

ATRIBUT MANISAN BUAH BASAH CIANJUR YANG MEMPENGARUHI PREFERENSI KONSUMEN

Oleh:

Dr. Ir. Endah Lisarini, SE., MM*

Abstrak

Memasuki era Masyarakat Ekonomi Asean (MEA), pemerintah Republik Indonesia berupaya menjadi salah satu negara tujuan wisata. Sektor pariwisata terus digalakkan, salah satunya yang sangat marak dimajukan di berbagai daerah adalah wisata kuliner khas daerah. Indonesia yang terdiri dari banyak suku bangsa dan budaya, selaras dengan banyaknya ragam kuliner khas daerah, salah satunya kuliner asal Jawa Barat khususnya Cianjur yaitu manisan buah basah dan kering. Kesukaan konsumen akan manisan sangat beragam, oleh karena itu dilakukan penelitian dengan tujuan mengetahui atribut manisan buah basah Cianjur yang mempengaruhi preferensi konsumen dan mengetahui atribut manisan buah basah yang dominan mempengaruhi preferensi konsumen. Penelitian melibatkan 104 responden konsumen manisan buah basah yang secara aksidental sedang berkunjung dan membeli manisan buah basah tersebut. Tanggapan atas pertanyaan melalui kuesioner diolah dan dianalisis menggunakan Analisis Jalur. Analisis Jalur digunakan untuk mengetahui parsial dan simultan dari variabel eksogen terhadap variabel endogen. Pada penelitian ini yang dimaksud variabel eksogen adalah harga, rasa, keragaman, keawetan dari manisan buah basah dan sebagai variabel endogennya adalah preferensi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga, keragaman dan keawetan manisan buah basah merupakan atribut yang berpengaruh signifikan secara parsial terhadap preferensi konsumen, namun secara simultan semua atribut produk (harga, rasa, keragaman, keawetan) berpengaruh signifikan terhadap preferensi konsumen. Dari ke empat atribut manisan buah basah, keawetan merupakan atribut yang paling dominan berpengaruh pada preferensi diikuti berturut-turut dengan keragaman dan harga.

Kata kunci : Atribut manisan buah basah, preferensi konsumen.

Abstract

Entering the era of Asean Economic Community (MEA), the government of the Republic of Indonesia seeks to become one of the tourist destination countries. Tourism sector continues to be encouraged, one of which is highly developed in many areas is a typical regional culinary tourism. Indonesia consisting of many tribes and cultures, in harmony with the many different culinary specialties of the region, one of the culinary origin of West Java, especially Cianjur candied wet and dry fruit. The consumer's preference for sweets is very diverse, therefore the research is done with the aim of knowing the attributes of Cianjur wet fruit sweetness that influence the consumer's preference and know the attributes of the dominant wetter affect the consumer preference. The study involved 104 respondents of candied wet fruit consumers who were accidentally visiting and purchased the candied wet fruit. Responses to questions through questionnaires were processed and analyzed using Path Analysis. Path analysis is used to find out the partial and simultaneous of exogenous variables on endogenous variables. In this study, the exogenous variables are price, taste, variety, durability of candied wet fruit and as endogenous variable is preference. The results showed that the price, diversity and durability of candied wet fruits are attributes that have a significant partial effect on consumer preference, but simultaneously all product attributes (price, taste, diversity, durability) have a significant effect on consumer preference. From the four attributes of candied wet fruit, durability is the most dominant attribute effect on the preference followed by successive with variety and price.

Key words : attribute of wet fruit sweetness, consumer preferences

*Dosen Fakultas Sains Terapn UNSUR

PENDAHULUAN

Manisan buah Cianjur sudah dikenal sejak lima puluh tahun lalu pada masa penjajahan Belanda. Pembuatan manisan dimaksud sebagai upaya untuk mengawetkan berlimpahnya buah pada saat itu. Dengan berkembangnya jaman, manisan buah tidak hanya dalam bentuk manisan basah namun juga ada dalam bentuk kering. Indonesia yang dilimpahi dengan beragam jenis buah tentunya di setiap daerah akan mudah ditemui aneka ragam buah tropis, tidak terkecuali di Cianjur. Manisan buah Cianjur dikenal memiliki cita rasa khas perpaduan antara manisnya gula dengan rasa asli buah. Manisan Cianjur dikenal ada manisan basah dan manisan kering dengan varian buah yang sangat beragam (Anonim, 2014). Tampilan manisan buah basah lebih menarik karena warnanya masih sangat menyerupai warna natural buahnya (Fatah, 2004; Soenarti, 2007). Walaupun manisan buah banyak ditemui di sejumlah kota di Indonesia, namun manisan buah Cianjur lebih dikenal masyarakat. Apa sebenarnya yang menyebabkan masyarakat pada umumnya lebih mengenal manisan Cianjur dan apa sebenarnya yang menjadikan konsumen lebih menyukai manisan buah asal Cianjur khususnya manisan basahnya. Berdasarkan hal tersebut, maka perlu dilakukan penelitian.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengkaji

- 1) Pengaruh parsial dan simultan atribut manisan buah basah terhadap preferensi konsumen;
- 2) Atribut manakah yang paling dominan mempengaruhi preferensi konsumen pada manisan buah basah.

Manisan basah biasanya dibuat dari buah yang keras seperti kolang-kaling, mangga, kedondong, salak, dan pepaya. Kandungan gula yang tinggi (minimum 25%) pada manisan buah menyebabkan sebagian air yang ada pada produk menjadi tidak tersedia, sehingga pertumbuhan mikroorganisme dan aktivitas air menjadi berkurang (Bachtar, 2004; Fatah, 2004; Soenarti, 2007). Sebagai suatu produk konsumsi, manisan buah basah harus memenuhi standar produk. Menurut Badan Standarisasi Nasional Indonesia (BSNI) melalui SNI 01-4443-1998, beberapa standar produk manisan basah di antaranya adalah bau khas, rasa khas dan warna normal (BSNI 1998 dalam Nanda, 2012). Sejumlah varian manisan buah basah mempunyai tampilan seperti pada Gambar 1. Menurut Limakrisna (2007) : Bahwa perilaku

konsumen dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor di antaranya faktor eksternal yang meliputi budaya (*culture*), subbudaya (*sub-culture*), status sosial (*social status*), demografi, keluarga, kelompok rujukan. Sementara faktor internal meliputi preferensi, pembelajaran (*learning*), memori, motivasi, kepribadian (*personality*), emosi, dan sikap. Terkait dengan variabel dependen pada penelitian ini, yang dimaksud dengan preferensi konsumen adalah kesukaan, pilihan atau sesuatu yang lebih disukai oleh konsumen. Preferensi ini terbentuk dari persepsi terhadap produk (Assael, 2002, Foster, 2002). Kesukaan konsumen terhadap produk tidak terlepas dari karakteristik produk itu sendiri baik atribut, kualitas maupun mereknya. Terdapat tiga jenis pengetahuan konsumen akan produk : 1) produk sebagai sekumpulan atribut / karakteristik, 2) produk sebagai sekumpulan keuntungan, 3) produk sebagai pemuas nilai. Nilai seringkali melibatkan afeksi emosional dikaitkan dengan tujuan dan kebutuhan (Peter and Olson, 2013). Atribut / karakteristik produk adalah segala sesuatu yang melekat dan menjadi ciri atau tanda produk tersebut. Atribut produk meliputi mutu, ciri, desain, merek, kemasan dan label (Kotler, 2007).



Gambar 1.

Tampilan varian manisan buah basah (Sumber : hasil foto lapang, 2016)

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di sejumlah toko oleh-oleh yang juga menjual manisan khas Cianjur, baik manisan basah maupun manisan kering. Manisan yang dimaksud adalah manisan buah. Alasan pengambilan tempat-tempat tersebut adalah karena toko oleh-oleh banyak didatangi pengunjung sehingga peneliti dapat terbantu dalam pengumpulan data terkait variabel penelitian yang dibutuhkan. Berhubung jumlah toko yang menjual manisan buah di Cianjur cukup banyak, maka peneliti hanya membatasi pada tiga toko saja.

Pemilihan ke tiga toko tersebut didasarkan pada jumlah pengunjung yang cukup banyak.

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen manisan buah basah yang kebetulan sedang berbelanja di toko-toko manisan yang menjadi tempat penelitian. Dari populasi tersebut diharapkan akan diperoleh gambaran umum karakteristik konsumen dan preferensinya terhadap sejumlah atribut manisan buah basah Cianjur. Jumlah populasi yang tidak diketahui jumlahnya menjadi dasar bagi peneliti melakukan sampling (Subagyo, 2006; Sugiyono, 2011). Sampling yang dilakukan adalah *non probability sampling* dengan teknik *accidental sampling*. Dalam penelitian ini jumlah sampel sebanyak 104 responden. Jumlah sampel didasarkan pada ketentuan penggunaan metode Analisis Jalur (*Path Analysis*). Dikutip dari Solimun (2002), jumlah sampel ditentukan dengan persyaratan berikut : a) Bila pendugaan parameter menggunakan metode kemungkinan maksimum, besar sampel yang disarankan adalah 100 hingga 200 dan minimum absolutnya adalah 50; b) Sebanyak 5 hingga 10 kali jumlah parameter yang ada di dalam model dan yang akan diduga; c) Sama dengan 5 hingga 10 kali jumlah variabel *manifest* (indikator) dari keseluruhan variabel laten. Dalam menetapkan jumlah sampel, peneliti menggunakan dasar c) yaitu delapan kali 13 indikator sehingga jumlahnya 104 sampel.

Variabel penelitian meliputi empat variabel bebas (*exogen*) dan satu variabel tergantung (*endogen*).

Variabel eksogen terdiri dari Harga (X_1), Rasa (X_2), Keragaman (X_3) dan Keawetan (X_4) sedangkan variabel endogennya adalah Preferensi (Y). Variabel Harga diukur melalui indikator : kesesuaian harga dengan mutu, kesesuaian harga dengan volume penjualan, keterjangkauan harga. Rasa manisan diukur melalui indikator : asam menurut jenis buah, manis menurut jenis buah. Variabel Keragaman diukur melalui indikator : jenis buah dan warna buah. Keawetan diukur melalui : produk tahan lama dan produk tidak mudah basi. Sementara untuk variabel endogen Preferensi diukur melalui empat atribut produk manisan buah basah yaitu harga, rasa, keragaman dan keawetan. Pengumpulan data primer dan sekunder dilakukan melalui observasi, wawancara, dokumentasi dan kuesioner. Data primer berupa tanggapan responden atas butir-butir pernyataan pada kuesioner. Tanggapan responden diukur dengan skala Likert berperingkat atau ordinal dari skala 1 (sangat tidak setuju), 2 (tidak setuju), 3 (cukup), 4 (setuju) sampai 5 (sangat setuju).

Rincian dari variabel-variabel tersebut dapat dilihat pada Tabel 1. mengenai operasionalisasi variabel penelitian. Untuk mengetahui pengaruh parsial maupun simultan dari variabel bebas (eksogen) terhadap variabel terganggunya (endogen), dilakukan analisis jalur. Sebelumnya, data yang diolah merupakan data lapang yang sudah diuji validitas dan reliabilitasnya sehingga layak untuk diolah lanjut.

Tabel 1. Operasionalisasi Variabel Penelitian.

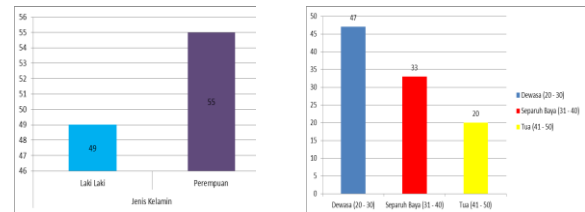
Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Skala
Harga (X_1)	Harga adalah jumlah uang yang pelanggan bayar untuk mendapatkan produk tertentu (Kotler et al., 2007).	1. Kesesuaian harga dengan mutu 2. Kesesuaian harga dengan volume 3. Keterjangkauan harga	Ordinal
Rasa (X_2)	Cita rasa adalah adalah suatu cara pemilihan makanan yang harus dibedakan dari rasa (taste) makanan tersebut. Cita rasa merupakan atribut makanan yang meliputi penampakan, bau, rasa, tekstur, dan suhu (Brefere LM, 2010).	1. Asam menurut jenis buah 2. Manis menurut jenis buah	Ordinal
Keragaman (X_3)	Menurut Kotler et al. (2007) “keragaman produk dan barang yang ditawarkan penjual tertentu kepada pembeli”. Toko dengan banyaknya jenis barang (produk) atau banyaknya item pilihan dalam masing-masing produk.	1. Jenis buah 2. Warna	Ordinal
Keawetan (X_4)	Keawetan adalah berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat terus dikonsumsi (Kotler, 2000).	1. Produk tahan lama 2. Tidak mudah basi	Ordinal

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Skala
Preferensi (Y)	Preferensi adalah Preferensi konsumen dapat berarti kesukaan, pilihan atau sesuatu yang lebih disukai oleh konsumen. Preferensi ini terbentuk dari persepsi terhadap produk (Assael, 2002).	1. Harga 2. Rasa 3. Keragaman 4. Keawetan	Ordinal

Terhadap data yang terkumpul, dilakukan uji validitas, uji reliabilitas dan uji normalitas. Data dinyatakan valid apabila nilai r hitung $>$ *cut off* 0.300. Data dinyatakan reliabel jika nilai r hitung $>$ nilai *cut off* 0.600 (Zulganef, 2006) dan data dinyatakan berdistribusi normal apabila nilai K-S $>$ 0.500 (Ghozali, 2011). Data yang memenuhi kelayakan ketiga uji tersebut dinyatakan dapat diolah lanjut ke analisis Jalur.

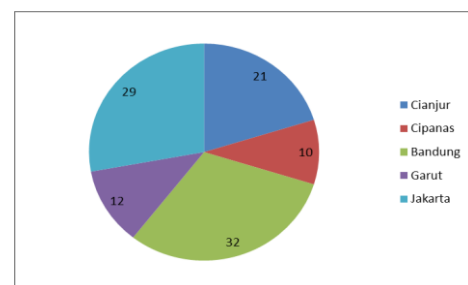
HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengumpulan data kuantitatif dilakukan terhadap 104 responden yang ditemui di tiga toko manisan Cianjur. Tiga toko tersebut mewakili toko penjual manisan yang banyak dikunjungi pembeli. Karakteristik pembeli yang menjadi responden dalam penelitian ini dapat dijelaskan pada Gambar 1 dan 2 sebagai berikut : 47% responden laki – laki dan 52% perempuan. Secara kebetulan pada saat pengambilan data melalui kuesioner, responden perempuan lebih banyak daripada responden laki-laki. Responden tersebut adalah pembeli yang sekaligus juga mengonsumsi manisan buah basah. Dari aspek usia, responden terbanyak berusia antara 20 – 30 tahun sebesar 47%. Responden dengan kisaran usia tersebut dapat digolongkan sebagai usia dewasa (BKKBN, 2013) dan dapat mewakili konsumen dalam memberikan tanggapannya terhadap atribut manisan buah basah yang dibelinya. Berdasarkan asal daerah, responden yang secara kebetulan ditemui, berasal dari Cianjur sendiri, Bandung, Garut dan Jakarta. Terbanyak responden berasal dari Bandung sebesar 30%. Keadaan ini dapat dimaklumi karena Cianjur merupakan kota perlintasan antara Jakarta Bandung sehingga tidak sedikit pembeli manisan adalah orang-orang yang sedang bepergian antar kota tersebut.



Gambar 1. Sebaran responden berdasarkan jenis kelamin dan usia

Data tanggapan responden dianalisis secara deskriptif terlebih dahulu untuk mengetahui tanggapan rata-rata responden terhadap atribut manisan buah basah. Skor rata-rata tanggapan dikategorikan ke dalam klas kategori Sangat Setuju (4.2 – 5.0), Setuju (3.4 – 4.1), Cukup (2.6– 3.3), Tidak Setuju (1.8 – 2.5) dan Sangat Tidak Setuju (1.0 – 1.7).



Gambar 2. Sebaran responden berdasarkan asal daerah

Secara deskriptif dapat diketahui bahwa tanggapan responden terhadap dimensi-dimensi harga, rasa, keragaman dan keawetan dapat diringkas pada tabel berikut ini.

Tabel 2. Rata-rata tanggapan responden terhadap dimensi dari atribut harga, rasa, keragaman dan keawetan.

Atribut dan dimensi	Skor rata-rata	Kategori
Harga (X₁)		
Harga sesuai dengan kualitas	3.4	Setuju

produk		
Harga sesuai dengan berat isi	3.5	Setuju
Harga sangat terjangkau	3.5	Setuju
Rasa (X₂)		
Asamnya sesuai dengan rasa asam buahnya	4.4	Sangat Setuju
Asamnya asam buah segar	4.3	Sangat Setuju
Rasa manis sesuai dengan selera	4.3	Sangat Setuju
Manisnya rasa manis buahnya	3.5	Setuju
Keragaman (X₃)		
Banyak jenisnya	4.4	Sangat Setuju
Warna manisan alami	4.3	Sangat Setuju
Warna manisan tidak mencolok	4.3	Sangat Setuju
Keawetan (X₄)		
Awet disimpan > 1 minggu	3.5	Setuju
Tidak mudah basi	3.4	Setuju

Dari tabel 2 dapat disimpulkan bahwa responden pada umumnya menyatakan setuju dan sangat setuju bahwa atribut manisan buah basah dapat dikenali melalui harga, rasa, keragaman dan keawetannya. Responden menyatakan sangat setuju pada atribut rasa dan keragaman. Sementara atribut harga dan keawetan hanya ditanggapi setuju. Rasa asam dan manis yang menjadi kekhasan rasa manisan buah basah serta keragaman jenis buah yang dibuat manisan menjadi atribut yang membuat konsumen lebih menyukai manisan buah basah. Harga dan keawetan hanya ditanggapi setuju sebagai atribut manisan buah basah. Keadaan ini dapat dijelaskan karena harga bersifat relative, sedangkan keawetan

berkaitan dengan kebiasaan mengkonsumsi dari pembeli. Ada sebagian pembeli yang langsung mengkonsumsi manisan buah basah tersebut tidak lama dari saat membelinya. Ada pula yang menyimpannya untuk beberapa lama namun tidak sampai berbulan-bulan sehingga awet tidaknya buah bersifat subyektif. Walaupun demikian, pada dasarnya manisan buah basah tidak mudah basi atau terjaga keawetannya karena kandungan gulanya yang tinggi.

Selanjutnya untuk menjawab tujuan penelitian 1 dan 2, dilakukan pengolahan dan analisis kuantitatif dengan menggunakan *Path Analysis* terhadap data yang sudah memenuhi validitas, reliabilitas dan normalitas data seperti yang ditunjukkan pada tabel-tabel berikut. Data-data yang sudah memenuhi syarat valid, reliabel dan berdistribusi normal, maka data dapat diolah lanjut sesuai dengan yang dipersyaratkan (Sugiyono, 2009; Zulganef, 2006).

Dari Tabel 3. diketahui bahwa ke lima variabel penelitian telah memenuhi syarat validitas dan reliabilitas sehingga akan dilanjutkan dengan uji normalitas data. Variabel penelitian yang valid menunjukkan bahwa butir-butir pernyataan yang merupakan indikator variabel dapat mengukur variabel laten bebas maupun variabel laten tergantung. Sementara variabel penelitian yang reliabel menjelaskan bahwa responden dalam memberikan tanggapan atas pernyataan-pernyataan bersifat ajeg.

Tabel 3. Hasil uji validitas dan reliabilitas

No	Variabel Penelitian	Corrected Item-Total Correlation	Cut - off	Cronbach's Alpha If Item Deleted	Cut - off	Keterangan
1	Harga (X ₁)	0.649	0.300	0.799	0.600	Valid, reliabel
2	Rasa (X ₂)	0.502	0.300	0.831	0.600	Valid, reliabel
3	Keragaman (X ₃)	0.532	0.300	0.843	0.600	Valid, reliabel
4	Keawetan (X ₄)	0.730	0.300	0.767	0.600	Valid, reliabel
5	Preferensi (Y)	0.867	0.300	0.733	0.600	Valid, reliabel

Tabel 4. Hasil uji normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			X1	X2	X3	X4	Y
N			104	104	104	104	104
Normal	Mean		3.38	4.32	4.43	3.53	4.03
Parameters ^{a,b}	Std. Deviation		.486	.468	.810	.750	.582
Most	Absolute		.405	.434	.393	.385	.337
Extreme	Positive		.405	.434	.242	.385	.337

Differences	Negative	-.276	-	-	-	-.326
Kolmogorov-Smirnov Z		4.126	.249	.393	.240	3.437
Asymp. Sig. (2-tailed)		.000	5	6	3	.000
a. Test distribution is Normal.						
b. Calculated from data.						

Data yang berdistribusi normal dapat digunakan untuk menjelaskan gambaran dari suatu populasi atau menarik kesimpulan yang berlaku secara umum. Setelah data melalui uji validitas, reliabilitas dan normalitas, maka dapat dijawab tujuan penelitian 1. Yang menjadi atribut manisan buah basah adalah harga, rasa, keragaman dan keawetan. Selanjutnya untuk mengetahui pengaruh atribut manisan buah basah sebagai variabel bebas terhadap preferensi sebagai variabel tergantung, dilanjutkan dengan pengujian secara simultan dan parsial.

Untuk mengetahui pengaruh simultan dari variabel bebas terhadap variabel tergantung dilakukan uji F, sedangkan untuk mengetahui pengaruh parsial masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat dilakukan uji t. Hasil masing-masing uji tampak pada Tabel 5 dan Tabel 6 berturut-turut.

Dari hasil uji F dapat diketahui bahwa pengaruh variabel independen (harga, rasa, keragaman dan keawetan) berpengaruh signifikan secara simultan terhadap variabel dependen preferensi. Hasil ini sebagai jawaban dari tujuan pertama penelitian. Bahwa preferensi sangat dipengaruhi oleh atribut manisan buah basah yang meliputi harga, rasa, keragaman dan keawetan. Hasil ini dapat menjelaskan bahwa konsumen tertarik dan lebih menyukai manisan buah basah Cianjur karena harga yang terjangkau menurut tanggapan konsumen, rasa manisan buah basah yang asam dan manis dianggap natural sesuai dengan manis dan asamnya buah, keragaman jenis buah yang dibuat manisan dan relative tidak mudah basi.

Tabel 5. Hasil Uji Anova untuk mengetahui pengaruh simultan.

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	27.813	4	6.953	96.950	.000 ^b

Coefficients ^a				
Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coeff. Beta	t	Sig.
	B	Std.		

Residual	7.100	99	.072		
Total	34.913	103			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X4, X3, X2, X1

Hasil uji F menunjukkan bahwa variabel harga, rasa, keragaman dan keawetan berpengaruh secara simultan terhadap preferensi. Sebaliknya akan dilihat pengaruh secara parsial variabel independen terhadap variabel dependen melalui uji t (Tabel 6). Tabel 6. Hasil uji T untuk mengetahui pengaruh parsial. Dari hasil uji t dapat dijelaskan bahwa hanya tiga variabel independen yang berpengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel dependen. Ketiga variabel independen tersebut adalah harga (X₁), keragaman (X₃) dan keawetan (X₄) terhadap preferensi (Y). Keadaan ini menunjukkan bahwa konsumen lebih menyukai manisan buah basah Cianjur karena harganya terjangkau atau disebabkan oleh keragaman jenis buahnya dan bersifat relative awet (tidak mudah basi).

Pengaruh parsial dan simultan dapat dilihat dalam model analisis jalur seperti pada Gambar 1. Untuk menggambarkan Diagram Jalur, perlu dihitung terlebih dahulu error model. Besarnya error model adalah sebagai berikut :

Langkah pertama adalah penghitungan koefisien determinasi. Penghitungan koefisien determinasi (R²) dilakukan melalui persamaan berikut.

Koefisien determinasi :

$$\begin{aligned}
 R^2 &= 1 - Pe^2 \\
 &= 1 - 0,450^2 \\
 &= 1 - 0,203 \\
 &= 0,797
 \end{aligned}$$

		Error				
1	(Const)	1.612	.445		3.625	.000
	X1	-.497	.171	-.415	-2.905	.005
	X2	-.037	.086	-.029	-.424	.672
	X3	.363	.039	.505	9.360	.000
	X4	.748	.118	.964	6.318	.000

a. Dependent Variable: Y

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.893 ^a	.797	.788	.268

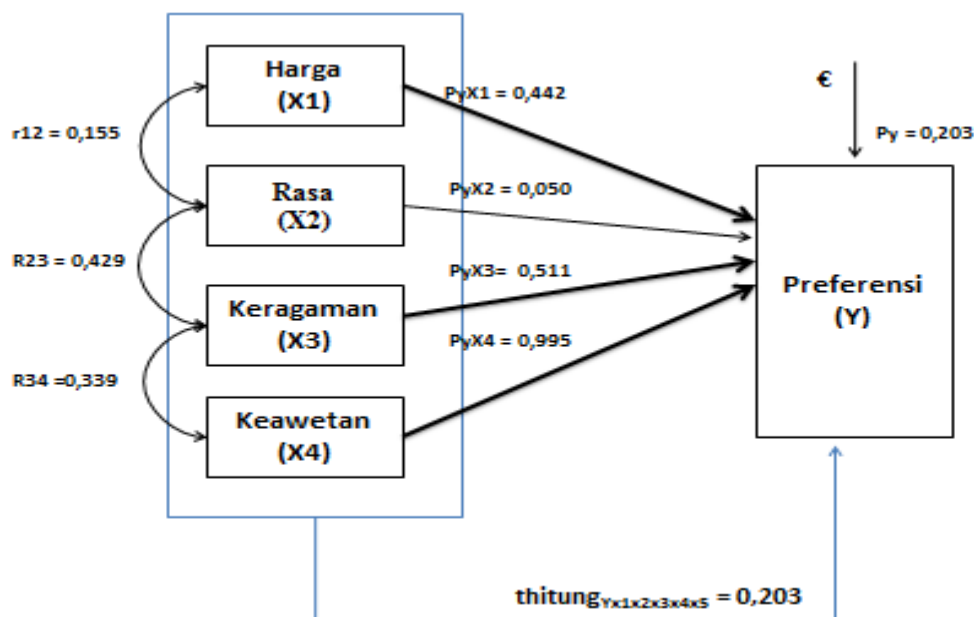
a. Predictors: (Constant), X₄, X₃, X₂, X₁

Penghitungan error model lintasan jalur sebagai berikut :

$$\begin{aligned}
 Pe_i &= \sqrt{1 - R^2} \\
 &= \sqrt{1 - 0,797} \\
 &= \sqrt{0,203} = 0,450
 \end{aligned}$$

Besarnya koefisien determinasi atau R^2 adalah 0.797 . Hasil ini menjelaskan bahwa sebesar 79,7% variabel independen (preferensi) dipengaruhi oleh keragaman variabel dependen (harga, rasa, keragaman, keawetan), sementara sebesar 20.3% preferensi dipengaruhi oleh hal-hal lain yang tidak diteliti pada penelitian ini

Selanjutnya dapat dibuat Diagram Jalur seperti pada Gambar 3.



Gambar 3.

Pengaruh harga, rasa, keragaman dan keawetan terhadap preferensi manisan buah basah Cianjur

KESIMPULAN

Dari pembahasan di atas, dapat disimpulkan bahwa :

1. Terdapat pengaruh secara simultan dari variabel bebas harga, rasa, keragaman dan keawetan manisan buah basah terhadap

variabel tergantung (preferensi). Pengaruh parsial hanya ditunjukkan dari variabel harga, keragaman dan keawetan terhadap preferensi namun variabel rasa berpengaruh tidak signifikan.

2. Dari ke tiga variabel bebas yang berpengaruh signifikan, variabel keawetan

yang paling dominan mempengaruhi preferensi.

Ucapan Terimakasih

Ucapan terimakasih disampaikan kepada Maya Sumarni, S.Agr. sebagai alumni Fakultas Sains Terapan yang telah menyumbangkan informasi dan data yang diperlukan dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Anonim. 2014. Mengenal Sejarah Manisan Buah Asli Cianjur Dan Macamnya. <https://www.kaskus.co.id/thread/52d53d0259cb179d688b4941/mengenal-sejarahmanisan-buah-asli-cianjur-dan-macamnya->
- Assael. 2002. Consumer Behavior and Marketing Action. 3rd edition. Kent Publishing Company. Boston Massachusset. Amerika Serikat.
- Bachtar. 2004. Membuat Aneka Manisan Buah. Agro Media Pustaka. Jakarta.
- Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana Nasional Direktorat Pelaporan dan Statistik. 2013. *Profil Hasil Pendataan Keluarga 2012*. Jakarta.
- Brefere, L.M. 2010. Nutrition For Foodservice and Culinary Professional's. Seventh Edition. New Jersey: John Willey and Son Inc.
- Fatah. 2004. Membuat Manisan Buah. Agro Media Pustaka. Jakarta.
- Foster. 2002. Dasar-dasar Pemasaran. Edisi 7. Jilid 2 (diterjemahkan oleh Alexander Sindoro). Penerbit Prenhallindo. Jakarta.
- Ghozali. 2005. Aplikasi Analisis Multi variate dengan Program SPSS. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Kotler. 2000. Manajemen Pemasaran. Edisi Milenium. Prehallindo. Jakarta.
- Kotler and Keller. 2007. Manajemen Pemasaran. Edisi 12. Jilid 1. PT. Indeks. Jakarta.
- Limakrisna. 2007. Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran untuk Memenangkan Persaingan Bisnis. Mitra Wacana Media. Jakarta.
- Nanda F. Pratami. 2012. Proses Produksi Manisan Basah Pare. Perpustakaan Fakultas Pertanian UNS.
- Peter, J.P., Jerry C. Olson. 2013. *Consumer Behavior & Marketing Strategy* (Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran). McGraw-Hill Education (Asia) & Salemba Empat. Jakarta.
- Soenarti. 2007. Manisan Buah. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta. ISBN 978-979-22-2608-9
- Solimun. 2002. Structural Equations Modelling (SEM). Lisrel and Hines. Fakultas MIPA. Universitas Brawijaya. Malang.
- Subagyo. 2006. Metode Penelitian (dalam Teori dan Praktik). Rineka Cipta. Jakarta.
- Sugiyono. 2009. Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. CV. Alfabeta. Bandung.
- Sugiyono. 2011. Metode Penelitian Kuantitatif dan R & D. Alfabeta Cetakan Ke 17. Bandung.
- Zulganef. 2006. Alat Pengukuran Instrumen Penelitian. Prenhalindo. Jakarta