

## Perilaku konsumen buah pisang kepok (*Musa paradisiaca L.*) di Kota Medan

*Consumer behavior of kepok bananas (Musa paradisiaca L.) in Medan City*

Sri Ariani Safitri<sup>1\*</sup>, Febry Pebryani Saragih<sup>1</sup> Apip Gunaldi Dalimunthe<sup>1</sup>

### AFILIASI

<sup>1</sup> Program Studi Agribisnis,  
Fakultas Pertanian,  
Universitas Medan Area

\*Korespondensi:

sriariani@staff.uma.ac.id

### ABSTRACT

Indonesian people's demand for local fruit is increasing along with increasing public awareness of the importance of fruit nutrition for health. Kepok bananas (*Musa paradisiaca L.*) is a type of banana that is popular and loved by people. This research aims to determine the purchasing behavior of consumers of kepok bananas in Medan City. The research was conducted using a survey method t one of the largest traditional markets in Medan City. The number of consumer samples was 42 consumers who were determined through purposive sampling. The data analysis method used is descriptive and Fishbein's multiattribute analysis. The results showed that the buying behavior of consumers of kepok bananas in Medan City was in the form of reasons to buy for health benefits, reasons to shop at traditional markets because prices were relatively cheap, the frequency of purchases per month was not stated, the purchase was 1 comb for each purchase, the purpose of the purchase was for self-consumption, average consumer spending to buy kepok bananas is IDR 70,001–IDR 90,000 in a month. Fishbein's multi-attribute results show that consumer attitudes are that consumers really like the price attribute of kepok bananas with a value of 12.39 (very positive).

**KEYWORDS:** Consumer Behavior; Kepok Bananas; Fishbein multi-attribute

### ABSTRAK

Permintaan masyarakat Indonesia terhadap buah lokal semakin meningkat seiring meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya nutrisi buah bagi Kesehatan. Pisang kepok (*Musa paradisiaca L.*) adalah salah satu jenis pisang yang populer dan digemari masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perilaku pembelian dan sikap konsumen buah pisang kepok di Kota Medan. Penelitian dilakukan dengan metode survei pada salah satu pasar tradisional terbesar di Kota Medan. Jumlah sampel konsumen sebanyak 42 konsumen yang ditentukan melalui *purposive sampling*. Metode analisis data yang digunakan yakni analisis deskriptif dan multiatribut *Fishbein*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perilaku pembelian konsumen buah pisang kepok di Kota Medan berupa alasan pembelian untuk manfaat kesehatan, alasan berbelanja di pasar tradisional karena harga relatif murah, frekuensi pembelian setiap bulan tidak menentu, pembelian sebanyak 1 sisir disetiap pembeliannya, tujuan pembelian untuk dikonsumsi sendiri, rata-rata pengeluaran konsumen untuk membeli buah pisang kepok Rp. 70.001–Rp 90.000 dalam sebulan. Hasil multiatribut *Fishbein*, sikap konsumen yakni konsumen sangat menyukai atribut harga buah pisang kepok dengan nilai sebesar 12,39 (sangat positif).

**KATA KUNCI:** Perilaku Konsumen; Pisang Kepok; multiatribut *Fishbein*

**Diterima** 05-09-2023

**Disetujui** 28-09-2023

**COPYRIGHT @ 2023 by**

**Agricola: Jurnal**

**Pertanian.** This work is  
licensed under a Creative  
Commons Attributions 4.0  
International License

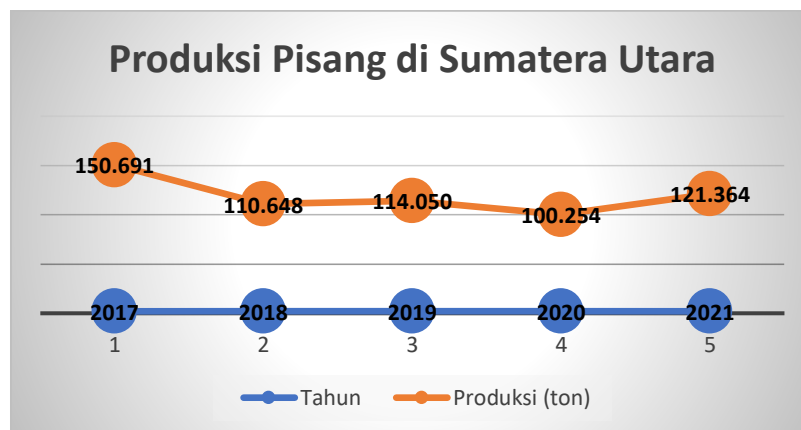
## 1. PENDAHULUAN

Sejak pandemi covid-19, permintaan masyarakat Indonesia terhadap buah lokal semakin meningkat seiring meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya nutrisi buah bagi kesehatan. Diketahui berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) (2021) produksi buah lokal mencapai 25,96 juta ton atau mengalami peningkatan sebesar 5,4% dibandingkan produksi 2020 sejumlah 24,63 juta ton. Komoditas dengan jumlah produksi terbesar adalah pisang (8,74 juta ton/33,67%), nenas (2,89 juta ton/11,13%), mangga (2,84 juta ton/10,94%), jeruk siam (2,4 juta ton/9,24%), dan durian (1,35 juta ton/5,2%).

Pisang adalah salah satu jenis hortikultura yang paling digemari di masyarakat pada semua jenjang usia. Pisang mudah diperoleh karena hampir di seluruh wilayah Indonesia merupakan tempat produksi pisang dan

dapat dipanen sepanjang tahun. Buah pisang bisa dinikmati dengan berbagai cara: dimakan langsung, digoreng, dikukus, atau diolah bersama bahan lain. Selain enak, pisang memiliki banyak manfaat, diantaranya Sumber Nutrisi: Pisang mengandung berbagai nutrisi penting seperti vitamin C, vitamin B6, vitamin A, kalium, magnesium, dan serat. Nutrisi ini penting untuk menjaga kesehatan tubuh. Penting untuk diingat bahwa manfaat pisang akan maksimal jika dikonsumsi sebagai bagian dari pola makan yang seimbang dan sehat. Selain itu, sebaiknya memilih pisang yang matang dengan warna kuning cerah karena pisang matang cenderung lebih manis dan mengandung lebih banyak nutrisi (Kemenkes RI, 2018).

Sumatera Utara merupakan daerah penghasil pisang. Sebagai komoditas unggulan, daerah sentra tanaman pisang di Sumatera Utara adalah Kabupaten Tapanuli Utara, Deli Serdang, Nias Selatan, Langkat, dan Karo. Berdasarkan Gambar 1 produksi pisang di Sumatera Utara mengalami fluktuasi dari tahun 2017-2021. Namun pada Tahun 2020 sampai pada tahun 2021 mengalami peningkatan pada kurun waktu tiga tahun terakhir.



**Gambar 1.** Produksi Pisang di Sumatera Utara Tahun 2017-2021  
(Sumber: BPS, Statistik Pertanian Holtikultura 2022)

Diketahui BPS Kota Medan (2021) data konsumsi buah lokal di Sumatera Utara, buah pisang merupakan buah yang paling banyak dikonsumsi masyarakat dibandingkan mangga, jeruk, apel dan papaya. Konsumsi Masyarakat terhadap buah pisang mengalami peningkatan setiap tahunnya dari tahun 2017-2020, peningkatan konsumsi masyarakat terhadap buah pisang mengalami peningkatan setiap tahunnya dari 0,50 kg per orang setiap bulannya pada tahun 2017 menjadi 0,54 kg per orang setiap bulannya pada tahun 2020.

Pisang kepok (*Musa paradisiaca L.*) adalah salah satu jenis pisang yang populer di Indonesia dan beberapa negara Asia Tenggara lainnya. Pisang ini memiliki ciri khas kulit tebal dan bentuk yang lebih besar dibandingkan dengan pisang biasa. Keunikannya ini membuatnya menjadi pilihan yang populer di berbagai makanan dan hidangan di Indonesia. Pisang kepok merupakan jenis pisang olahan yang paling sering diolah menjadi olahan seperti, pisang kukus, pisang goreng, keripik, *cake*, (kolak adalah hidangan manis khas Indonesia yang terbuat dari pisang, ubi, dan santan) serta aneka olahan tradisional lainnya. Selain itu di beberapa daerah, pisang kepok sering digunakan dalam upacara adat atau acara keagamaan. Jadi, banyak alasan mengapa pisang kepok di gemari oleh masyarakat Indonesia dan menjadi bagian penting dari masakan dan budaya lokal.

Buah pisang kepok memiliki potensi ekonomi karena sisi produksi dan permintaannya yang semakin meningkat. Bagi pemasar kondisi ini memerlukan pemahaman yang baik tentang sikap dan perilaku konsumen buah pisang kepok. Sikap konsumen merupakan kunci dalam memahami perilaku pembelian. Menurut Sumarwan & Tjiptono (2018) sikap merupakan ungkapan perasaan konsumen tentang suka atau tidaknya terhadap suatu produk atau objek dengan menggambarkan kepercayaan konsumen terhadap berbagai atribut dan manfaat dari produk yang dibeli. Hal ini tentunya akan mempengaruhi jumlah produk yang akan dikonsumsi. Berdasarkan hal tersebut, maka perlu dilakukan kajian terhadap sikap dan perilaku pembelian konsumen buah pisang kepok (*Musa paradisiaca L.*) di Kota Medan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui perilaku pembelian pada buah pisang kepok di Kota Medan dan untuk menganalisis sikap konsumen terhadap berbagai atribut buah pisang kepok di Kota Medan.

## 2. METODE PENELITIAN

Penelitian dilakukan di Pasar Sukaramai yakni salah satu pasar tradisional terbesar di kota Medan. Selain itu Pasar Sukaramai merupakan pasar dengan jumlah pedagang pisang terbanyak diantara pasar tradisional di Kota Medan yaitu sebanyak 14 pedagang pisang kepok. Pasar Sukaramai terletak di Jalan A.R. Hakim Kecamatan Medan Area Kota Medan. Penelitian dilakukan pada bulan Oktober – November 2022.

Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah metode *accidental sampling* yakni dilakukan secara kebetulan dengan kriteria sampel (pembelian lebih dari satu kali, pembelian 1-3 sisir pisang kepok dan tujuan pembelian untuk dikonsumsi sendiri tidak untuk dijual kembali). Jumlah sampel diperoleh dari 14 pedagang pisang kepok (total pedagang pisang kepok di pasar Suka Ramai) dengan pembeli yang akan menjadi responden setiap pedagang pisang kepok sebanyak 3 orang secara sengaja (*purposive*). Maka sampel konsumen yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebanyak 42 konsumen pisang kepok.

Jenis data yang dikumpulkan pada penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara kepada konsumen buah pisang kepok dengan menggunakan daftar pertanyaan/kuesioner sedangkan data sekunder diperoleh dari Badan Pusat Statistik dan penelitian sebelumnya.

Metode analisis deskriptif digunakan untuk mengetahui perilaku pembelian konsumen pada buah pisang kepok di pasar tradisional sukaramai Kota Medan. Analisis deskriptif dilakukan melalui perhitungan persentase jumlah responden yang disajikan dalam bentuk tabulasi sederhana. Selanjutnya analisis sikap Multiatribut *Fishbein* digunakan untuk menganalisis sikap atau penilaian konsumen terhadap atribut pisang kepok. Model multiatribut *fishbein* mengidentifikasi tiga faktor utama yang mempengaruhi sikap. Faktor pertama adalah atribut utama atas sebuah objek oleh konsumen, faktor kedua adalah tingkat kepercayaan konsumen bahwa obyek memiliki atribut tersebut, dan faktor ketiga adalah tingkat positif atau negatif dimana atribut tersebut dievaluasi (Simamora, 2002). Rumus dalam multiatribut *Fishbein* adalah sebagai berikut:

$$Ao = \sum_{i=1}^n bi . ei$$

Keterangan:

Ao = Sikap terhadap buah pisang kepok

bi = Kekuatan kepercayaan bahwa buah pisang tersebut memiliki atribut i

ei = Evaluasi terhadap atribut ke-i

N = Jumlah atribut yang dimiliki buah pisang kepok

Kemudian, hasil seluruh perkalian harus dijumlahkan sehingga dari hasil tabulasi dapat diketahui sikap konsumen (Ao) terhadap produk kemudian membandingkannya dengan skala interval dengan rumus sebagai berikut :

$$\text{Skala Interval} = \frac{m-n}{b}$$

Keterangan:

m: Skor tertinggi dalam skala likert

n: Skor terendah dalam skala likert

b: Jumlah skala penilaian yang terbentuk (Widyanto et al.,2012).

Maka, besarnya *range* untuk tingkat kepercayaan dan tingkat kepentingan adalah:

$$\frac{4 - 1}{4} = 0.75$$

Sehingga pembagian kelas berdasarkan tingkat kepercayaan dan tingkat kepentingan sebagai berikut:

**Tabel 1.** Kategori Tingkat Kepercayaan Serta Tingkat Kepentingan Responden Terhadap Atribut Buah Pisang kepok.

Skor	Interpretasi tingkat kepercayaan( <i>bi</i> )	Interpretasi tingkat kepentingan( <i>ei</i> )
1 – 1,75	Sangat tidak puas	Sangat tidak suka
1,75 – 2,5	Tidak puas	Tidak suka
2,5 – 3,25	Puas	Suka
3,25 – 4	Sangat puas	Sangat suka

Sementara besarnya *range* untuk kategori sikap adalah:

$$\frac{\{(4 \times 4) - (1 \times 1)\}}{4} = 3,75$$

**Tabel 2.** Kategori Nilai Sikap (Ao) Terhadap Atribut Buah Pisang Kepok

Skor	Interpretasi Sikap
1 – 4,75	Sangat negatif
4,75 – 8,5	Negatif
8,5 – 12,25	Positif
12,25 – 16	Sangat positif

Berdasarkan kategori nilai sikap (Ao) konsumen tersebut yang memiliki nilai yang berada diantara interval 1- 4,75 termasuk dalam kategori sangat negatif yang menunjukkan bahwa konsumen bersikap sangat tidak suka terhadap atribut buah pisang kepok. Begitu juga jika nilai yang berada diantara interval 12,25 - 16 termasuk dalam kategori sangat positif hal tersebut menunjukkan bahwa konsumen bersikap sangat suka terhadap atribut buah pisang kepok.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 3.1 Perilaku Pembelian Konsumen Pada Buah Pisang Kepok

Perilaku pembelian konsumen buah pisang kepok terkait proses dimana konsumen membuat keputusan tentang alasan membeli, alasan pemilihan lokasi membeli, frekuensi dan jumlah pembelian serta pengeluaran setiap bulan untuk membeli buah pisang kepok. Berdasarkan Tabel 3 dapat diketahui bahwa mayoritas alasan konsumen mengkonsumsi buah pisang kepok untuk manfaat kesehatan yakni sebesar 74%. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian Rumapea (2020) mengenai Analisis Sikap dan Preferensi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Buah Pisang di Pasar Tradisional Kota Semarang yakni alasan responden mengkonsumsi buah pisang adalah karena manfaat kesehatan, persentase sebesar 44%. Pisang memang dikenal sebagai salah satu buah yang lezat dan berkhasiat bagi kesehatan dengan kandungan gizinya yang tinggi.

**Tabel 3.** Perilaku Pembelian Konsumen Buah Pisang Kepok

No.	Perilaku	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	Alasan mengkonsumsi buah pisang kapok		
	▪ Harga terjangkau	5	12
	▪ Mudah didapat	1	2
	▪ Kebiasaan gaya hidup	5	12
	▪ Manfaat Kesehatan	<b>31</b>	<b>74</b>
2	Alasan berbelanja di pasar tradisional		
	▪ Dekat dengan tempat tinggal	3	7
	▪ Dekat dengan tempat kerja (kantor)	1	2
	▪ Harga relatif murah	<b>33</b>	<b>79</b>
	▪ Produk selalu tersedia	5	12
3	Frekuensi Pembelian buah pisang kepok		
	▪ Setiap hari	1	2
	▪ Seminggu sekali	5	12
	▪ Dua minggu sekali	2	5
	▪ Tidak tentu	<b>34</b>	<b>81</b>
4	Jumlah pembelian buah pisang kepok		
	▪ 1 sisir	<b>38</b>	<b>91</b>
	▪ 2 sisir	3	7
	▪ > 2 sisir	1	2
5	Tujuan Pembelian buah pisang kepok		
	▪ Dikonsumsi sendiri	<b>40</b>	<b>96</b>
	▪ Sebagai oleh-oleh	1	2
	▪ Pelaku usaha (keripik pisang atau Pisang goreng)	1	2
6	Pengeluaran konsumsi buah pisang kepok dalam satu bulan		
	▪ < Rp 30.000	4	10
	▪ Rp 30.001 – Rp 50.000	4	10
	▪ Rp 50.001 – Rp 70.000	5	12
	▪ Rp 70.001 – Rp 90.000	<b>22</b>	<b>52</b>
	▪ > Rp 90.000	7	16

Sumber: Data Primer setelah diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 3 untuk lokasi pembelian, sebesar 79 % konsumen lebih memilih melakukan pembelian pisang kepok di pasar tradisional karena harga yang lebih murah dan adanya sistem tawar-menawar harga. Hal ini berkebalikan dengan hasil penelitian Effendi et al., (2019) yang menunjukkan bahwa mayoritas konsumen yang menjadi responden di Kota Bogor yakni sebesar (95%) memilih berbelanja buah di supermarket daripada di pasar tradisional.

Selanjutnya untuk intensitas pembelian, sebesar 81 % konsumen buah pisang kepok melakukan pembelian buah pisang kepok tidak tentu dalam sebulan. Hal ini disebabkan sesuai kebutuhan dari konsumen. Kemudian sebesar 91% konsumen membeli buah pisang kepok sebanyak 1 sisir disetiap pembeliannya, Banyaknya buah pisang yang dibeli sangat erat kaitannya dengan jumlah anggota keluarga. Selain itu tujuan konsumen dalam membeli buah pisang kepok untuk dikonsumsi sendiri sebesar 96 % dengan pengeluaran rata-rata konsumen setiap bulan untuk membeli buah pisang kepok adalah Rp.70.001 – Rp 90.000 dengan persentasi 52%. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Rumapea (2020) yang menyatakan bahwa besarnya pengeluaran dapat dipengaruhi oleh frekuensi pembelian, jumlah pembelian, serta harga dan jenis pisang kepok yang dibeli oleh konsumen. Tingkat pendapatan konsumen juga berpengaruh terhadap pengeluaran konsumsi rumah tangga, termasuk konsumsi pangan seperti buah pisang kepok.

### 3.3. Sikap Konsumen Terhadap Berbagai Atribut Buah Pisang Kepok

Sikap konsumen merupakan faktor psikologis yang berkaitan erat dengan perilaku konsumen. Dari hasil analisis multiatribut *Fishbein* akan diperoleh nilai tingkat atribut buah pisang kepok yang mencakup komponen kepercayaan (bi) dan evaluasi kepentingan (ei). Nilai dari evaluasi kepercayaan (bi) yang diukur secara khas pada skala kepercayaan empat angka dari sangat puas (4) puas (3), tidak puas (2), dan sangat tidak puas (1).

Pada Tabel 4 diperoleh hasil dari evaluasi tingkat kepercayaan (bi) akan menunjukkan seberapa besar kepercayaan konsumen terhadap atribut pada buah pisang kepok.

**Tabel 4.** Nilai dan Kategori Kepercayaan (bi) terhadap Atribut Buah Pisang Kepok

Atribut Buah Pisang Kepok	Nilai				Kepercayaan Konsumen	
	4	3	2	1	Bi	Kategori
Harga buah	22	21	0	0	3,52	Sangat puas
Rasa buah	-	39	2	0	2,93	Puas
Warna kulit buah	8	27	5	2	2,98	Puas
Biji Buah	-	42	0	0	3	Puas
Jumlah buah pisang tiap sisir	-	40	2	0	2,93	Puas

Sumber: Data Primer setelah diolah, 2022.

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa atribut harga buah pisang kepok yang menjadi atribut terbaik dalam memilih buah pisang kepok karena menempati nilai kepercayaan tertinggi yaitu 3,52 dengan kategori sangat puas. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen mempertimbangkan kepercayaannya terhadap atribut harga dalam pembelian pisang kepok. Pembelian buah pisang kepok di pasar tradisional memberikan harga terbaik bagi konsumen dibandingkan konsumen melakukan pembelian buah pisang kepok di pasar *modern* atau supermarket.

Selanjutnya komponen (ei) mengukur evaluasi konsumen terhadap atribut dari produk buah pisang kepok. Hasil yang diperoleh dari evaluasi tingkat kepentingan (ei) akan menunjukkan karakteristik pada pisang buah kepok yang dianggap penting oleh konsumen yang diukur secara khas pada skala evaluasi empat angka dari sangat suka (4) suka (3), tidak suka (2), dan sangat tidak suka (1).

**Tabel 5.** Nilai dan Kategori Kepentingan (ei) terhadap Atribut Buah Pisang Kepok

Atribut Buah Pisang Kepok	Nilai				Kepentingan Konsumen	
	4	3	2	1	Ei	Kategori
Harga buah	22	21	0	0	3,52	Sangat Suka
Rasa buah	-	39	2	0	2,93	Suka
Warna kulit buah	8	27	5	2	2,98	Suka
Biji Buah	-	42	0	0	3	Suka
Jumlah buah pisang tiap sisir	-	40	2	0	2,95	Suka

Sumber: Data Primer setelah diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 5 hasil penelitian dari tingkat evaluasi kepentingan konsumen (ei) menunjukkan bahwa konsumen menilai atribut harga buah pisang kepok mendapatkan skor tertinggi dengan nilai 3,52. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa atribut yang dinilai sangat disukai sehingga dianggap penting oleh konsumen dalam pembelian buah pisang kepok adalah harga buah. Konsumen lebih memilih melakukan pembelian buah pisang kepok di pasar tradisional memberikan harga terbaik dibandingkan konsumen pembelian buah pisang kepok di pasar modern atau supermarket



Tahapan akhir dari analisis multiatribut *Fishbein* yakni Nilai sikap responden terhadap setiap atribut buah pisang kepek merupakan hasil nilai komponen kepercayaan (bi) dikalikan dengan nilai komponen kepentingan (ei).

**Tabel 6.** Hasil Analisis Sikap Terhadap Atribut Buah Pisang Kepok

Atribut Buah Pisang Kepok	Buah Pisang Kepok			Kategori Sikap
	Bi	ei	Ao	
Harga buah	3,52	3,52	12,39	Sangat positif
Rasa buah	2,95	2,95	8,87	Positif
Warna kulit buah	2,98	2,98	8,88	Positif
Biji Buah	3	3	9	Positif
Jumlah buah pisang tiap sisir	2,95	2,95	8,7	Positif
Total (bi.ei)			48,55	

Sumber: Data Primer setelah diolah, 2022

Berdasarkan hasil penelitian yang terdapat pada Tabel 6. menunjukkan bahwa atribut harga pada buah pisang kepek memiliki nilai sikap (Ao) dengan nilai kategori tertinggi yaitu 12,39. Hal ini artinya Sikap konsumen buah pisang kepek di Kota Medan memiliki nilai sangat positif pada atribut harga, dengan kata lain atribut harga buah pisang kepek merupakan atribut utama dan yang paling dipertimbangkan saat mengambil keputusan pembelian terhadap buah pisang kepek dibandingkan atribut lainnya.

Harga buah pisang kepek yang terjangkau menunjukkan bahwa harga dapat diterima oleh responden pada kategori ini. Artinya responden merasakan manfaat dari harga yang dibayarkan untuk buah pisang kepek. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian Permadi & Winarti (2015) terkait Analisis Sikap Konsumen Terhadap Atribut Buah Pisang Kepok di Kota Kuala Pembuang, Sampit, dan Palangkaraya. Hasil penelitian Marinda (2022) menunjukkan bahwa variabel harga merupakan faktor yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian buah segar. Tingkat harga tertentu yang telah dikeluarkan, konsumen dapat merasakan manfaat dari produk yang telah dibelinya sehingga konsumen akan merasa puas apabila manfaat yang mereka dapatkan sebanding atau bahkan lebih tinggi dari harga yang ditetapkan.

Selain itu Abda'u & Ibnu (2021) menyatakan bahwa konsumen menginginkan buah yang semurah mungkin, tetapi dengan kualitas sebaik mungkin. Buah dengan seluruh atribut yang paling baik sulit didapatkan, maka preferensi dapat dianalisis lebih rinci dengan tingkat kepentingan atribut. Kemudian hasil penelitian Sungkawa et al. (2015) menyatakan bahwa harga merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi dan mengevaluasi tingkat kepuasan, selain itu penetapan harga yang kompetitif dan sesuai dengan keinginan atau kehendak konsumen dapat merubah perilaku konsumen untuk melakukan pembelian terhadap suatu produk.

#### 4. KESIMPULAN

Perilaku pembelian konsumen buah pisang kepek di Kota Medan adalah alasan pembelian untuk manfaat kesehatan, alasan berbelanja di pasar tradisional karena harga relatif murah, frekuensi pembelian setiap bulan tidak menentu, pembelian sebanyak satu sisir disetiap pembeliannya, tujuan pembelian untuk dikonsumsi sendiri, rata-rata pengeluaran konsumen untuk membeli buah pisang kepek Rp.70.001–Rp 90.000 dalam sebulan. Analisis sikap konsumen dalam pembelian buah pisang kepek didapatkan nilai sikap terhadap atribut harga sebesar 12,39 (sangat positif).

Saran bagi pedagang buah di pasar tradisional kota medan, buah pisang kepek yang paling diinginkan oleh konsumen yakni harga yang murah. Selain itu dari segi rasa, warna kulit, biji buah dan jumlah pisang disetiap sisirnya juga mempengaruhi sikap konsumen melakukan pembelian pisang kepek. Untuk itu pedagang harus bisa memberikan gambaran yang baik terhadap buah pisang kepek yang dijual.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abda'u, Arifin & Ibnu. (2021). Preferensi Konsumen Terhadap Buah-buahan di Kota Bandar Lampung. *Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis: Journal of Agribusiness Science* : 9(2):301-308.
- Badan Pusat Statistik. (2021). Medan Dalam Angka. Badan Pusat Statistik Provinsi Sumatera Utara.
- Badan Pusat Statistik Indonesia. (2021). Jumlah Produksi Buah-Buahan di Indonesia Tahun 2020.
- Badan Pusat Statistik Provinsi Sumatera Utara. (2022). Statistik Pertanian Hortikultura. Badan Pusat Statistik Provinsi Sumatera Utara.
- Kementrian Kesehatan RI. (2018). Khasiat dan manfaat pisang. Jakarta: Kemenkes RI.
- Effendi, I., Najib, M. & Kirbrandoko. (2019). Analisis Preferensi dan Keputusan Pembelian Konsumen Buah-buahan Generasi Y (Kasus Ritel Modern dan Tradisional di Bogor). *Journal of Consumer Sciences*. 4 (2) : 61-75.
- Marinda, Verawati (2022). “Analisis Keputusan Pembelian Buah Segar di Kota Surakarta”. *AGRISTA* : 10 (4) : 48-59.
- Permadi, R dan Lili Winarti. (2015). “Analisis Sikap Konsumen Terhadap Atribut Buah Pisang Kepok (Studi Kasus Konsumen di Tiga Kota Kuala Pembuang, Sampit, dan Palangkaraya)”. *Media Sains* : 8 (2) : Oktober 2015.
- Rumapea, Ewin. (2020). ”Analisis Sikap dan Preferensi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Buah Pisang di Pasar Tradisional Kota Semarang”. *Agrisocionomics*. 5 (2): 1-13.
- Simamora B. (2008). Panduan Riset Perilaku Konsumen. PT Gamedia Pustaka Umum. Jakarta
- Sumarwan, Ujang dan Fandy Tjiptono. (2018). *Strategi Pemasaran dalam Perspektif Perilaku Konsumen*. Bogor: IPB Press.
- Sungkawa, Purnomo & Fauziah. (2015). Hubungan Antara Persepsi dan Preferensi Konsumen dengan Pengambilan Keputusan Pembelian Buah Lokal (Studi kasus di Pasar Harjamukti, Pasar Pagi, dan Pasar Kanoman Kota Cirebon). *Jurnal Agrijati*. 28 (1) : (79-99).
- Widiyanto, N. A, A. K. Adhi, dan H. K. Daryanto. (2016). “Atribut-atribut yang mempengaruhi sikap dan preferensi konsumen dalam membeli buah apel di Kota Surabaya dan Kota Malang, Provinsi Jawa Timur”. *J. Ilmu Keluarga dan Konsumen*. 9 (2): 136-146