

## PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP PRODUK SAYURAN ORGANIK

### *CONSUMER PREFERENCES FOR ORGANIC VEGETABLE PRODUCTS*

**Fachrur Annurdiansyah, Martha Turukay, Tienni M. Simanjorang**

Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Pattimura Ambon  
Jln. Ir. M. Putuhena Kampus Poka, Kota Ambon, Maluku

#### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui preferensi konsumen terhadap keputusan pembelian produk sayuran organik hasil produksi Balai Pelatihan dan Pemberdayaan Masyarakat Desa, Daerah Tertinggal dan Transmigrasi (BPPMDDTT) Ambon di Supermarket FRiS Kota Ambon. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif analitik dengan alat analisis menggunakan skala likert. Metode pengambilan sampel yaitu teknik *purposive sampling*. Responden berjumlah 100 orang diambil dengan cara perhitungan Rumus Roscoe. Hasil penelitian menunjukkan preferensi konsumen terhadap harga, kualitas produk, kepercayaan, kemasan berada pada tingkat sangat baik.

*Kata kunci:* Preferensi konsumen; sayuran organik

#### **Abstract**

This study aims to determine consumer preferences for purchasing decisions for organic vegetable products produced by the Ambon Village Community Empowerment Training and Empowerment Center (BPPMDDTT) at the FRiS Supermarket in Ambon City. The research method used in this study is descriptive-analytic with an analytical tool using a Likert scale. The sampling method is a purposive sampling technique. Respondents totalling 100 people were taken by calculating the Roscoe Formula. The results showed that consumer preferences for price, product quality, trust and packaging were very good.

*Keywords:* Consumer preference; organic vegetables

## Pendahuluan

Preferensi merupakan kecenderungan untuk memilih sesuatu yang lebih disukai daripada yang lain. Preferensi adalah bagian dari komposisi pengambilan keputusan individu. Preferensi konsumen adalah pilihan seseorang untuk menyukai atau tidak menyukai produk yang dikonsumsi (Muzdalifah, 2012 dan Saraswati, 2018). Preferensi konsumen juga merupakan nilai-nilai yang dipertimbangkan konsumen saat memilih. Setiap konsumen bertindak laku sesuai dengan preferensi mereka, sehingga banyak perilaku konsumen yang dapat diprediksi lebih dulu dan preferensi itu dapat diketahui dengan menggunakan atribut-atribut yang ada pada produk. Terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi konsumen diantaranya adalah produk, harga, promosi, dan lokasi pasar (Munandar, *et al.* 2015). Preferensi juga dapat terjadi pada pemilihan produk, untuk memilih produk yang terbaik.

Konsumen selalu mempertimbangkan banyak hal seperti kualitas produk, harga produk, dan lain-lain dalam melakukan preferensi suatu produk. (Atikah, *et al.* 2020). Sehingga preferensi terhadap suatu produk sangatlah penting, karena hal ini dapat mempengaruhi tingkat kepercayaan konsumen dalam pemilihan suatu produk. Pemilihan produk juga menentukan konsumen memilih produk yang lebih berkualitas. Tumbuhnya kesadaran tentang pola hidup sehat mengakibatkan masyarakat beralih mengkonsumsi sayuran organik sebagai bagian pola hidup sehat. Sehingga hal ini menyebabkan permintaan pasar terhadap sayuran organik meningkat pula. Melihat peluang ini, banyak produsen sayuran organik yang bersaing untuk memenuhi kebutuhan konsumen dengan melihat minat dan kebutuhan konsumen yang dipengaruhi prioritas konsumen dalam memilih sayuran organik.

Besarnya manfaat sayuran segar yang diproduksi secara organik sebagai sumber vitamin dan mineral telah banyak diketahui memunculkan kesadaran masyarakat dalam pola hidup sehat (Fauzi, *et al.* 2020). Preferensi produk sayur organik dapat ditentukan berdasarkan kualitas dan juga harga. Kualitas dapat ditentukan berdasarkan tingkat kesegaran sayur organik tersebut yang baru

dipanen. Harga sayur juga turut berperan dalam menentukan preferensi terhadap produk sayur. Preferensi dalam produk sayur organik sangat penting untuk meningkatkan kualitas sayur sehingga dapat mendukung untuk menjalankan pola hidup sehat (Astuti, *et al.* 2019).

Sebagai salah satu produsen sayuran organik, Balai Pelatihan dan Pengembangan Masyarakat Desa, Daerah Tertinggal dan Transmigrasi (BPPMDDTT) Ambon merupakan instansi pemerintah yang berada dibawah naungan Kementerian Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal dan Transmigrasi yang bergerak dibidang pengembangan masyarakat desa sesuai dengan tujuan Sustainable Development Goals Desa (SDG's Desa) diantaranya ialah Konsumsi dan Produksi Desa yang sadar lingkungan. Sebagai perwujudan tujuan tersebut, dibuatlah Demplot (Demonstrasi Plot) sebagai lahan percontohan sebelum diaplikasikan pada masyarakat luas. Untuk memaksimalkan hasil dari demplot, maka sayuran yang dibudidayakan secara organik dijual pada pasar modern seperti FRiS untuk memenuhi permintaan konsumsi sayuran pada kota Ambon.

Preferensi konsumen terhadap pembelian sayuran organik dari BPPMDDTT Ambon memiliki beberapa dampak penting antara lain: Menumbuhkan kesadaran akan pentingnya makanan sehat bagi konsumen, mendorong petani untuk beralih ke pertanian organik, meningkatkan pendapatan petani, meningkatkan keberlanjutan lingkungan dan meningkatkan kesehatan masyarakat. Berdasarkan hal tersebut, tujuan pada penelitian ini adalah untuk mengetahui preferensi konsumen terhadap sayuran organik khususnya pada variabel harga, kualitas produk, kepercayaan dan kemasan.

### **Metode Penelitian**

Metode penelitian yang digunakan yaitu metode deskriptif analitik. Penelitian ini dilakukan di Supermarket FRiS Ambon. Sumber data yang digunakan pada penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh melalui wawancara dengan memberikan kuesioner kepada responden. Metode pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Teknik pengambilan

sampel dalam menentukan responden pada penelitian ini menggunakan Rumus Roscoe dikarenakan jumlah populasi tidak diketahui dengan pasti (populasi *infinite*). Rumus Roscoe sebagai berikut :

$$n = \frac{Z^2}{4 \cdot (MoE)^2}$$

Keterangan:

$n$  : Jumlah sampel/Jumlah responden

$Z$  : Tingkat keyakinan (sebesar 95% atau 1,96)

$MoE$  : Margin of error (tingkat kesalahan maksimal sampel yang masih bisa ditoleransi sebesar 10%)

Sehingga dalam penelitian ini diperoleh perhitungan sebagai berikut :

$$n = \frac{Z^2}{4 \cdot (MoE)^2}$$

$$n = \frac{1,96^2}{4 \cdot (0,1)^2}$$

$$n = 96$$

Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 100 responden setelah pembulatan.

Metode analisis data yang digunakan pada penelitian ini menggunakan skala likert (*Likert-type questions*) Menurut Sugiyono (2018), skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, pengaruh, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Teknik skoring untuk mengukur preferensi konsumen memiliki indikator-indikator yang seluruhnya diukur dengan menggunakan skala *likert* (poin 1-5). Menurut Darmadi dan Hamid (2011) setelah semua data terkumpul, data tersebut diolah secara manual dan disajikan dalam bentuk tabel dan persentase dengan menggunakan rumus interpretasi skor perhitungan sebagai berikut:

$$\frac{T}{Pn} \times 100\%$$

Keterangan :

$T$  : Total jumlah responden yang memilih

$Pn$  : Pilihan angka skor likert

Berikut kriteria skor berdasarkan interval:

Tabel 1. Indeks rata-rata skor tanggapan responden

Indeks Presentase	Kategori Persentase
0 - 19,9	Sangat Buruk
20 - 39,9	Buruk
40 - 59,9	Netral
60 - 79,9	Baik
80 - 100	Sangat Baik

Sumber : Darmadi dan Hamid, 2011

## Hasil dan Pembahasan

### Preferensi Konsumen Terhadap Harga Sayuran Organik Hasil Produksi BPPMDDTT Ambon.

Harga merupakan sejumlah uang yang dibebankan ke suatu produk atau layanan jasa (Indrasari, 2019). Artinya, harga adalah jumlah nilai yang harus dibayar konsumen demi memiliki atau mendapatkan keuntungan dari sebuah produk barang atau jasa. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Marpaung (2021) menjelaskan bahwa Hubungan antara harga dengan keputusan pembelian yaitu harga mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian, semakin tinggi harga maka keputusan pembelian semakin rendah, sebaliknya jika harga rendah keputusan pembelian berubah semakin tinggi. Preferensi konsumen terhadap harga sayuran organik hasil produksi BPPMDDTT Ambon dapat dilihat pada tabel 2.

Tabel 2. Preferensi konsumen terhadap harga sayuran organik hasil produksi BPPMDDTT Ambon

Item	Indeks (%)	Kategori
Keterjangkauan harga	73	Baik
Kesesuaian harga dengan kualitas Produk	79	Baik
Kesesuaian harga dengan manfaat	81	Sangat Baik
Harga sayuran organik yang lebih murah	77	Baik
<b>Nilai Rata-Rata</b>	<b>77</b>	<b>Baik</b>

Berdasarkan hasil pada tabel 2, preferensi konsumen terhadap harga sayuran organik hasil produksi BPPMDDTT Ambon diatas menunjukkan bahwa

keterjangkauan harga sayuran organik hasil produksi BPPMDDTT Ambon menunjukkan indeks 73% yang artinya baik, kesesuaian harga dengan kualitas produk sayuran organik hasil produksi BPPMDDTT Ambon menunjukkan indeks 79% yang artinya baik, Kesesuaian harga dengan manfaat produk sayuran organik hasil produksi BPPMDDTT Ambon menunjukkan indeks 81% yang artinya sangat baik serta harga sayuran organik yang lebih murah menunjukkan indeks 77% yang artinya baik.

Hasil tersebut menandakan bahwa mayoritas konsumen memilih sayuran organik berdasarkan kesesuaian harga dengan manfaat yang diperoleh dari sayuran organik untuk mendukung pola gaya hidup sehat. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Andrilia (2022) yang menyatakan bahwa kesesuaian harga dengan manfaat yang diperoleh memiliki pengaruh sebesar 77,6% dalam keputusan pembelian sayuran organik di Organic box melalui WhatsApp.

### **Preferensi Konsumen Terhadap Kualitas Produk Sayuran Organik Hasil Produksi BPPMDDTT Ambon.**

Menurut Astuti (2021) bahwa kualitas produk merupakan suatu kemampuan produk dalam melakukan fungsi-fungsinya, kemampuan itu meliputi daya tahan, kehandalan, ketelitian, yang diperoleh produk dengan secara keseluruhan. Preferensi konsumen juga dipengaruhi oleh kualitas suatu produk. Ketika suatu produk memiliki kualitas yang bagus permintaan terhadap produk tersebut akan meningkat. Preferensi konsumen terhadap kualitas produk organik hasil produksi BPPMDDTT Ambon dapat dilihat

Tabel 3. Preferensi konsumen terhadap kualitas produk sayuran organik hasil produksi BPPMDDTT Ambon

<b>Item</b>	<b>Indeks (%)</b>	<b>Kategori</b>
Kesegaran Sayuran Organik	83	Sangat Baik
Rasa Sayuran Organik	81	Sangat Baik
Daya Tahan Sayuran Organik	81	Sangat Baik
Manfaat Sayuran Organik	83	Sangat Baik
<b>Nilai Rata-Rata</b>	<b>82</b>	<b>Sangat Baik</b>

Berdasarkan hasil pada tabel 3, preferensi konsumen terhadap kualitas produk sayuran organik hasil produksi BPPMDDTT Ambon diatas menunjukkan bahwa kesegaran sayuran organik hasil produksi BPPMDDTT Ambon berada pada indeks 83% yang artinya sangat baik. Rasa sayuran organik hasil produksi BPPMDDTT Ambon menunjukkan indeks 81% yang artinya sangat baik. Daya tahan sayuran organik hasil produksi BPPMDDTT Ambon menunjukkan indeks 81% yang artinya sangat baik. Manfaat sayuran organik hasil produksi BPPMDDTT Ambon menunjukkan indeks 83% yang artinya sangat baik.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, dapat disimpulkan bahwa mayoritas konsumen yang berbelanja sayuran organik dari BPPMDDTT Ambon lebih mengutamakan kesegaran dan manfaat pada sayuran organik. Hal ini didukung penelitian yang dilakukan oleh Hardiyanti, *et al* (2022) bahwa konsumen sayuran organik di Lampung mengutamakan kesegaran dan manfaat sayuran organik berturut turut pada indeks kepentingan sebesar 3,64 dan 3,60 atau sangat penting.

#### **Preferensi Konsumen Terhadap Kepercayaan Produk Sayuran Organik Hasil Produksi BPPMDDTT Ambon.**

Kepercayaan produk adalah perasaan aman bagi konsumen sebagai hasil dari interaksi terhadap sebuah produk yang didasarkan pada persepsi produk tersebut yang dapat diandalkan dan bertanggung jawab untuk kepentingan dan keamanan konsumen (Sawhani, 2021). Kepercayaan terhadap suatu produk merupakan bagian dari faktor yang mempengaruhi preferensi konsumen. Kepercayaan tinggi maka preferensi konsumen terhadap produk juga akan tinggi. Preferensi konsumen terhadap kepercayaan produk organik hasil produksi BPPMDDTT Ambon dapat dilihat pada tabel 4.

Tabel 4. Preferensi konsumen terhadap kepercayaan produk sayuran organik hasil produksi BPPMDDTT Ambon

Item	Indeks (%)	Kategori
Kepercayaan Produk	85	Sangat Baik
Keyakinan Kualitas Produk	85	Sangat Baik
Produk lebih ramah lingkungan	83	Sangat Baik
Keamanan Produk	87	Sangat Baik
<b>Nilai Rata-Rata</b>	<b>83</b>	<b>Sangat Baik</b>

Tabel 4 menunjukkan bahwa, preferensi konsumen terhadap kepercayaan produk sayuran organik hasil produksi BPPMDDTT Ambon diatas menunjukkan bahwa kepercayaan produk sayuran organik hasil produksi BPPMDDTT Ambon menunjukkan indeks 85% yang artinya sangat baik. Keyakinan kualitas produk sayuran organik hasil produksi BPPMDDTT Ambon menunjukkan indeks 85% yang artinya sangat baik. Produk lebih ramah lingkungan hasil produksi BPPMDDTT Ambon menunjukkan indeks 83% yang artinya sangat baik. Keamanan produk hasil produksi BPPMDDTT Ambon menunjukkan indeks 87% yang artinya sangat baik.

Hal tersebut menandakan bahwa, tingkat keamanan produk pada sayuran organik lebih diutamakan serta dapat meyakinkan konsumen dalam memilih produk sayuran organik yang di produksi BPPMDDTT Ambon. Hasil penelitian tersebut didukung oleh pendapat Alamsyah (2016) yang menyatakan bahwa keamanan produk untuk dikonsumsi secara berkelanjutan lebih diutamakan dalam pembelian sayuran organik.

### **Preferensi Konsumen Terhadap Kemasan Produk Sayuran Organik Hasil Produksi BPPMDDTT Ambon**

Kemasan adalah wadah yang digunakan untuk mengemas atau membungkus produk dan dapat meningkatkan nilai serta fungsi sebuah produk (Rahardjo, 2019). Kemasan berfungsi untuk melindungi atau menjaga keamanan produk dari suatu hal yang bisa merusaknya, seperti cuaca. Selain fungsi perlindungan, kemasan juga berfungsi untuk promosi produk. Preferensi konsumen terhadap kemasan produk organik hasil produksi BPPMDDTT Ambon dapat dilihat pada tabel 5.

Tabel 5. Preferensi konsumen terhadap kemasan produk sayuran organik hasil produksi BPPMDDTT Ambon

<b>Item</b>	<b>Indeks (%)</b>	<b>Kategori</b>
Teknik Pengemasan	82	Sangat Baik
Keamanan Kemasan	83	Sangat Baik
Label Kemasan	74	Baik
Desain Kemasan	87	Sangat Baik
Nilai Rata-Rata	<b>81</b>	<b>Sangat Baik</b>

Berdasarkan hasil tabel 5, preferensi konsumen terhadap kepercayaan produk sayuran organik hasil produksi BPPMDDTT Ambon diatas menunjukkan bahwa teknik pengemasan produk sayuran organik hasil produksi BPPMDDTT Ambon menunjukkan indeks 82% yang artinya sangat baik. Keamanan kemasan produk sayuran organik hasil produksi BPPMDDTT Ambon menunjukkan indeks 83% yang artinya sangat baik. Label kemasan produk sayuran organik hasil produksi BPPMDDTT Ambon menunjukkan indeks 74% yang artinya baik. Desain kemasan produk sayuran organik hasil produksi BPPMDDTT Ambon menunjukkan indeks 87% yang artinya sangat baik

Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa desain kemasan yang tepat dapat menarik konsumen dalam memilih sayuran organik khususnya dari BPPMDDTT Ambon. Hal ini sejalan dengan penelitian oleh Annunziata, *et al.* (2019) dan Kim, *et al* (2018). yang menunjukkan bahwa desain kemasan berpengaruh pada preferensi konsumen terhadap sayuran organik. Penelitian ini menemukan bahwa kemasan yang menarik dapat meningkatkan preferensi konsumen terhadap sayuran organik.

### **Preferensi Konsumen Terhadap Produk Sayuran Organik Hasil Produksi BPPMDDTT Ambon di Supermarket FRiS**

Preferensi adalah pilihan suka atau tidak suka oleh seseorang terhadap produk yang dikonsumsi. serta nilai-nilai yang diperhatikan dan melatar belakangi konsumen dalam menentukan sebuah pilihan. Hasil data lapangan yang diperoleh menunjukkan sebagian besar dari 100 responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini diperoleh jawaban mengenai variabel preferensi konsumen sebagai berikut:

Tabel 6. Preferensi konsumen terhadap produk sayuran organik hasil produksi BPPMDDTT Ambon di supermarket FriS

Item	Indeks (%)	Kategori
Harga	77	Sangat Baik
Kualitas Produk	82	Sangat Baik
Kepercayaan	83	Sangat Baik
Kemasan	81	Sangat Baik
<b>Nilai Rata-Rata</b>	<b>81</b>	<b>Sangat Baik</b>

Berdasarkan tabel 6, tanggapan 100 responden terhadap preferensi konsumen terdiri atas variabel Harga, Kualitas Produk, Kepercayaan dan Kemasan, maka dapat diketahui bahwa indeks persentase terbesar berada pada variabel kepercayaan sebesar 83% yang termasuk dalam kategori sangat baik. Hasil ini dapat diartikan bahwa, konsumen yang berbelanja sayuran organik hasil produksi BPPMDDTT Ambon mengutamakan keamanan produk dan desain kemasan yang memungkinkan untuk dapat melihat kesegaran sayuran secara langsung sebagai sebuah pertimbangan. Hal ini didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Cintammy dan Slamet (2021) bahwa kepercayaan konsumen dan atribut produk berupa kemasan berpengaruh positif terhadap intensitas pembelian makanan organik dan Hermanto (2020) bahwa faktor utama yang mempengaruhi konsumen terhadap pembelian sayuran organik adalah tampilan fisik pada produk.

Indeks persentase terendah berdasarkan tabel 6 berada pada variabel harga sebesar 77% yang termasuk dalam kategori Baik yang menandakan bahwa, mayoritas konsumen dapat menjangkau pembelian sayuran organik dari BPPMDDTT Ambon meskipun harga sayuran organik tersebut relatif lebih mahal daripada sayuran pada umumnya. Hal ini didukung oleh penelitian Eldapit (2021) yang menyatakan bahwa mayoritas responden pada umumnya setuju terhadap keterjangkauan harga dengan nilai rata rata 3,64 (setuju) dan berpengaruh signifikan terhadap minat beli sayur organik.

### **Kesimpulan**

Preferensi konsumen terhadap produk sayuran organik hasil produksi Balai Pelatihan dan Pemberdayaan Masyarakat Desa, Daerah Tertinggal dan Transmigrasi (BPPMDDTT) Ambon di Supermarket FRiS terkait variabel Harga, Kualitas Produk, Kepercayaan dan Kemasan dengan indeks sebesar 81% sehingga dapat disimpulkan bahwa penilaian responden terhadap preferensi konsumen termasuk dalam kategori sangat baik untuk memilih sayur organik dari BPPMDDTT Ambon.

### Daftar Pustaka

- Alamsyah, Doni Purnama. 2016. “Kepercayaan Konsumen Pada Produk Organik”. *Jurnal Ecodemica*. Vol IV (2): 146 – 155.
- Andrilia, Yofana Rizki. 2022. “Pengaruh Harga dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sayuran Organik Melalui Aplikasi WhatsApp di PT Agro Organik Indonesia Kota Tangerang Selatan”. Skripsi. Fakultas Sains dan Teknologi, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Annunziata, A., Mariani, A., & Vecchio, R. 2019. “Consumers' preferences and willingness to pay for packaging of organic food products in Italy”. *Journal of Cleaner Production*. Vol 2(21): 851-859.
- Astuti, R., Ardila, I., Lubis, R.R. 2021. “Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Converse”. *Jurnal Akmami*. Vol 2(2): 204-219.
- Astuti, Erna Puji., Masyhuri., Mulyo, Jangkung Handoyo. 2019. “Analisis Sikap Konsumen Terhadap Sayuran Organik”. *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*. Vol 3(1): 183-194.
- Atikah, Nurul. Ariani, Nani. Nastiti, Heni. 2020. “Analisis Preferensi konsumen produk teh celup”. *Jurnal Prosiding BEMA*. Vol 1 : 236-251
- Cintammy, Jennyvia dan Frangky Slamet. 2021. “Pengaruh Atribut, Kepercayaan Konsumen, Dan Nilai Yang Dipersepsikan Terhadap Intensi Pembelian. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*”. Vol 3(1): 146-155.
- Eldapit. 2022. “Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Sayuran Organik Pada Pasar Minggu Bina Baru Kampar Kiri Tengah Riau”. Thesis. Universitas Islam Riau.
- Fauzi, M. I., & Yuliawati. 2020. “Perilaku Konsumen dalam Membeli Sayuran Organik PO Sayur Organik Merbabu”. *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis (JEPA)*. Vol 4(4): 752–762.
- Hardiyanti, Febby., Fadila Marga Saty, Bina Unteawaty. 2022. “Analisis Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Sayuran Organik Di Lampung”. *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis (JEPA)*. Vol 6 (1): 209-217.
- Hermanto, Nur Islamidina. 2020. “Preferensi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sayuran Organik Unggulan (Kangkung, Caisin dan Bayam)”. Thesis. Universitas Muhammadiyah Malang.

- Indrasari, M. 2019. *PEMASARAN DAN KEPUASAN PELANGGAN: pemasaran dan kepuasan pelanggan*. Surabaya : Unitomo Press.
- Kim, H. J., Park, J. Y., Lee, H. J., & Kim, M. K. 2018. “Consumers' perceptions and preferences for organic food packages: A case study of lettuce packaging in Korea”. *Sustainability*. Vol 10(5): 1395.
- Marpaung, F.K, Simartama, Sofira, Aloyna. 2021. “Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Indomie Pada PT. Alamjaya Wirasentosa Kabanjahe”. *Jurnal Manajemen*. Vol 7 (1): 49-64.
- Munandar J, Faqih U, dan Meivita A. 2015. “Analisis Faktor yang Mempengaruhi Preferensi Konsumen Produk Air Minum dalam Kemasan di Bogor”. *Jurnal Teknologi Industri Pertanian*. Vol 13(3) : 97-10.
- Muzdalifah. 2012. “Kajian Preferensi Konsumen terhadap Buah – Buah Lokal di Kota Banjarbaru”. *Jurnal Agrobisnis Pedesaan*. Vol 2(4) : 297 – 309.
- Rahardjo, S.T. 2019. *Desain Grafis Kemasan UMKM*. Yogyakarta : Deepublish
- Saraswati, Voni Lariska. 2018. “Analisis Preferensi Konsumen Produk Organik (Studi Kasus di Giant Express Pulosari, Malang)”. Skripsi. Malang: Universitas Brawijaya.
- Sawlani, D.K., 2021. *Keputusan Pembelian Online: Kualitas Website, Keamanan Dan Kepercayaan*. Surabaya : Scopindo Media Pustaka.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. penerbit Alfabeta, Bandung.