

Analisis preferensi konsumen terhadap keputusan pembelian dangke di desa cendana kecamatan cendana kabupaten enrekang

Consumer preference analysis of dangke purchase decisions in cendana village, cendana district, enrekang regency

Rasdiana Mudatsir

Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Muhammadiyah Makassar

Correspondence author : rasdianamudatsir@unismuh.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji atribut produk dangke yang menjadi preferensi konsumen di Desa Cendana Kecamatan Cendana Kabupaten Enrekang dan mengkaji atribut yang paling dipertimbangkan konsumen dalam keputusan pembelian produk dangke di Desa Cendana Kecamatan Cendana Kabupaten Enrekang. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode studi kasus dengan menggunakan analisis deskriptif kuantitatif. Data dikumpulkan menggunakan teknik wawancara langsung terhadap responden yang berada di lokasi penjualan produk dangke dengan menggunakan kuisioner. Atribut – atribut yang diamati pada penelitian ini adalah rasa, aroma, tekstur, harga, kemasan. Data yang diperoleh dianalisis dengan menggunakan metode chi square. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hal yang paling dipertimbangkan responden dalam memilih produk dangke di Desa Cendana Kecamatan Cendana Kabupaten Enrekang secara berturut-turut dari yang paling dipertimbangkan sampai dengan yang kurang dipertimbangkan adalah sama, yaitu dangke yang mempunyai atribut rasa yang gurih, aroma yang khas susu sapi, tekstur yang kenyal, harga yang terjangkau serta kemasan yang melindungi produk.

Kata Kunci : Preferensi Konsumen, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This study aims to examine the attributes of dangke products that are consumer preferences in Cendana Village, Cendana District, Enrekang Regency and examine the attributes that are most considered by consumers in purchasing decisions for dangke products in Cendana Village, Cendana District, Enrekang Regency. The method used in this research is a case study method using quantitative descriptive analysis. Data were collected using direct interview techniques to respondents who were at the location of selling dangke products using questionnaires. The attributes observed in this study were taste, aroma, texture, price, packaging. The data obtained were analyzed using the chi square method. The results showed that the things that were most considered by respondents in choosing dangke products in Cendana Village, Cendana District, Enrekang Regency, respectively, from the most considered to the least considered were the same, namely dangke which had savory taste attributes, a distinctive aroma of cow's milk, chewy texture, affordable prices and packaging that protects the product.

Keywords : Consumer Preference, Purchase Decision

PENDAHULUAN

Sapi perah merupakan salah satu jenis komoditi unggulan peternakan Kabupaten Enrekang selain sapi potong dan kambing. Sapi perah telah tersebar di beberapa Kecamatan di Kabupaten Enrekang seperti Kecamatan Enrekang, Cendana, Alla, Baraka dan Anggeraja (Nurhaedah, 2019). Kabupaten Enrekang merupakan salah satu kabupaten yang terkenal dengan peternakan sapi perah tradisionalnya. Kecamatan Cendana merupakan kecamatan yang memiliki populasi sapi perah terbanyak di Kabupaten Enrekang. Seiring dengan besarnya populasi sapi perah di Kabupaten Enrekang, maka banyak bermunculan moda produksi dari usaha sapi perah seperti: usaha pengolahan dangke, usaha penjualan sapi dan usaha pengolahan limbah yang hadir secara berdampingan, khususnya di era modernisasi saat ini (Aulia, 2021).

Dangke merupakan produk olahan susu dan makanan khas dari daerah Enrekang, Sulawesi Selatan. Dangke dikelompokkan ke dalam jenis keju lunak (*soft cheese*) yang terbuat dari penggumpalan susu dengan menggunakan enzim papain yang diperoleh dari getah buah pepaya. Penggunaan larutan getah pepaya oleh masyarakat di Kabupaten Enrekang masih dilakukan secara tradisional dan belum ada standarisasi dalam penggunaan konsentrasi getah pepaya. Sehingga berimplikasi terhadap beragamnya kualitas dangke yang dihasilkan. Selain itu, produk dangke yang pada mulanya terbuat dari susu kerbau mulai tergeser dengan produk dangke yang terbuat dari susu sapi (Sulmiyati, 2018).

Pengembangan industri kecil makanan khas tradisional dangke di Kabupaten Enrekang memiliki potensi yang cerah seiring dengan cernahnya prospek persapiperahan sebagai penyedia bahan baku produk dalam bentuk susu segar di Kabupaten Enrekang. Hal ini disebabkan karena beberapa faktor pendukung yang sangat potensial di Kabupaten Enrekang, terutama faktor iklim, geografi dan topografi serta animo masyarakat yang cukup tinggi pada produk dangke tersebut. Dengan demikian, pengolahan produk dangke menjadi olahan pangan lain menjadi penting agar harga menjadi terjangkau dan tahan lama. Pada akhirnya, tingkat konsumsi dangke akan bertambah dan pemanfaatan susu segar yang dihasilkan peternak.

Konsumen memiliki selera tersendiri terhadap produk dangke yang dipilih untuk dikonsumsi. Selera konsumen pada umumnya berubah dari waktu ke waktu. Apabila

selera konsumen terhadap suatu barang dan jasa tinggi, maka akan diikuti dengan peningkatan keputusan konsumen dalam pembelian barang dan jasa. Selera konsumen yang ada pada dangke yang ditawarkan, seperti rasa, aroma, tekstur, harga dan kemasan yang ditawarkan kepada pembeli. Menurut Kotler dan Keller (2009), perilaku konsumen adalah proses pengambilan keputusan yang mensyaratkan aktifitas individu untuk mengevaluasi, memperoleh, menggunakan atau mengatur barang atau jasa. Produsen dangke harus memiliki strategi di pasaran agar dangke yang ditawarkan diminati oleh konsumen. Perencanaan strategi pemasaran harus memperhatikan sisi dari konsumen, sebab konsumen memiliki peranan penting sebagai tolak ukur dalam menentukan keberhasilan suatu barang dan jasa (Yosafat, 2019).

Harga merupakan salah satu faktor utama konsumen dalam mempertimbangkan keputusan belinya. Harga suatu produk sangat signifikan dalam pemberian *value* kepada konsumen untuk membeli suatu produk. Harga yang sesuai dengan kualitas produknya maka konsumen akan tertarik untuk membeli produk tersebut karena konsumen tidak selalu terpaku dengan harga yang rendah. Namun pada dasarnya, konsumen membeli produk yang dapat memuaskan keinginan tidak hanya dalam bentuk fisik tetapi juga manfaat kualitas dari produk tersebut. Kualitas produk merupakan faktor penentu kepuasan konsumen setelah melakukan pembelian dan pemakaian terhadap suatu produk. Konsep Produk menyatakan konsumen akan lebih menyukai produk-produk yang menawarkan paling bermutu, berprestasi atau inovatif (Hasbi, 2021).

Salah satu strategi yang tepat agar dapat berhasil dalam pemasaran produk yaitu dengan strategi segmenting, targeting, dan positioning. Produsen dapat mengklasifikasi konsumen sesuai karakteristik (*segmenting*), membuat target pasar yang akan dituju sebagai fokus utama pemasaran (*targeting*), dan menciptakan kepercayaan konsumen pada produk yang ditawarkan (*positioning*). Positioning mengacu pada penempatan merek atau produk di benak pelanggan dengan produk pesaing lainnya yang berkaitan dengan atribut produk dan keuntungan yang ditawarkan produk (Rangkuti, 2004).

Ada beberapa studi tentang preferensi konsumen yang telah dilakukan. Kebaharuan dari penelitian ini adalah melihat preferensi konsumen dalam melakukan

pembelian produk dangke yang merupakan produk unggulan Kabupaten Enrekang. Berdasarkan uraian di atas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui preferensi konsumen terhadap keputusan dalam pembelian produk olahan dangke di Desa Cendana Kecamatan Cendana Kabupaten Enrekang.

METODE

Penelitian ini dilaksanakan di Desa Cendana Kecamatan Cendana Kabupaten Enrekang. Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *accidental sampling* (teknik sampling kebetulan). *Accidental sampling* (teknik sampling kebetulan) adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/incidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila pandangan orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai responden. Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah 50 responden, karena jumlah konsumen tidak teridentifikasi maka jumlah sampel ditetapkan sebanyak 50 responden. Menurut Sugiyono (2011) jumlah sampel yang dianjurkan antara 50-100 responden.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah melakukan wawancara yang menggunakan daftar pertanyaan (kuisisioner) yang akan dijawab oleh responden. Untuk mengetahui atribut produk dangke yang sesuai dengan preferensi konsumen, digunakan **Analisis Chi Square (X^2)**, dengan rumus sebagai berikut :

$$\chi^2 = \sum_{i=1}^{fe} \sum_{j=1}^{fo} \frac{(f_{ij} - f_{e})^2}{f_{e}}$$

Keterangan :

X^2 = chi square

F_o = frekuensi hasil pengamatan pada penelitian

F_e = frekuensi yang diharapkan pada penelitian

$i...k$ = kategori atribut dalam variabel produk dangke

dimana :

$$fe = \frac{Ri \times Ci}{\sum Ri}$$

keterangan :

Ri = Jumlah baris ke – i

Ci = Jumlah kolom ke – i

$\square Ri$ = Jumlah pengamatan

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Perilaku Pembelian Konsumen

Perilaku responden terhadap produk dangke adalah suatu tindakan langsung terlibat untuk mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk dangke. Mempelajari perilaku responden produk dangke merupakan usaha untuk memahami siapakah responden produk dangke itu, bagaimana mereka membeli, kapan mereka membeli, dimana mereka membeli, dan mengapa mereka membeli (Ramadhani, 2020).

Perilaku responden dangke perlu dipelajari oleh produsen produk dangke karena para produsen wajib untuk memahami responden, bagaimana selera responden tersebut, dan bagaimana responden mengambil keputusan untuk membeli produk dangke. Mempelajari apa yang dibutuhkan dan diinginkan responden pada saat ini

merupakan hal yang sangat penting. Memahami responden akan menuntun produsen pada kebijakan pemasaran yang tepat dan efisien (Aiman, 2017).

1. Frekuensi Pembelian Produk Dangke

Frekuensi pembelian produk Dangke oleh konsumen di Desa Cendana Kecamatan Cendana Kabupaten Enrekang.

Tabel 1. Frekuensi Pembelian Produk Dangke oleh Konsumen di Desa Cendana

No	Frekuensi pembelian	Jumlah responden
1	Setiap hari	6
2	Seminggu sekali	14
3	Satu bulan sekali	5
4	Tidak tentu	25
Jumlah		50

Sumber: Data Primer Setelah Diolah, 2022.

Berdasarkan Tabel 1 menunjukkan bahwa sebagian besar responden di Desa Cendana melakukan pembelian dangke dalam frekuensi yang tidak tentu, yaitu sebanyak 25 responden. Konsumen yang melakukan pembelian dangke tidak menentu tergantung kebutuhan dan keinginan. Hal ini menunjukkan bahwa konsumsi dangke di Enrekang masih relatif rendah. Dangke belum menjadi menu wajib dalam hidangan sehari-hari masyarakat di Enrekang. Responden yang membeli dangke setiap hari terdapat 6 responden dengan alasan keluarga mereka sangat menggemari dangke. Alasan responden membeli dangke seminggu sekali adalah karena keluarga mereka menyukai menu makanan yang bervariasi setiap harinya dan biasanya di bawah sebagai oleh-oleh saat bepergian. Sedangkan untuk responden yang membeli dangke sebulan sekali selain karena menyesuaikan dengan kebutuhan dan kesukaan mereka. Selain itu mereka juga mempertimbangkan keadaan keuangan mereka.

2. Jumlah Pembelian

Informasi mengenai jumlah produk dangke yang dibeli oleh konsumen di Desa Cendana dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Jumlah Pembelian Produk Dangke oleh Konsumen di Desa Cendana

No	Jumlah produk (biji)	Jumlah responden (orang)
1	2	16
2	3 – 4	27
3	5- 6	7
	Jumlah	50

Sumber: Data Primer Setelah Diolah, 2022.

Berdasarkan Tabel 2 menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen di Desa Cendana membeli dangke sebanyak 3-4 biji yaitu sebanyak 27 responden. Konsumen menganggap jumlah tersebut sudah dapat mencukupi kebutuhan keluarga yang rata-rata memiliki 6-8 anggota keluarga.

3. Alasan Pembelian Produk Dangke

Perilaku pembelian produk dangke menurut alasan pembelian dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3 Alasan Pembelian Dangke di Desa Cendana Kecamatan Cendana

No	Tujuan pembelian	Jumlah responden (orang)
1	Untuk di konsumsi sendiri	24
2	Sebagai oleh-oleh	26
	Jumlah	50

Sumber: Data Primer Setelah Diolah, 2022.

Berdasarkan Tabel 3 dapat diketahui bahwa sebagian besar konsumen di Desa Cendana yang melakukan pembelian produk dangke dengan alasan untuk dijadikan oleh-oleh, yaitu sebanyak 26 responden. Konsumen yang membeli produk dangke dengan tujuan untuk persediaan di rumah disajikan sebagai lauk sebanyak 24 orang. Hal ini menunjukkan bahwa responden sebagian besar bertempat tinggal di Desa Cendana Kecamatan Cendana Kabupaten Enrekang melakukan pembelian produk dangke di Desa Cendana untuk dijadikan sebagai oleh-oleh.

B. Preferensi Konsumen terhadap Atribut-atribut Dangke

Preferensi responden terhadap Produk dangke merupakan pilihan suka atau tidak suka oleh seseorang terhadap produk dangke yang dikonsumsi. Pilihan tersebut berbeda-beda antara responden satu dengan responden yang lain (Sari, 2010). Preferensi responden terhadap dangke di Desa Cendana Kecamatan Cendana Kabupaten Enrekang dianalisis menggunakan analisis *Chi Square*. Preferensi konsumen di Desa Cendana terhadap produk dangke dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Hasil Analisis Chi Square

Atribut Produk	X ² Hitung	Df	X ² tabel	Keterangan
Rasa	23.120 ^a	1	5,991	Berbeda Nyata
Aroma	54.040 ^b	2	5,991	Berbeda Nyata
Tekstur	22.360 ^b	2	5,991	Berbeda Nyata
Harga	12.160 ^b	2	5,991	Berbeda Nyata
Kemasan	31.360 ^b	2	5,991	Berbeda Nyata

Sumber: Data Primer Setelah Diolah, 2022.

Tabel 4 menunjukkan bahwa semua atribut yang diamati dalam penelitian ini berbeda nyata dalam taraf kepercayaan 95% yang berarti bahwa hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_a) diterima karena dari kelima atribut yang diamati, X^2 hitung lebih besar daripada X^2 tabel. Artinya, preferensi konsumen terhadap dangke di Desa Cendana tidak sama atau terdapat perbedaan preferensi konsumen terhadap produk dangke.

Dari kelima atribut dangke tersebut, kemudian dikategorikan menjadi lebih spesifik. Kategori tersebut adalah: 1) Rasa dangke ;gurih, sedikit pahit, 2) Aroma dangke khas susu berbau keju, 3) Tekstur dangke ; halus, agak kasar,kasar 4) Harga dangke; 5)Kemasan dangke yang lebih higienis

Preferensi konsumen terhadap dangke di Desa Cendana dapat diketahui dengan melihat kategori atau kriteria atribut yang paling banyak dipilih oleh konsumen. Preferensi konsumen terhadap dangke di Desa Cendana Kecamatan Cendana Kabupaten Enrekang tersebut dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Preferensi Konsumen Terhadap Dangke di Desa Cendana Kecamatan Cendana Kabupaten Enrekang

Atribut dangke	Preferensi konsumen
Rasa	Gurih
Aroma	Khas susu
Tekstur	Kenyal
Harga	Harga yang terjangkau
Kemasan	Melindungi produk

Sumber: Data Primer Setelah Diolah, 2022.

Berdasarkan Tabel 5 dapat diketahui bahwa Dangke yang disukai oleh konsumen di Desa Cendana adalah Dangke yang mempunyai rasa gurih, mempunyai aroma khas susu, mempunyai tekstur yang kasar, harganya yang terjangkau dan kemasan yang dapat melindungi dari debu. Preferensi konsumen terhadap dangke di Desa Cendana kecamatan Cendana Kabupaten Enrekang dapat diketahui dari konsumen yang memilih atribut- atribut dari dangke yang diteliti adapun atribut produk dangke tersebut adalah rasa, aroma, tekstur, harga, dan kemasan. Dari hasil analisis Chi Square dapat diketahui bahwa preferensi konsumen terhadap produk dangke di Desa Cendana Kecamatan Cendana adalah Produk Dangke yang mempunyai rasa gurih, aroma khas susu, tekstur yang agak kasar mirip dengan tahu, harga yang terjangkau dan kemasan yang bisa melindungi dari debu. Preferensi Konsumen berdasarkan atribut produk adalah sebagai berikut:

1. Rasa

Rasa dangke yang sangat gurih dan dan erat kaitannya dengan kematangan yang pas. Dangke yang berkualitas baik dan rasa yang pas. Untuk rasa dangke konsumen lebih memilih rasa dangke yang baru saja sudah dimasak di banding dangke yang sudah tinggal bermalam. Hal ini karena dangke yang baru saja masak memiliki rasa yang sangat pas ketika akan disajikan. Berbeda hal dengan dangke yang sudah bermalam rasanya akan sedikit kecut dan tidak lagi gurih saat dikonsumsi oleh konsumen. Rasa yang terletak pada produk dangke yaitu gurih sedikit masam, dan memiliki aroma khas keju. Keju pada umumnya biasanya

disajikan dengan roti, dangke bisa dimakan dengan beras ketan atau dikenal dengan pulu mandoti.

2. Aroma

Aroma khas dangke yang paling banyak disukai oleh konsumen di Desa Cendana Kecamatan Cendana Kabupaten Enrekang adalah aroma susu sapi. Sebagian besar konsumen menyatakan dangke susu sapi lebih gampang didapat dibandingkan dangke susu kerbau, Kemudahan menjumpai dangke susu sapi dan harga jualnya yang lebih murah dibandingkan dangke susu kerbau dapat dihubungkan dengan ketersediaan susu sapi sebagai bahan baku dangke susu sapi yang juga lebih mudah diperoleh. Ketersediaan dapat menjadi faktor penghambat penjualan jika produk yang diinginkan tidak tersedia, konsumen mungkin akan beralih dan mencari alternatif lain berdasarkan ketersediaannya

3. Tekstur

Konsumen produk dangke di Desa Cendana Kecamatan Cendana Kabupaten Enrekang menyukai tekstur dagke yang kenyal alasannya karena terlihat lebih segar, bentuknya yang lebih bagus dan menimbulkan rasa gurih ketika di konsumsi. Penggunaan kemasan aluminium foil dapat mempertahankan tekstur dangke yang kenyal. Hal lain dapat disebabkan oleh kemasan aluminium foil yang sifatnya dapat menahan laju penguapan air serta gas sehingga lebih dapat memperlambat peningkatan kadar air yang terkandung dalam dangke pada penyimpanan hari pertama sehingga tidak terjadi perubahan tekstur yang lebih besar terhadap produk yang dikemas. Dimana semakin tinggi lama penyimpanan maka tekstur dangke semakin menurun karena meningkatnya kadar air yang dapat mempermudah kerusakan terhadap tekstur tersebut dan dipengaruhi dengan penggunaan kemasan polipropilen dan daun pisang yang memiliki permeabilitas yang tinggi sehingga kemampuan untuk menahan kontaminasi dari lingkungan maupun dalam kemasan yang sulit.

4. Harga

Harga yang ditawarkan oleh produsen dangke bervariasi yaitu Rp 25.000 - Rp 30.000. Harga jual dangke susu sapi lebih murah daripada dangke susu kerbau.

Pada konsumen Indonesia harga menjadi pertimbangan utama sehingga konsumen menjadi sangat sensitif terhadap harga.

5. Kemasan

Pengemasan dapat mempertahankan tekstur dan warna, pada produk dangke di Desa Cendana Kecamatan Cendana Kabupaten Enrekang. Penggunaan kemasan menjadi suatu pertimbangan konsumen pada saat ingin membeli produk dangke apalagi jika konsumen ingin membawa ke luar daerah. Konsumen menyukai produk dangke yang menggunakan kemasan aluminium foil karena lebih dapat mempertahankan aroma dangke dari lingkungan sekitar, karena kemasan ini memiliki sistem penutupan yang lebih baik dan tidak tembus cahaya sehingga dapat melindungi dangke dari aroma lain disekitarnya serta permeabilitasnya yang rendah. Dibandingkan dengan kemasan daun pisang dan polipropilen yang disimpan dalam suhu ruang lebih tidak disukai oleh konsumen karena dapat menyebabkan aroma dangke menjadi tidak baik karena kemampuan lemak dalam dangke yang dapat mengabsorpsi aroma dari lingkungan sekitarnya berupa kandungan volatil atau adanya pembusukan yang timbul pada bahan makanan sehingga menyebabkan terjadinya penyimpangan aroma (*off odour*).

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan yaitu Produk dangke yang menjadi preferensi konsumen di Desa Cendana Kecamatan Cendana kabupaten Enrekang adalah produk dangke yang memiliki rasa yang gurih, aroma yang memiliki khas susu, tekstur yang kenyal, harganya yang terjangkau dan kemasan yang melindungi produk.

DAFTAR PUSTAKA

Aiman, A., Asep Agus Handaka, dan Walim Lili. 2017. Analisis Preferensi Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Membeli Produk Olahan Perikanan di Kota Tasikmalaya (Studi Kasus di Pasar Tradisional Cikurubuk Kecamatan Mangkubumi. Jurnal Perikanan dan Kelautan Vol. VIII No. 1 : 8-18.

- Aulia, N., St. Aisyah R, Sahlan, Sitti Khadijah Yahya Hiola. 2021. Sikap Konsumen terhadap Produk Kerupuk Dangke Merek Melona dan Tanpa Merek di Kecamatan Cendana, Enrekang. *Jurnal Sains dan Teknologi Peternakan* Vol. 2 No. 2 : 56-63.
- Hasbi, A., R., Astrini Padapi, Sari Ratna Dewi. 2021. Analisis Keputusan Konsumen dalam Melakukan Pembelian Beras Di Kabupaten Luwu. *Agrovital : Jurnal Ilmu Pertanian*. Volume 6, Nomor 1 : 26-29.
- Kotler, P., dan K. L. Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran : Definisi Konsumen*. Prentice Hall. New Jersey.
- Margianto, 2011. *Dangke, Keju Lokal yang Gurih Kenyal*. KOMPAS.Com. Diakses 18 Juli 2022.
- Nurhaedah, Arman, Irmayani. 2019. Diversifikasi Produk Dangke Untuk Meningkatkan Kesejahteraan Peternak Sapi Di Kabupaten Enrekang. *Jurnal Societa* Vol VIII No. 1 : 58-64.
- Rangkuti, F. 2004. *Manajemen Persediaan Aplikasi di Bidang Bisnis*. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Ramadhani, F., Umi Barokah, Joko Sutrisno. 2020. Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Pembelian The di Kabupaten Sukoharjo. *Agrisaintifika Jurnal Ilmu-Ilmu Pertanian* Vol. 4, No. 1 : 21-29.
- Sari, 2010. Studi kasus : *Pengaruh Lokasi Dan Harga Terhadap Keputusan Berbelanja Di Mini Market Sarinah Swalayan Ngalian Semarang*. <http://www.Koleksiskripsi.com/2012/05/308-pengaruh-lokasi-dan-harga-terhadap.Html>.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sulmiyati, Nur Saidah Said. 2018. Karakteristik Dangke Susu Kerbau dengan Penambahan Crude Papain Kering. *Jurnal Agritech* 38 (3) :345-352.
- Yosafat, J., Sri Mulyani, Amna Hartiati. 2019. Analisis Keputusan Konsumen Terhadap Pembelian Jeruk Kintamani Di Kota Denpasar. *Jurnal Rekayasa dan Manajemen Agroindustri* Vol. 7, No. 2, 311-320.