

SKRIPSI

**ANALISIS BAURAN PEMASARAN DAN PREFERENSI
KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BUAH
LOKAL DAN BUAH IMPOR DI SUPERMARKET DIAMOND
KOTA PALEMBANG**

***ANALYSIS OF MARKETING MIX AND CONSUMER
PREFERENCES ON THE DECISION TO PURCHASE LOCAL
AND IMPORTED FRUIT IN THE DIAMOND SUPERMARKET
PALEMBANG CITY***



**M Fadil Dicky Hanapiyanto
05011282126128**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
2025**

SUMMARY

M FADIL DICKY HANAPIYANTO, Analysis Marketing Mix and Consumer Preferences on Purchase Decisions of Local and Imported Fruits at Diamond Supermarket in Palembang City (Supervised by **MARYADI**)

The increasing globalization of food trade drives competition between local and imported fruits in the Indonesian retail sector, including at Diamond Supermarket in Palembang City. This study aims to: (1) identify the consumer decision-making process in purchasing imported and local fruits; (2) analyze the influence of the 9P marketing mix on purchasing decisions; and (3) evaluate the preferences and attributes that consumers consider most. The methods used include descriptive tabulation analysis, Guttman scale cross-section model, and chi-square test. The results of the study indicate that the consumer decision-making process follows five stages, namely need recognition, information search, alternative evaluation, purchase decision, and post-purchase behavior, all of which have gone well. The marketing mix shows that imported fruits are preferred because of their premium quality, attractive packaging, and ease of digital transactions, while local fruits are more in demand because of their more affordable prices and promotions. Factors such as store atmosphere, staff service, and cleanliness also influence purchasing decisions for both. Based on the chi-square test, the attributes of color, freshness, physical form, and taste have a significant effect on the purchase of imported fruit, while there are no significant attributes on local fruit. This shows that consumers of imported fruit focus more on quality, while consumers of local fruit emphasize price and durability.

Keywords: Purchase decision, imported fruit, local fruit, 9P marketing mix, consumer preferences

RINGKASAN

M FADIL DICKY HANAPIYANTO, Analisis Bauran Pemasaran dan Preferensi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Buah Lokal dan Buah Impor di Supermarket Diamond Kota Palembang (Dibimbing oleh **MARYADI**)

Semakin meningkatnya globalisasi perdagangan pangan mendorong persaingan antara buah lokal dan impor di sektor ritel Indonesia, termasuk di Supermarket Diamond Kota Palembang. Penelitian ini bertujuan untuk: (1) mengidentifikasi proses pengambilan keputusan konsumen dalam pembelian buah impor dan lokal; (2) menganalisis pengaruh bauran pemasaran 9P terhadap keputusan pembelian; dan (3) mengevaluasi preferensi serta atribut yang paling dipertimbangkan konsumen. Metode yang digunakan meliputi analisis deskriptif tabulasi, skala Guttman model cross-section, dan uji chi-square. Hasil penelitian menunjukkan bahwa proses pengambilan keputusan konsumen mengikuti lima tahap, yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian, yang seluruhnya telah berjalan dengan baik. Bauran pemasaran menunjukkan bahwa buah impor lebih disukai karena kualitas premium, kemasan menarik, dan kemudahan transaksi digital, sementara buah lokal lebih diminati karena harga yang lebih terjangkau serta promosi. Faktor seperti suasana toko, pelayanan staf, dan kebersihan turut memengaruhi keputusan pembelian untuk keduanya. Berdasarkan uji chi-square, atribut warna, kesegaran, bentuk fisik, dan rasa berpengaruh signifikan terhadap pembelian buah impor, sedangkan tidak ada atribut yang signifikan pada buah lokal. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen buah impor lebih fokus pada kualitas, sementara konsumen buah lokal menekankan harga dan daya tahan.

Kata Kunci: Keputusan pembelian, buah impor, buah lokal, bauran pemasaran 9P, preferensi konsumen

SKRIPSI

ANALISIS BAURAN PEMASARAN DAN PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BUAH LOKAL DAN BUAH IMPOR DI SUPERMARKET DIAMOND KOTA PALEMBANG

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



M Fadil Dicky Hanapiyanto
05011282126128

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
2025**

LEMBAR PENGESAHAN

**ANALISIS BAURAN PEMASARAN DAN PREFERENSI
KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BUAH
LOKAL DAN BUAH IMPOR DI SUPERMARKET DIAMOND
KOTA PALEMBANG**

SKRIPSI

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

Oleh:

M Fadil Dicky Hanapiyanto
05011282126128

Indralaya, Juni 2025
Dosen Pembimbing Akademik

Dr. Ir. Maryadi, M.Si
NIP. 196501021992031001

Mengetahui,

Dekan Fakultas Pertanian



Prof. Dr. Tr. A. Muslim, M.Agr.
NIP. 196412291990011001

Skripsi dengan judul “Analisis Bauran Pemasaran dan Preferensi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Buah Lokal dan Buah Impor di Supermarket Diamond Kota Palembang” oleh M Fadil Dicky Hanapiyanto telah dipertahankan di hadapan Komisi Penguji Skripsi Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya pada Tanggal 11 Juni 2025 dan telah diperbaiki sesuai saran dan masukan dari tim penguji.

Komisi Penguji

1. M. Huanza, S.P., M.Si
NIP. 199410272022031010 Panitia (...*Huanza*.....)
2. Dr. Erni Purbiyanti, S.P., M.Si.
NIP. 197802102008122001 Penguji (...*Purbiyanti*.....)
3. Dr. Ir. Maryadi, M.Si.
NIP. 196501021992031001 Pembimbing (...*Maryadi*.....)

Indralaya, Juni 2025
Ketua Jurusan
Sosial Ekonomi Pertanian

[Signature]
Dr. Dessy Adriani, S.P., M.Si.
NIP. 197412262001122001

ILMU ALAT PENGABDIAN

PERNYATAAN INTEGRITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : M Fadil Dicky Hanapiyanto

NIM : 05011282126128

Judul : Analisis Bauran Pemasaran dan Preferensi Konsumen Terhadap
Keputusan Pembelian Buah Lokal dan Buah Impor di Supermarket
Diamond Kota Palembang

Menyatakan bahwa data dan informasi yang dimuat di dalam skripsi ini merupakan hasil penelitian saya sendiri dibawah supervise 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 dari pihak manapun.



Indralaya, Juni 2025



M Fadil Dicky Hanapiyanto

RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama lengkap M Fadil Dicky Hanapiyanto dan dilahirkan pada Tanggal 7 Oktober 2003 di Kota Bekasi, Provinsi Jawa Barat. Merupakan anak ketiga dari empat bersaudara dari pasangan Bapak Moch Rudy Riajanto dan Ibu Marta Sela. Penulis memiliki satu saudara perempuan yang bernama Adila Vega Awalina Soba dan dua saudara laki-laki yang bernama Moch Fathony Farhan Dito dan Moch Dirgantara Arlansyah. Penulis menyelesaikan pendidikan sekolah dasar (SD) pada Tahun 2015 di SDN Pulo Gebang 04, lalu melanjutkan pendidikan ke sekolah menengah pertama (SMP) di SMPN 236 Jakarta pada Tahun 2015 dan lulus pada Tahun 2018. Kemudian pada Tahun 2018, penulis melanjutkan pendidikan ke sekolah menengah atas (SMA) di SMAN 11 Jakarta dan menyelesaikan studi pada Tahun 2021. Sejak Tahun 2021, penulis tercatat sebagai mahasiswa di Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya. Saat ini penulis aktif sebagai mahasiswa di Universitas Sriwijaya dan sedang menyelesaikan semester akhir di Program Studi Agribisnis. Penulis memiliki cita-cita sebagai seorang yang berpendidikan tinggi yang akan menempuh Pendidikan di luar negeri dan juga pengusaha yang sukses dikemudian hari. Meraih prestasi Bersama teman-teman di Universitas Sriwijaya menjadi pengalaman indah disaat menempuh Pendidikan di Universitas Sriwijaya.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis Bauran Pemasaran dan Preferensi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Buah Lokal Dan Buah Impor Di Supermarket Diamond Kota Palembang”. Penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada berbagai pihak yang telah memberikan dukungan dan bantuan dalam penyusunan ini. Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada :

1. Ayahanda Moch Rudy Riajanto dan Ibunda penulis Marta Sela yang memberikan izin dan memberikan dukungan baik secara materi maupun doa yang tiada henti kepada penulis.
2. Bapak Dr. Ir. Maryadi. M.Si sebagai Dosen pembimbing dan Ibu Dr. Dessy Adriani, S.P., M.Si. sebagai Ketua Jurusan Program Studi Agribisnis yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan koreksi yang sangat berarti dalam proses penyusunan ini.
3. Aisyah Jasmine, Muhammad Rasyid, Indri Mayliani, Shelly Natalia, Gading, Lala, Raja Farhan, Ermes selaku teman-teman yang telah memberikan motivasi, dan membuat suasana menjadi lebih menyenangkan di tengah tekanan tugas.
4. Kepada semua seluruh pihak Universitas Sriwijaya yang telah membantu selama proses kegiatan berlangsung dan memberikan kesan positif bagi penulis.

Semoga ini dapat memberikan manfaat dan menjadi referensi bagi pengembangan ilmu pengetahuan. penulis menyadari bahwa ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu kritik dan saran yang membangun sangat kami harapkan untuk perbaikan di masa mendatang.

Indralaya, Juni 2025

M Fadil Dicky Hanapiyanto

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Tujuan	5
1.4. Kegunaan	5
BAB 2. KERANGKA PEMIKIRAN	6
2.1. Tinjauan Pustaka	6
2.1.1. Buah Impor dan Buah Lokal.....	6
2.1.2. Konsepsi Konsumen	7
2.1.3. Konsepsi Keputusan Pembelian Konsumen	7
2.1.4. Konsepsi Atribut Produk Buah.....	8
2.1.5. Konsepsi Bauran Pemasaran.....	8
2.1.6. Konsepsi Preferensi Konsumen.....	10
2.1.7. Konsepsi Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Konsumen	10
2.2. Model Pendekatan	11
2.3. Hipotesis.....	12
2.4. Batasan Operasional.....	12
BAB 3. PELAKSANAAN PENELITIAN.....	17
3.1. Tempat dan Waktu Pelaksanaan	17
3.2. Metode Penelitian	17
3.3. Metode Penarikan Contoh.....	17
3.4. Metode Pengumpulan Data	18
3.5. Metode Pengolahan Data	18
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN	22

4.1. Keadaan Umum Wilayah Penelitian	22
4.2. Profil Supermarket Diamond Kota Palembang.....	22
4.2.1. Sejarah Supermarket Diamond Kota Palembang	22
4.2.2. Fisik Supermarket Diamond	24
4.2.3. Organisasi Supermarket Diamond	26
4.2.4. Komoditas dan Klasifikasi Produk di Supermarket Diamond.....	28
4.2.5. Buah Impor dan Buah Lokal di Supermarket Diamond	29
4.3. Karakteristik Responden Buah Impor dan Buah Lokal	30
4.3.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	31
4.3.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	32
4.3.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	33
4.3.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan	34
4.3.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian.....	35
4.4. Tahapan-Tahapan Pengambilan Keputusan Pembelian	36
4.4.1. Pengenalan Kebutuhan	36
4.4.2. Pencarian Informasi.....	38
4.4.3. Evaluasi Alternatif.....	41
4.4.4. Tindakan Pembelian	42
4.4.5. Pasca Pembelian	43
4.5. Uji Coba Instrumen	41
4.5.1. Uji Validitas	41
4.5.2. Uji Reliabilitas	42
4.6. Bauran Pemasaran Buah Impor dan Buah Lokal	42
4.7. Preferensi Konsumen Terhadap Pembelian Buah.....	44
4.7.1. Perbandingan Preferensi Konsumen Terhadap Buah	45
4.8. Urutan Prioritas Karakteristik Buah	60
4.8.1. Perbandingan Urutan Prioritas Karakteristik Buah	60
BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN	62
5.1. Kesimpulan	62
5.2. Saran	62
DAFTAR PUSTAKA	64
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Tren Produksi, Impor, dan Konsumsi Buah di Indonesia	2
Tabel 1.2. Data Konsumsi Buah Perkapita di Kota Palembang.....	2
Tabel 3.1. Interpretasi Nilai X Skala Guttman	19
Tabel 3.2. Cara Pemberian Bobot dalam Urutan Kepentingan	21
Tabel 4.1. Klasifikasi Produk	28
Tabel 4.2. Buah Impor dan Buah Lokal di Supermarket Diamond	29
Tabel 4.3. Tingkat Umur Konsumen buah di Supermarket Diamond	31
Tabel 4.4. Sebaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	32
Tabel 4.5. Sebaran Responden Buah Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	33
Tabel 4.6. Sebaran Responden Buah Berdasarkan Pendapatan	34
Tabel 4.7. Sebaran Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian	35
Tabel 4.8. Manfaat yang dicari saat membeli buah	37
Tabel 4.9. Frekuensi pembelian buah dalam 1 bulan.....	38
Tabel 4.10. sumber informasi konsumen dalam pembelian buah.....	39
Tabel 4.11. Informasi yang Dicari Sebelum konsumen membeli Buah ...	40
Tabel 4.12. Pertimbangan Utama sebelum konsumen membeli Buah.....	41
Tabel 4.13. Keputusan pembelian sebelum konsumen membeli Buah.....	42
Tabel 4.14. Tingkat kepuasan setelah konsumen membeli Buah	44
Tabel 4.15. Uji Validitas	45
Tabel 4.16. Uji Reliabilitas	46
Tabel 4.17. Bauran pemasaran menggunakan Skala Guttman	47
Tabel 4.18. Perbandingan Hasil Chi-Square Preferensi Konsumen	55
Tabel. 4.19. Perbandingan Urutan Prioritas Karakteristik Buah.....	61

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Model Pendekatan Diagramatis	11
Gambar 4.1. Keadaan Supermarket Diamond.....	24
Gambar 4.2. Tampak Depan Supermarket Diamond	26
Gambar 4.3. Sturktur Organisasi Counter Food Supermarket Diamond ..	27

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Peta Wilayah Kota Palembang	66
Lampiran 2. Kuisisoner Penelitian	67
Lampiran 3. Karakteritik Responden Buah Impor	71
Lampiran 4. Karakteritik Responden Buah Lokal	73
Lampiran 5. Dokumentasi Pengambilan Data	75
Lampiran 6. Hasil Analisis Skala Guttman Buah Impor	78
Lampiran 7. Hasil Analisis Skala Guttman Buah Lokal	80
Lampiran 8. Hasil Uji Validitas dan Reabilitas	82
Lampiran 9. Hasil Analisis Chi Square Buah Impor	83
Lampiran 10. Hasil Analisis Chi Square Buah Lokal	85

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Keanekaragaman sumber daya genetik dari berbagai jenis buah-buahan yang tumbuh secara luas di seluruh wilayah Indonesia merupakan aset yang sangat berharga dan sulit untuk diukur nilainya. Buah-buahan ini, yang tumbuh secara alami atau dibudidayakan oleh masyarakat setempat, memiliki ciri khas dan keunikan tersendiri yang mencerminkan kekayaan hayati dan budaya Indonesia. Jenis buah-buahan tersebut, yang ditanam, dirawat, dan dimanfaatkan oleh penduduk lokal, dikenal dengan istilah buah lokal. Keanekaragaman ini memberikan potensi besar untuk pengembangan sektor pertanian (Zurriyati, 2016).

Meskipun Indonesia dikenal memiliki beragam jenis buah-buahan lokal yang melimpah, tingkat konsumsi buah masyarakat masih tergolong rendah. Pada tahun 2020, rata-rata konsumsi buah hanya mencapai 88,56 gram per kapita per hari, mengalami penurunan sebesar 1,4 persen dibandingkan tahun sebelumnya. Angka ini baru memenuhi sekitar 59,04 persen dari batas minimal angka kecukupan gizi yang direkomendasikan oleh Badan Kesehatan Dunia (WHO), yaitu 150 gram per kapita per hari. Meskipun demikian, berbagai upaya terus dilakukan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya konsumsi buah dalam mendukung pola hidup sehat. (Kementerian Pertanian, 2023).

Salah satu faktor yang memengaruhi rendahnya konsumsi buah adalah preferensi konsumen yang cenderung beragam, termasuk ketertarikan yang tinggi terhadap buah impor seperti jeruk dan apel. Buah impor sering kali dipandang lebih menarik dari segi kualitas, penampilan, dan citra nilai yang lebih tinggi dibandingkan buah lokal. Padahal, buah-buahan lokal memiliki potensi besar untuk bersaing jika didukung dengan peningkatan kualitas, strategi pemasaran yang tepat, dan edukasi kepada masyarakat. Oleh karena itu, diperlukan upaya yang lebih kuat dan terpadu untuk meningkatkan kesadaran konsumen akan pentingnya mengonsumsi buah, khususnya buah lokal, sebagai bagian dari pola hidup sehat sekaligus bentuk dukungan terhadap perekonomian dan keberlanjutan pertanian nasional (Sumarwan & Palupi, 2017).

Tabel 1.1. Tren Produksi, Impor, dan Konsumsi Buah di Indonesia

Tahun	Produksi Buah Lokal (juta ton)	Impor Buah (ton)	Konsumsi Buah per Kapita (Gram/Kap/Hari)
2021	25,4	775,4	76,7
2022	27,1	749,8	85,2
2023	27,8	689,9	88,7

Sumber, Badan Pusat Statistik, 2024

Selain dipengaruhi oleh preferensi konsumen terhadap buah impor, kondisi konsumsi buah di Indonesia juga dipengaruhi oleh dinamika produksi dan perdagangan buah secara nasional. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (2024), tren produksi buah lokal di Indonesia menunjukkan peningkatan dari 25,4 juta ton pada 2021 menjadi 27,8 juta ton pada 2023. Di sisi lain, impor buah mengalami penurunan dari 775,4 ribu ton menjadi 689,9 ribu ton pada periode yang sama. Hal ini menunjukkan adanya pergeseran positif dalam kemampuan produksi dalam negeri yang mulai mengurangi ketergantungan pada buah impor. Selain itu, konsumsi buah per kapita juga mengalami peningkatan dari 76,7 gram per hari pada 2021 menjadi 88,7 gram per hari pada 2023, yang mencerminkan adanya peningkatan kesadaran masyarakat terhadap pola makan sehat. Meskipun masih berada di bawah standar konsumsi yang direkomendasikan WHO, tren ini membuka peluang bagi penguatan sektor hortikultura nasional melalui strategi pemasaran yang lebih efektif guna mendorong minat terhadap buah lokal.

Tabel 1.2. Data Konsumsi Buah Perkapita di Kota Palembang 2021-2023

No	Jenis buah	Rata-rata Konsumsi buah Perkapita di kota palembang		
		Tahun		
		2021	2022	2023
1	Jeruk	0,123	0,135	0,121
2	Mangga	0,012	0,009	0,013
3	Apel	0,019	0,021	0,017
4	Rambutan	0,013	0,010	0,009

Sumber, Badan Pusat Statistik, 2023

Dalam konteks lokal, konsumsi buah di Kota Palembang juga mencerminkan pola yang serupa dengan tren nasional, khususnya terhadap buah jeruk dan apel

sebagai dua jenis buah yang cukup diminati. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (2023), rata-rata konsumsi jeruk per kapita di Kota Palembang mencapai 0,121 kg pada tahun 2023, menurun dibandingkan tahun sebelumnya yang sebesar 0,135 kg. Sementara itu, konsumsi apel juga mengalami penurunan dari 0,021 kg pada 2022 menjadi 0,017 kg pada 2023. Meski jumlahnya relatif kecil, kedua buah ini tetap menempati posisi teratas dibandingkan buah lain seperti mangga dan rambutan, yang menunjukkan bahwa jeruk dan apel memiliki tingkat preferensi konsumen yang lebih tinggi. Penurunan konsumsi ini dapat menjadi indikasi penting dalam mengevaluasi strategi pemasaran yang diterapkan guna meningkatkan minat dan pembelian buah oleh konsumen.

Oleh karena itu, pemahaman terhadap bauran pemasaran menjadi sangat penting sebagai alat bagi pelaku bisnis dalam merancang strategi yang efektif untuk memengaruhi perilaku konsumen. Menurut Fitriyono & Khuzaini (2014), bauran pemasaran adalah kombinasi variabel dan aktivitas yang dapat dikendalikan oleh perusahaan guna membentuk sistem pemasaran yang efektif. Awalnya dikenal dengan konsep 4P (product, price, place, promotion), bauran ini telah berkembang menjadi 9P, mencakup: product, price, place, promotion, people, process, physical evidence, personalization, dan performance. Pendekatan ini memberikan pandangan yang lebih menyeluruh terhadap elemen-elemen pemasaran yang berpengaruh terhadap persepsi dan keputusan pembelian konsumen.

Keputusan pembelian sendiri merupakan bagian dari proses pengambilan keputusan konsumen, di mana konsumen secara sadar memilih produk berdasarkan berbagai pertimbangan rasional maupun emosional (Kotler & Armstrong, 2008). Dalam konteks produk buah, baik lokal maupun impor, keputusan tersebut tidak hanya dipengaruhi oleh harga atau kualitas produk, tetapi juga oleh aspek pelayanan (people), tampilan dan kenyamanan tempat penjualan (physical evidence), proses transaksi, hingga personalisasi layanan dan kinerja toko secara keseluruhan. Konsumen yang menjadi sasaran dalam konteks ini termasuk dalam kategori konsumen akhir, yaitu individu atau rumah tangga yang melakukan pembelian untuk konsumsi pribadi (Tjiptono, 2004). Oleh karena itu, analisis terhadap bauran pemasaran 9P menjadi sangat relevan untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi preferensi dan keputusan pembelian buah, khususnya dalam

lingkungan ritel modern yang menyediakan beragam pilihan produk buah lokal dan impor.

Di Indonesia, buah-buahan lokal dan impor saat ini dipasarkan melalui berbagai saluran, mulai dari pasar tradisional hingga toko ritel modern seperti supermarket. Perbedaan karakteristik dan preferensi konsumen pada masing-masing saluran ini menjadi tantangan tersendiri bagi pelaku bisnis dalam mengelola pemasaran buah. Supermarket Diamond, sebagai salah satu pusat perbelanjaan modern di Kota Palembang, memiliki peran strategis dalam menyediakan berbagai pilihan buah lokal dan impor yang berkualitas.

Supermarket ini memastikan ketersediaan buah lokal seperti jeruk Medan dan apel Malang, serta buah impor seperti apel Fuji, melalui pasokan yang terjadwal dan terpusat dari distributor terpercaya. Rata-rata pasokan buah lokal mencapai 800 kg hingga 1,6 ton per minggu, dengan frekuensi pengiriman dua kali seminggu, sehingga konsumen dapat menemukan produk segar secara konsisten. Dengan kualitas buah yang terjaga dan variasi produk yang lengkap, Supermarket Diamond mampu menarik minat konsumen yang mengutamakan kenyamanan, kualitas, dan harga kompetitif.

Penelitian ini difokuskan pada Supermarket Diamond untuk menganalisis bagaimana bauran pemasaran dapat disesuaikan dengan preferensi konsumen dalam memilih buah lokal maupun impor. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan insight strategis yang bermanfaat bagi pengelola supermarket dan memperkuat posisi Supermarket Diamond sebagai pilihan utama konsumen dalam memenuhi kebutuhan buah segar di Palembang. Berdasarkan uraian latar belakang, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Analisis Bauran Pemasaran dan Preferensi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Buah Lokal dan Buah Impor (Studi Kasus Supermarket Diamond Kota Palembang)”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, dapat disimpulkan masalah penelitian yang akan di analisis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana proses pengambilan keputusan konsumen dalam pembelian buah impor dan buah lokal di Supermarket Diamond Kota Palembang?

2. Bagaimana bauran pemasaran buah impor dan buah lokal yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen di Supermarket Diamond Kota Palembang?
3. Bagaimana preferensi konsumen terhadap pembelian buah impor dan buah lokal dan atribut manakah yang paling dipertimbangkan konsumen dalam keputusan pembelian buah impor dan buah lokal di Supermarket Diamond Kota Palembang?

1.3. Tujuan

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah diatas, maka tujuan dari penelitian adalah sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi proses pengambilan keputusan konsumen dalam pembelian buah impor dan buah lokal di Supermarket Diamond Kota Palembang.
2. Menganalisis bauran pemasaran buah impor dan buah lokal yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen di Supermarket Diamond Kota Palembang.
3. Menganalisis preferensi konsumen terhadap pembelian buah impor dan buah lokal juga atribut yang paling dipertimbangkan konsumen dalam keputusan pembelian buah impor dan buah lokal di Supermarket Diamond Kota Palembang.

1.4 Kegunaan

Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian di atas, maka kegunaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi peneliti mendapatkan ilmu pengetahuan yang berharga dan wawasan yang sangat luas, dapat mengetahui tentang faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan pembelian buah impor dan buah lokal di Supermarket Kota Palembang.
2. Bagi Supermarket Diamond membantu dalam merancang strategi pemasaran yang lebih efektif, menyesuaikan stok, dan meningkatkan pengalaman belanja konsumen.
3. Bagi produsen buah impor dan buah lokal agar dapat lebih mengetahui tentang atribut apa saja yang lebih diutamakan konsumen dalam membeli buah.

DAFTAR PUSTAKA

- Andriani, A. D., Yuniawati, R. I., Hamidin, D., Priambodo, A., Sulaeman, M., Susanti, L., & Martono, S. (2022). Transformasi Indonesia Menuju Cashless Society. Tohar Media.
- Dewi, A. N., & Setiawan, D. (2024). Analisis Strategi Bauran Pemasaran Pada Bisnis Kuliner (Studi Kasus CV. Gehu Extra Pedas Chili Hot). *GREAT: Jurnal Manajemen dan Bisnis Islam*, 1(1).
- Fajarani, E., Wildayana, E., & Putri, N. E. (2021). Preferensi konsumen terhadap keputusan pembelian sayuran organik di supermarket diamond Kota Palembang. *KaliAgri Journal*, 2(1), 38-50.
- Hariyani, A. L. (2005). Analisis preferensi konsumen terhadap sayuran bebas residu pestisida (studi kasus di PT. Hero Supermarket, Surakarta).
- Isen, I., Lamusa, A., & Effendy, E. (2016). Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Buah Jeruk Lokal Dan Buah Jeruk (Sunkis) Impor Kota Palu. *AGROTEKBIS: JURNAL ILMU PERTANIAN (e-journal)*, 4(4), 479-484.
- Januarti, R., Fauzia, L., & Kusuma, S. I. (2015). Analisis Keputusan Konsumen Membeli Buah di Pasar Modern di Kota Medan (Studi Kasus: Swalayan/supermarket di Kecamatan Medan Sunggal). *Journal of Agriculture and Agribusiness Socioeconomics*, 4(9), 944-959.
- Khusna, K. A. M. (2016). Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Buah Semangka di Kota Surakarta. *Agrista*, 4(3).
- Maharani, M. P., Panggabean, N. H. G. T., & Dianty, Z. P. (2023). Analisis Impor Komoditi Buah dan Sayuran China di Indonesia 2018-2022. *ARMADA: Jurnal Penelitian Multidisiplin*, 1(12), 1490-1497.
- Simbolon, N. S. D. K., Nizar, R., & Zargustin, D. (2018). Hubungan Persepsi Konsumen Dengan Perilaku Mengkonsumsi Buah Lokal Di Pasar Tradisional Arengka Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru. *Jurnal Agribisnis*, 20(1), 75-85.
- Sugiyono (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung, Indonesia/ Jawa Barat: Alfabeta.
- Sumarwan, U., & Palupi, E. (2017). Preferensi konsumen terhadap buah-buahan lokal dan organik serta implikasinya terhadap pendidikan konsumen cinta produk nasional. *Jurnal Ilmu Keluarga & Konsumen*, 10(2), 157-168.
- Zurriyati, Y. (2016). Keragaman Sumber Daya Genetik Tanaman Buah-buahan Eksotik di Kabupaten Bintan, Provinsi Kepulauan Riau. *Buletin Plasma Nutfah*, 22(1), 11-20.