

**PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP BUAH
SEGAR PISANG MEREK “SUNPRIDE”
PT SEWU SEGAR NUSANTARA
DI LOTTE MART SURABAYA**

SKRIPSI



Oleh :
MEIMY RATNAKANYAKA
NPM : 21024010194

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA TIMUR
SURABAYA
2025**

**PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP BUAH
SEGAR PISANG MEREK “SUNPRIDE”
PT SEWU SEGAR NUSANTARA
DI LOTTE MART SURABAYA**

SKRIPSI



Oleh :
MEIMY RATNAKANYAKA
NPM : 21024010194

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA TIMUR
SURABAYA
2025**

**PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP BUAH
SEGAR PISANG MEREK “SUNPRIDE”
PT SEWU SEGAR NUSANTARA
DI LOTTE MART SURABAYA**

Oleh :

MEIMY RATNAKANYAKA
NPM : 21024010194

Telah diterima pada tanggal
5 November 2025

Telah disetujui oleh :

Pembimbing Utama

Pembimbing Pendamping

Prof. Dr. Ir. Hamidah Hendrarini, M.Si.
NIP. 19601227 199103 2001

Ika Sari Tondang, S.P. M. Sc.
NIP. 19950619 202203 2012

Mengetahui
Koordinator Program Studi Agribisnis

Dr. Ir. Nuriyah Yulianti, M.P.
NIP. 1960712 199103 2001

**PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP BUAH
SEGAR PISANG MEREK "SUNPRIDE"
PT SEWU SEGAR NUSANTARA
DI LOTTE MART SURABAYA**

Oleh :

MEIMY RATNAKANYAKA

NPM : 21024010194

Telah dipertahankan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

Pada Bulan November Tahun 2025

Telah disetujui oleh :

Pembimbing Utama

Prof. Dr. Ir. Hamidah Hendrarini, M.Si.

NIP. 19601227 199103 2001

Pembimbing Pendamping

Ika Sari Tondang, S.P. M. Sc.

NIP. 19950619 202203 2012

Mengetahui

Dekan Fakultas Pertanian



Prof. Dr. Ir. Wanti Mindari, M.P.

NIP. 19631208 199003 2001

Koordinator Program Studi Agribisnis

Dr. Ir. Nuriah Yullati, M.P.

NIP. 1960712 199103 2001

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Meimy Ratnakanyaka

NPM : 21024010194

Program : Sarjana (S1)

Fakultas : Pertanian

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah Tugas Akhir/Skripsi ini tidak terdapat bagian dari karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu lembaga Pendidikan Tinggi dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang/lembaga lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam dokumen ini dan disebutkan secara lengkap dalam daftar pustaka.

Dan saya menyatakan bahwa dokumen ilmiah ini bebas dari unsur plagiasi. Apabila dikemudian hari ditemukan indikasi plagiat pada skripsi ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa adanya paksaan dari siapapun juga untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, November 2025
Yang Membuat Pernyataan



Meimy Ratnakanyaka
NPM. 21024010194

KATA PENGANTAR

Penulis dengan rendah hati bersyukur kepada Tuhan Yang Maha Esa karena rahmat dan anugerah-Nya, penulis berhasil menuntaskan Laporan Skripsi tanpa ada suatu kendala apapun dengan Judul “Preferensi Konsumen terhadap Buah Segar Pisang Merek ‘Sunpride’ PT Sewu Segar Nusantara di Lotte Mart Surabaya”.

Penyusunan Laporan Skripsi ini mendapatkan dukungan dari berbagai pihak yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran. Penulis berharap semoga laporan ini dapat diterima dan memenuhi syarat, maka penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, MMT.,IPU selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
2. Prof. Dr. Ir. Wanti Mindari, MP. selaku Dewan Perwakilan dari Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Prof. Dr. Ir. Syarif Imam Hidayat, MM. selaku Ketua Jurusan Agribisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Dr. Ir. Nuriah Yuliati, MP. selaku Koordinator Program Studi Agribisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
5. Prof. Dr. Ir. Hamidah Hendrarini, M.Si. selaku Dosen Pembimbing Utama yang telah membantu dalam penyusunan Laporan Skripsi ini.
6. Ika Sari Tondang. S.P. M. Sc. Selaku Dosen Pembimbing Pendamping saya yang telah membantu dalam penyusunan Laporan Skripsi ini.
7. PT Sewu Segar Nusantara yang telah memberikan saya izin melakukan penelitian dan memberikan banyak pengalaman serta ilmu.

8. Kedua orang tua saya yang telah memberikan dukungan penuh dan berjuang untuk memberikan saya pendidikan terbaik sebagai bekal saya untuk hidup kedepannya.
9. Teman-teman saya yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung, dalam proses penyusunan Laporan Skripsi ini. Bantuan, dukungan, serta semangat yang diberikan menjadi dorongan berharga bagi penulis untuk menyelesaikan penelitian ini dengan sebaik-baiknya.

Penulis menyadari bahwa terdapat kekurangan pada penyusunan Laporan Skripsi. Maka dari itu, pendapat, saran, dan penelitian yang positif diharapkan oleh penulis. Penulis berharap laporan ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang bersangkutan maupun masyarakat.

Surabaya, November 2025

Penulis

**PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP BUAH SEGAR PISANG
MEREK “SUNPRIDE” PT SEWU SEGAR NUSANTARA
DI LOTTE MART SURABAYA**

***CONSUMER PREFERENCE FOR FRESH BANANAS FROM THE
“SUNPRIDE” BRAND OF PT SEWU SEGAR NUSANTARA
AT LOTTE MART SURABAYA***

**MEIMY RATNAKANYAKA ¹, HAMIDAH HENDRARINI ^{2*}, IKA SARI
TONDANG ³**

Fakultas Pertanian, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
Jl. Raya Rungkut Madya, Gunung Anyar, Surabaya
Email: hamidah_h@upnjatim.ac.id

ABSTRAK

Pertumbuhan konsumsi buah segar di Indonesia, khususnya pisang, dipengaruhi oleh kesadaran masyarakat terhadap kesehatan dan kualitas produk. Tingginya tingkat konsumsi masyarakat terhadap sumber vitamin dan serat disebabkan oleh kandungan gizi pisang yang cukup tinggi, serta berbagai manfaatnya bagi kesehatan tubuh. Namun, terdapat permasalahan berupa terjadinya penurunan konsumsi pisang di Kota Surabaya selama periode 2021–2024 dari 0,141kg menjadi 0,091kg. Penelitian ini bertujuan mengidentifikasi karakteristik konsumen, menganalisis preferensi konsumen, dan menganalisis proses pengambilan keputusan pembelian dalam pembelian buah segar pisang “Sunpride”. Metode penentuan sampel menggunakan *accidental sampling*, dengan 100 responden. Metode analisis data penelitian ini menggunakan analisis Multiatribut Fishbein untuk mengetahui sikap konsumen terhadap atribut yang menjadi preferensi konsumen, analisis deskriptif untuk mengetahui karakteristik konsumen dan proses pengambilan keputusan dalam pembelian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumen pisang cavendish “Sunpride” di Lotte Mart Pakuwon Mall Surabaya didominasi oleh perempuan berusia 20–43 tahun, jumlah anggota keluarga lebih dari 4 orang dengan tingkat pendidikan sarjana, pekerjaan wiraswasta, dan pendapatan lebih dari Rp5.000.000 per bulan. Analisis sikap konsumen pada atribut kesegaran, rasa, dan warna menjadi faktor utama yang memengaruhi keputusan pembelian, sedangkan harga memiliki pengaruh paling rendah. Proses pengambilan keputusan diawali dari kesadaran konsumen akan kebutuhan buah segar untuk konsumsi pribadi yang dianggap penting bagi kesehatan, diikuti pencarian informasi yang sebagian besar diperoleh melalui pengalaman pribadi, evaluasi alternatif dengan fokus utama pada warna, kesegaran, dan rasa sebagai indikator kualitas, serta keputusan pembelian yang terutama didorong oleh kepercayaan terhadap merek “Sunpride” yang telah terbukti berkualitas, sedangkan faktor harga dan promosi hanya menjadi pertimbangan tambahan karena konsumen lebih mengutamakan kualitas dan kebiasaan konsumsi sehat.

Kata Kunci: Atribut Produk, Multiatribut Fishbein, Pengambilan Keputusan

ABSTRACT

The growth of fresh fruit consumption in Indonesia, especially bananas, is influenced by public awareness of health and product quality. The high level of public consumption of sources of vitamins and fiber is due to the high nutritional content of bananas, as well as their various benefits for body health. However, there is a problem in the form of a decrease in banana consumption in the City of Surabaya during the period 2021–2024 from 0.141 kg to 0.091 kg. This study aims to identify consumer characteristics, analyze consumer preferences, and analyze the purchasing decision-making process in purchasing fresh fruit "Sunpride" bananas. The sampling method used accidental sampling, with 100 respondents. The data analysis method of this study uses Multiattribute Fishbein analysis to determine consumer attitudes towards attributes that become consumer preferences, descriptive analysis to determine consumer characteristics and the decision-making process in purchasing. The results show that consumers of "Sunpride" Cavendish bananas at Lotte Mart Pakuwon Mall Surabaya are dominated by women aged 20–43 years, the number of family members is more than 4 people with a bachelor's degree, self-employed work, and income of more than IDR 5,000,000 per month. Analysis of consumer attitudes toward the attributes of freshness, taste, and color is the primary factor influencing purchasing decisions, while price has the least influence. The decision-making process begins with consumer awareness of the need for fresh fruit for personal consumption, which is considered important for health. This is followed by information seeking, largely obtained through personal experience, evaluation of alternatives with a primary focus on color, freshness, and taste as indicators of quality. The purchase decision is primarily driven by trust in the proven quality of the "Sunpride" brand. Price and promotion are only secondary considerations, as consumers prioritize quality and healthy consumption habits.

Keywords: Product Attributes, Fishbein Multi-Attribute, Decision Making

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
LAMPIRAN.....	xvi
 I. PENDAHULUAN	 1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat	7
 II. TINJAUAN PUSTAKA	 9
2.1 Penelitian Terdahulu.....	9
2.2 Landasan Teori	22
2.2.1 Preferensi Konsumen.....	22
2.2.2 Pisang Cavendish.....	24
2.2.3 Atribut Produk.....	27
2.2.4 Merek Sunpride.....	31
2.2.5 Proses Keputusan Pembelian.....	33
2.2.6 Analisis Multiatribut <i>Fishbein</i>	36
2.7 Kerangka Pemikiran.....	39
 III. METODE PENELITIAN	 42
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian.....	42
3.2 Metode Penentuan Lokasi	42

3.3 Metode Penentuan Sampel dan Jumlah Sampel	43
3.4 Metode Pengumpulan Data	45
3.5 Metode Analisis Data	46
3.5.1 Analisis Deskriptif.....	47
3.5.2 Analisis Multiatribut <i>Fishbein</i>	48
3.6 Definisi Operasional	51
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	54
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian	54
4.2 Karakteristik Konsumen	55
4.2.1 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin.....	55
4.2.1 Karakteristik Berdasarkan Usia.....	56
4.2.2 Karakteristik Berdasarkan Jumlah Anggota Keluarga.....	57
4.2.3 Karakteristik Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	58
4.2.4 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan.....	60
4.2.5 Karakteristik Berdasarkan Pendapatan.....	61
4.3 Preferensi Konsumen Buah Pisang Cavendish Merek “Sunpride”.	62
4.3.1 Responden yang Memilih Kategori Setiap Atribut Buah Pisang “Sunpride”	62
4.3.2 Analisis Sikap Terhadap Atribut Buah Pisang Cavendish Merek “Sunpride”.....	67
4.4 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Buah Pisang Cavendish Merek “Sunpride”.....	72
4.4.1 Pengenalan Kebutuhan.....	73
4.4.2 Pencarian Informasi.....	77
4.4.3 Evaluasi Alternatif.....	79
4.4.4 Keputusan Pembelian.....	82

V. KESIMPULAN DAN SARAN	86
5.1 Kesimpulan	86
5.2 Saran.....	87
DAFTAR PUSTAKA.....	89
LAMPIRAN.....	96

DAFTAR TABEL

Nomor	Judul	Halaman
1.1	Rata-rata Konsumsi Perkapita Seminggu Menurut Kelompok Buah-Buahan di Kota Surabaya (Kg)	3
3.1	Nilai Kepercayaan (bi) Terhadap Atribut Buah Segar Pisang.....	50
3.2	Nilai Evaluasi (ei) Terhadap Atribut Buah Segar Pisang	50
3.3	Atribut Produk Buah Segar Pisang.....	51
4.1	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	55
4.2	Responden Berdasarkan Usia.....	56
4.3	Responden Berdasarkan Jumlah Anggota Keluarga	58
4.4	Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	59
4.5	Responden Berdasarkan Pekerjaan	60
4.6	Responden Berdasarkan Pendapatan per Bulan.....	61
4.7	Responden yang Memilih Kategori Atribut Buah Pisang “Sunpride”	63
4.8	Kepercayaan (bi) Terhadap Atribut Pisang Cavendish “Sunpride” ...	68
4.9	Evaluasi (ei) Terhadap Atribut Buah Pisang Cavendish “Sunpride” .	70
4.10	Sikap (Ao) Terhadap Atribut Buah Pisang Cavendish “Sunpride”	71
4.11	Tujuan Membeli Buah Pisang Cavendish “Sunpride”	73
4.12	Tingkat Kepentingan Membeli Buah Pisang Cavendish “Sunpride”.	75
4.13	Kebiasaan Membeli Buah Pisang Cavendish “Sunpride”	76
4.14	Informasi Membeli Buah Pisang Cavendish “Sunpride”	77
4.15	Pengaruh dalam Membeli Buah Pisang Cavendish “Sunpride”	78
4.16	Fokus Perhatian Membeli Buah Pisang Cavendish “Sunpride”	79
4.17	Diskon dalam Membeli Buah Pisang Cavendish “Sunpride”	80

4.18 Keputusan Membeli Buah Pisang Cavendish “Sunpride”	82
4.19 Frekuensi Membeli buah Pisang Cavendish “Sunpride”	84

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul	Halaman
2.2	Pisang Cavendish	26
2.3	Kerangka Pemikiran.....	41
3.4	Lokasi Lotte Mart Pakuwon Mall Surabaya	43

LAMPIRAN

Nomor	Judul	Halaman
1.	Surat Izin Penelitian	96
2.	Kuesioner Penelitian	97
3.	Data Responden	105
4.	Data Kepercayaan (bi) Pisang Cavendish “Sunpride”	111
5.	Data Evaluasi (ei) Pisang Cavendish “Sunpride”	114
6.	Data Score Perhitungan Evaluasi (ei)	117
7.	Data Score Perhitungan Kepercayaan (bi)	117
8.	Data Perhitungan Sikap (Ao)	117
9.	Dokumentasi	118