

**SKRIPSI**

**FAKTOR DETERMINAN KONSUMSI GULA PASIR  
TIDAK BERMEREK DI PASAR TRADISIONAL  
(STUDI KASUS: PASAR TRADISIONAL KM.5 KOTA PALEMBANG)**

***CONSUMPTION DETERMINANT FACTORS NON-BRANDED  
GRANULATED SUGAR IN TRADITIONAL MARKET  
(CASE STUDY: KM.5 TRADITIONAL MARKET PALEMBANG CITY)***



**Syalwa Rizka Arum  
05011282025037**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS  
JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN  
FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS SRIWIJAYA  
2023**

## SUMMARY

**SYALWA RIZKA ARUM.** Consumption Determinant Factors Non-Branded Granulated Sugar in Traditional Market (Case Study: KM.5 Traditional Market Palembang City) (Supervised by **ERNI PURBIYANTI**).

Unbranded granulated sugar was sugar known as bulk granulated sugar that has no label and is usually sold in retail plastic bags in traditional markets. Branded granulated sugar is increasingly selling in the market, but consumers who were interested and choose unbranded granulated sugar for consumption were still relatively high which is certainly influenced by several factors. The purposes of this search were: 1) analyzing the determinant factors that influence consumers in purchasing unbranded granulated sugar in traditional markets in Palembang City, 2) describing the characteristics of consumers of unbranded granulated sugar in traditional markets in Palembang City, and 3) analyzing what attributes are the preferences of consumers in purchasing unbranded granulated sugar in traditional markets in Palembang City. The method used in this research was survey method or direct interview with questionnaire using accidental sampling technique. The data processing methods used were multiple regression analysis, descriptive tabulation, and fishbein multiattributes. The results of this search were: 1) the factors that have a significant effect on the demand for unbranded granulated sugar per month were the variable price of unbranded granulated sugar ( $X_1$ ), price of branded granulated sugar ( $X_2$ ), income ( $X_3$ ), education ( $X_4$ ), age ( $X_6$ ), and consumer tastes ( $X_7$ ). 2) the characteristics of consumers of unbranded granulated sugar were 96 percent female, aged 46-55 years as much as 40 percent, high school education level as much as 66 percent, work as an entrepreneur and housewife each as much as 42 percent, have an income between IDR 2,500,001-Rp5,000,000 as much as 64 percent, and have a family of 3 people as much as 34 percent. 3) the attributes that become consumer preferences in purchasing unbranded granulated sugar in order based on the highest average score were packaging size (13,61), taste (12,43), color (11,01), grain texture (10,89), and grain size (10,04).

Keywords: attributes, characteristics, preferences, unbranded granulated sugar.

## RINGKASAN

**SYALWA RIZKA ARUM.** Faktor Determinan Konsumsi Gula Pasir Tidak Bermerek di Pasar Tradisional (Studi Kasus: Pasar Tradisional KM.5 Kota Palembang (Dibimbing oleh **ERNI PURBIYANTI**).

Gula pasir tidak bermerek merupakan gula yang dikenal dengan sebutan gula pasir curah yang tidak memiliki label dan biasanya dijual dalam bentuk eceran kantong plastik di pasar tradisional. Gula pasir bermerek kian marak penjualannya di pasaran, namun konsumen yang berminat dan memilih gula pasir tidak bermerek untuk dikonsumsi masih tergolong tinggi yang tentunya dipengaruhi oleh beberapa faktor. Tujuan dari penelitian ini adalah: 1) menganalisis faktor determinan apa saja yang mempengaruhi konsumen dalam pembelian gula pasir tidak bermerek di pasar tradisional Kota Palembang, 2) mendeskripsikan karakteristik konsumen gula pasir tidak bermerek di pasar tradisional Kota Palembang, dan 3) menganalisis atribut apa saja yang menjadi preferensi konsumen dalam pembelian gula pasir tidak bermerek di pasar tradisional Kota Palembang. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei atau wawancara langsung dengan kuesioner menggunakan teknik *accidental sampling*. Metode pengolahan data yang digunakan adalah analisis regresi berganda, tabulasi deskriptif, dan multiatribut *fishbein*. Adapun hasil yang diperoleh yaitu: 1) faktor-faktor yang berpengaruh signifikan terhadap permintaan gula pasir tidak bermerek per bulan adalah variabel harga gula pasir tidak bermerek ( $X_1$ ), harga gula pasir bermerek ( $X_2$ ), pendapatan ( $X_3$ ), pendidikan ( $X_4$ ), usia ( $X_6$ ), dan selera konsumen ( $X_7$ ). 2) karakteristik konsumen gula pasir tidak bermerek adalah 96 persen berjenis kelamin perempuan, umur 46-55 tahun sebanyak 40 persen, tingkat pendidikan SMA sebanyak 66 persen, pekerjaan sebagai wirausaha dan ibu tidak bekerja masing-masing sebanyak 42 persen, memiliki pendapatan antara Rp2.500.001-Rp5.000.000 sebanyak 64 persen, dan memiliki jumlah anggota keluarga 3 orang sebanyak 34 persen. 3) atribut yang menjadi preferensi konsumen dalam pembelian gula pasir tidak bermerek secara berurutan berdasarkan rata-rata skor tertinggi adalah ukuran kemasan (13,61), rasa (12,43), warna (11,01), tekstur butiran (10,89), dan ukuran butiran (10,04).

Kata kunci: atribut, gula pasir tidak bermerek, karakteristik, preferensi.

**SKRIPSI**

**FAKTOR DETERMINAN KONSUMSI GULA PASIR  
TIDAK BERMEREK DI PASAR TRADISIONAL  
(STUDI KASUS: PASAR TRADISIONAL KM.5 KOTA PALEMBANG)**

**Diajukan Sebagai Syarat untuk Mendapatkan Gelar  
Sarjana Pertanian pada Fakultas Pertanian  
Universitas Sriwijaya**



**Syalwa Rizka Arum  
05011282025037**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS  
JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN  
FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS SRIWIJAYA  
2023**

**LEMBAR PENGESAHAN**

**FAKTOR DETERMINAN KONSUMSI GULA PASIR  
TIDAK BERMEREK DI PASAR TRADISIONAL  
(STUDI KASUS: PASAR TRADISIONAL KM.5 KOTA PALEMBANG)**

**SKRIPSI**

Sebagai Syarat untuk Mendapatkan Gelar Sarjana Pertanian  
pada Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya

Oleh:  
**Syalwa Rizka Arum**  
0501128225037

Indralaya, November 2023  
Pembimbing



**Dr. Erni Purbivanti, S.P., M.Si.**  
NIP. 197802102008122001

Mengetahui,

Dekan Fakultas Pertanian Unsri



**Prof. Dr. Ir. A. Muslim, M. Agr.**  
NIP. 196412291990011001

Skripsi dengan Judul “Faktor Determinan Konsumsi Gula Pasir Tidak Bermerek di Pasar Tradisional (Studi Kasus: Pasar Tradisional KM.5 Kota Palembang)” oleh Syalwa Rizka Arum telah dipertahankan di hadapan Komisi Penguji Skripsi Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya pada tanggal 13 November 2023 dan telah diperbaiki sesuai saran dan masukan tim penguji.

Komisi Penguji

1. Dr. Selly Oktarina, S.P., M.Si.  
NIP. 197810152001122001

Ketua

(.....  
.....)

2. Dr. Dessy Adriani, S.P., M.Si.  
NIP. 197412262001122001

Sekretaris

(.....  
.....)

3. Henny Malini, S.P., M.Si.  
NIP. 197904232008122004

Penguji

(.....  
.....)

4. Dr. Erni Purbiyanti, S.P., M.Si.  
NIP. 197802102008122001

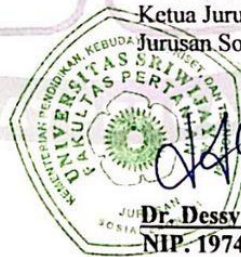
Pembimbing

(.....  
.....)

Indralaya, November 2023

Ketua Jurusan

Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian



Dr. Dessy Adriani, S.P., M.Si.  
NIP. 197412262001122001

## PERNYATAAN INTEGRITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Syalwa Rizka Arum

NIM : 05011282025037

Judul : Faktor Determinan Konsumsi Gula Pasir Tidak Bermerek di Pasar

Tradisional (Studi Kasus: Pasar Tradisional KM.5 Kota Palembang)

Menyatakan bahwa semua data dan informasi yang dimuat di dalam skripsi ini merupakan hasil penelitian saya sendiri di bawah supervisi pembimbing, kecuali yang disebutkan dengan jelas sumbernya. Apabila di kemudian hari ditemukan adanya unsur plagiasi dalam skripsi ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik dari Universitas Sriwijaya.

Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak mendapat paksaan dan tekanan dari pihak manapun.



Indralaya, November 2023



  
Syalwa Rizka Arum

## **RIWAYAT HIDUP**

Penulis bernama lengkap Syalwa Rizka Arum atau lebih akrab dikenal dengan nama Syalwa, lahir pada 06 Januari 2003 di Kota Palembang, Sumatera Selatan. Penulis merupakan anak kedua dari pasangan Bapak Ciptono dan Ibu Dwi Winarni serta merupakan anak kedua dari dua bersaudara.

Penulis menyelesaikan pendidikan Sekolah Dasar (SD) di SDN 130 Kota Palembang pada tahun 2014. Penulis menyelesaikan pendidikan Sekolah Menengah Pertama (SMP) di SMP Negeri 9 Kota Palembang pada tahun 2017 dan dilanjutkan dengan pendidikan Sekolah Menengah Atas (SMA) di SMA Negeri 6 Kota Palembang dan menyelesaikannya pada tahun 2020.

Saat ini, penulis merupakan mahasiswa aktif di Program Studi Agribisnis, Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian, Fakultas Pertanian, Universitas Sriwijaya. Penulis merupakan salah satu anggota aktif dari Himpunan Mahasiswa Sosial Ekonomi Pertanian (HIMASEPERTA) Dinas Kesekretariatan Kabinet Gelora Cakrakarya Periode 2021–2022.



## KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya skripsi yang berjudul “Faktor Determinan Konsumsi Gula Pasir Tidak Bermerek di Pasar Tradisional (Studi Kasus: Pasar Tradisional KM.5 Kota Palembang)” dapat selesai disusun.

Pada kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan rahmat, nikmat, dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Orang tua yang sangat saya sayangi yaitu Ayah Ciptono dan Bunda Dwi Winarni karena senantiasa menyertai dengan doa, perhatian, kasih sayang, dan dukungan dalam bentuk moril maupun materil.
3. Ibu Dr. Dessy Adriani, S.P., M.Si. selaku ketua Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian.
4. Ibu Dr. Erni Purbiyanti, S.P., M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan saran, masukan, pembelajaran, motivasi, maupun waktu sehingga penulis dapat mengerjakan dan menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
5. Mas Dim selaku kakak saya, yang telah memberikan semangat dan perhatian selama proses penulisan skripsi.
6. Keluarga besar yang selalu ingin penulis segera lulus, namun tak lupa selalu diberikan doa, semangat, maupun materil yang lebih.
7. Sahabat seperjuangan masa awal perkuliahan (Selma, Zhafira, Khalisa, Winda Gren, Nia, Winda Dwi, dan Meishanda) yang selalu ada dan membantu dalam kegiatan perkuliahan ini.
8. Sahabat seperjuangan (Alipa, Lijak, Peni, Apep, dan Nugik) walaupun jauh tetapi selalu mendukung dan mendoakan yang terbaik.
9. Sahabat bimbingan (Ghaita dan Atika) yang saling memberikan semangat ketika proses bimbingan dan penyusunan skripsi.
10. Seluruh teman Agribisnis A Indralaya 2020 yang telah kebersamai dan membantu disaat masa perkuliahan berlangsung.
11. Admin jurusan (Mbak Dian, Kak Ari dan Kak Ikhsan) yang telah membantu dan memudahkan urusan administrasi perkuliahan dari awal hingga akhir.

Dalam menyusun skripsi ini, penulis menyadari masih banyak kekurangan, oleh karena itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran untuk kesempurnaan penulisan di masa yang akan datang. Akhir kata, penulis berharap semoga proposal skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Indralaya, November 2023

Syalwa Rizka Arum

## DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR .....	ix
DAFTAR ISI .....	xi
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB 1. PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	7
1.3. Tujuan dan Kegunaan.....	7
BAB 2. KERANGKA PEMIKIRAN.....	8
2.1. Tinjauan Pustaka .....	8
2.1.1. Konsepsi Gula Pasir.....	8
2.1.2. Konsepsi Preferensi Konsumen.....	9
2.1.3. Fungsi Permintaan.....	9
2.1.4. Konsepsi Karakteristik Konsumen .....	12
2.1.5. Konsepsi Atribut Produk.....	13
2.2. Model Pendekatan.....	14
2.3. Hipotesis .....	15
2.4. Batasan Operasional.....	16
BAB 3. METODE PENELITIAN .....	18
3.1. Tempat dan Waktu .....	18
3.2. Metode Penelitian .....	18
3.3. Metode Penarikan Contoh .....	18
3.4. Metode Pengumpulan Data .....	19
3.5. Metode Pengolahan Data.....	19
3.5.1. Metode Analisis Regresi Berganda .....	19
3.5.2. Metode Analisis Deskriptif .....	22
3.5.3. Uji Instrument .....	22
3.5.4. Metode Analisis Multiatribut <i>Fishbein</i> .....	23
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN .....	26

	Halaman
4.1. Keadaan Umum Wilayah Penelitian .....	26
4.1.1. Letak dan Batas Wilayah Administrasi .....	26
4.1.2. Keadaan Geografi dan Topografi.....	26
4.1.3. Keadaan Iklim dan Cuaca.....	28
4.1.4. Demografi Kota Palembang .....	29
4.2. Gambaran Pasar Tradisional KM.5 Kota Palembang .....	32
4.3. Faktor Determinan Konsumsi Gula Pasir Tidak Bermerek.....	33
4.4. Uji Asumsi Klasik .....	33
4.5. Uji Hipotesis .....	35
4.6. Karakteristik Responden .....	41
4.6.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	42
4.6.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	43
4.6.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan .....	43
4.6.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	44
4.6.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	45
4.6.6. Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Anggota Keluarga ...	46
4.7. Uji Instrument Atribut Gula Pasir Tidak Bermerek.....	47
4.7.1. Uji Validitas Atribut Gula Pasir Tidak Bermerek.....	47
4.7.2. Uji Reliabilitas Atribut Gula Pasir Tidak Bermerek .....	47
4.8. Preferensi Konsumen terhadap Atribut Gula Pasir Tidak Bermerek ...	48
4.9. Atribut Gula Pasir Tidak Bermerek .....	48
4.9.1. Penilaian Kepercayaan atau <i>Believe</i> (Bi) .....	48
4.9.2. Penilaian Tingkat Evaluasi (Ei) .....	49
4.9.3. Sikap Responden terhadap Atribut Gula Pasir Tidak Bermerek .....	50
BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN .....	53
5.1. Kesimpulan.....	53
5.2. Saran.....	53
DAFTAR PUSTAKA .....	54
LAMPIRAN	

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. Harga Gula Pasir Tidak Bermerek di Indonesia .....	3
Tabel 3.1. Penilaian Kepercayaan terhadap Atribut Gula Pasir Tidak Bermerek.....	23
Tabel 3.2. Penentuan Evaluasi terhadap Atribut Gula Pasir Tidak Bermerek.....	23
Tabel 3.3. Penentuan Skala Penilaian Kepercayaan dan Evaluasi terhadap Atribut Gula Pasir Tidak Bermerek.....	25
Tabel 3.4. Penentuan Skala Penilaian Sikap terhadap Atribut Gula Pasir Tidak Bermerek.....	25
Tabel 4.1. Luas Wilayah Kecamatan di Kota Palembang.....	27
Tabel 4.2. Keadaan Iklim Kota Palembang Tahun 2022 .....	28
Tabel 4.3. Jumlah Penduduk Kota Palembang Berdasarkan Jenis Kelamin.....	29
Tabel 4.4. Penduduk Kota Palembang Berdasarkan Umur .....	30
Tabel 4.5. Jumlah Penduduk Kota Palembang Berdasarkan Pendidikan ...	31
Tabel 4.6. Penduduk Berumur 15 Tahun ke Atas Bekerja di Kota Palembang.....	32
Tabel 4.7. Hasil Uji Normalitas.....	33
Tabel 4.8. Hasil Uji Multikolinearitas .....	34
Tabel 4.9. Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	35
Tabel 4.10. Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	36
Tabel 4.11. Hasil Uji F.....	36
Tabel 4.12. Hasil Uji t.....	37
Tabel 4.13. Karakteristik Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin .....	42
Tabel 4.14. Karakteristik Konsumen Berdasarkan Usia.....	43
Tabel 4.15. Karakteristik Konsumen Berdasarkan Pendidikan.....	44
Tabel 4.16. Karakteristik Konsumen Berdasarkan Jenis Pekerjaan .....	44
Tabel 4.17. Karakteristik Konsumen Berdasarkan Pendapatan .....	45
Tabel 4.18. Karakteristik Konsumen Berdasarkan Jumlah Anggota Keluarga.....	46
Tabel 4.19. Hasil Uji Validitas Atribut Gula Pasir Tidak Bermerek .....	47
Tabel 4.20. Hasil Uji Reliabilitas Atribut Gula Pasir Tidak Bermerek .....	48

	Halaman
Tabel 4.21. Preferensi Konsumen terhadap Atribut Gula Pasir Tidak Bermerek.....	48
Tabel 4.22. Skor Penilaian Kepercayaan terhadap Atribut Gula Pasir Tidak Bermerek.....	49
Tabel 4.23. Skor Penilaian Evaluasi terhadap Atribut Gula Pasir Tidak Bermerek.....	50
Tabel 4.24. Sikap Konsumen terhadap Atribut Gula Pasir Tidak Bermerek.....	51

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Kurva Permintaan Konsumen .....	10
Gambar 2.2. Model Pendekatan Secara Diagramatik .....	14

## DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Peta Wilayah Kota Palembang .....	59
Lampiran 2. Dokumentasi Wawancara Bersama Responden .....	60
Lampiran 3. Faktor-Faktor Permintaan Gula Pasir Tidak Bermerek.....	61
Lampiran 4. Hasil Uji Regresi Berganda .....	63
Lampiran 5. Karakteristik Responden .....	65
Lampiran 6. Hasil Uji Validitas pada Atribut Gula Pasir Tidak Bermerek .....	67
Lampiran 7. Hasil Uji Reliabilitas pada Atribut Gula Pasir Tidak Bermerek .....	68
Lampiran 8. Preferensi Konsumen terhadap Atribut Gula Pasir Tidak Bermerek.....	69
Lampiran 9. Skor Penilaian Kepercayaan (bi) .....	71
Lampiran 10. Skor Penilaian Evaluasi (ei).....	73
Lampiran 11. Hasil Penilaian Sikap Konsumen (Ao).....	75



Faktor Determinan Konsumsi Gula Pasir Tidak Bermerek di Pasar Tradisional  
(Studi Kasus: Pasar Tradisional KM.5 Kota Palembang)

*Consumption Determinant Factors Non-Branded Granulated Sugar in  
Traditional Market (Case Study: KM.5 Traditional Market Palembang City)*

Syalwa Rizka Arum<sup>1</sup>, Erni Purbiyanti<sup>2</sup>

Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas  
Sriwijaya Jalan Palembang-Prabumulih Km.32 Indralaya  
Ogan Ilir 30662

**Abstract**

*Unbranded granulated sugar was sugar known as bulk granulated sugar that has no label and is usually sold in retail plastic bags in traditional markets. Branded granulated sugar is increasingly selling in the market, but consumers who were interested and choose unbranded granulated sugar for consumption were still relatively high which is certainly influenced by several factors. The purposes of this search were: 1) analyzing the determinant factors that influence consumers in purchasing unbranded granulated sugar in traditional markets in Palembang City, 2) describing the characteristics of consumers of unbranded granulated sugar in traditional markets in Palembang City, and 3) analyzing what attributes are the preferences of consumers in purchasing unbranded granulated sugar in traditional markets in Palembang City. The method used in this research was survey method or direct interview with questionnaire using accidental sampling technique. The data processing methods used were multiple regression analysis, descriptive tabulation, and fishbein multiattributes. The results of this search were: 1) the factors that have a significant effect on the demand for unbranded granulated sugar per month were the variable price of unbranded granulated sugar (X1), price of branded granulated sugar (X2), income (X3), education (X4), age (X6), and consumer tastes (X7). 2) the characteristics of consumers of unbranded granulated sugar were 96 percent female, aged 46-55 years as much as 40 percent, high school education level as much as 66 percent, work as an entrepreneur and housewife each as much as 42 percent, have an income between IDR 2,500,001-Rp5,000,000 as much as 64 percent, and have a family of 3 people as much as 34 percent. 3) the attributes that become consumer preferences in purchasing unbranded granulated sugar in order based on the highest average score were packaging size (13,61), taste (12,43), color (11,01), grain texture (10,89), and grain size (10,04).*

*Keywords: attributes, characteristics, preferences, unbranded granulated sugar.*

---

<sup>1</sup> Mahasiswa

<sup>2</sup> Dosen Pembimbing

Indralaya, November 2023  
Ketua Jurusan  
Sosial Ekonomi Pertanian

Pembimbing,



Dr. Erni Purbiyanti, S.P., M.Si.  
NIP. 197802102008122001



Dr. Dessy Adriani, S.P., M.Si.  
NIP. 197412262001122001

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Sektor pertanian adalah sektor yang berperan penting dalam perekonomian nasional, penyedia lapangan kerja, penyediaan pangan, dan tonggak utama dalam pemerataan kemakmuran serta kesejahteraan masyarakat di Indonesia (Welley & Victoria, 2015). Indonesia yang dikenal sebagai negara agraris disebabkan karena sebagian besar atau mayoritas penduduknya bekerja di sektor pertanian yang mampu melestarikan sumber daya alam, memberi hidup dan penghidupan, serta menciptakan lapangan pekerjaan. Penduduk Indonesia paling banyak bekerja di sektor pertanian pada tahun 2022 dan mencapai sekitar 1,86 juta orang atau naik sebesar 29,96% per tahun (Badan Pusat Statistik, 2022). Komoditas yang dihasilkan sektor pertanian suatu wilayah dapat dikatakan unggulan apabila memiliki pangsa pasar yang sangat luas dan meningkatnya pangsa pasar komoditas pertanian dapat mendorong meningkatnya permintaan terhadap produk-produk pertanian yang dihasilkan suatu wilayah (Iyan, 2014).

Komoditas yang memegang peranan penting di sektor pertanian khususnya sub sektor perkebunan dalam perekonomian nasional adalah komoditas gula. Gula pasir merupakan kebutuhan pokok rakyat yang strategis yaitu sebagai bahan pangan sumber kalori dan menempati urutan keempat setelah padi-padian, pangan hewani, minyak serta lemak dengan pangsa sebesar 6,7% sebagai salah satu sumber bahan pemanis utama yang telah digunakan secara luas dan dominan baik untuk keperluan konsumsi rumah tangga maupun bahan baku industri pangan. Realita ini terjadi karena di satu sisi gula mengandung kalori sehingga dapat menjadi alternatif sumber energi dan di sisi lain gula digunakan sebagai bahan pengawet dan tidak membahayakan kesehatan pemakainya (Sugiyanto, 2007). Gula pasir memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia, oleh karena itu ditetapkan menjadi salah satu barang pangan pokok yang diatur oleh Pemerintah menerbitkan Peraturan Presiden Nomor 59 Tahun 2020 tentang perubahan atas Peraturan Presiden Nomor 71 tahun 2015 sebagai salah satu bahan pangan pokok.

Gula pasir juga merupakan komoditas pertanian yang telah ditetapkan pemerintah Indonesia sebagai komoditas khusus yang artinya tidak hanya penting bagi kebutuhan sehari-hari dalam skala rumah tangga, tetapi juga digunakan sebagai bahan pembantu utama dalam jenis industri makanan. Gula pasir yang digunakan oleh industri makanan dan minuman berbeda dengan gula pasir untuk konsumsi dan secara nasional kebutuhan gula untuk konsumsi rumah tangga saja mencapai sekitar 2,97 juta ton per tahun atau sekitar 250 ton per bulan. Gula pasir mengalami peningkatan dan permintaan konsumsi dari penduduk setiap tahunnya. Peningkatan serta permintaan konsumsi setiap tahun terjadi dikarenakan ada suatu pengaruh besar yaitu jumlah penduduk yang mengalami peningkatan, maka konsumsi akan gula pasir pun akan mengalami peningkatan. Ketergantungan konsumen terhadap konsumsi gula cukup besar karena lemahnya kecenderungan untuk menggantikan dengan gula buatan atau pemanis lain. Permintaan gula secara nasional akan terus meningkat seiring dengan peningkatan jumlah penduduk, pendapatan masyarakat, dan pertumbuhan industri pengolahan makanan serta minuman (Suhasnan, 2012).

Peningkatan dan permintaan konsumsi setiap tahunnya menyebabkan terdapat keragaman dalam jenis gula pasir. Keragaman gula pasir terdiri dari dua jenis, yaitu gula pasir bermerek, warna cerah atau putih dengan besar jenis butiran yang lebih halus serta harga yang tinggi dan saat ini konsumen mengetahui ada banyak merek gula yang beredar dipasaran, antara lain Gulaku dari PT. *Sugar Group Companies*, Gula Gunung Madu dari PT. *Gunung Madu Plantations*, Gula PSM dari PT. *Pemukasakti Manisindah*, Gula Raja dari Perusahaan RNI, Gula *Rose Brand* dari PT. *Adi Karya Gemilang* dan gula pasir bermerek lainnya. Gula pasir tidak bermerek dengan warna kuning kecoklatan dengan harga yang lebih rendah serta besar jenis butiran yang lebih kasar (Safira & Joni, 2021). Gula pasir tidak bermerek sering juga disebut sebagai gula pasir curah yang umumnya dapat dijual di pasar tradisional, toko, ataupun warung sembako. Gula pasir tidak bermerek merupakan gula pasir yang tidak memiliki merek jual sehingga tidak terdapat keterangan lengkap mengenai tanggal kedaluwarsa, kode produksi, nama produsen, label dari Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM), ataupun label Halal dari Majelis Ulama Indonesia (MUI) (Majasoka *et al.*, 2020).

Harga merupakan penetapan sejumlah uang yang dibutuhkan atau ditukarkan ke konsumen untuk mendapatkan suatu barang yang memiliki manfaat serta penggunaannya dan untuk menentukan penetapan harga para pelaku usaha serta perusahaan dituntut untuk mengetahui siapakah target pasar yang ingin dituju (Halim & Donant, 2019). Badan Pangan Nasional (2023) menetapkan harga pembelian gula pasir di tingkat petani dari Rp11.500/kg menjadi minimal Rp12.500/kg. Peraturan Badan Pangan Nasional Nomor 11 Tahun 2022 juga mengatur tentang harga acuan pembelian gula pasir di tingkat produsen sebesar Rp11.500/kg dan tingkat konsumen sebesar Rp13.500–Rp14.500/kg. Dengan adanya penetapan harga acuan gula pasir maka akan memberikan dampak dimana harga gula pasir untuk setiap daerah provinsi di Indonesia maupun di Provinsi Sumatera Selatan akan cenderung stabil dan mengikuti harga dasar yang telah ditetapkan. Berdasarkan Pusat Informasi Harga Pangan Strategis Nasional (2023) harga gula pasir tidak bermerek yang ada di Kota Palembang berada pada harga Rp14.450/kg.

Tabel 1.1. Harga Gula Pasir Tidak Bermerek di Indonesia

No.	Tahun	Harga (Rp/kg)	
		Tingkat Produsen	Tingkat Konsumen
1.	2018	10.050	11.950
2.	2019	10.900	12.750
3.	2020	11.300	13.100
4.	2021	10.900	12.750
5.	2022	12.150	13.950
6.	2023	12.500	14.400

Sumber: Pusat Informasi Harga Pangan Strategis Nasional (2023)

Konsumen memiliki karakteristik tersendiri ketika memilih produk gula pasir yang akan dibeli. Proses pengambilan keputusan pembelian yang dilakukan konsumen melalui berbagai proses yang cukup rumit yang melewati beragam alternatif pilihan yang dipengaruhi oleh berbagai faktor (Santoso & Endang, 2013). Konsumsi produk gula pasir perlu disesuaikan dengan cita rasa sesuai keinginan konsumen yang menyebabkan di pasaran tersedia berbagai jenis gula (Putri *et al.*, 2012). Pilihan konsumen terhadap produk yang akan dibeli dapat dipengaruhi oleh karakteristik konsumen yang tentu dapat mempengaruhi tingkat permintaan suatu produk (Islamiyah *et al.*, 2020).

Permintaan adalah sejumlah barang atau jasa yang diinginkan oleh konsumen dan mampu dibeli pada saat harga dan waktu tertentu sesuai dengan penghasilannya, sedangkan permintaan dalam pasar adalah ketika seorang konsumen memenuhi kebutuhan hidupnya sehari-hari agar memperoleh kepuasan yaitu melalui permintaan. Dalam melakukan permintaan, konsumen tentu menyesuaikan permintaan dengan penghasilan yang diperolehnya. Jika penghasilan tinggi maka permintaan barang atau jasa dapat dilakukan dengan jumlah yang tinggi, tetapi sebaliknya jika penghasilan rendah maka permintaan barang atau jasa dilakukan dengan jumlah yang rendah (Venny & Nuraini, 2022).

Hukum permintaan menjelaskan hubungan antara permintaan konsumen dengan harga barang yang ditawarkan. Hukum permintaan menyatakan bahwa semakin rendah harga dari suatu barang dan jasa, maka semakin banyak permintaan akan barang dan jasa tersebut, sebaliknya jika semakin tinggi harga dari suatu barang dan jasa, maka semakin sedikit permintaan dari konsumen akan barang dan jasa tersebut. Hukum permintaan memiliki keterkaitan yang menyimpang, yaitu permintaan dan penawaran yang tidak seimbang, bahwa jika harga dari suatu produk melonjak maka permintaan akan produk tersebut akan sepi dan jika harga dari produk menurun maka permintaan konsumen akan produk akan melonjak dan banyak faktor yang memberikan pengaruh dalam permintaan seperti harga barang, pendapatan, preferensi, dan ekspektasi (Chusnah, 2020).

Preferensi merupakan pilihan antara suka atau tidak suka konsumen terhadap suatu produk yang dikonsumsi (Ikmanila *et al.*, 2018). Preferensi konsumen terhadap gula pasir dapat dipengaruhi oleh kombinasi atribut dan level yang dihadapkan. Preferensi seseorang terhadap produk gula pasir dapat menimbulkan kebiasaan mengkonsumsi gula pasir sehingga melakukan pembelian yang berulang (Vidyaningrum *et al.*, 2016). Pembelian gula pasir secara berulang akan menciptakan pola permintaan. Pola permintaan seseorang atau kelompok dapat ditentukan melalui perbedaan kebiasaan dalam mengonsumsi suatu produk yang menjelaskan berapa banyak jumlah, frekuensi pembelian, merek dan bagaimana pengolahan gula pasir serta tempat konsumen biasa membeli gula pasir (Djalil *et al.*, 2022) dan permintaan yang dilakukan oleh konsumen adalah cara untuk memperoleh kepuasan dalam memenuhi kebutuhannya (Febianti, 2014).

Ketersediaan gula pasir dengan berbagai macam pilihan memberikan pengaruh bagi konsumen untuk memilih dalam membeli produk. Konsumen memilih suatu produk gula pasir bergantung dari memenuhi suatu kebutuhan dan mencari manfaat. Setiap konsumen memiliki keinginan yang berbeda untuk membeli gula pasir yang sesuai keputusan pembelian dan berkaitan proses pengambilan keputusan (Ikmanila *et al.*, 2018). Berdasarkan segi produk, konsumen cenderung memperhatikan atribut produk yang merupakan komponen yang menggambarkan karakteristik produk dan menjamin agar produk tersebut dapat memenuhi kebutuhan serta keinginan yang diterapkan pembeli produk yang sesuai dengan selera. Atribut produk juga merupakan aspek yang dipandang penting bagi konsumen untuk dijadikan dasar pengambilan keputusan pembelian. Keputusan pembelian mengenai atribut produk seperti harga yang dapat dijangkau, kemasan menarik, dan merek yang dipercaya (Kotler & Keller, 2012). Selain atribut dari produk itu sendiri pemilihan tempat pembelian juga menjadi hal yang penting bagi konsumen, dimana konsumen memilih untuk membeli produk pada tempat yang nyaman dan menyediakan kebutuhan konsumsi rumah tangga yang lengkap (Putri, 2022).

Saat pengambilan keputusan untuk membeli gula pasir, konsumen melewati beberapa keadaan seperti pengenalan masalah, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian. Pengenalan masalah yaitu konsumen mempersepsikan perbedaan antara keadaan yang diinginkan dengan situasi saat ini sehingga konsumen mulai mencari informasi mengenai gula pasir yang dibeli untuk mempertimbangkan kelebihan dari masing-masing produk yang ada. Evaluasi alternatif yaitu tersedia beberapa merek yang terlintas dalam pikiran konsumen dan pada akhirnya menemukan merek yang tepat sesuai dengan preferensi. Keputusan pembelian yaitu konsumen telah menentukan pilihan terhadap berbagai alternatif dan kemudian membentuk suatu keputusan untuk membeli. Setelah melakukan pembelian, konsumen melakukan perilaku pasca pembelian dimana pada saat ini konsumen akan mengetahui puas atau tidaknya terhadap suatu produk yang berpengaruh terhadap perilaku pembelian selanjutnya (Nurjanah & Umban, 2022).

Pasar adalah tempat bertemunya antara penjual dan pembeli dan melakukan transaksi barang atau jasa. Pasar dijelaskan sebagai kumpulan para penjual dan pembeli yang saling berinteraksi, saling tarik-menarik kemudian menciptakan harga barang di pasar. Pasar pada umumnya dibedakan menjadi dua, yaitu pasar tradisional dan pasar modern. Pasar tradisional merupakan pasar yang memiliki aktivitas jual beli yang sederhana dan terjadi tawar-menawar dengan alat pembayaran berupa uang tunai (Sutami, 2012). Pasar tradisional menyediakan kebutuhan konsumen secara lengkap dengan harga yang terjangkau sehingga banyak konsumen yang pergi ke pasar tradisional untuk melakukan transaksi berbelanja dalam rangka memenuhi kebutuhan rumah tangga.

Pasar tradisional juga menyediakan berbagai macam jenis kebutuhan pokok salah satunya yaitu gula pasir yang tersedia dengan gula pasir bermerek dan gula pasir tidak bermerek. Pasar tradisional yang diteliti oleh penulis adalah pasar tradisional KM. 5 yang dikelola oleh Perusahaan Daerah Pasar Palembang Jaya yang merupakan perusahaan bergerak di bidang perpasaran pemerintah Palembang dengan status dan kedudukan hukumnya ditetapkan melalui Peraturan Daerah No. 6 Tahun 2005. Perusahaan Daerah Pasar Palembang Jaya saat ini mengelola 41 pasar tradisional yang tersebar di seluruh wilayah kota Palembang seperti, Pasar KM.5, Pasar Induk Jakabaring, Pasar Lemabang, Pasar Alang Alang Lebar, Pasar 16, dan beberapa pasar lainnya.

Masyarakat Kota Palembang dalam membeli dan mengkonsumsi gula pasir juga dihadapkan dengan dua pilihan yaitu gula pasir bermerek dan gula pasir tidak bermerek. Konsumen gula pasir yang sedang berbelanja di pasar tradisional KM.5 cenderung membeli gula pasir tidak bermerek sebagai pilihan dan menjadi salah satu bahan pokok utama rumah tangga. Kehadiran gula pasir tidak bermerek ditengah masyarakat sangat membantu masyarakat dalam mengkonsumsi gula pasir yang lebih murah. Gula pasir tidak bermerek juga bisa bersaing dengan gula pasir bermerek. Berdasarkan uraian yang telah disampaikan, maka penulis tertarik untuk melakukan sebuah penelitian mengenai faktor determinan konsumsi gula pasir tidak bermerek di pasar tradisional (Studi Kasus: Pasar Tradisional KM.5 Kota Palembang).



## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan, maka rumusan masalah yang dapat diangkat dalam penelitian ini adalah:

1. Faktor determinan apa saja yang mempengaruhi konsumen dalam pembelian gula pasir tidak bermerek di pasar tradisional Kota Palembang?
2. Bagaimana karakteristik konsumen gula pasir tidak bermerek di pasar tradisional Kota Palembang?
3. Atribut apa saja yang menjadi preferensi konsumen dalam pembelian gula pasir tidak bermerek di pasar tradisional Kota Palembang?

## **1.3. Tujuan dan Kegunaan**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis faktor determinan apa saja yang mempengaruhi konsumen dalam pembelian gula pasir tidak bermerek di pasar tradisional Kota Palembang.
2. Untuk mendeskripsikan karakteristik konsumen gula pasir tidak bermerek di pasar tradisional Kota Palembang.
3. Untuk menganalisis atribut apa saja yang menjadi preferensi konsumen dalam pembelian gula pasir tidak bermerek di pasar tradisional Kota Palembang.

Adapun kegunaan yang diperoleh dari penelitian ini adalah:

1. Bagi penulis, diharapkan penelitian dapat menambah pengetahuan, ilmu, dan pengalaman peneliti mengenai faktor determinan konsumen gula pasir tidak bermerek di pasar tradisional Kota Palembang dan dapat memenuhi syarat kelulusan untuk memperoleh gelar sarjana pertanian di Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya.
2. Bagi produsen, diharapkan hasil penelitian dapat menjadi wawasan untuk melihat karakteristik, atribut yang menjadi preferensi, dan faktor determinan yang mempengaruhi konsumen terhadap pembelian gula pasir tidak bermerek.
3. Bagi pihak lain, diharapkan hasil penelitian dapat menjadi sumber informasi, pengetahuan, wawasan, dan dapat menjadi referensi apabila melakukan penelitian yang sejenis.

## DAFTAR PUSTAKA

- Astuti, I. Y. 2019. Pengaruh Pertumbuhan Ekonomi, Tingkat Inflasi, dan Pertumbuhan Penduduk Terhadap Tingkat Pengangguran Terbuka di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Akuntansi dan Manajemen*, 18(1), 56–57.
- Azmansyah dan Emkhad, A. 2019. Analisis Preferensi Masyarakat Dalam Memilih Sumber Finansial di Kecamatan Marpoyan Damai Pekanbaru Riau. *Jurnal Ekonomi KIAT*, 28(2), 83.
- Badan Pangan Nasional. 2022. *Harga Pembelian Gula Pasir di Tingkat Petani*. Jakarta: Badan Pangan Nasional.
- Badan Pusat Statistik. 2022. *Jumlah Penduduk Indonesia Bekerja di Sektor Pertanian*. Jakarta: Badan Pangan Badan Pusat Statistik.
- Badan Pusat Statistik. 2022. *Kota Palembang Dalam Angka 2022*. Palembang: Badan Pusat Statistik. (online) <https://www.bps.go.id>. Diakses pada tanggal 25 September 2023.
- Batubara, R. F. dan Noni, R. 2018. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Gula Pasir di Sumatera Utara Tahun 2016–2022. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 3(2), 34.
- Chusnah, A. 2007. Pengaruh Kondisi Pandemi Pada Permintaan Pasar *Fast Food*. Skripsi. Fakultas Saintek Universitas Muhammadiyah Sidoarjo.
- Djalil, S. M., Prasmatiwi, F. E., dan Endaryanto, T. 2022. Preferensi Dan Permintaan Rumah Tangga terhadap Gula Pasir di Kota Bandar Lampung. *Journal of Food System and Agribusiness*, 6(1), 5.
- Febianti, Y. N. 2014. Permintaan Dalam Ekonomi Mikro. *Jurnal Edunomic*, 2(1), 16.
- Fitriani, T. dan Partini, P. 2019. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konsumsi Beras di Kecamatan Tembilahan Kabupaten Indragiri Hilir. *Jurnal Agribisnis Unisi*, 8(2), 77.
- Frisnoiry, S., Tiara, F. T., Tria, D. U., dan Umi, K. 2012. Menganalisis Kesalahan Siswa Kelas X IPS SMA Swasta Imelda Dalam Menyelesaikan Soal Fungsi Permintaan pada Pembelajaran Ekonomi. *Jurnal Kreasi Rakyat*, 1(2), 103.
- Hajati, D. I., Dwi, W, A., dan Nurul, W. 2018. Pengaruh Karakteristik Individu, Karakteristik Pekerjaan dan Karakteristik Organisasi terhadap Kinerja Pegawai (Studi pada Politeknik Kotabaru). *Jurnal Bisnis dan Pembangunan*, 7(1), 2.
- Halim, N. R. dan Donant, A. I. 2019. Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Persaingan terhadap Minat Beli. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(3), 418.

- Harati, R. 2022. Analisis Permintaan Gula Pasir di Kota Palangkaraya. *Jurnal Ekonomi Pembangunan dan Pariwisata*, 2(1), 59–63.
- Hidayat, A. T., Funny, M. E., dan Agus, S. 2012. Hubungan Antara Atribut Produk dengan Minat Beli Konsumen. *eJurnal Mahasiswa Universitas Padjadjaran*, 1(1), 4.
- Ikmanila, R., Mukson., Hery, S. 2018. Analisis Preferensi Konsumen Rumah Tangga Terhadap Teh Celup di Kota Semarang. *Jurnal Optimum*, 8(1), 4.
- Indarto R. 2011. Analisis Preferensi Konsumen Terhadap *Building* Kartu GSM dengan *Smartphone* (Studi *Buldng Smartphone* Oleh Telkomsel dan XL). *Tesis*. Universitas Indonesia Press. Jakarta.
- Islamiyah, F. 2019. Analisis Preferensi Konsumen Dalam Membeli Produk Gula Pasir Merek Gulaku di Kota Yogyakarta. Skripsi. Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa.
- Iyan, R. 2014. Analisis Komoditas Unggulan Sektor Pertanian di Wilayah Sumatera. *Jurnal Sosial Ekonomi Pembangunan*, 4(11), 218.
- Kabeakan, N. T. M. B. 2019. Deskripsi Karakteristik Konsumen dan Pengaruh Faktor Internal Terhadap Keputusan Pembelian Beras Merah di Kota Medan. *Proseding Seminar Nasional Kewirausahaan*, 1(1), 228.
- Kadir, M., Diarti, A. N., Hasmiati., dan Laeli, Q. 2021. Karakteristik Kepemimpinan Madrasah Ibtidiya. *Jurnal Pendidikan Dasar Keguruan*, 6 (1), 17.
- Kotler dan Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kurniawati, M. 2016. Analisis Ekuivalensi Tingkat Kemanisan Gula di Indonesia. *Jurnal Agroindustri Halal*, 3(1), 30.
- Majasoka, L., Ujang, S., dan Istiqlaliyah, M. 2020. Perilaku Konsumen Gula Pasir: Keterkaitannya Dengan Pengetahuan Label, Bauran Pemasaran, dan Kesadaran Merek. *Jurnal Ilmu Keluarga & Konsumen*, 290.
- Mulyo, T., Endang, S. R., dan Erlyna, W. R. 2022. Pengaruh Ekuitas Merek dan Atribut Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Gula Pasir di Pasar Swalayan Kota Surakarta. *Agricultural Socio-economic Empowerment and Agribusiness Journal*, 1(1), 11.
- Munandar, J. M., Faqih, U., dan Meivita, A. 2012. Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Konsumen Produk Air Minum Dalam Kemasan di Bogor. *Jurnal Teknik Industri*, 13(3), 290.
- Nurjanah, S. dan Umban, A. J. 2022. Pengaruh Kualitas dan Harga terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(10), 3689–3690.
- Pranjoto, R. G. H. 2013. Meningkatkan Daya Saing Industri di Indonesia Menyongsong ASEAN Economic Community (AEC) 2015: Pendekatan Manajemen Biaya dan Ekonomika Manjerial. *Jurnal Kompilek*, 5(2), 72–76.

- Putri, K. H. 2022. Determinan dan Keputusan Konsumen Terhadap Pembelian Keripik Singkong di Supermarket Kota Palembang. Skripsi. Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya.
- Putri, M. S., Mozart, B. D., dan Sri, F. A. 2012. Analisis Faktor yang Mempengaruhi Konsumsi Gula Pasir Curah dan Proses Keputusan Pembelian Konsumen Gula Pasir Curah di Kota Medan. *Journal on Social Economic of Agriculture and Agribusiness*, 1(1), 11–13.
- Putri, N. E. dan Dadang, I. 2014. Analisis Preferensi Konsumen Dalam Menggunakan *Social Messenger* Di Kota Bandung (Studi Kasus: *Line, Kakaotalk, WeChat, Whatsapp*). *Jurnal Manajemen Indonesia*, 14(2), 110–127.
- Pusat Informasi Harga Pangan Strategis Nasional. 2023. *Harga Gula Pasir Tidak Bermerek di Indonesia*. Jakarta: Pusat Informasi Harga Pangan Strategis Nasional.
- Rahardja dan Manurung. 2010. *Teori Ekonomi Mikro (Suatu Pengantar)*. Lembaga Penerbit FEUI. Jakarta.
- Rahardjo, C. R. 2016. Faktor yang Menjadi Preferensi Konsumen Dalam Membeli Produk *Frozen Food*. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 1(1), 32.
- Randang, W. 2013. Kualitas Produk, Atribut Produk dan Ekuitas Merek Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Minyak Goreng. *Jurnal EMBA*, 1(3), 702.
- Rinaldi, M., Muhammad, N. P., dan Syaiful. 2021. Persepsi Masyarakat terhadap Tingkat Kepuasan Pelayanan Bus Transjabodetabek dengan Metode Uji Asumsi Klasik dan Uji Regresi Linier Berganda. *Seminar Nasional Ketekniksipilan, Infrastruktur, dan Industri Jasa Konstruksi*, 1(1), 312.
- Safira, M. R. dan Joni, M. M. A. 2021. Perilaku Konsumen Gula Putih Bermerek Dan Tidak Bermerek di Kabupaten Jember. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, 20(1), 34–42.
- Santoso, D. T. T. dan Endang, P. 2013. Pengaruh Faktor Budaya, Faktor Sosial, Faktor Pribadi, dan Faktor Psikologis terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dalam Memilih Produk Operator Seluler Indosat-M3 di Kecamatan Pringapus Kab. Semarang. *Among Makarti*, 6(12), 119.
- Sugiyanto, C. 2007. Permintaan Gula di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 8(2), 113.
- Suhasnan, N. 2012. Analisis Efisiensi Penggunaan Faktor-Faktor Produksi pada Produksi Gula (Studi Pada Petani Tebu PT PG Rajawali II Unit PG Sindanglaut Kab. Cirebon). Universitas Pendidikan Indonesia. Jakarta.
- Sukirno dan Sadono. 2013. *Mikroekonomi Teori Pengantar Edisi Ketiga*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

- Sutami, W. D. 2012. Strategi Rasional Pedagang Pasar Tradisional. *Jurnal BioKultur*, 1(2), 128.
- Tampubolon, W. S. 2017. Upaya Perlindungan Hukum bagi Konsumen Ditinjau dari Undang Undang Perlindungan Konsumen. *Jurnal Ilmiah Advokasi*, 4(1), 53.
- Tety, E., Ica, E., dan Deby, K. 2022. Dampak Impor Gula Pasir Terhadap Harga Gula Pasir Domestik di Indonesia. *Indonesian Journal of Agricultural Economics (IJAE)*, 13(2), 150.
- Utami, H. N. dan Chaeriyah, A. 2019. Customer Centricity: Kepuasan Konsumen Melalui Nilai Pelanggan Berdasarkan Value-In-Use terhadap Kualitas Produk Sayur Organik (Studi kasus di Ujenk Mart Bandung, Jawa Barat). *Agricore Jurnal Agribisnis dan Sosial Ekonomi Pertanian Unpad*, 3(1).
- Venny, S. dan Nuraini, A. 2022. Permintaan dan Penawaran Dalam Ekonomi Mikro. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 7(1), 185.
- Vidyaningrum, A., Wuryaningsih, D. S., dan Rabiatul, A. 2016. Preferensi dan Permintaan Konsumen Rumah Tangga Terhadap Bihun Tapioka di Kecamatan Purbolinggo Kabupaten Lampung Timur. *Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis (JIIA)*, 4(2), 205.
- Wahyuni, S., Darus, M. B., dan Ayu, S. F. 2022. Analisis Faktor yang Mempengaruhi Konsumsi Gula Pasir Curah dan Proses Keputusan Pembelian Konsumen Gula Pasir Curah di Kota Medan. *Agricultural Socio-economic Empowerment and Agribusiness Journal*, 1(1), 11.
- Wahyuni, S., Komala, S., dan M. Ardi, K. 2022. Determinan Konsumen Rumah Tangga dalam Pembelian Gula Pasir Bermerek dan Tidak Bermerek di Kelurahan 9 Ilir Kota Palembang. *Prosiding Seminar Nasional Pembangunan dan Pendidikan Vokasi Pertanian*, 275.
- Welley, M. dan Victoria, U. 2015. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan di Sektor Pertanian pada Bursa Efek Indonesia Tahun 2010–2013. *Jurnal EMBA*, 3(1), 973.
- Yusuf, Y., Ando, F. A., dan Syepri, M. 2022. Permintaan Gula Pasir di Indonesia. *Jurusan Ilmu Ekonomi Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Riau*, 7.