

PREFERENSI KONSUMEN CABAI MERAH KERITING DI PASAR TRADISIONAL PANORAMA KOTA BENGKULU

*¹Fernandes Suyatno, ²Elni Mutmainnah.

¹ Program studi Agribisnis, Universitas Muhammadiyah Bengkulu

² Program studi Agribisnis, Universitas Muhammadiyah Bengkulu

*e-mail: fernandesbkl67@gmail.com

Abstract. *This research aims to analyze consumer preferences for the attributes of curly red chilies at the Panorama Traditional Market in Bengkulu City. The method used in this research is the survey method. This research was conducted at the Panorama Traditional Market in Bengkulu City where the respondents were consumers of curly red chilies at the Panorama Traditional Market in Bengkulu City. This research was conducted in November 2023. The sampling technique used in this research was accidental. The data analysis technique uses fishbein multi-attribute model analysis. Based on the analysis results, it shows that the attributes that consumers believe in buying curly red chilies are (1) the shape of the curly red chilies is long and curly, (2) the color of the chilies is bright red, (3) the taste is not too spicy, (4) the texture of the meat tends to be dense and (5), the price is more affordable than other chilies. In order to increase consumer satisfaction of red chili peppers then the chili farmers or traders consider the attributes of the shape of the long red chilli peppers and curls, the color of the light red chillippers, the taste is not too spicy, the texture of the meat tends to be dense and, the price is more affordable than the other chilli.*

Keywords : *Curly Red Chilies, Consumer Attitudes, Attributes.*

Abstrak. *Penelitian ini bertujuan menganalisis preferensi konsumen terhadap atribut cabai merah keriting di Pasar Tradisional Panorama Kota Bengkulu. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey. Penelitian ini dilakukan di Pasar Tradisional panorama Kota Bengkulu di mana yang menjadi responden merupakan konsumen cabai merah keriting di Pasar Tradisional Panorama Kota Bengkulu. Penelitian ini dilakukan pada bulan November 2023. Teknik penarikan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah acciedental. Teknik analisis data menggunakan analisis model multi- atribut fishbein. Berdasarkan hasil analisis menunjukkan Atribut yang menjadi keyakinan konsumen dalam membeli cabai merah keriting adalah (1) bentuk cabai merah keriting panjang dan keriting, (2) warna cabai merah menyala, (3) rasa tidak terlalu pedas, (4) tekstur daging cenderung padat dan (5), harga lebih terjangkau dibandingkan cabai yang lainnya. Untuk meningkatkan kepuasan konsumen cabai merah keriting maka petani atau pedagang cabai mempertimbangkan atribut bentuk cabai merah keriting panjang dan keriting, warna cabai merah menyala, rasa tidak terlalu pedas, tekstur daging cenderung padat dan, harga lebih terjangkau dibandingkan cabai yang lainnya.*

Kata kunci : *Cabai Merah Keriting, Sikap Konsumen, Atribut.*

PENDAHULUAN

Sektor pertanian berperan dalam pembangunan pertanian di Indosesia Pembangunan pertanian diarahkan untuk meningkatkan produksi pertanian untuk memenuhi kebutuhan pangan dan kebutuhan industri dalam negeri, meningkatkan ekspor, meningkatkan pendapatan petani, memperluas kesempatan kerja dan mendorong pemerataan kesempatan berusaha. Sektor yang menjadi pusat perhatian dalam pembangunan nasional. Pengelolaan dan pemanfaatan hasil-hasil produk pertanian diharapkan dapat dilakukan secara lebih terencana dengan pemanfaatan yang optimum serta dapat dinikmati oleh seluruh penduduk Indonesia.

Salah satu sektor pertanian yaitu sub sektor hortikultura memiliki peran penting dan strategis karena perannya sebagai komponen utama pada Pangan Harapan. Komoditas hortikultura khususnya sayuran dan buah-buahan memegang bagian terpenting untuk keseimbangan pangan, sehingga harus tersedia setiap saat dalam jumlah yang cukup, mutu yang baik, aman dikonsumsi, harga yang terjangkau, serta dapat diakses oleh seluruh lapisan masyarakat. Jumlah penduduk Indonesia yang besar sebagai konsumen produk hortikultura yang dihasilkan petani, merupakan pasar yang sangat potensial, dari tahun ke tahun menunjukkan kecenderungan semakin meningkat dalam jumlah dan persyaratan mutu yang diinginkan.

Tanaman hortikultura adalah tanaman yang memiliki banyak manfaat yang terkandung di dalamnya, salah satunya sebagai penunjang pemenuhan gizi dalam tubuh, sehingga tanaman hortikultura banyak dibudidayakan oleh petani. Cabai merupakan salah satu tanaman hortikultura yang memiliki prospek yang cukup menjanjikan untuk terus di kembangkan, kebutuhan akan cabai merah keriting terus meningkat itu dikarenakan cabai sebagai bahan utama di dalam masakan yang memiliki nilai ekonomi tinggi. Selain itu, cabai memiliki banyak manfaat untuk kesehatan diantaranya yaitu menghilangkan stress, melancarkan pencernaan, dan lain-lain.

Cabai merah (*Capsicum annum*) adalah salah satu dari berbagai jenis komoditas hortikultura yang memiliki nilai permintaan tinggi dan berpengaruh besar terhadap dinamika perokonoman nasional, Komoditas ini memiliki nilai ekonomis yang tinggi, dan dibutuhkan sebagai tambahan bumbu masakan, dan merupakan sumber vitamin C (Harpenas & Dermawan, 2010). Ciri dari cabe merah yaitu memiliki tekstur permukaan yang bergelombang dan memiliki rasa yang pedas dan aroma yang khas, sehingga bagi orang-orang maupun konsumen tertentu dapat membangkitkan selera makan. Kebutuhan akan cabai merah diasumsikan akan terus meningkat sejalan dengan meningkatnya jumlah penduduk dan berkembangnya industri makanan yang membutuhkan bahan baku cabai. Hal ini menyebabkan komoditi ini menjadi komoditi yang paling sering menjadi pembicaraan di seluruh lapisan masyarakat karena harganya dapat melambung sangat tinggi pada saat-saat tertentu.

Tabel 1. **Konsumsi Cabai Merah Keriting (Kg) Menurut Kabupaten/Kota Di Provinsi Kota Bengkulu Perkapita Tahun 2020 -2022**

No	Kabupaten/Kota	2020	2021	2022
1.	Kota Bengkulu	5,767	4,854	4,891
2.	Seluma	5,584	5,694	5,548
3.	Bengkulu Tengah	5,840	5,6575	5,5
4.	Kaur	5,37	5,767	5,183
5.	Bengkulu Selatan	5,767	5,5845	5,4385
6.	Kepahiang	4,8545	4,7085	4,1245
7.	Rejang Lebong	5,8035	5,548	5,2925
8.	Lebong	8,249	8,665	6,789
9.	Muko- Muko	5,840	6,497	6,789
10.	Bengkulu Utara	4,672	4,964	4,124,5

Sumber : *Data Dinas Ketahanan Pangan Provinsi Bengkulu tahun 2020- 2022*

Dari Tabel 1.1 Menunjukkan bahwa konsumsi cabai merah keriting di Provinsi Kota Bengkulu terbanyak pada tahun 2020 sebesar 5,767 Kg perkapita, sedangkan pada tahun 2021 konsumsi cabai merah keriting di Kota Bengkulu mengalami penurunan yaitu sebesar 4,854 Kg perkapita, dan konsumsi terbanyak di Provinsi Bengkulu yaitu Kabupaten Lebong pada tahun 2021 sebesar 8,665 Kg perkapita.

Pemahaman tentang perilaku serta keputusan konsumen untuk membeli produk dapat digunakan tidak saja sebagai bahan masukan untuk menyusun strategi pemasaran, tetapi juga untuk memperbaiki perencanaan pengembangan. Pemasaran barang mengalir dari produsen sampai kepada konsumen akhir disertai penambahan guna bentuk melalui proses pengolahan, guna tempat melalui proses pengangkutan dan guna waktu melalui proses penyimpanan. Lokasi produksi pertanian seringkali terpisah jauh dari tempat produsen. Agar produksi pertanian ini dapat dimanfaatkan oleh konsumen, maka komoditi pertanian tersebut harus diangkut kemudian di salurkan dari lokasi produsen hingga sampai ke tangan konsumen (Sudiyono, 2002).

Banyak faktor yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli suatu produk, apalagi jika mengingat perilaku dari setiap individu dalam proses pembelian adalah berbeda-beda. Oleh karena itu, sangat penting bagi produsen untuk dapat lebih memahami keputusan konsumen dalam mencapai tujuan. Keputusan pembelian merupakan hal penting bagi masyarakat untuk mendapatkan produk berkualitas yang sesuai dengan keinginan masyarakat. Masyarakat memiliki beberapa pertimbangan dalam menentukan dan memutuskan pembelian. Konsumen untuk memutuskan melakukan pembelian melalui tahapan pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, perilaku setelah pembelian. Konsumen membeli cabai merah keriting dengan tujuan untuk konsumsi pribadi dan rumah tangga (Pusat Informasi Harga Pangan Strategis Nasional).

dari uraian di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang “Preferensi Konsumen Cabai Merah Keriting Di Pasar Pasar Tradisional Panorama Kota Bengkulu”, dengan tujuan untuk melakukan penelitian tentang Pendekatan Multiatribut Fishbean Dalam Analisa Preferensi Konsumen.

METODE PENELITIAN

Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah metode survey. Menurut (Sugiyono, 2016) metode survey adalah penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil tetapi data yang dipelajari merupakan data dari sampel yang diambil pada populasi atau data yang dikumpulkan hanya dari beberapa individu saja yang berada dalam populasi. Metode survey digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah (bukan buatan) tetapi peneliti melakukan pengumpulan data, misalnya dengan menyebarkan kuisioner, wawancara dan sebagainya (Asriah, 2021).

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan dimulai dari bulan Oktober sampai bulan November 2023. Lokasi penelitian dilakukan di Pasar tradisional Panorama Kota Bengkulu. Pemilihan lokasi ini dilakukan secara sengaja (*Purposive*) dengan pertimbangan bahwa pasar tradisional lebih banyak dikunjungi konsumen untuk membeli bahan pangan seperti cabe merah dibandingkan dengan pasar modern.

Jenis dan Sumber Data

1. Data Primer

merupakan data yang diperoleh dari sumber pertama baik dari individu maupun perseorangan melalui studi lapangan (observasi), wawancara dan kuisisioner yang telah dipersiapkan terlebih dahulu sesuai dengan tujuan dan kebutuhan penelitian.

2. Data Sekunder

merupakan data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara. Dalam penelitian ini data sekunder dapat diperoleh dari Badan Pertahanan Pangan Kota Bengkulu (BPP) maupun jurnal-jurnal serta referensi yang berhubungan dengan penelitian.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuisisioner. Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat atau pertanyaan tertulis kepada responden (Yustiawan, 2016). Responden dalam penelitian adalah konsumen di Pasar tradisional panorama Kota Bengkulu.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Kelurahan Panorama terletak di dalam wilayah Kecamatan Singaran Patih. Kelurahan Panorama adalah salah satu Kelurahan yang letaknya di Tengah Kota Bengkulu, dengan topografi dataran dan pesawahan, Kelurahan Panorama berdiri pada tahun 1981 dengan luas 292,95 Ha. Kelurahan Panorama yang terletak dalam Kecamatan Singaran Patih Kota Bengkulu memiliki batas-batas wilayah pemisah dari kelurahan-kelurahan tetangganya. Batas wilayah dari Kelurahan Panorama Kecamatan Singaran Pati Kota

Kelurahan Panorama didominasi oleh penduduk asli yang bersuku Lembak Sehingga kearifan dan adat istiadat Suku Lembak sangat kental dalam kehidupan sehari-hari masyarakat Kelurahan Panorama, berbaur dengan adat istiadat penduduk minoritas (Padang, Jawa, Sunda Palembang dan Batak), dengan berbagai ragam mata pencarian dan usaha, dari buruh tani sampai dosen. Di mana letak geografis Kelurahan Panorama sebagian adalah pesawahan di tengah kota, prasarana umum sebagai penunjang laju ekonomi di Kelurahan Panorama dan sebagian lagi adalah pemukiman penduduk.

Pasar panorama Kota Bengkulu telah berdiri sejak tahun 1982. Dahulu Pasar Panorama merupakan pasar harian atau pasar mingguan kemudian berkembang dan dijadikan sebagai Terminal Panorama. Seiring berjalannya waktu Pemerintah Kota Bengkulu mengubah lokasi Pasar Terminal menjadi Pasar Modern dan sangat strategis karena berada di tengah-tengah Kota, oleh karena itu tidak lah sulit untuk menuju ke Pasar tersebut. Lokasi yang strategis ini juga menjadikan Pasar Panorama sebagai salah satu pasar yang paling ramai penjual dan pengunjungnya, seiring berjalannya waktu saat ini pasar Panorama telah beroperasi 24 jam per harinya.

Karakteristik Responden

Karakteristik responden menggambarkan kondisi responden secara umum, pada penelitian ini karakteristik responden yang di kaji antara lain Umur, Jenis Kelamin, Pendidikan, Dan Jumlah Anggota Keluarga.

Tabel 2. Karakteristik Responden

Kategori	Jumlah	Persentase%
Jenis Kelamin		
Laki-laki	25	26,04
Perempuan	71	73,95
Kategori Umur		
21-26	11	11,45
27-32	13	13,55

33-38	16	16,66
39-44	22	22,91
45-50	15	15,62
51-56	13	13,55
57- 62	6	6,25
Pendidikan		
SD	18	18,80
SMP	29	30,20
SMA	26	27
S1	23	24
Pekerjaan		
IRT	63	65,62
PNS	6	6,25
Swasta	9	9,37
Petani	10	10,41
Mahasiswa	8	8,3
Jumlah Anggota Keluarga		
2-3	30	31,25
4-5	48	50
6-7	18	18,75

Sumber : Data Primer diolah 2024

Pada data tabel 2 hasil penelitian menunjukkan bahwa karakteristik konsumen berdasarkan jenis kelamin, sebagian besar konsumen yang membeli cabai merah keriting Di Pasar panorama Kota Bengkulu adalah berjenis kelamin perempuan yaitu sebanyak 73,95 persen dan sebagian kecilnya berjenis kelamin laki-laki sebesar 26,4 persen, Berdasarkan umur dapat dilihat bahwa jumlah konsumen yang membeli cabai merah keriting yang terbanyak adalah umur 39- 44 tahun yaitu sebesar 22,91 persen, Dari hasil penelitian di lapangan tingkat Pendidikan konsumen cabai merah keriting dengan persentase menurut Pendidikan paling terakhir yang paling dominasi membeli adalah yang Pendidikan terakhirnya Sekolah menengah Pertama (SMP) yaitu sebesar 30,20 persen, Pada hasil penelitian menunjukkan bahwa jenis pekerjaan yang persentasenya paling tinggi pada konsumen cabai merah keriting di Pasar Panorama Kota Bengkulu adalah Ibu Rumah Tangga dengan jumlah sebesar 65,62 persen, karakteristik konsumen menurut jumlah anggota keluarga yang memiliki persentase tinggi adalah konsumen yang memiliki jumlah anggota keluarga 4-5 orang sebesar 50 persen.

Hasil Penelitian

Uji reliabilitas berfungsi untuk mengetahui konsisten hasil pengukuran, dan bisa mencerminkan dapat dipercaya atau tidaknya suatu instrumen penelitian berdasarkan tingkat pemantapan dan ketepatannya. Uji realibilitas dilakukan dengan menggunakan metode Cronbanch's alpha, Hasil uji realibilitas dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 3. Uji Reliabilitas

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,835	,842	10

Berdasarkan hasil pada tabel tersebut di atas, dapat diketahui bahwa nilai alpha dengan koefisien reliabilitas 0,835 artinya reliabilitas valid atau di terima. Menurut Ghozali (2018:35), merupakan “alat untuk mengukur suatu koesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika tanggapan seseorang terhadap pernyataan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu”. Pengukuran reliabilitas dilakukan dengan cara pengukuran sekali saja kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain mengukur korelasi antar tanggapan dari pernyataan, dimana statistik Cronbach Alpha (α) menggunakan koefisien Cronbach’s Alpa $> 0,60$ dinyatakan reliabel/handal.

Pengujian validitas dilakukan dengan membandingkan Pearson Correlation (r hitung) dengan Product Moment (r tabel), tingkat signifikansi yang digunakan penelitian ini 0,05. r hitung dilihat dari Output Pearson Correlation dari SPSS, r tabel dilihat dari tabel distribusi r, namun yang harus diketahui terlebih dahulu adalah derajat kebebasan atau *Degree off Freedom* lalu dikombinasikan dengan tingkat signifikansi penelitian yang digunakan. Menurut Ghozali (2018:35), validitas “menunjukkan seberapa jauh suatu tes atau satu set dari operasi-operasi mengukur apa yang harusnya diukur. Mengukur validitas dapat membandingkan nilai r hitung dengan nilai r tabel dimana jika r hitung $>$ nilai r tabel butir pernyataan dianggap valid”.

Analisis Multiatribut Fishbein

Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan analisis multiatribut Fishbein. Berdasarkan uji yang dilakukan pada 96 responden cabai merah keriting di pasar panorama Kota Bengkulu. Setelah lolos uji validitas dan reliabilitas maka uji multiatribut Fishbein dilakukan untuk mengetahui sikap responden terhadap atribut yang terkait dengan cabai merah keriting dengan memperhatikan tingkat kepercayaan dan evaluasi kepentingan terhadap cabai merah keriting.

Skor pada atribut yang terdapat pada tingkat kepercayaan cabai merah keriting menunjukkan seberapa penting suatu atribut yang dimiliki oleh cabai merah keriting. Sedangkan skor atribut pada evaluasi kepentingan menunjukkan pendapat responden cabai merah keriting mengenai seberapa baik kondisi atribut yang dimiliki oleh cabai merah keriting yang akan dibeli.

Analisis Tingkat Kepercayaan Rata-rata (bi)

Salah satu analisis yang dapat digunakan untuk mengetahui sikap konsumen melalui penilaian atribut terhadap suatu produk adalah model sikap Fishbein. Komponen analisis tingkat kepercayaan (bi) mengukur kepercayaan terhadap suatu atribut yang dimiliki oleh cabai merah keriting. Menurut Susanta (2006), dalam model Fishbein kepercayaan terhadap obyek adalah jumlah total dari kepercayaan yang tidak hanya satu atribut saja tetapi atribut secara keseluruhan yang relevan yang melekat pada obyek. Penilaian responden terhadap produk cabai merah keriting cukup baik. Hal ini dapat dilihat pada Tabel di bawah ini skor kepercayaan (bi) terhadap produk cabai merah keriting :

Tabel 4. Nilai bi Cabai Merah Keriting

Atribut	Nilai					Jumlah	Rata- rata
	5	4	3	2	1		
1	11	36	30	19	1	328	3,42
	55	144	90	38	1		
2	6	71	12	7	0	364	3,80
	30	284	36	14	0		
3	11	64	15	6	0	368	3,83
	55	256	45	12	0		
4	42	43	5	6	0	439	4,58
	210	172	45	12	0		
5	12	63	10	11	0	366	3,81
	60	254	30	22	0		

Pada tabel 8 menjelaskan semua atribut-atribut pada tingkat kepercayaan memiliki keterangan dengan tingkat kepercayaan tinggi atau yang dipertimbangkan dan dipercaya oleh konsumen cabai merah keriting adalah bentuk cabai merah keriting dengan skor sebesar (4,58), Rasa dari cabai merah keriting dengan skor (3,81), atribut tekstur cabai merah keriting dengan skor (3,80), harga cabai merah keriting dengan skor (3,40) dan warna dari cabai merah keriting (3,83).

Evaluasi (ei) Responden Terhadap Cabai Merah Keriting

Komponen ei mengukur evaluasi konsumen terhadap atribut i dari produk cabai merah keriting secara umum. Hasil evaluasi atribut yang dinilai oleh responden terhadap produk cabai merah keriting, secara keseluruhan menunjukkan bahwa semua atribut dinilai penting atau positif oleh konsumen. Tingkat kepentingan yang dinilai oleh konsumen berbeda-beda menurut besarnya skor evaluasi yang di peroleh. Semakin tinggi skor evaluasi yang di peroleh maka semakin penting suatu atribut. Skor evaluasi dari masing-masing atribut dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel. 5 Evaluasi (ei) Responden Cabai Merah Keriting

Atribut	Nilai					Jumlah	Rata- rata
	5	4	3	2	1		
1	12	36	30	18	1	331	3,45
	60	144	90	36	1		
2	8	70	11	7	0	367	3,82
	40	280	33	14	0		
3	11	64	15	6	0	368	3,83
	55	256	45	12	0		
4	42	43	5	6	0	439	4,58
	210	172	45	12	0		
5	12	63	10	11	0	366	3,81
	60	254	30	22	0		

Data : Data Primer diolah 2024

Pada tabel di atas menunjukkan hasil analisis tingkat evaluasi kepentingan cabai merah keriting. Atribut yang dipertimbangkan oleh konsumen cabai dengan nilai evaluasi tertinggi yaitu bentuk dengan skor (4,58), Kemudian diikuti atribut warna dengan skor (3,83), atribut tekstur dengan skor (3,82), atribut rasa dengan skor (3,81), dan harga dengan skor (3,40).

Analisis Indeks Sikap /Overall Attitude (Ao)

Analisis sikap konsumen dilakukan setelah penilaian terhadap evaluasi atribut produk dan penilaian kepercayaan atribut produk dilakukan. Sikap konsumen terhadap atribut cabai merah keriting digambarkan dengan simbol Ao, yang menunjukkan penilaian sikap responden dari perkalian antara setiap skor evaluasi (ei) dengan skor kepercayaan (bi) atributnya. Sikap konsumen (Ao) terhadap atribut cabai merah keriting dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 6. Sikap Konsumen (Ao)

Atribut	Kepercayaan bi	Evaluasi ei	Skor Sikap Konsumen AO (bi x ei)
Harga	3,42	3,45	11,80
Tekstur	3,80	3,82	14,52
Warna	3,83	3,83	14,67
Bentuk	4,58	4,58	20,98
Rasa	3,81	3,81	14,52
Total Sikap (Ao)			76,48

Sumber :Data Primer diolah 2024

Nilai dapat menggambarkan bagaimana skala penilaian sikap responden cabai merah keriting di pasar Tradisional Panorama Kota Bengkulu terhadap atribut yang terdapat pada cabai merah keriting. Berdasarkan tabel 10 dapat diketahui bahwa nilai indeks sikap konsumen terhadap atribut yang dipertimbangkan pada cabai merah keriting dalam keputusan pembelian cabai merah keriting di Pasar Tradisional Panorama Kota Bengkulu.

Berturut-turut dari peringkat dengan skor tertinggi sampai dengan peringkat skor terendah. Peringkat dengan skor tertinggi adalah bentuk cabai dengan nilai sikap sebesar 20,98. Kemudian diikuti peringkat ke dua adalah warna

cabai dengan skor sebesar 14,67 dilanjutkan dengan peringkat ketiga adalah rasa cabai merah keriting dengan skor sebesar 14,52. Peringkat ke empat tekstur dengan skor sebesar 14,52, dan peringkat ke lima adalah harga dengan skor sebesar 11,80.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Preferensi Konsumen cabai merah keriting Di Pasar Tradisional Panorama Kota Bengkulu adalah (1) bentuk cabai merah keriting panjang dan keriting, (2) warna cabai merah menyala, (3) rasa tidak terlalu pedas, (4) tekstur daging cenderung padat dan (5), harga lebih terjangkau dibandingkan cabai yang lainnya.

Saran

Untuk meningkatkan kepuasan konsumen cabai merah keriting maka petani atau pedagang cabai mempertimbangkan atribut (1) bentuk cabai merah keriting panjang dan keriting, (2) warna cabai merah menyala, (3) rasa tidak terlalu pedas, (4) tekstur daging cenderung padat dan (5), harga lebih terjangkau dibandingkan cabai yang lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- .Adiyoga, W. (2011). *Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dan Keputusan Konsumen Untuk Membeli Kentang, Bawang Merah, Dan Cabai Merah Besar*. Amelia, D. F. (2012). Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Ramai Swalayan Peterongan Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*.
- Ardhana, O. (2010). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Bengkel Caesar Semarang)*.
- Asriah, G. (2021). *Sikap Konsumen Terhadap Atribut Ikan Nila*. Colman, D., & Young, T. (1989). *Principles Of Agricultural Economics : Markets And Prices In Less Develoved Countries. 1*, 1–323.
- Ekawati Rahayu Ningsih. (2010). *Perilaku Konsumen _Ekawati (Kudus)*.
- Eliza, Y. (2015). Analisis Kepuasan Masyarakat Atas Kualitas Pelayanan Kantor Kecamatan Siberut Selatan Kabupaten Kepulauan Mentawai. *Pekbis Jurnal*, 7, 65–73.
- Firman, A., Andrian, R., Prasetyo, B., Irviana, L., Ramadhan, A. F., & Andrian,). (N.D.). *Persepsi Mahasiswa Dalam Menggunakan E-Money*.
- Frank, G. A., & Dorso, C. O. (2011). Room Evacuation In The Presence Of An Obstacle. *Physica A: Statistical Mechanics And Its Applications*, 390(11), 2135–2145. <https://doi.org/10.1016/j.physa.2011.01.015>
- Haeriah, Y., Hidayat, E., Najamudin, A., Juliawan, V., & Mulyana, C. (2022). Perbandingan Preferensi Konsumen Dengan Pedagang Terhadap Cabai Rawit Domba (*Capsicum Frutescens L.*) Di Pasar Manis Ciamis. *Jurnal Ilmu Pertanian, Vol 4 No.2*.
- Harpenas, A., & Dermawan, R. (2010). *Budidaya Cabai Unggul*. Pt Niaga Swadaya.
- Janti, S. (2014). Analisis Validitas Dan Reliabilitas Dengan Skala Likert Terhadap Pengembangan Si/Ti Dalam Penentuan Pengambilan Keputusan Penerapan Strategic Planning Pada Industri Garmen. *Snast, November*, 159.
- Manggut, C. (2022). Preferensi Konsumen Terhadap Pembelian Cabai Rawit Di Pasar Tradisional Badung Kecamatan Denpasar Barat Kota Denpasar. *Universitas Mahasaraswati*. <http://eprints.unmas.ac.id/id/eprint/688>
- Naufal Pratama, W. W. (2022). *Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Pembelian Komoditi Cabai Besar (Capsicum Annuum L.) Di Kabupaten Sukoharjo*.
- Prasetya, T., & Partini, P. (2019). 26 Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Cabe Merah Di Kecamatan Tembilihan. In *Jurnal Agribisnis Unisi (Vol. 8, Issue 1)*. www.bps.go.id

