

RINGKASAN

Sebagian konsumen di Kabupaten Banyumas masih merasa kurang puas dengan pembelian durian mereka. Masalah ini disebabkan oleh ketidaksesuaian beberapa atribut penting pada buah durian dengan preferensi konsumen. Kurangnya analisis perilaku konsumen oleh para penjual turut berkontribusi pada situasi ini.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi perbedaan preferensi konsumen dalam membeli buah durian kromo, menentukan atribut buah durian kromo yang paling diprioritaskan oleh konsumen, serta merumuskan strategi pemasaran yang efektif untuk memasarkan buah durian kromo di Kabupaten Banyumas.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan teknik survei untuk pelaksanaannya. Lokasi penelitian dipilih secara purposive di empat kecamatan di Kabupaten Banyumas berdasarkan hasil produksi durian tertinggi, yaitu Kecamatan Kemranjen, Kecamatan Sumpiuh, Kecamatan Kebasen dan Kecamatan Tambak. Sampel penelitian ditentukan menggunakan teknik snowball dan purposive sampling dengan jumlah 115 responden. Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan sekunder. Analisis data dilakukan dengan menggunakan uji chi-square, analisis sikap multiatribut Fishbein, dan analisis SWOT.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) atribut buah durian bawor yang menjadi preferensi konsumen di Kabupaten Banyumas adalah durian kromo dengan rasa buah manis pahit, aroma menyengat, harga murah, ukuran buah sedang dan warna daging buah oranye. (2) Atribut buah durian bawor yang paling dipertimbangkan oleh konsumen di Kabupaten Banyumas dalam keputusan pembelian buah durian bawor yaitu atribut rasa buah. (3) Strategi pemasaran yang tepat yaitu penerapan sistem jaminan kualitas rasa, harga dan aroma dari buah durian bawor.

SUMMARY

Some consumers still feel less satisfied with their durian purchases. This problem is caused by the mismatch of some important attributes of durian fruit with consumer preferences. The lack of consumer behaviour analysis by sellers contributes to this situation.

This study aims to identify the factors that influence differences in consumer preferences in buying durian kromo fruit, determine the attributes of durian kromo fruit that are most prioritised by consumers, and formulate effective marketing strategies to market durian kromo fruit in Banyumas Regency.

The method used in this research is descriptive method with survey technique for its implementation. The research location was selected purposively in four sub-districts in Banyumas Regency based on the highest durian production, namely Kemranjen Sub-district, Sumpiuh Sub-district, Kebasen Sub-district and Tambak Sub-district. The research sample was determined using snowball and purposive sampling techniques with a total of 115 respondents. The data used in this study consisted of primary and secondary data. Data analysis was conducted using the chi-square test, Fishbein's multi-attribute attitude analysis, and SWOT analysis.

The results showed that (1) the attributes of durian bawor fruit which are consumer preferences in Banyumas Regency are durian kromo with bitter sweet fruit taste, pungent aroma, low price, medium fruit size and orange pulp colour. (2) The attributes of bawor durian fruit that are most considered by consumers in Banyumas Regency in purchasing decisions for bawor durian fruit are fruit flavour attributes. (3) The right marketing strategy is the implementation of a quality assurance system for the taste, price and aroma of bawor durian fruit.