

**PENGARUH PERILAKU KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN BUAH-BUAHAN IMPORT DI KOTA CIREBON  
(Kasus Di Perumahan Sapphire, Taman Cipto dan Taman Wahidin)**

**Iman Sungkawa<sup>1\*</sup> Eviyati<sup>1</sup> Nuresi<sup>1</sup>**  
**Prodi Agribisnis Fakultas Pertanian**  
**Universitas Swadaya Gunung Jati Cirebon**  
**Email : imansungkawa@gmail.com**

**ABSTRAK**

Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Buah-buahan Import di Kota Cirebon (Kasus di Perumahan Sapphire Boulevard, Taman Cipto dan Taman Wahidin). Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian buah-buahan import dan untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian buah-buahan import. Penelitian ini dilakukan di Perumahan Sapphire Boulevard, Taman Cipto dan Taman Wahidin Di Kota Cirebon, pada bulan Juli sampai dengan bulan Agustus 2015. Data yang digunakan data primer dan data sekunder. Metode analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif dan regresi linear sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Perilaku konsumen berpengaruh terhadap keputusan pembelian buah-buahan import. Adapun buah-buahan import yang disenangi oleh konsumen yaitu buah apel, selain itu buah import mempunyai kelebihan yaitu rasa manis, kualitas buah yang terjamin, serta harga yang terjangkau, dan konsumen dalam membeli buah import rata-rata sebanyak 4-8 kg.

Kata kunci : Perilaku Konsumen, Keputusan Pembelian, Buah-buahan Import

**PENDAHULUAN**

Buah-buahan ialah salah satu jenis tanaman hortikultura yang bersifat menahun, dan lebih dikenal sebagai sumber vitamin dan mineral yang sangat penting perannya sebagai pengatur dan pelindung dalam jaringan tubuh manusia. Buah-buahan lokal indonesia, akhir-akhir ini ramai dibicarakan karena terdesak oleh buah-buahan import yang banyak membanjiri pasar lokal maupun supermarket. Membanjirnya buah-buahan import tersebut disebabkan adanya surat Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 135/1991 yang menyebabkan terpuruknya buah-buahan produksi lokal di pasaran.

Permasalahan buah-buahan lokal juga disebabkan karena masyarakat lebih suka memilih buah-buahan import untuk mencukupi kebutuhan gizi mereka dibandingkan buah-buahan lokal, dengan alasan yang beragam, dari mulai alasan berkualitas, ketersediaan dan kontinuitas, harga, sampai gengsi yang didapat (Lukmana, 1995) Sedangkan buah lokal cenderung memiliki masa simpan yang pendek, perbedaan harga antara buah impor dan lokal bisa mencapai dua ribu hingga tiga ribu rupiah per kilogram (kg). Namun masalah kualitas sebenarnya buah lokal jauh lebih segar, rasa lebih enak, dan padat gizi

dibandingkan dengan buah impor yang menarik dalam tampilan saja (Amru, 2012).

Pemberlakuan pasar bebas dapat menjadi peluang sekaligus juga ancaman bagi perdagangan komoditas kita, termasuk komoditas pertanian. Selain itu, saat ini muncul fenomena global yang menunjukkan masalah bahwa konsumen sudah mulai lebih banyak mengkonsumsi makanan yang bukan berasal dari negaranya sendiri. Hal ini sudah mulai tercermin dari semakin meningkatnya volume impor produk-produk pertanian diantaranya adalah buah-buahan dalam satu tahunnya. Sampai dengan tahun 2011, volume pertumbuhan rata-rata buah impor meningkat 14 persen. Hal ini sudah menjadi salah satu indikasi bahwa dengan semakin dibuka lebar akses perdagangan bebas antar negara semakin membuka peluang produk-produk komoditas pertanian yang jumlah permintaannya sepanjang tahun sebagai produk pemenuhan kebutuhan pangan masyarakat, sehingga volume import buah-buahan tiap tahunnya meningkat. Menurut Direktorat Jenderal Hortikultura (2012), bahwa volume import buah-buahan di Indonesia mengalami rata-rata pertumbuhan dari tahun 2007-2011, seperti pada buah Jeruk sebesar (20%), Apel sebesar (11%), Pir sebesar (10%), Anggur sebesar (20%), Durian sebesar (5%), Pisang sebesar (330%), Mangga sebesar (0%), Semangka sebesar (13%), Strawberry sebesar (1%), Melon sebesar (119%), Pepaya

sebesar (107%), Nanas sebesar (47%), Rambutan sebesar (-4%), Manggis sebesar (105%), Langsung sebesar (-36%), Blingbing sebesar (108%), buah lainnya sebesar (21%), dan total buah sebesar (14%).

Sehingga buah-buahan impor dapat dengan mudah memasuki pasaran di Indonesia, sebab buah impor mendapat tempat tersendiri di masyarakat, buah impor memiliki bentuk dan warna yang menarik, hal ini yang mendorong konsumen untuk membeli buah tersebut dan disamping itu pula harganya terjangkau dan ada kesan praktis dengan mengkonsumsi buah impor. Persaingan ekspor buah internasional telah menyebabkan pasar buah nasional mendapatkan tekanan dari buah impor.

Longgarnya kebijakan impor buah yang diterapkan pemerintah telah membuat posisi perusahaan buah lokal semakin terpuruk karena tidak mampu bersaing dengan buah impor. Buah impor mempunyai karakteristik mutu yang seragam dan shelf-life (umur simpan) lebih lama, yang menjadikan daya saingnya di pasar lebih besar. Para importir buah mendapatkan pasokan buah dari luar negeri dengan memanfaatkan beberapa kelemahan atribut buah tropik misalnya warna kurang menarik, ukuran tidak seragam, dan citarasa yang tidak konsisten. Besarnya nilai import buah-buahan Indonesia perlu mendapat perhatian secara serius dari semua pihak yang terkait.

Konsumen Indonesia sudah dibiasakan dengan buah impor karena

memang buahnya yang selalu ada, mudah didapat dan lebih menarik. Misalnya, apel fuji China lebih manis daripada apel lokal, tampilan luar dan kemasan juga lebih menarik. Hal ini menjadi suatu rangsangan bagi konsumen Indonesia untuk mengkonsumsi buah apel impor. Akhirnya, impor buah semakin melonjak tinggi yang disebabkan masyarakat Indonesia yang lebih menyukai buah impor dibandingkan buah lokal dengan alasan faktor kualitas.

Sebenarnya Indonesia merupakan salah satu negara penghasil buah tropis yang memiliki keanekaragaman dan keunggulan cita rasa yang cukup baik bila dibandingkan dengan buah-buahan dari negara-negara penghasil buah tropis lainnya. Produksi buah tropika nusantara terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Menurut Tassim Billah (2012), bahwa konsumsi buah-buahan bagi rumah tangga menurut hasil Susenas di Indonesia tahun 2007 – 2011, terdapat rata-rata pertumbuhan konsumsi buah-buahan, seperti Alpukat sebesar (-15,39%), Belimbing sebesar (12,50%), Duku sebesar (114,19%), Durian sebesar (-14,09), Jeruk sebesar (-1,03%), Jambu sebesar (4,71%), Mangga sebesar (41,19%), Nanas sebesar (18,75%), Nangka sebesar (10,42%), Pepaya sebesar (16,91%), Pisang ambon sebesar (11,62%), Pisang raja sebesar (6,44%), Pisang lainnya sebesar (1,16%), Rambutan sebesar (4,73%), Salak sebesar (2,46%), Sawo sebesar (20,83%), dan Semangka sebesar (0,79%).

Maka dari itu, buah-buahan sebagai salah satu tanaman hortikultura memegang peran penting untuk meningkatkan mutu gizi dalam makanan sehari-hari yang dibutuhkan oleh setiap orang. Konsumsi masyarakat Indonesia terhadap buah-buahan saat ini belum memenuhi standar. Tingkat konsumsi sayur dan buah masyarakat Indonesia saat ini masih rendah. Standar konsumsi yang direkomendasikan oleh Food and Agriculture Organization (FAO) yaitu 73 kilogram per kapita per tahun sedangkan di Indonesia saat ini tingkat konsumsi sayur dan buah hanya 40 kilogram per kapita per tahun. Tingkat konsumsi masyarakat akan buah diantaranya dipengaruhi oleh perilaku konsumen dalam mengambil keputusan pembelian buah untuk memuaskan atau memenuhi kebutuhan dan keinginan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian buah-buahan import dan mengetahui apakah ada pengaruh antara perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian buah-buahan import Berdasarkan kerangka pikir diatas, maka dapat dikemukakan hipotesis sebagai berikut : terdapat pengaruh yang nyata antara perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian buah-buahan import.

#### **METODOLOGI PENELITIAN**

Penelitian ini dilaksanakan di Perumahan Kota Cirebon (perumahan Sapphire, taman cipto dan Taman Wahidin),

pemilihan lokasi dilakukan secara sengaja (*purposive*) pemilihan kota Cirebon didasarkan pada pertimbangan, kota Cirebon memiliki penduduk yang beragam, letak geografis cukup strategis, dan pemilihan perumahan elit merupakan tempat yang cukup tepat untuk meneliti orang-orang yang membeli atau mengkonsumsi buah-buahan import dibandingkan dengan tempat lain. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Juni-Juli 2015. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini yaitu menggunakan desain penelitian kuantitatif. Untuk desain penelitian kuantitatif digunakan teknik penelitian berupa survey deskriptif. Metode kuantitatif ini sebagai metode ilmiah karena telah memenuhi kaidah-kaidah ilmiah yaitu konkrit/empiris, obyektif, terukur, rasional, dan sistematis. Metode ini disebut metode kuantitatif karena data penelitiannya berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik (Sugiono, 2012). Data yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu : Data primer adalah data yang diperoleh melalui wawancara secara langsung pada konsumen dengan menggunakan daftar pertanyaan (kuisisioner) yang telah dipersiapkan sebelumnya. Selain itu juga dengan observasi yaitu pengamatan dan pencatatan yang sistematis terhadap gejala-gejala yang diteliti, serta dokumentasi yaitu dengan cara foto dan catatan-catatan terkait konsumen buah import. Data sekunder merupakan data pendukung yaitu data yang diperoleh dari studi kepustakaan

(buku, jurnal, hasil penelitian terdahulu) dan data dari berbagai instansi dan lembaga yang terkait dengan penelitian. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah survey deskriptif. Untuk memperoleh data primer yaitu melakukan observasi, wawancara, dan penyebaran kuisisioner. Sedangkan untuk memperoleh data sekunder yaitu dengan mengumpulkan dari berbagai sumber data seperti buku, laporan, jurnal dan lain-lain. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik *Proporsional Stratified Random Sampling*, ialah pengambilan sample dari anggota populasi secara acak dan berstrata secara proporsional, dilakukan sample ini apabila anggota populasinya heterogen (tidak sejenis) (Ridwan, 2011), Populasi yang ada yaitu 150 orang di tiga tempat perumahan sebagai tempat penelitian. Teknik analisis data dalam penelitian ini yaitu : Uji Validitas dan Reliabilitas, Analisis Deskriptif, Analisis Regresi Linier Sederhana, Uji F, Uji t

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Kota wali, demikian julukan untuk Kota Cirebon. Kota Cirebon terletak di daerah utara Propinsi Jawa Barat bagian timur. Dengan letak geografis yang strategis, yang merupakan jalur utama transportasi dari Jakarta menuju Jawa Barat, Jawa Tengah, yang melalui daerah utara atau pantai utara (pantura). Letak tersebut

menjadikan suatu keuntungan bagi Kota Cirebon, terutama dari segi perhubungan dan komunikasi. Geografis Kota Cirebon terletak pada posisi  $108.33^0$  dan  $6.41^0$  Lintang Selatan pada pantai Utara Pulau Jawa, bagian timur Jawa Barat memanjang dari barat ke timur  $\pm 8$  kilometer, Utara Selatan  $\pm 11$  kilometer dengan ketinggian dari permukaan laut  $\pm 5$  meter dengan demikian Kota Cirebon merupakan daerah dataran rendah dengan luas wilayah administrasi  $\pm 37,35$  km<sup>2</sup> atau  $\pm 3.735,8$  hektar yang mempunyai batas-batas :

Sebelah Utara : Sungai Kedung Pane

Sebelah Barat : Sungai Banjir Kanal / Kabupaten Cirebon

Sebelah Selatan : Sungai Kalijaga

Sebelah Timur : Laut Jawa (BPS Kota Cirebon, 2014)

### Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Sebelum dilaksanakan penelitian, kuesioner dilakukan uji coba terlebih dahulu. Menguji kuesioner variabel perilaku konsumen dengan jumlah 60 responden sebelum penelitian dilakukan. Hasil uji validitas dan reabilitas dapat dilihat pada Tabel berikut.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Variabel Perilaku Konsumen

Item Soal	r <sub>hitung</sub>	r <sub>table</sub>	Keterangan
1	0,214	0,214	Valid
2	0,265	0,214	Valid
3	0,215	0,214	Valid
4	0,302	0,214	Valid
5	0,276	0,214	Valid
6	0,224	0,214	Valid
7	0,264	0,214	Valid
8	0,237	0,214	Valid
9	0,268	0,214	Valid
10	0,216	0,214	Valid
11	0,383	0,214	Valid
12	0,269	0,214	Valid

Berdasarkan Tabel 1 di atas menerangkan bahwa nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  artinya semua pertanyaan untuk variabel perilaku konsumen ( $X_1$ ) adalah valid. Maka dapat disimpulkan bahwa semua pertanyaan instrumen variabel perilaku konsumen ( $X_1$ ) valid untuk dapat digunakan dalam proses analisis data.

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Perilaku Konsumen

Variabel	Cronbach's Alpha	Minimal Cronbach' Alpha yang disyaratkan	Keterangan
----------	------------------	--	------------

Perilaku konsumen	0,681	>0,60	Reliabel
-------------------	-------	-------	----------

Berdasarkan data yang ada dalam tabel di atas, dapat dilihat bahwa variabel perilaku konsumen memiliki nilai reliabilitas yang cukup tinggi dari pada Cronbanch Alpha yang di syaratkan yaitu sebesar 0,60. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa hasil instrumen ini memiliki tingkat reliabilitas yang cukup tinggi, atau dapat dikatakan hasil instrumen ini dapat dipercaya

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian

Item Soal	$r_{hitung}$	$r_{table}$	Keterangan
1	0,277	0,214	Valid
2	0,240	0,214	Valid
3	0,441	0,214	Valid
4	0,229	0,214	Valid
5	0,360	0,214	Valid
6	0,293	0,214	Valid
7	0,348	0,241	Valid
8	0,319	0,214	Valid
9	0,292	0,214	Valid
10	0,252	0,214	Valid
11	0,366	0,214	Valid
12	0,282	0,214	Valid
13	0,327	0,214	Valid
14	0,289	0,214	Valid
15	0,355	0,214	Valid
16	0,368	0,214	Valid
17	0,219	0,214	Valid
18	0,386	0,214	Valid
19	0,243	0,214	Valid
20	0,398	0,214	Valid
21	0,315	0,214	Valid
22	0,232	0,214	Valid
23	0,229	0,214	Valid
24	0,383	0,214	Valid

Item Soal	r <sub>hitung</sub>	r <sub>table</sub>	Keterangan
25	0,397	0,214	Valid
26	0,280	0,214	Valid
27	0,386	0,214	Valid
28	0,349	0,214	Valid
29	0,263	0,214	Valid
30	0,370	0,214	Valid
31	0,294	0,214	Valid
32	0,282	0,214	Valid
33	0,312	0,214	Valid
34	0,344	0,214	Valid
35	0,351	0,214	Valid
36	0,377	0,214	Valid
37	0,239	0,214	Valid
38	0,351	0,214	Valid
39	0,281	0,214	Valid
40	0,279	0,214	Valid
41	0,230	0,214	Valid
42	0,242	0,214	Valid
43	0,277	0,214	Valid
44	0,314	0,214	Valid
45	0,254	0,214	Valid

Berdasarkan Tabel 3 di atas, dari 45 soal pertanyaan pada variabel keputusan pembelian yang diajukan kepada 60 responden, ternyata semua item dinyatakan valid karena  $r_{hitung} > r_{tabel}$ . Maka 45 pertanyaan yang valid tersebut dapat digunakan sebagai kuesioner penelitian variabel keputusan pembelian.

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian

Variabel	Cronbach's Alpha	Minimal Cronbach' Alpha yang di syaratkan	Keterangan
Keputusan Pembelian	0,692	>0,60	Reliabel

Berdasarkan data yang ada dalam tabel 4 di atas, dapat dilihat bahwa variabel keputusan pembelian memiliki nilai koefisiensi reliabilitas yang cukup tinggi dari pada Cronbanch Alpha yang di syaratkan yaitu sebesar 0,60. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa hasil instrumen ini memiliki tingkat reliabilitas yang cukup tinggi, atau dapat dikatakan hasil instrumen ini dapat dipercaya.

#### Hasil Analisis Deskriptif

Bahwa mengenai Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Buah-buahan Import adalah dilihat dari jenis buah import yang paling di senangi oleh konsumen ialah buah apel sebanyak 15

orang, konsumen memantapkan membeli buah apel import dikarenakan rasanya yang manis sebanyak 21 orang, lalu konsumen merekomendasikan kepada orang lain mengenai kualitas buah apelnnya sebanyak 28 orang dan kebiasaan konsumen membeli buah apel karena kualitasnya sebanyak 21 orang.

Dilihat dari asal negara yang di pilih konsumen ialah negara belgia sebanyak 25 orang, kemudian konsumen melakukan pembelian ulang karena harga buahnya sebanyak 20 orang, konsumen melakukan pembayarannya tergantung dengan keadaan atau tempat pasarnya sebanyak 22 orang, keadaan yang menurut konsumen baik untuk membeli buah import, ketika konsumen berbelanja kebutuhan lain sebanyak 20 orang, lalu konsumen merasa puas terhadap buah import ialah mengenai rasa manisnya sebanyak 30 orang, adapun cara konsumen mengkonsumsi buah import saat mengkonsumsinya dengan cara tanpa pengolahan terlebih dahulu sebanyak 39 orang, konsumen lebih sering memilih pasar swalayan sebagai tempat berbelanja buah import sebanyak 48 orang, dan konsumen membeli buah import dalam jumlah yang banyak, sebanyak 23 orang.

#### **Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana**

Bahwa perilaku kosumen terdapat pengaruh terhadap keputusan pembelian buah-buahan import. Hal ini dapat dilihat, perilaku konsumen memiliki nilai sig =

$0,000 < 0,05$ , terhadap keputusan pembelian. Jadi variabel pembelian (Y) dipengaruhi oleh perilaku konsumen ( $X_1$ ).

Dilihat dari model summary diperoleh nilai  $R = 0,875 = 87,5\%$ , nilai tersebut menunjukkan bahwa nilai perilaku konsumen dalam keputusan pembelian buah-buahan import berpengaruh hanya 87,5%, dengan kata lain masih ada 12,5% lagi yang dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.

#### **Hasil Uji F**

Bahwa uji F digunakan untuk menguji variabel-variabel bebas secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikat. Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan nilai  $F_{hitung}$  dengan  $F_{tabel}$ . Hasil pengujian adalah  $F_{hitung}$  menunjukkan nilai sebesar 405.861 Jadi  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $405.861 > 4,00$ ) atau  $Sig F < 5\%$  ( $0,000 < 0,05$ ). Artinya secara simultan variabel perilaku konsumen ( $X_1$ ) terdapat pengaruh terhadap variabel keputusan pembelian (Y).

#### **Hasil Uji t**

Hasil uji t menunjukkan bahwa hasil pengujian t untuk variabel perilaku konsumen ( $X_1$ ) diperoleh nilai  $t_{hitung}$  yaitu 3.768, dengan menggunakan batas signifikan  $\alpha = 0,05$  didapat  $t_{tabel}$  yaitu 2,002. Dari hasil tersebut maka kriteria pengujian yaitu  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yang artinya ( $H_1$ ) diterima dan  $H_0$  di tolak. Dengan demikian hipotesis

uji t variabel perilaku konsumen ( $X_1$ ) memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian (Y).

### KESIMPULAN DAN SARAN

Dari hasil analisis dan pembahasan yang telah diuraikan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut : Perilaku konsumen berpengaruh terhadap keputusan pembelian buah-buahan import. Adapun buah-buahan import yang disenangi oleh konsumen yaitu buah apel, selain itu buah import mempunyai kelebihan yaitu rasa manis, kualitas buah yang terjamin, serta harga yang terjangkau, dan konsumen dalam membeli buah import rata-rata sebanyak 4-8 kg. Dari hasil penelitian di atas, maka dapat disarankan sebagai berikut bagi pengusaha jangan memasarkan buah import saja, tetapi harus ada buah lokal yang tidak kalah kualitasnya. Perlu adanya seleksi buah import untuk memberi kesempatan kepada buah lokal, sehingga masyarakat bisa memilih dan fanatisme terhadap buah lokal

### DAFTAR PUSTAKA

- A Wahid Muhaimin. 2010. Perilaku Konsumen dalam Pembelian Teh Rosella di Kota Malang. Vol. 18. No. 2.
- Achmad Faqih. 2011. Tataniaga Pertanian. IPB Press. Bogor.
- Amru. 2012. Latar Belakang Perilaku Konsumenten. Dalam <http://www.mb.ipb.ac.ad>. Diakses Pada Tanggal 1 Maret 2015
- Anwar Prabu Mangkunegara. 2012. Perilaku Konsumen. Rafika Aditama. Bandung.
- Arini Nurmala Sari. 2012. Perilaku Konsumen. Dalam <http://www.slideshare.net/AriniNurmalaSari/peilaku-konsumen-bab-1-bab-2>. Diakses Pada Tanggal 23 Februari 2015.
- Bernike. 2013. Kelebihan dan Kekurangan buah Lokal. Dalam <http://bernikepurba.blogspot.co.id>. Akses Pada Tanggal 23 Februari 2013.
- Buchari Alma. 2002. Manajemn Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Alfabeta. Bandung.
- Danang Sunyoto. 2013. Perilaku Konsumen (Panduan Riset Sederhana untuk Mengenali Konsumen). CAPS. Yogyakarta.
- Dewi Tresnawati. 2007. Analisis Penelitian Mutu dan Proses Keputusan Pembelian Konsumen Produk Pertanian Segar di Kota Bogor (Kasus Pasar Modern, Pasar Trdisional, dan Pedagang Keliling). Departemen Ilmu Sosial Ekonomi Pertanian. Fakulatas Pertanian. IPB. Bogor.
- Dharmesta, Basu S. Dan Irawan. 1999. Manajemen Pemasaran Modern Edisi 7. Liberty. Yogyakarta
- Dian Erdiana. 2008. Transaksi Desivatif dan Masalah Regulasi Ekonomi di Indonesia. PT Alex Media Komputindo. Jakarta Barat.
- Direktorat Jenderal Hortikultura. 2012. Ekspor Impor Buah 2007-2011. Dalam <http://hortikultura.deptan.go.id>. Diakses Pada Tanggal 23 Februari 2015.

- Engel et al. 2006. Strategi Behavior. Mason. Jurnal Manajemen Pendidikan, Edisi ke 7.
- Etta Mamang Sangaji dan Sopiah. 2013. Perilaku Konsumen. Andi offset. Yogyakarta.
- Ghozali, Imam. 2007. Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gumbira Sa'id E, dan A. Harizt Intan. 2001. Manajemen Agribisnis. Ghalia Indonesia. Jakarta.
- Enggel, Blackwell, dan Miniard. 1994. Perilaku Konsumen Jilid 1. Binarupa Aksara. Jakarta.
- Jodie Zefanya. 2007. Perilaku Konsumen dalam Pemasaran. Dalam <http://vibizconsulting.com>. Diakses Pada Tanggal 23 Februari 2015.
- Kotler, Philip. 2000. Manajemen Pemasaran. Prehallindo. Jakarta.
- Kotler, Philip. 2003. Marketing Manajemen. II Edition. Prentice Hall International inc. New Jersey.
- Lukmana. 1995. Pendahuluan Perilaku Konsumen. Dalam <http://www.mb.ipb.ac.ad> . Diakses Pada Tanggal 1 Maret 2015.
- Mowen, JC dan Minor, M. 1999. Consumer Behavior. 5 Edition. Prentice Hall. New Jersey.
- Paul J, Peter, dan Jerry C, Olson. 1999. Consumer Behavior dan Marketing Strategy. USA. Irwan McGraw-Hill.
- Peter, J. Paul dan Jerry C. Olso. 2000. Consumer Behavior: Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran. Jilid 2. Edisi ke-4. Erlangga. Jakarta.
- Ridwan. 2011. Dasar-dasar Statistika. Alfabeta. Bandung.
- Sofa 2008. Perilaku Konsumen. Dalam <http://massofa.wordpress.com>. Diakses Pada Tanggal 25 Februari 2015.
- Sugiono. 2006. Statistik Untuk Penelitian. Alfabeta. Bandung.
- Sugiono. 2012. Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D. Alfabeta. Bandung.
- Tassim Billah. 2012. Statistik Konsumsi. Dalam [http://www.academika.edu/4926609/statistik\\_konsumsi\\_2012](http://www.academika.edu/4926609/statistik_konsumsi_2012). Diakses Pada Tanggal 23 Februari 2015.
- Ujang Sumarwan. 2004. Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran. Galia Indonesia. Bogor.