

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan terkait preferensi konsumen terhadap keputusan pembelian buah anggur di Agrowisata Unggul Farm, serta hasil analisis statistik menggunakan uji analisis *conjoint*, maka terdapat beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Atribut yang menjadi pertimbangan konsumen dalam melakukan pembelian buah anggur di Agrowisata Unggul Farm diantaranya adalah jenis buah anggur, ukuran buah, rasa, harga, dan warna kulit buah. Berdasarkan hasil analisis *conjoint* menunjukan bahwa karakteristik buah anggur yang disukai konsumen adalah jenis anggur hitam, rasa manis, harga murah, tekstur sedikit air, ukuran besar, dan warna kulit cerah.
2. Atribut yang paling dipertimbangkan oleh konsumen dalam keputusan pembelian buah anggur adalah jenis buah. Hal ini ditunjukkan oleh nilai kepentingan (*importance value*) sebesar 51,652%. Hasil tersebut menunjukkan bahwa jenis buah anggur merupakan faktor utama yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen karena dapat mencerminkan karakteristik produk yang diinginkan, seperti rasa, ukuran, dan kualitas buah.
3. Jenis buah anggur yang paling diminati oleh konsumen di Agrowisata Unggul Farm adalah anggur hitam. Hal tersebut ditunjukkan oleh nilai utilitas (*utility value*) tertinggi yaitu sebesar 0,298 dibandingkan dengan jenis anggur hijau (-0,168) dan anggur merah (-0,466). Dengan demikian, anggur hitam merupakan jenis buah anggur yang paling diminati oleh konsumen di Agrowisata Unggul Farm Malo Bojonegoro.

6.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian tentang preferensi konsumen terhadap keputusan pembelian buah anggur di Agrowisata Unggul Farm Malo Bojonegoro, maka saran yang diberikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi Agriwisata Unggul Farm Malo Bojonegoro, disarankan untuk lebih memprioritaskan budidaya dan ketersediaan buah anggur hitam karena jenis tersebut paling diminati oleh konsumen. Selain itu, pengelola perlu mempertahankan dan meningkatkan kualitas buah sehingga kepuasan konsumen dapat terjaga dan berpotensi meningkatkan penjualan buah anggur.
2. Bagi pengelola dalam kegiatan pemasaran, disarankan untuk menonjolkan atribut-atribut yang disukai konsumen, terutama jenis anggur hitam sebagai produk unggulan. Strategi promosi dapat difokuskan pada keunggulan produk, seperti rasa yang manis, ukuran buah yang besar, dan kualitas buah yang baik, sehingga dapat meningkatkan minat konsumen serta memperluas pangsa pasar.
3. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk melakukan pengembangan penelitian dengan menambah atribut lain yang dapat mempengaruhi preferensi konsumen, seperti aroma, tingkat kesegaran, dan kandungan gizi. Selain itu, dapat memperluas objek penelitian agar hasil dapat digunakan sebagai perbandingan dalam kajian preferensi konsumen terhadap buah anggur.

DAFTAR PUSTAKA

- Abda'u, Arifin, & Ibnu. (2021). *Preferensi Konsumen Terhadap Buah-Buahan di Kota Bandar Lampung*. 9(1), 301–308.
- Ahar, H. M., Yoesdiarti, A., & Arsyad, A. (2022). *Preferensi Konsumen Terhadap Atribut Buah Pepaya (Carica papaya L.) di Pasar Tradisional Kota Bandar*. VIII(April), 1–12.
- Aiman, A., Handaka, A. A., & Lili, W. (2017). Analisis Preferensi Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Membeli Produk Olahan Perikanan Di Kota Tasikmalaya (Studi Kasus Di Pasar Tradisional Cikurubuk, Kec. Mangkubumi). *Jurnal Perikanan Dan Kelautan*, 8(1), 146–156. <https://jurnal.unpad.ac.id/jpk/article/view/13902>
- Basya, F. (2018). *Analisis preferensi konsumen terhadap keputusan menggunakan jasa kursus bahasa inggris*.
- BPS. (2024). Statistik Konsumsi Buah. *Badan Pusat Statistik*.
- Dewi, F., Anggraini, P., Ana, V., Setyawati, V., Dian, U., & Semarang, N. (2022). *Pembelajaran Statistika Menggunakan Software SPSS untuk Uji Validitas dan Reliabilitas*. 6(4), 6491–6504.
- Fadilah, N., & Mutiarasari, N. R. (2024). *Preferensi Konsumen Terhadap Pembelian Buah Golden Melon (Cucumis melo L .) di Taman Hati Farm*. 10, 2598–2606.
- Ghozali. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26* (10th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang, 2018.
- Hair, J., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., Black, W. C., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate Data Analysis*. Annabel Ainscow.
- Hasan, I., Rosida, I., & Nurliani, N. (2022). Preferensi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Beras Berdasarkan Kualitas Beras Medium Dan Premium Pada Pasar Tradisional Di Kota Makassar. *Jurnal Ilmiah Ecosystem*,

22(2), 231–236. <https://doi.org/10.35965/eco.v22i2.1519>

Isen, Lamusa, A., & Effendy. (2016). Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Buah Jeruk Lokal dan Buah Jeruk (Sunkis) Impor Kota Palu. *E-Journal Agrotekbis*, 4(4), 479–484.

Jerico, S., Sitompul, A., Saragi, J. P., Yunita, S., & Melyani, S. S. (2022). Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia. *Jpmi*, 1(3), 53–59. <https://ejurnal.politeknikpratama.ac.id/index.php>

Khafidah, Marwanti, & Setyowati. (2023). Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Pembelian Buah Pepaya Di Pasar Tradisional Kabupaten Kebumen. *Jurnal Agrista*, 11(3), 47–55.

Kotler, P., & Keller, K. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education Limited.

Lemeshow, S., Jr, D. W. H., Klar, J., & Lwanga, S. K. (1990). *Stanley Lemeshow, David W Hosmer Jr, Janelle Klar, and Stephen K. Lwanga*.

Lesmono, Sudarti, & Af'idah. (2022). Pengaruh Intensitas dan Lama Paparan terhadap pH Anggur Hijau (Visit vinifera L.). *Jurnal Pendidikan Fisika Dan Fisika Terapan*, 8(1), 1–10.

Liu, T., Wang, J., Feng, Y., & Mu, W. (2023). Chinese consumers ' attribute preference prediction for table grapes. *Italian Journal of Food Science*, 35(4), 147–158. <https://doi.org/10.15586/ijfs.v35i4.2333>

Lusiana, L., Wibowo, A., & Dewi, K. (2023). *Implementasi Algoritma Deep Learning You Only Look Once (YOLOv5) Untuk Deteksi Buah Segar Dan Busuk*. 11(1), 123–130.

Machfudz, M., Program, M., Agribisnis, S., Pertanian, F., Islam, U., Program, D., Agribisnis, S., Pertanian, F., & Islam, U. (2023). Preferensi Konsumen Terhadap Pembelian Buah Jeruk Siam Madu (Studi Kasus di Kecamatan Dau Kabupaten Malang). *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 2.

- Maolidan, E., Baroh, I., Mazwan, M. Z. U. L., Pertanian-peternakan, F., & Malang, U. M. (2022). Preferensi Konsumen Stroberi di “Lumbung Stroberi” Desa Pandanrejo Kecamatan Bumiaji Kota Batu. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa AGROINFO GALUH*, 9, Nomor 3, 1283–1296.
- Marpaung, D. W., Mukson, & Ekowati, T. (2024). Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Buah Pisang di Pasar Tradisional Kota Kisaran. *Jurnal Litbang Provinsi Jawa Tengah*, 22(1), 49–58. <https://doi.org/10.36762/v22i1.1093>
- Nabila, J. R., Lailaturohmah, S., & Aulia, M. E. C. (2022). *Potensi Buah Anggur Sebagai Anti Aging Alami Dalam Perspektif Sains Dan Islam. Konferensi Integrasi Interkoneksi Islam Dan Sains*, 4(1), 150–154. <https://ejournal.uin-suka.ac.id/saintek/kiiis/article/view/3274>
- Nahraeni, Rahayu, Yusdiarti, & Yaskur. (2019). *Keputusan Pembelian dan Preferensi Konsumen Jeruk Pamelor W Nahraeni*. 5(April), 59–67.
- Nurdiana, Suyudi, & Nuryaman. (2020). Preferensi Konsumen Terhadap Buah Pepaya California di Pasar Banjar. *Jurnal Agristan*, 2.
- Permana, & Orbayinah. (2011). *Pengaruh Ekstrak Buah Anggur Merah (Vitis vinifera L) terhadap Kadar Trigliserida Darah Tikus Putih (Rattus novergicus)*. 11(3), 175–180.
- Prasetia, T., & Partini. (2019). *Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Cabai Merah di Kecamatan Tembilahan*. 8(1), 26–35.
- Pratama, E. I., Dewati, R., Anwar, M. F., Agribisnis, J., Veteran, U., Nusantara, B., & Anwar, M. F. (2023). Preferensi Konsumen Buah Semangka Di Pasar Semangka Kecamatan Jebres Kota Surakarta. *JASE (Journal of Agribusiness, Social, And Economic)*, Vol. 3 No., 1–8.
- Pratama, E. T., & Ekowati, T. (2024). *Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Minat Beli Buah Mangga Arum Manis di Pasar Tradisional Kota Semarang Analysis of Consumer Preferences Towards the Purchase Interest of Arum*

- Manis Mango Fruit in Traditional Markets of Semarang City*. 22(1), 59–70.
- Rahayu, A. W. (2024). *Perilaku Konsumen pada Keputusan Pembelian Tanaman Hias di Jakarta Selatan*. 29(April), 196–206.
<https://doi.org/10.18343/jipi.29.2.196>
- Rani, S., Alvero, Z., Karsiningsih, E., & Setiawan, I. (2024). *Sikap dan Preferensi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Buah Pisang Ambon dan Cavendish di Kota Pangkalpinang*. 10(1), 1641–1651.
- Rao, V. (2014). *Applied Conjoint Analysis*. Springer Heidelberg New York Dordrecht London.
- Rohman, M., Sinaga, J., Yuliawati, Asmara, A., Sari, P., Musa, Ramadhan, R., Yustita, V., Agit, A., Suhendi, Hidayati, N., Dewi, P. S., Sukandi, P., & Saputri, S. (2023). *Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif* (H. Fernanda (ed.)). PT Penamuda Media.
- Samosir, Hernosa, & Nurcahyani. (2024). *Analisis Preferensi Konsumen Buah Rambutan*. *Agriuma*, 6(April), 37–44.
<https://doi.org/10.31289/agri.v6i1.11729>
- Setiyani, R., & Sepfrian, B. (2025). *Analisis Tipe Perilaku Konsumen dalam Pembelian Salad Buah*. 5, 19–26.
- Sholihah, V., & Dheny, H. (2023). *Preferensi Konsumen terhadap Buah Salak (Salacca edulis) di Pasar Tradisional Kabupaten Sleman*. 2(1), 40–46.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Sutopo (ed.); 2nd ed.). ALFABETA Bandung.
- Surmawan, U., & Palupi, E. (2017). *Preferensi Konsumen terhadap Buah-buahan Lokal dan Organik serta Implikasinya terhadap Pendidikan Konsumen Cinta Produk Nasional*. *Jurnal Ilmu Keluarga Dan Konsumen*, 10(2), 157–168.
- Susilowati, Siswadi, & Dewi. (2022). *Profil Konsumen Peminat Produk Olahan Belimbing Pada Agrowisata Belimbing Karangsari, Kota Blitar*. 10.

- Syamsu, R., Rahayu, M., & Aisyah, F. (2025). Ekstrak buah anggur hitam (*vitis vinifera*) sebagai anti aging : kajian literatur review. *Jurnal Kesehatan Tambusai*, 6(September), 13419–13425.
- Tonda, F., & Khan, M. A. (2024). *Pengaruh Promosi dan Online Customer Reviews Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli (Literature Review Manajemen Pemasaran)*. 2(3), 305–318.
- Trisna, D. (2017). Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Pembelian Produk Buah Lokal Di Pasar Modern Kota Palopo. *Jurnal Elektronik Universitas Cokroaminoto*, 5(2).
- Valentiana, F., Fadhilah, A. Z., Handika, M., & Syah, A. (2024). *Pelatihan Pemanfaatan Google Maps dalam Promosi Destinasi Wisata : Mengangkat Potensi Padma Agrowisata dalam Meningkatkan Visibilitas Online Wisata Desa*. 2(1), 129–136.
- Violetta, P. C., Hartoyo, & Zulbainarni, N. (2018). *Pendidikan Konsumen Generasi Y : Pengaruh Ethnosentrisme, Hedonisme, dan Kelompok Acuan Terhadap Preferensi dan Perilaku Pembelian Buah Lokal*. 11(2), 120–132.
- Wahyuning, S. (2021). *Dasar-Dasar Statistik* (I. A. Dinata (ed.)). Yayasan Prima Agus Teknik.
- Widiawati, Sukma, Azhari, & Rusdin. (2025). *Keputusan Pembelian Buah Lokal*. 4(6), 3654–3669.
- Widiyanto, N. A., Adhi, A. K., & Daryanto, H. K. (2016). Atribut-Atribut Yang Mempengaruhi Sikap dan Preferensi Konsumen Dalam Membeli Buah Apel di Kota Surabaya dan Kota Malang , Provinsi Jawa Timur. *Jurnal Ilmu Keluarga Dan Konsumen*, 9(2), 136–146.
- Yulianti, Dewati, & Harinta. (2025). *PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP PEMBELIAN BUAH ALPUKAT (Persea Americana Mill) DI PASAR WISATA TAWANGMANGU KABUPATEN KARANGANYAR*. 9, 135–145.