



PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BUAH LOKAL DI PASAR TRADISIONAL CARINGIN KOTA BANDUNG

Suci Septiani¹⁾, Somadi²⁾

¹⁾ Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Bisnis, Universitas Wanita Internasional, Bandung, Indonesia

Email: suciseptiani111@gmail.com

²⁾ Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Bisnis, Universitas Wanita Internasional, Bandung, Indonesia

Email: somadi897@gmail.com

Abstract

Regular consumption of fruits plays an essential role in maintaining the immune system due to their rich content of vitamins and minerals. In Indonesia, as a tropical country with abundant biodiversity, the dynamics of fruit consumption and production show an interesting development. This study aims to identify and analyze the influence of price and product quality on the purchase decisions of local fruits at the Caringin Traditional Market in Bandung City. The research employed a quantitative approach with a total sample of ninety-six respondents. Data were collected through questionnaires and supported by literature studies. The findings indicate that, partially, price does not have a significant effect on purchase decisions, whereas product quality has a strong influence on consumer preferences. Overall, both price and product quality jointly have a significant impact on the decision to purchase local fruits. These findings suggest that although price is not the main determinant in purchase decisions, product quality plays a dominant role in shaping consumer choices. Therefore, traders in traditional markets are encouraged to prioritize improving the quality of local fruits to maintain and enhance competitiveness against imported products.

Keywords: Price, Product Quality, Purchase Decision, Local Fruits, Traditional Market.

Abstrak

Keteraturan dalam mengonsumsi buah memiliki peran penting dalam menjaga daya tahan tubuh karena kandungan vitamin dan mineral yang tinggi. Di Indonesia, sebagai negara tropis dengan kekayaan hayati yang melimpah, dinamika konsumsi dan produksi buah menunjukkan perkembangan yang menarik. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian buah lokal di Pasar Tradisional Caringin, Kota Bandung. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jumlah sampel sebanyak sembilan puluh enam responden. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner serta didukung oleh studi literatur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan kualitas produk terbukti memberikan pengaruh yang kuat terhadap preferensi konsumen. Secara keseluruhan, harga dan kualitas produk secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian buah lokal. Temuan ini mengindikasikan bahwa meskipun harga bukan faktor utama dalam keputusan pembelian, kualitas produk memiliki pengaruh dominan yang mendorong konsumen dalam menentukan pilihan. Oleh karena itu, pelaku usaha di pasar tradisional disarankan untuk lebih berfokus pada peningkatan mutu buah lokal guna mempertahankan dan meningkatkan daya saing terhadap produk impor.

Kata Kunci: Harga, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian, Buah Lokal, Pasar Tradisional.



PENDAHULUAN

Konsumsi buah merupakan salah satu faktor penting dalam menjaga kesehatan tubuh karena kandungan vitamin, mineral, dan serat yang berperan dalam mendukung sistem metabolisme serta pencegahan berbagai penyakit. Organisasi Pangan dan Pertanian Dunia (FAO) merekomendasikan konsumsi buah sebesar 73 kg per kapita per tahun. Namun, realitas di Indonesia menunjukkan angka konsumsi buah yang masih rendah, yaitu hanya sekitar 40 kg per kapita per tahun (Ayumi & Budiarmo, 2022). Kondisi ini menandakan adanya defisit konsumsi yang cukup besar, sehingga mendorong pentingnya pemahaman terkait perilaku konsumsi masyarakat terhadap buah-buahan.

Indonesia sejatinya memiliki potensi besar dalam menghasilkan buah-buahan lokal. Iklim tropis dengan intensitas cahaya matahari yang tinggi serta curah hujan yang merata sepanjang tahun menjadi modal utama dalam mendukung keberagaman dan kelimpahan produksi buah di dalam negeri. Nurkhalifah (2023) menegaskan bahwa potensi ini menjadikan Indonesia salah satu negara dengan variasi buah tropis yang sangat kaya. Meski demikian, fenomena menarik justru muncul ketika tren impor buah menunjukkan peningkatan signifikan, terutama dari negara-negara pemasok utama seperti Tiongkok, Thailand, dan Australia (Pusdatin Kemendag, 2025). Hal ini memperlihatkan adanya tantangan dalam menyeimbangkan produksi lokal dan permintaan pasar.

Keputusan konsumen dalam membeli buah tidak hanya ditentukan oleh ketersediaan produk, tetapi juga oleh faktor harga dan kualitas. Kotler dan Keller (2020) menjelaskan bahwa persepsi konsumen terhadap nilai suatu produk ditentukan oleh kesesuaian antara harga, kualitas, dan manfaat yang diperoleh. Dalam konteks buah, aspek kualitas mencakup kesegaran, rasa, dan daya tahan, sedangkan harga memengaruhi sejauh mana konsumen menilai kelayakan produk untuk dibeli. Dengan demikian, harga dan kualitas menjadi variabel penting yang perlu diperhatikan dalam memahami pola pembelian buah di masyarakat.

Hasil penelitian terdahulu menunjukkan bahwa harga memiliki pengaruh dominan terhadap keputusan pembelian buah, khususnya di pasar tradisional. Utami (2019) menemukan bahwa konsumen kelas menengah ke bawah sangat mempertimbangkan harga dalam memilih buah yang akan dibeli. Namun, temuan lain dari Firmansyah (2018) menunjukkan bahwa meskipun buah impor lebih unggul dari segi tampilan dan daya simpan, banyak konsumen tetap memilih buah lokal karena harganya yang lebih terjangkau. Hal ini mengindikasikan adanya pergeseran preferensi konsumen yang tidak hanya berfokus pada kualitas visual, tetapi juga pada keterjangkauan harga.

Lebih lanjut, Ernawati (2021) menegaskan bahwa meningkatnya kepercayaan masyarakat terhadap kualitas buah lokal semakin mendorong perubahan perilaku konsumen. Persepsi bahwa buah lokal lebih segar, sehat, dan bermanfaat bagi petani dalam negeri turut menjadi faktor yang mengurangi ketergantungan terhadap buah impor. Kondisi ini memperlihatkan bahwa keputusan pembelian tidak hanya berorientasi pada pertimbangan ekonomis, tetapi juga mencakup aspek sosial dan psikologis, yang memberikan peluang bagi produk lokal untuk lebih kompetitif di pasar.

Fenomena ini tampak jelas di Pasar Tradisional Caringin Bandung, salah satu pusat distribusi buah terbesar di Indonesia. Wulandari (2023) mencatat adanya penurunan penjualan buah impor sebesar 15–25% sejak tahun 2022, yang disebabkan meningkatnya minat konsumen terhadap buah lokal. Faktor harga yang lebih terjangkau, kualitas kesegaran yang dirasakan lebih baik, serta kesadaran untuk mendukung petani dalam negeri menjadi alasan utama perubahan tersebut. Oleh karena itu, penting untuk meneliti lebih lanjut pengaruh harga dan kualitas terhadap keputusan pembelian buah lokal di Pasar Caringin Bandung agar dapat memberikan rekomendasi strategi yang relevan bagi pedagang maupun pemangku kepentingan terkait.

TINJAUAN PUSTAKA

Secara empiris, beberapa penelitian mendukung hubungan antara harga, kualitas produk, dan keputusan pembelian. Penelitian oleh Susanti (2021) menunjukkan bahwa harga memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk makanan di pasar tradisional. Sementara itu, studi oleh Putri, S., & Nugroho, D. (2020) menemukan bahwa kualitas produk buah lokal seperti kesegaran, rasa, dan tampilan memiliki peran dominan dalam memengaruhi keputusan pembelian konsumen, bahkan lebih kuat dibandingkan pengaruh harga.

Dengan mempertimbangkan berbagai faktor teoritis, normatif, dan empiris, dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian buah impor di Pasar Tradisional Caringin tidak semata-mata dipengaruhi oleh fluktuasi harga, melainkan merupakan hasil dari transformasi struktural dalam pola konsumsi masyarakat. Kombinasi antara kenaikan harga buah impor, meningkatnya produksi dan kualitas buah lokal, serta tumbuhnya kesadaran konsumen terhadap isu keberlanjutan dan kedaulatan pangan telah mendorong terjadinya pergeseran preferensi pasar yang nyata (Wulandari (2023)). Kondisi ini menjadi tantangan sekaligus peluang bagi para pelaku usaha dan pemerintah daerah untuk merancang kebijakan yang adaptif dalam menjaga keseimbangan antara perdagangan internasional dan penguatan sektor hortikultura lokal.



METODOLOGI PENELITIAN

Metodologi penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yang berfokus pada pengukuran data numerik dan pengujian hipotesis secara statistik. Pendekatan ini dipilih karena sesuai dengan tujuan penelitian, yaitu menganalisis pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian buah lokal di Pasar Tradisional Caringin Kota Bandung. Dengan pendekatan kuantitatif, hasil penelitian diharapkan dapat memberikan gambaran yang objektif, terukur, dan dapat digeneralisasi pada populasi yang lebih luas.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen buah lokal yang berbelanja di Pasar Tradisional Caringin Kota Bandung. Namun, jumlah populasi tersebut tidak diketahui secara pasti karena tidak adanya data resmi mengenai jumlah konsumen yang berbelanja buah di pasar tersebut setiap harinya. Oleh karena itu, peneliti menggunakan metode non-probability sampling dengan teknik purposive sampling. Teknik ini dipilih karena memungkinkan peneliti untuk memilih responden yang memenuhi kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian, misalnya konsumen yang melakukan pembelian buah lokal secara langsung di pasar.

Penentuan jumlah sampel dilakukan menggunakan rumus Lemeshow, yang umum digunakan dalam penelitian sosial ketika populasi tidak diketahui secara pasti. Berdasarkan perhitungan dengan rumus tersebut, jumlah responden yang diperoleh sebanyak 96 orang. Jumlah ini dinilai memadai untuk mendapatkan hasil yang representatif dalam analisis data, sekaligus sesuai dengan batas minimum sampel pada penelitian kuantitatif dengan variabel ganda. Dengan demikian, hasil penelitian diharapkan mampu menggambarkan kondisi nyata mengenai perilaku pembelian konsumen di lapangan.

Penelitian ini melibatkan tiga variabel utama, yaitu variabel bebas dan variabel terikat. Variabel bebas terdiri dari harga dan kualitas produk, sedangkan variabel terikat adalah keputusan pembelian. Indikator harga mencakup keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas, serta perbandingan harga dengan produk sejenis. Indikator kualitas produk meliputi kesegaran, warna, rasa, dan ketahanan buah. Sementara itu, indikator keputusan pembelian diukur melalui aspek pengambilan keputusan, tingkat kepuasan terhadap pembelian, serta kemungkinan melakukan pembelian ulang.

Instrumen penelitian yang digunakan berupa kuesioner dengan skala Likert lima poin, yang berkisar dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju. Penyusunan kuesioner dilakukan dengan merujuk pada indikator setiap variabel agar pernyataan yang diajukan relevan dan terukur. Sebelum digunakan dalam pengumpulan data, kuesioner terlebih dahulu diuji coba (try out) kepada sejumlah kecil responden di luar sampel penelitian untuk

memastikan kejelasan pertanyaan serta menguji validitas dan reliabilitas instrumen.

Teknik analisis data dalam penelitian ini meliputi uji validitas dan reliabilitas untuk mengukur sejauh mana instrumen penelitian dapat dipercaya. Uji validitas digunakan untuk memastikan bahwa butir pertanyaan dalam kuesioner benar-benar mampu mengukur indikator variabel yang dimaksud. Sementara itu, uji reliabilitas dilakukan untuk melihat konsistensi jawaban responden terhadap butir pertanyaan yang diajukan. Instrumen dikatakan reliabel apabila nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,7 sesuai standar pengukuran reliabilitas.

Setelah instrumen dinyatakan valid dan reliabel, data dianalisis menggunakan regresi linier berganda untuk mengetahui pengaruh variabel bebas (harga dan kualitas produk) terhadap variabel terikat (keputusan pembelian). Sebelum dilakukan analisis regresi, penelitian ini juga menggunakan uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas. Uji normalitas bertujuan untuk memastikan distribusi data berdistribusi normal, uji multikolinearitas untuk menguji adanya korelasi antarvariabel bebas, dan uji heteroskedastisitas untuk memastikan tidak adanya ketidaksamaan varians residual.

Seluruh proses analisis data dilakukan dengan bantuan perangkat lunak SPSS versi terbaru, yang memiliki kemampuan dalam mengolah data statistik secara cepat dan akurat. Penggunaan SPSS diharapkan dapat meminimalkan kesalahan perhitungan manual serta memberikan hasil yang lebih akurat. Dengan rancangan metodologi ini, penelitian diharapkan mampu memberikan temuan yang valid dan reliabel mengenai pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian buah lokal di Pasar Tradisional Caringin Kota Bandung.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel harga (X_1) tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian buah lokal di Pasar Tradisional Caringin Kota Bandung. Berdasarkan analisis regresi linier berganda, diperoleh nilai koefisien sebesar 0,064 dengan tingkat signifikansi 0,518 yang lebih besar dari 0,05. Temuan ini menegaskan bahwa harga tidak menjadi faktor utama dalam menentukan keputusan pembelian. Konsumen cenderung menganggap harga relatif seragam di antara pedagang, sehingga tidak menjadi pertimbangan dominan dalam menentukan pilihan membeli buah.

Kondisi ini dapat dijelaskan karena karakteristik pasar tradisional yang memiliki mekanisme persaingan harga terbuka. Pedagang cenderung menawarkan harga yang tidak jauh berbeda agar tetap kompetitif di pasar. Dengan demikian, konsumen menilai harga sebagai faktor yang bersifat stabil dan tidak menimbulkan perbedaan



berarti antar pedagang. Hal inilah yang membuat harga tidak memiliki signifikansi besar terhadap keputusan pembelian, berbeda dengan pasar modern yang biasanya memiliki variasi harga lebih beragam.

Selain itu, kebiasaan konsumen dalam berbelanja di pasar tradisional juga turut memengaruhi pola pembelian. Banyak konsumen memilih untuk membeli buah pada pedagang langganan meskipun harga yang ditawarkan tidak jauh berbeda dengan pedagang lain. Hal ini menunjukkan adanya faktor kepercayaan, kedekatan, dan kenyamanan berinteraksi dengan pedagang yang lebih memengaruhi keputusan dibandingkan dengan harga semata. Faktor non-ekonomis ini turut memperlemah peran harga dalam memengaruhi perilaku pembelian.

Tabel 1. Indikator Variabel Penelitian

Variabel	Indikator Utama	Skala Ukur	Referensi
Harga (X1)	Keterjangkauan, kesesuaian, perbandingan	Likert 1–5	Utami (2019)
Kualitas (X2)	Kesegaran, warna, rasa, ketahanan	Likert 1–5	Firmansyah (2018)
Keputusan (Y)	Pengambilan keputusan, kepuasan, pembelian ulang	Likert 1–5	Kotler & Keller (2016)

Berbeda dengan harga, variabel kualitas produk (X2) justru memberikan pengaruh yang signifikan dan dominan terhadap keputusan pembelian buah lokal. Hasil analisis menunjukkan nilai koefisien sebesar 0,738 dengan tingkat signifikansi 0,000 yang jauh di bawah 0,05. Hal ini mengindikasikan bahwa kualitas merupakan faktor utama yang diperhatikan konsumen dalam memilih buah lokal. Konsumen sangat menekankan aspek kesegaran, tampilan, rasa, dan daya tahan buah sebagai pertimbangan utama dalam keputusan pembelian.

Tabel 2. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Variabel	Koefisien (B)	Sig.	Keterangan
Harga (X1)	0,064	0,518	Tidak Signifikan
Kualitas (X2)	0,738	0,000	Signifikan & Dominan
Keputusan (Y)	-	-	Variabel Terikat

Kualitas yang baik memberikan jaminan terhadap kepuasan dan keamanan konsumsi. Buah yang segar dan memiliki rasa yang enak tidak hanya memenuhi kebutuhan

gizi, tetapi juga meningkatkan pengalaman positif dalam berbelanja. Temuan ini sesuai dengan teori Kotler dan Keller (2020) yang menyatakan bahwa persepsi nilai produk dipengaruhi oleh manfaat yang dirasakan konsumen. Dengan demikian, kualitas buah menjadi faktor yang secara langsung berhubungan dengan kepuasan konsumen.

Hasil ini juga konsisten dengan penelitian Firmansyah (2018) dan Ernawati (2021) yang menemukan bahwa meskipun buah impor lebih unggul dari sisi daya simpan, konsumen tetap lebih memilih buah lokal karena dinilai lebih segar dan sesuai dengan kebutuhan konsumsi harian. Temuan ini memperkuat pandangan bahwa kualitas buah lokal menjadi daya tarik utama, terutama dalam konteks pasar tradisional di mana kesegaran produk dapat diamati langsung oleh konsumen.

Menariknya, meskipun harga tidak berpengaruh signifikan secara langsung, hal ini tidak berarti faktor harga dapat diabaikan. Harga tetap memiliki peran penting jika dipertimbangkan bersama dengan kualitas produk. Konsumen cenderung menilai kelayakan pembelian dari kesesuaian antara harga yang dibayarkan dengan kualitas yang diperoleh. Artinya, harga masih relevan sebagai faktor pendukung yang memperkuat pengaruh kualitas dalam pengambilan keputusan pembelian buah lokal.

Dalam konteks Pasar Caringin, preferensi terhadap kualitas buah lokal yang lebih segar menunjukkan adanya peluang besar bagi pedagang untuk meningkatkan daya saing produk. Pedagang yang mampu menjaga kualitas melalui penanganan pascapanen yang baik, kebersihan, serta penataan produk yang menarik akan memiliki peluang lebih besar dalam menarik konsumen. Dengan demikian, strategi menjaga kualitas produk menjadi lebih efektif dibandingkan sekadar bersaing dalam aspek harga.

Selain itu, hasil penelitian ini memiliki implikasi praktis bagi pedagang buah lokal. Fokus pada kualitas produk dapat menjadi strategi utama dalam mempertahankan loyalitas konsumen. Konsumen yang merasa puas dengan kualitas buah cenderung melakukan pembelian ulang dan bahkan merekomendasikan kepada orang lain. Hal ini sesuai dengan konsep kepuasan konsumen yang berdampak pada loyalitas dan keberlanjutan usaha. Oleh karena itu, pedagang perlu memberikan perhatian lebih pada aspek kualitas daripada hanya berorientasi pada penetapan harga.

Secara keseluruhan, penelitian ini menyimpulkan bahwa keputusan pembelian buah lokal di Pasar Caringin Kota Bandung lebih dipengaruhi oleh faktor kualitas produk dibandingkan harga. Konsumen menempatkan kualitas sebagai prioritas utama dalam pengambilan keputusan, sedangkan harga dianggap relatif seragam sehingga tidak menjadi faktor dominan. Implikasi dari



temuan ini adalah pedagang buah lokal sebaiknya meningkatkan fokus pada pemeliharaan kualitas buah dengan standar kesegaran, kebersihan, dan tampilan yang menarik agar mampu memenangkan persaingan dan meningkatkan kepuasan konsumen.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian buah lokal di Pasar Tradisional Caringin Kota Bandung, dapat disimpulkan bahwa faktor harga tidak menjadi pertimbangan utama bagi konsumen. Hal ini terlihat dari hasil analisis yang menunjukkan bahwa harga tidak berpengaruh signifikan secara individual terhadap keputusan pembelian. Konsumen menilai harga buah di pasar relatif beragam antar pedagang sehingga bukan menjadi aspek dominan dalam proses pengambilan keputusan.

Sebaliknya, kualitas produk terbukti memiliki pengaruh signifikan dan dominan terhadap keputusan pembelian buah lokal. Konsumen lebih menekankan pada aspek kesegaran, rasa, warna, dan ketahanan buah sebagai pertimbangan utama dalam memilih produk. Kualitas yang baik dianggap mampu memberikan kepuasan dan jaminan keamanan konsumsi, sehingga mendorong konsumen untuk melakukan pembelian ulang dan meningkatkan loyalitas.

Secara simultan, harga dan kualitas produk tetap berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Kombinasi keduanya membentuk suatu model yang mampu menjelaskan perilaku konsumen dalam memilih buah lokal. Meskipun harga secara individu tidak dominan, ketika dikombinasikan dengan kualitas, faktor harga tetap berperan dalam memberikan nilai tambah terhadap keputusan pembelian. Dengan demikian, kedua variabel saling melengkapi dalam memengaruhi preferensi konsumen.

Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menegaskan bahwa kualitas produk merupakan prioritas utama konsumen, sementara harga hanya berfungsi sebagai faktor pendukung. Konsumen bersedia membayar lebih tinggi asalkan kualitas buah sesuai dengan harapan mereka. Hal ini memperlihatkan bahwa persepsi nilai produk lebih banyak ditentukan oleh kualitas dibandingkan oleh pertimbangan harga semata.

Implikasi dari hasil penelitian ini adalah pedagang buah lokal di Pasar Caringin perlu menempatkan kualitas sebagai fokus utama strategi penjualan. Upaya seperti menjaga kesegaran melalui penyimpanan yang baik, seleksi produk berkualitas, serta penataan buah yang menarik dapat meningkatkan kepercayaan dan kepuasan konsumen. Stabilitas harga tetap perlu dijaga agar kompetitif, tetapi tidak boleh mengorbankan kualitas

produk yang menjadi penentu utama keberhasilan penjualan.

Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa kualitas produk merupakan faktor kunci dalam memengaruhi keputusan pembelian buah lokal, sedangkan harga hanya berperan sebagai faktor pelengkap. Oleh karena itu, strategi pengelolaan kualitas yang konsisten, disertai dengan harga yang wajar, akan mampu meningkatkan daya saing buah lokal dan mendorong peningkatan konsumsi masyarakat di pasar tradisional.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, Z. (2019). Harga dan kualitas produk sebagai determinan keputusan pembelian konsumen. *Jurnal Ilmu Ekonomi*, 9(1), 14–25.
- Ayumi, B., & Budiatmo, A. (2022). Pengaruh harga dan promosi terhadap keputusan pembelian melalui minat beli sebagai variabel intervening. *Jurnal Administrasi Bisnis*, X.
- Dewi, N. P. (2021). Peran promosi dan harga dalam meningkatkan daya saing buah lokal di pasar tradisional. *Jurnal Ekonomi dan Pemasaran*, 13(2), 145–158.
- Ernawati, R. (2021). Analisis pengaruh promosi, harga, dan citra merek terhadap keputusan pembelian pada situs e-commerce Zalora di Jakarta. UPN Veteran Jakarta.
- Fauzi, A. (2021). Analisis preferensi konsumen dalam memilih buah lokal dan impor. *Jurnal Agribisnis Indonesia*, 9(1), 77–85.
- Firmansyah, A. (2018). Persepsi konsumen terhadap kualitas produk lokal dan impor. *Jurnal Manajemen Pemasaran*.
- Ghazali, I. (2018). Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasan, M. I. (2019). Pokok-pokok materi metodologi penelitian dan aplikasinya. Ghalia Indonesia.
- Hidayat, R. (2022). Faktor sosial budaya dalam keputusan pembelian buah lokal. *Jurnal Sosial Humaniora*, 14(3), 210–220.
- Indrawati. (2017). Metode penelitian manajemen dan bisnis: Konvergensi teknologi komunikasi dan informasi. Refika Aditama.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of marketing* (17th ed.). Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2020). *Marketing management* (17th ed.). Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2017). *Marketing 4.0: Moving from traditional to digital*. Wiley.



- Kurniawan, H. (2021). Preferensi konsumen terhadap buah lokal di pasar tradisional. *Jurnal Riset Manajemen*, 12(2), 87–96.
- Lupiyoadi, R. (2019). *Manajemen pemasaran jasa: Berbasis kompetensi*. Salemba Empat.
- Nurkhalifah, F., Khakim, M.Y.N., Virgo, F., Affandi, A.K., Hadi, S., Sutopo, S., Supardi, S., Koriynat, E., Safrina, S., Irfan, M., & Bama, A.A. (2023). Analisis terhadap dinamika curah hujan di Kota Palembang tahun 2019–2023 dan kaitannya dengan fenomena ENSO dan IOD. *Jurnal Penelitian Sains*, 25(1), 1–12.
- Putri, S., & Nugroho, D. (2020). Pengaruh harga dan citra merek terhadap keputusan pembelian buah impor. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis*.
- Rangkuti, F. (2019). *Analisis SWOT: Teknik membedah kasus bisnis*. Gramedia.
- Shinta, A. (2018). *Manajemen pemasaran modern*. UB Press.
- Sugiyono. (2018). *Metode penelitian kualitatif, kuantitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Suprpto, R. (2022). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap loyalitas konsumen. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 15(2), 100–112.
- Suryani, T. (2018). *Perilaku konsumen di era digital*. Graha Ilmu.
- Susanti, R. (2021). Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian produk pangan di pasar tradisional. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 8(1), 45–52.
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi pemasaran*. Andi Offset.
- Utami, L. (2019). Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian buah di pasar tradisional. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*.
- Wijaya, D. (2020). Faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian buah impor. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 18(2), 55–64.
- Wulandari, R. (2023). Transformasi preferensi konsumen terhadap produk lokal di pasar tradisional. *Jurnal Ilmu Konsumen*, 14(2), 115–130.
- Wulandari, S. (2023). Pergeseran pola konsumsi buah impor ke buah lokal di Indonesia. *Jurnal Pembangunan Ekonomi*.
- Zulkifli, H. (2020). Analisis pengaruh kualitas buah lokal terhadap kepuasan konsumen. *Jurnal Agrisep*, 19(1), 33–42.