

ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP PEMBELIAN SAYURAN HIDROPONIK DI KOTA SURAKARTA

Fahrizal Nikto Armiriawan, Kusnandar, Setyowati
Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Sebelas Maret
Jalan Ir. Sutami No. 36 A Ketingan Surakarta 57126 Telp./Fax. (0271)637457
Email: fahrizalnikto98@gmail.com/Telp: 081227219981

Abstract: This study aims to determine the attributes of hydroponic vegetables that become consumer preferences and identify the attributes of hydroponic vegetables that are most considered by consumers in Surakarta. The method of determining the location is done purposively. The sampling method was carried out by the snowball sampling method with a sample size of 100 respondents. The attributes of hydroponic vegetables analyzed were leaf physical, leaf color, taste, freshness, and packaging. The analytical method used is the Chi-square test and Fishbein Multi-attribute. The results showed that from the Chi-square analysis, it is known that there are significant differences in consumer preferences for the attributes of hydroponic vegetables. Based on Fishbein's Multiattribute analysis, the attributes that consumers consider in purchasing decisions for hydroponic vegetables in Surakarta City are the physical attributes of the leaves, followed by leaf taste, leaf color, packaging, and freshness
Keywords: *Chi-square* Analysis, Multiattribute *Fishbein* Analysis, Hydroponic, Consumer Preference

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui atribut-atribut sayuran hidroponik yang menjadi preferensi konsumen dan mengidentifikasi atribut sayuran hidroponik yang paling dipertimbangkan oleh konsumen di Kota Surakarta. Metode penentuan lokasi dilakukan secara *purposive*. Metode pengambilan sampel dilakukan dengan metode *snowball sampling* dengan jumlah sampel sebesar 100 responden. Atribut sayuran hidroponik yang dianalisis adalah fisik daun, warna daun, rasa, kesegaran, dan kemasan. Metode analisis yang digunakan adalah uji *Chi-square* dan Multiatribut *Fishbein*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari analisis *Chi-square* diketahui bahwa secara signifikan terdapat perbedaan preferensi konsumen terhadap atribut-atribut sayuran hidroponik. Berdasarkan analisis Multiatribut *Fishbein* atribut yang dipertimbangkan konsumen dalam keputusan pembelian sayuran hidroponik di Kota Surakarta dari yang paling dipertimbangkan adalah atribut fisik daun, diikuti oleh rasa daun, warna daun, kemasan, kesegaran sayuran.

Kata Kunci: Analisis *Chi-square*, Analisis Multiatribut *Fishbein*, Sayuran Hidroponik, Preferensi Konsumen

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara agraris yang memiliki banyak potensi untuk dikembangkan. Salah satu komoditas pertanian yang berpotensi untuk dikembangkan yaitu komoditas hortikultura. Salah satu hasil dari hortikultura adalah sayuran. Sayuran merupakan komoditi yang mudah dikembangkan dan memiliki prospek yang cerah, karena dibutuhkan setiap hari dan permintaannya cenderung meningkat (BPS, 2019).

Salah satu inovasi terbaru dalam budidaya sayuran adalah bertanam dengan metode hidroponik. Hidroponik merupakan metode bercocok tanam tanpa tanah, yang menggunakan larutan nutrisi sebagai pengganti zat hara pada tanah. Metode hidroponik dapat memberikan hasil produksi yang lebih banyak dengan satuan luas yang sama jika dibandingkan dengan metode konvensional (Roidah, 2014). Keistimewaan dari sayuran hidroponik yaitu minim penggunaan pestisida kimia dikarenakan tempat budidaya yang tidak bersentuhan dengan tanah sehingga serangan hama dan penyakitnya relatif kecil. Keistimewaan tersebut menimbulkan daya tarik bagi konsumen (Halim, 2016).

Persepsi yang dimiliki konsumen terhadap produk akan membentuk preferensi. Preferensi memiliki arti kepada pilihan atau memilih. Preferensi konsumen adalah suatu pilihan suka atau tidak suka konsumen terhadap suatu produk, baik barang ataupun jasa (Schiffman dan Kanuk, 2000). Menurut Sumarwan (2011), preferensi muncul saat dimana konsumen harus

memutuskan pilihannya dalam pembelian untuk memuaskan kebutuhan dan keinginannya.

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui preferensi konsumen sayuran hidroponik dalam membeli sayuran hidroponik di Kota Surakarta. Atribut yang digunakan dalam penelitian ini yaitu fisik daun, warna daun, rasa, kesegaran, dan kemasan. Preferensi konsumen penting untuk diketahui oleh pelaku agribisnis sayuran hidroponik agar dapat lebih mudah menyesuaikan spesifikasi produk sayuran hidroponik yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen sehingga diharapkan akan lebih mudah untuk memasarkan dan menentukan strategi pemasaran yang tepat.

METODE PENELITIAN

Metode Dasar Penelitian

Metode dasar yang digunakan adalah metode deskriptif analitik, yaitu metode yang memusatkan diri pada masalah-masalah yang aktual dan data yang dikumpulkan mula-mula disusun, dijelaskan dan dianalisa selanjutnya disimpulkan dengan didukung teori-teori dari hasil penelitian terdahulu (Surakhmad, 2004). Penelitian ini menggunakan teknik survei. Penelitian survei adalah penelitian yang mengambil sampel dari suatu populasi lewat wawancara untuk mendapatkan data dengan kuesioner sebagai instrumennya (Rosady, 2003).

Metode Penentuan Lokasi

Metode penentuan lokasi penelitian adalah secara sengaja (*purposive*), yang diambil berdasarkan pertimbangan-pertimbangan tertentu sesuai tujuan

penelitian (Rosady, 2003). Kota Surakarta dipilih sebagai lokasi penelitian dengan pertimbangan masyarakat Kota Surakarta memiliki tingkat pendapatan per kapita setahun serta pengeluaran rata-rata perkapita sebulan untuk kelompok makanan sayur-sayuran yang terus meningkat setiap tahunnya (BPS Kota Surakarta, 2019).

Metode Penentuan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen sayuran hidroponik yang berdomisili di Kota Surakarta. Berdasarkan populasinya, metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *nonprobability sampling* dengan alasan banyaknya populasi responden tidak diketahui secara pasti. Penentuan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *Snowball Sampling* dengan jumlah sampel 100 orang. Teknik *Snowball Sampling* merupakan prosedur sampling untuk mengidentifikasi, memilih dan mengambil sampel dalam suatu jaringan atau rantai hubungan yang menerus dimana sampel diperoleh melalui proses bergulir dari satu responden ke responden lainnya dimulai dengan beberapa orang atau kasus, kemudian meluas berdasarkan hubungan antar responden (Neuman, 2003).

Metode Analisis Data

Penelitian ini menggunakan metode analisis data *chi-square* dan multiatribut *fishbein*. Analisis *chi-square* (χ^2) digunakan untuk mengetahui preferensi konsumen terhadap sayuran hidroponik serta untuk mengetahui signifikansi perbedaan antara objek yang diamati (*observed*) dengan objek jawaban yang diharapkan (*expected*) berdasarkan

hipotesis nol (Simamora, 2002). Uji *Chi-square* dinyatakan dalam rumus:

$$\chi^2 = \sum_{i=1}^k \left[\left(\frac{f_{o}-f_{e}}{f_{e}} \right)^2 \right] \quad (1)$$

Keterangan:

χ^2 adalah *Chi-square*, f_o adalah frekuensi responden yang memilih kategori dalam atribut sayuran hidroponik, f_e adalah frekuensi responden yang diharapkan dalam kategori atribut sayuran hidroponik dan $i.k$ adalah kategori atribut dalam variabel sayuran hidroponik.

Model analisis Multiatribut *Fishbein* didasarkan pada pemikiran bahwa sikap dibentuk oleh komponen kepercayaan dan evaluasi. Analisis ini digunakan untuk mengetahui atribut sayuran hidroponik yang paling dipertimbangkan oleh konsumen dengan rumus berikut:

$$A_0 = \sum_{i=1}^n b_i \cdot e_i \quad (2)$$

Keterangan:

A_0 adalah sikap konsumen terhadap sayuran hidroponik di Kota Surakarta, b_i adalah tingkat keyakinan konsumen terhadap atribut i yang dimiliki sayuran hidroponik, e_i adalah dimensi evaluatif konsumen terhadap atribut i yang dimiliki sayuran hidroponik dan n adalah jumlah atribut yang dimiliki sayuran hidroponik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Mayoritas responden dalam penelitian ini berjenis kelamin perempuan sebesar 61% responden, status pernikahan sudah menikah sebesar 81%. Jumlah anggota keluarga responden mayoritas berjumlah 3–4

orang sebesar 64%. Mayoritas responden berada di kelompok umur 36–45 tahun sebesar 38%, serta berpendidikan terakhir D1-S1 sebanyak 63%. Pendapatan rata-rata perbulan responden yang memiliki proporsi terbesar yaitu pendapatan perbulan diatas Rp 7.000.000 sebanyak 30% responden

Proses Keputusan Pembelian

Proses keputusan dalam pembelian terdiri dari lima proses tahapan, yaitu pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian (Kotler, 2005).

Tabel 1. Proses Keputusan Pembelian Sayuran Hidroponik di Kota Surakarta

No	Proses Keputusan Pembelian	Keterangan	Presentase (%)
1	Pengenalan Kebutuhan		
	a. Alasan pembelian	Mencari manfaat kesehatan	41
	b. Jenis sayuran	Sawi	65
2	Pencarian Informasi		
	a. Sumber informasi	Lingkungan (keluarga, tetangga)	58
	b. Respon responden	Tertarik untuk membeli	97
3	Evaluasi Alternatif		
	a. Evaluasi alternatif	Kesegaran sayuran	75
4	Keputusan Pembelian		
	a. Pola pembelian	Tergantung situasi	46
	b. Tempat pembelian	Supermarket	46
	c. Motivasi pembelian	Keinginan sendiri	65
	d. Frekuensi pembelian	2-3 kali sebulan	35
	e. Jumlah pembelian	< 1Kg per transaksi	73
5	Perilaku Pasca Pembelian		
	a. Kepuasan responden	Sangat puas	42
	b. Pembelian ulang	Bersedia	100

Sumber: Analisis Data Primer, 2021

Proses keputusan pembelian dimulai saat konsumen menyadari adanya masalah atau kebutuhan (Engel *et al*, 1995). Berdasarkan Tabel 1 dapat diketahui bahwa mayoritas responden sebesar 41% beralasan mengkonsumsi sayuran hidroponik untuk mencari manfaat kesehatan. Sebagian besar responden telah memahami sayuran hidroponik memiliki kandungan nutrisi yang

bermanfaat untuk pemenuhan gizi dan kesehatan. Selanjutnya sebanyak 65% responden menyatakan jenis sayuran hidroponik yang sering dikonsumsi adalah sawi dengan alasan banyaknya ragam olahan yang bisa dibuat dengan menggunakan sawi.

Selanjutnya yaitu tahap pencarian informasi. Sebanyak 58% responden mengatakan bahwa mereka memperoleh informasi mengenai sayuran hidroponik

dari lingkungan, yaitu keluarga, tetangga, dan teman. Kondisi tersebut menandakan informasi mengenai sayuran hidroponik lebih banyak disebarkan melalui komunikasi orang ke orang (*word of mouth*). Mayoritas responden sebesar 97% menyatakan sumber informasi yang ada membuat responden tertarik untuk membeli sayuran hidroponik

Selanjutnya informasi yang telah diperoleh akan membentuk beberapa evaluasi alternatif. Sebagian besar responden menyatakan kesegaran sayuran menjadi pertimbangan utama dalam keputusan pembelian. Sayuran hidroponik dengan tingkat kesegaran yang baik memiliki tampilan yang *fresh* serta masa penyimpanannya akan lebih tahan lama.

Selanjutnya dapat diketahui pada proses keputusan pembelian, mayoritas responden yang melakukan pembelian sayuran hidroponik dengan pola pembelian tergantung situasi sebesar 46%. Konsumen dengan pola pembelian seperti ini biasanya adalah konsumen yang menyukai sayuran hidroponik

Hasil Analisis *Chi-square*

Preferensi konsumen terhadap atribut sayuran hidroponik merupakan pilihan konsumen terhadap atribut sayuran hidroponik berdasarkan selera atau kesukaan. Pilihan tersebut berbeda-beda pada setiap orang karena setiap individu adalah unik dalam kebutuhan, keinginan, pengalaman, sikap, dan karakter pribadi masing-masing (Yuniarti, 2015). Preferensi konsumen sayuran hidroponik di Kota Surakarta dianalisis menggunakan uji *chi-square*.

namun kebutuhannya tidak terlalu tinggi. Mayoritas responden sebesar 46% lebih menyukai untuk berbelanja di supermarket dengan alasan faktor kenyamanan, keamanan, kemudahan pembelian dan kualitas yang terjamin serta terbatasnya pengetahuan tentang tempat penjualan sayuran hidroponik. Mayoritas responden sebanyak 65% melakukan pembelian karena keinginan diri sendiri, dengan frekuensi pembelian sebulan yang paling banyak dilakukan responden adalah 2 – 3 kali dalam sebulan sebesar 35% responden, dan jumlah pembelian yang paling sering dilakukan responden adalah kurang dari 1 kilogram per transaksi sebesar 73% responden.

Selanjutnya mayoritas responden menyatakan kepuasannya terhadap pembelian sayuran hidroponik, yang terdiri dari 42% responden menyatakan sangat puas. Semua responden sebesar 100% bersedia melakukan pembelian ulang sayuran hidroponik. Kondisi ini menandakan bahwa sayuran hidroponik yang dibeli responden dapat diterima dengan baik.

Dari hasil uji *chi-square* dapat diketahui ada tidaknya perbedaan preferensi tiap konsumen pada setiap kategori atribut sayuran hidroponik berdasarkan signifikansi yang dihasilkan. Analisis *chi-square* menghasilkan nilai χ^2 hitung yang nantinya akan dibandingkan dengan χ^2 tabel. Apabila χ^2 hitung $>$ χ^2 tabel maka H_0 dapat ditolak. Hasil uji *chi-square* pada preferensi konsumen terhadap atribut sayuran hidroponik di Kota Surakarta ditunjukkan pada tabel berikut

Tabel 2 . Preferensi Konsumen terhadap Atribut Sayuran Hidroponik di Kota Surakarta

Atribut	Taraf	(Σ)	χ^2 hitung	χ^2 tabel
Warna Daun	Hijau Muda Cerah	72	19.360	3.841
	Hijau Tua Matang	28		
Fisik Daun	Lebar, tidak sobek, tidak lubang	93	160.220	5.991
	Lebar, sobek, berlubang	3		
	Kecil, tidak sobek tidak berlubang	4		
	Kecil sobek berlubang	0		
Rasa	Berbeda dengan sayur konvesional	71	17.640	3.841
	Sama seperti sayur konvesional	29		
Kesegaran	Sangat Segar	65	112.640	7.814
	Segar	33		
	Kurang Segar	2		
	Tidak Segar	0		
Kemasan	Melindungi produk dengan baik	43	29.420	5.991
	Memperlihatkan kondisi produk	49		
	Memudahkan penyimpanan	8		
	Memiliki desain yang menarik	0		

Sumber: Analisis Data Primer, 2021

Preferensi konsumen sayuran hidroponik dianalisis berdasarkan frekuensi pilihan responden terhadap pilihan atribut sayuran hidroponik yang disediakan. Setiap kategori atribut kemudian dikembangkan lagi kedalam taraf yang mewakili variasi kondisi pada setiap atribut. Taraf atribut yang menjadi preferensi mayoritas konsumen adalah taraf atribut dengan frekuensi

pilihan paling banyak. Mayoritas responden lebih menyukai warna daun sayuran hidroponik yang berwarna hijau muda cerah, fisik daun yang lebar tidak sobek dan tidak berlubang, rasa yang berbeda dengan sayur konvesional, tingkat kesegaran sangat segar, dan kemasan yang memperlihatkan kondisi produk dengan jelas.

Tabel 3. Hasil Analisis *Chi-square* Atribut Sayuran Hidroponik

Atribut Sayuran	χ^2 hitung	Df	χ^2 tabel	Keterangan
Warna	19.360	1	3.841	Signifikan
Fisik Daun	160.220	2	5.991	Signifikan
Rasa	17.640	1	3.841	Signifikan
Kesegaran	112.640	3	7.814	Signifikan
Kemasan	29.420	2	5.991	Signifikan

Sumber: Analisa Data Primer, 2021

Hasil uji chi-square menunjukkan bahwa seluruh atribut sayuran hidroponik yang diteliti menunjukkan

hasil yang signifikan dilihat dari nilai χ^2 hitung yang lebih besar dari nilai χ^2 tabel. Dengan hasil yang signifikan

(terdapat beda nyata) pada taraf kepercayaan 95% kita dapat menolak hipotesis nol (H_0) dan menerima hipotesis alternatif (H_1). Artinya, preferensi konsumen terhadap atribut sayuran hidroponik tidaklah sama atau terdapat perbedaan preferensi konsumen terhadap atribut sayuran hidroponik di Kota Surakarta. Kondisi

Hasil Analisis Multiatribut Fishbein

Menurut Sumarwan (2011) analisis multiatribut Fishbein menjelaskan bahwa sikap konsumen terhadap suatu obyek sikap sangat ditentukan oleh sikap konsumen terhadap atribut atribut yang dievaluasi. Sikap konsumen (A_o) sayuran hidroponik di Kota Surakarta ditentukan oleh dua hal, yaitu (1) keyakinan terhadap atribut produk (b_i),

ini dikarenakan setiap konsumen dalam melakukan pembelian sayuran hidroponik memiliki pertimbangan yang berbeda-beda sesuai selera atau kesukaan mereka, sehingga akan berpengaruh terhadap pengambilan keputusan dalam pembelian sayuran hidroponik di Kota Surakarta.

dan (2) evaluasi pentingnya atribut produk tersebut (e_i). Indeks sikap konsumen (A_o) didapat dengan mengalikan angka kepercayaan (b_i) dan nilai evaluasi konsumen (e_i) terhadap atribut sayuran hidroponik. Angka ini menunjukkan prioritas pertimbangan konsumen terhadap atribut yang melekat pada sayuran hidroponik dalam melakukan pembelian.

Tabel 4. Sikap Konsumen (A_o) Terhadap Atribut Sayuran Hidroponik

Atribut	Keyakinan (b_i)	Evaluasi (e_i)	Sikap (A_o)	Peringkat	Kategori
Fisik Daun	4,78	4,46	21,31	I	Sangat Positif
Rasa Sayuran	4,64	4,52	20,97	II	Sangat Positif
Warna Daun	4,47	4,47	19,98	III	Positif
Kemasan	4,25	4,42	18,78	IV	Positif
Kesegaran	4,05	4,41	17,86	V	Positif

Sumber: Analisis Data Primer, 2021

Penilaian sikap terhadap sayuran hidroponik dibagi menjadi 5 kategori berdasarkan rentang skala interval dengan interval 4,8. Mulai dari 1,0 – 5,8: sangat negatif; 5,8 – 10,6: negatif; 10,6 – 15,4: netral; 15,4 – 20,2: positif; 20,2 – 25: sangat positif. Berdasarkan Tabel 3 dapat diketahui bahwa nilai indeks sikap konsumen terhadap atribut yang dipertimbangkan dalam keputusan pembelian sayuran hidroponik berturut-turut dari yang paling tinggi sampai

yang terendah adalah rasa kondisi fisik daun sebesar 21,31 dengan kategori sangat positif, rasa sayuran sebesar 20,97 dengan kategori sangat positif, warna daun sebesar 19,98 dengan kategori positif, kemasan sebesar 18,78 dengan kategori positif, dan kesegaran sebesar 17,86 dengan kategori positif. Sehingga dapat dikatakan, bahwa atribut kondisi fisik daun dan rasa sayuran hidroponik merupakan dua atribut yang paling dipertimbangkan

oleh responden dalam keputusan pembelian sayuran hidroponik.

Kondisi fisik daun mendapatkan sikap sangat positif dan merupakan atribut utama yang menjadi tujuan dari konsumen membeli sayuran hidroponik. Fisik daun memiliki kaitan erat dengan kualitas sayuran, fisik daun yang tidak berlubang menunjukkan bahwa sayuran tersebut masih segar dan sehat. Atribut rasa sayuran menduduki peringkat kedua sebagai atribut yang paling dipertimbangkan responden dan mendapat sikap sangat positif. Bagi sebagian besar konsumen, rasa merupakan atribut yang paling penting dan mempengaruhi mereka dalam mengkonsumsi produk pangan dibandingkan dengan atribut lainnya, hal ini dapat diartikan pertimbangan rasa terhadap suatu produk dapat menjadi indikator bagi seseorang untuk menyukai atau tidak menyukai suatu produk.

SIMPULAN

Kesimpulan yang dapat diambil adalah sebagai berikut: (1) terdapat perbedaan preferensi responden sayuran hidroponik berdasarkan atribut fisik daun, warna daun, rasa, kesegaran, dan kemasan. (2) Atribut sayuran hidroponik yang menjadi preferensi konsumen di Kota Surakarta adalah sayuran hidroponik yang berwarna hijau muda cerah, dengan fisik daun yang lebar tidak sobek tidak berlubang, rasa yang berbeda dengan sayur konvensional, tingkat kesegaran sayuran sangat segar (<1 hari setelah panen), dan menggunakan kemasan yang dapat memperlihatkan kondisi produk sayuran hidroponik dengan jelas. (3) Atribut

sayuran yang paling dipertimbangkan dalam keputusan pembelian sayuran hidroponik di Kota Surakarta dari yang paling dipertimbangkan sampai dengan yang kurang dipertimbangkan adalah fisik daun, rasa sayuran, warna, kemasan, dan tingkat kesegaran.

Saran yang dapat diberikan adalah (1) Produsen sebaiknya menambah ketersediaan sayuran hidroponik yang spesifikasi atributnya menjadi pilihan preferensi mayoritas konsumen, serta menyesuaikan proporsi produksi sayuran yang spesifikasi atributnya hanya menjadi preferensi minoritas konsumen. (2) Produsen sayuran hidroponik terus meningkatkan strategi budidaya agar sayuran hidroponik dapat terbebas dari serangan hama dan penyakit, dengan cara membangun tempat budidaya yang steril seperti green house dan menjadwalkan penggunaan pestisida nabati secara rutin sehingga akan menjaga kualitas fisik daun sayuran hidroponik, karena kondisi fisik daun merupakan atribut yang paling dipertimbangkan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik Kota Surakarta. 2019. Kota Surakarta Dalam Angka (2019). BPS: Surakarta.
- Badan Pusat Statistik. 2019. Statistik Tanaman Sayuran dan Buah-buahan Semusim Indonesia (2018). BPS: Jakarta
- Engel, James F., Roger D Blackwell, dan Paul W Miniard. 1995. *Perilaku Konsumen*. Jakarta : Binarupa Aksara.

- Halim, Jimmy. 2016. *6 Teknik Hidroponik*. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Kotler P. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Milenium. Jakarta: PT Prenhallindo.
- Neuman, W. L. 2003. *Social Research Methods, Qualitative and Quantitative Approaches. Fifth Edition*. Boston: Pearson Education
- Roidah, Ida S. 2014. Pemanfaatan Lahan Dengan Menggunakan Sistem Hidroponik. *Jurnal Universitas Tulungagung Bonorowo* 1(2): 43-49
- Rosady R. 2003. *Metode Penelitian Public Relation dan Komunikasi*. Raja Grafindo Perkasa: Jakarta.
- Schiffman L. Dan Kanuk L. 1997. *Consumer Behaviour*. A Simon and Schuster Company: New Jersey.
- Simamora, B. 2002. *Paduan Riset Perilaku Konsumen*. Gramedia Pustaka Utama: Jakarta.
- Sumarwan, Ujang. 2011. *Riset Pemasaran dan Konsumen Seri 1*. Bogor: IPB Press.
- Surakhmad, W. 2004. *Pengantar Penelitian Ilmiah Dasar, Metode dan Teknik*. Edisi Revisi. Penerbit Tarsito. Bandung
- Yuniarti, Vinna Sri, 2015. *Perilaku Konsumen*. Bandung: Pustaka Setia