beras Kemasan Manufacture Bran Serta Pengaruhnya Terhadap Jumlah Pembelian*. Skripsi.
- Zakiah. 2012. Preferensi dan permintaan kedelai pada industri dan implikasinya terhadap manajemen usaha tani. *J. pertanian*. **28** (1): 77-84.