

SKRIPSI

**PERILAKU KONSUMEN TERHADAP KUALITAS DAN
KEPUTUSAN PEMBELIAN GULA SEMUT PADA PT DUTA
KARYA AREN DI DESA MOMBI KECAMATAN ALU
KABUPATEN POLEWALI MANDAR**

MUSRIANI

A0121044



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN DAN KEHUTANAN
UNIVERSITAS SULAWESI BARAT
MAJENE**

2026

**PERILAKU KONSUMEN TERHADAP KUALITAS DAN
KEPUTUSAN PEMBELIAN GULA SEMUT PADA PT DUTA
KARYA AREN DI DESA MOMBI KECAMATAN ALU
KABUPATEN POLEWALI MANDAR**

MUSRIANI

A0121044

Skripsi sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Pertanian

Pada

Program Studi Agribisnis

Fakultas Pertanian Dan Kehutanan

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS FAKULTAS PERTANIAN
DAN KEHUTANAN UNIVERSITAS SULAWESI BARAT**

MAJENE

2026



**UNIVERSITAS SULAWESI BARAT
FAKULTAS PERTANIAN DAN KEHUTANAN
PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
PROGRAM SARJANA**

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Musriani
Nim : A0121044
Program studi : Agribisnis

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“Perilaku Konsumen Terhadap Kualitas Dan Keputusan Pembelian Gula Semut Pada PT Duta Karya Aren Di Desa Mombi, Kecamatan Alu Kabupaten Polewali Mandar”** adalah benar merupakan karya saya dibawah arahan dosen pembimbing dan belum pernah diajukan ke perguruan tinggi manapun serta seluruh sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Majene, 09 Maret 2026



Musriani
Nim. A0121044

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Perilaku Konsumen Terhadap Kualitas Dan Keputusan
Pembelian Gula Semut Pada PT. Karya Duta Aren Di Desa
Mombi Kecamatan Alu Kabupaten Polewali Mandar

Nama : Musriani

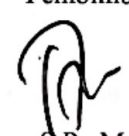
NIM : A0121044

Disetujui oleh:

Pembimbing 1


Dr. Arman Arman, S.P., M.P
NIP. 197210022008011005

Pembimbing 2


Astina, S.P., M.Si
NIP. 199007333024212036

Diketahui oleh

Dekan


Prof. Dr. Ir. Kamiuddin, M.Si
NIP. 196005121989031003

Ketua Program Studi
Agribisnis


Astina, S.P., M.Si
NIP. 199007333024212036

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi Dengan Judul:

**Perilaku Konsumen Terhadap Kualitas dan Keputusan Pembelian
Gula Semut pada PT. Duta Karya Aren di Desa Mombi, Kecamatan
Alu Kabupaten Polewali Mandar**

Disusun oleh :

MUSRIANI

A0121044

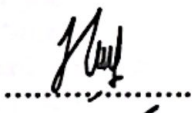
Telah Di Pertahankan Di depan Tim Penguji Skripsi

Fakultas Pertanian Dan Kehutanan

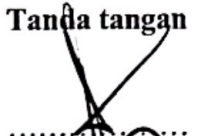
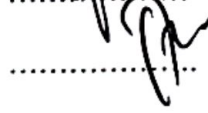
Universitas Sulawesi Barat

Pada tanggal 09 Maret 2026 dan dinyatakan LULUS

SUSUNAN TIM PENGUJI

Tim Penguji	Tanda Tangan	Tanggal
1. Hasniar S.P.,M.Si		20 / 04 / 2026
2. Ikawati S.TP.,M.Si		21 / 04 / 2026

SUSUNAN KOMISI PEMBEMHING

Komisi pembimbing	Tanda tangan	Tanggal
1. Dr. Arman Amran, S.P.,M.P		07 / 04 / 2026
2. Astina, S.P.,M.Si		20 / 04 / 2026

ABSTRAK

MUSRIANI. A0121044. Perilaku Konsumen Terhadap Kualitas Dan Keputusan Pembelian Gula Semut Pada PT Duta Karya Aren Di Desa Mombi Kecamatan Alu Kabupaten Polewali Mandar. Dibimbing oleh **ARMAN AMRAN** dan **ASTINA**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh perilaku konsumen yang meliputi faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis terhadap persepsi kualitas serta keputusan pembelian gula semut pada PT Duta Karya Aren di Desa Mombi, Kecamatan Alu, Kabupaten Polewali Mandar, berlangsung dari awal September hingga akhir Oktober. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan sampel sebanyak 50 responden yang diperoleh melalui teknik *snowball sampling*. Pengumpulan data dilakukan menggunakan instrumen kuesioner dan dokumentasi, sedangkan analisis data menggunakan uji regresi linear sederhana dengan bantuan program SPSS untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel perilaku konsumen terhadap persepsi kualitas dan keputusan pembelian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perilaku konsumen berpengaruh signifikan terhadap persepsi kualitas, yang ditunjukkan oleh nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dan nilai Standardized Beta sebesar 0,551. Nilai R Square sebesar 0,304 mengindikasikan bahwa 30,4% variasi persepsi kualitas dapat dijelaskan oleh perilaku konsumen. Selain itu, perilaku konsumen juga terbukti berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, dengan nilai signifikansi $0,002 < 0,05$ dan Standardized Beta sebesar 0,432. Nilai R Square sebesar 0,187 menunjukkan bahwa 18,7% variasi keputusan pembelian dipengaruhi oleh perilaku konsumen. Temuan tersebut menegaskan bahwa semakin positif perilaku konsumen dalam menilai manfaat dan kualitas produk, semakin besar peluang terjadinya pembelian dan pembelian ulang. Dengan demikian, perilaku konsumen memiliki peran penting dalam membentuk persepsi kualitas serta meningkatkan keputusan pembelian gula semut pada PT Duta Karya Aren. Oleh karena itu, perusahaan perlu terus meningkatkan kualitas produk dan menerapkan strategi pemasaran yang dapat memperkuat motivasi serta kepercayaan konsumen secara berkelanjutan.

Kata Kunci: Perilaku Konsumen, Persepsi Kualitas, Keputusan Pembelian, Gula semut, PT Duta Karya Aren

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan negara agraris dengan perekonomian nya yang sangat ditopang oleh sektor pertanian, perkebunan dan agribisnis. Salah satu sektor yang perlu diperkuat untuk memperkuat struktur ekonomi indonesia adalah sektor agribisnis karena memiliki struktur ekonomi yang kuat. Sektor ini dapat menyediakan pangan terhadap sebagian besar penduduk dan dapat memberikan lapangan kerja bagi semua angkatan kerja yang ada. Salah satunya yaitu penyediaan bahan baku, yang di dalamnya terhadap kegiatan-kegiatan industri, baik industri besar, industri kecil, industri menengah, maupun industri rumah tangga (Elvitriadi,2020). Salah satu komoditas yang memiliki potensi besar untuk dikembangkan dalam sektor agribisnis dan dapat memberikan manfaat ekonomi serta lingkungan adalah tanaman aren.

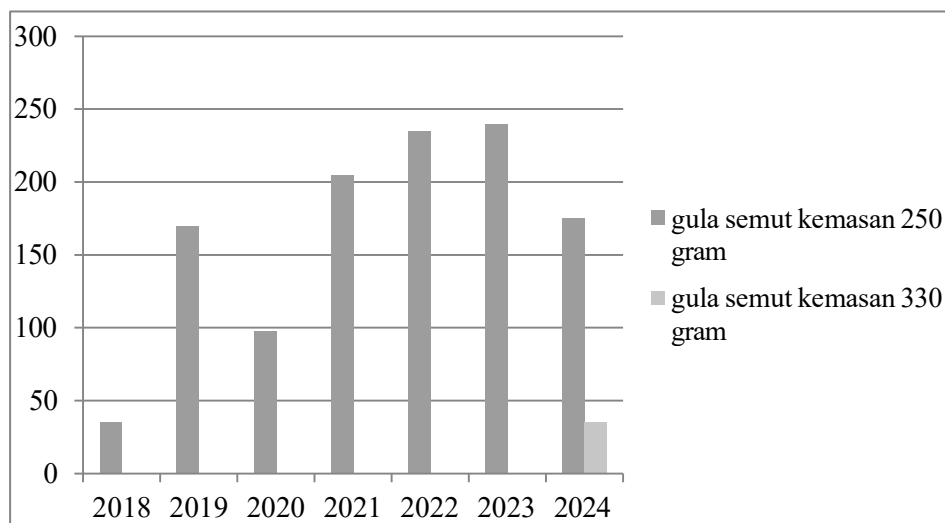
Tanaman Aren (*Arenga pinnata*) merupakan tanaman yang memiliki potensi besar untuk dikelola secara optimal dan memberikan kontribusi signifikan dalam pengembangan ekonomi lokal (Naemah *et al.*,2022). Pemanfaatan aren oleh masyarakat untuk produksi memberikan peluang untuk menghasilkan gula merah, kolang-kaling, tepung pati aren, ijuk dan lidi serta beragam peluang diversifikasi produk yang dapat meningkatkan pendapatan Masyarakat (Azhar *et al.*,2021). Sejalan dengan Webliana & Rini (2020) yang mengemukakan bahwa pengelolaan tanaman aren dapat memberikan konstribusi terhadap pendapatan petani. Selain itu, secara ekologis tanaman aren diketahui sebagai tanaman memiliki fungsi untuk mencegah erosi atau longsor (Mulyanie & Romdani, 2018).

Tanaman aren (*Arenga pinnata*) di Provinsi Sulawesi Barat memiliki potensi ekonomi yang cukup signifikan. Luas areal tanaman aren mencapai 1.363 hektare dan tersebar di enam kabupaten. Tanaman ini dimanfaatkan sebagai sumber nira untuk produksi gula aren, bahan baku kerajinan, serta berkontribusi terhadap peningkatan pendapatan petani. Pengelolaan yang optimal serta dukungan dari pemerintah daerah menjadi kunci dalam mengatasi berbagai kendala budidaya dan pemasaran. Setiap pohon aren mampu menghasilkan nira

antara 10 hingga 20 liter per hari, tergantung pada tingkat perawatan dan kondisi tanaman (BSIP, 2023).

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2022, Kabupaten Polewali Mandar merupakan daerah dengan luas areal tanaman aren terbesar di Sulawesi Barat, yaitu mencapai 876 hektar. Salah satu desa yang memiliki potensi pengembangan tanaman aren adalah Kecamatan Alu. Masyarakat Kecamatan Alu sangat bergantung pada hasil hutan, termasuk tanaman aren (Nuh *et al.*, 2021). Hasil studi diagnostik menunjukkan bahwa sebagian besar masyarakat telah menjadikan tanaman aren sebagai sumber mata pencaharian utama. Oleh karena itu, pengembangan usaha gula aren menjadi peluang strategis untuk meningkatkan pendapatan petani lokal.

Kecamatan Alu merupakan salah satu wilayah dengan konsentrasi petani aren yang tinggi di Kabupaten Polewali Mandar. Petani aren di Kecamatan Alu memiliki peluang untuk meningkatkan pendapatan mereka melalui pengembangan usaha gula aren. Di Kecamatan Alu khususnya di Desa Mombi terdapat sebuah perusahaan yang dikenal dengan PT Duta karya Aren. Awalnya yang menjadi salah satu alasan didirikannya perusahaan ini untuk memperkenalkan ke masyarakat bahwa aren dapat memberikan penghasilan yang cukup besar dan juga sebagai peluang untuk membuka lapangan pekerjaan. Perusahaan ini berperan dalam mengolah hasil panen nira petani lokal menjadi sebuah produk yang memiliki nilai tambah salah satu produknya ialah gula semut. Untuk memberikan gambaran yang lebih komprehensif terhadap pengembangan usaha produk gula semut, berikut di sajikan data volume produksi dan penjualan gula semut PT Duta Karya Aren dalam beberapa tahun terakhir. Data ini menggambarkan tren pertumbuhan permintaan pasar yang dapat menjadi dasar penting dalam menganalisis perilaku konsumen dan keputusan pembelian.



Gambar 1.1 Diagram Hasil Produksi Gula Semut PT Duta Karya Aren Di Desa Mombi Kecamatan Alu Kabupaten Polewali Mandar

Seiring dengan meningkatnya permintaan terhadap produk alami dan sehat, produksi gula semut di PT. Karya Duta Aren mengalami perkembangan yang cukup signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Hal ini dapat dilihat dari tren produksi yang terus meningkat dari tahun ke tahun. Berdasarkan data volume produksi gula semut dari tahun 2018 hingga 2024, terlihat adanya peningkatan tajam dari 35 pot pada tahun 2018 menjadi 170 pot pada tahun 2019. Meskipun sempat mengalami penurunan pada tahun 2020 menjadi 98 pot, produksi kembali meningkat secara signifikan pada tahun 2021 hingga mencapai puncaknya di tahun 2022 dan 2023, masing-masing sebesar 235 dan 240 pot. Pada tahun 2024, produksi sedikit menurun menjadi 210 pot, namun masih menunjukkan angka yang tinggi dibandingkan tahun-tahun sebelumnya. Perkembangan ini menunjukkan bahwa produk gula semut memiliki prospek pasar yang menjanjikan, dan menarik untuk diteliti lebih lanjut terkait bagaimana perilaku konsumen serta persepsi mereka terhadap kualitas produk yang pada akhirnya memengaruhi keputusan pembelian.

Gula semut aren merupakan salah satu diversifikasi produk gula palma berbentuk butiran yang berasal dari nira pohon aren. Proses pembuatan gula semut aren hampir sama dengan pembuatan gula cetak, yaitu dengan mengentalkan nira, lalu didinginkan dan diaduk hingga terbentuk butiran atau kristal. Gula semut aren memiliki beberapa keunggulan dibandingkan gula cetak antara lain lebih awet

karena kadar airnya rendah, karena berbentuk kristal maka penggunaannya lebih praktis, mudah dalam pengemasan, pengangkutan, dan harganya pun lebih tinggi (Kurniawan *et al.*, 2018).

Preferensi konsumen diartikan sebagai pilihan konsumen terhadap suatu hal yang lebih disukai. Preferensi menunjukkan selera atau tingkat kesukaan konsumen dari berbagai pilihan produk yang ada. Konsumen akan mempertimbangkan banyak hal dalam menentukan produk yang akan dipilihnya. Hal-hal yang menjadi acuan konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian adalah atribut yang melekat pada suatu produk. Atribut produk merupakan karakteristik atau aspek-aspek yang terkandung pada suatu produk yang dapat menjadi pertimbangan konsumen untuk menyukai dan kemudian membeli produk tersebut (Aiman *et. al.*, 2017).

Kesadaran untuk memahami perilaku konsumen dan memuaskan konsumen merupakan aspek yang penting bagi produsen karena setiap konsumen memiliki sifat, perspektif, keinginan dan kebutuhan yang berbeda-beda (Depari, 2018). Pemahaman mengenai perilaku dan keinginan konsumen terhadap gula semut diharapkan mampu meningkatkan keputusan pembelian konsumen terhadap produk gula semut. Persepsi dan sikap konsumen yang positif terhadap atribut gula semut dapat menyebabkan derajat kepentingan atribut berbeda dengan atribut lainnya. Perilaku konsumen dalam mempersepsikan atribut produk yang sesuai dengan preferensi nya dapat dijadikan sebagai dasar untuk perbaikan dan pengembangan produk gula semut. Hal ini dapat menjadi informasi bagi produsen untuk memproduksi gula semut sesuai dengan atribut-atribut pokok yang paling penting bagi konsumen sehingga dapat berdampak pada peningkatan konsumsi gula semut.

Adapun masalah yang di temukan pada PT Duta Karya Aren di Desa Mombi, belum memiliki cukup informasi mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan konsumen dalam membeli produk gula semut. Padahal, pemahaman terhadap perilaku konsumen sangat penting untuk menentukan strategi pemasaran yang tepat. Konsumen memiliki preferensi yang berbeda-beda, baik dari aspek internal seperti kualitas produk (rasa, tekstur, kemasan, masa simpan), maupun faktor eksternal seperti usia, pendapatan, harga, dan lokasi

penjualan. Kemudian pada data produksi 2018-2024 memperlihatkan kenaikan yang kuat namun turun pada tahun 2024, ini mengisyaratkan perlunya pemahaman yang lebih baik tentang pendorong keputusan beli agar kapasitas dan pemasaran tidak lari dari dinamika pasar. Tanpa mengetahui sejauh mana persepsi dan preferensi tersebut memengaruhi Keputusan pembelian, produsen beresiko memproduksi atau memasarkan produk yang tidak sesuai dengan harapan pasar. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk mengetahui bagaimana perilaku konsumen berpengaruh terhadap kualitas dan keputusan pembelian gula semut pada PT Duta Karya Aren di Desa Mombi, Kecamatan Alu Kabupaten Polewali Mandar.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan maka diperoleh rumusan masalah berupa sebagai berikut.

1. Bagaimana pengaruh perilaku konsumen terhadap kualitas gula semut yang diproduksi oleh PT Duta Karya Aren?
2. Bagaimana pengaruh perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian gula semut di PT Duta Karya Aren?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan masalah yang telah di rumuskan, tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Menganalisis bagaimana perilaku konsumen terhadap kualitas gula semut yang diproduksi oleh PT Duta Karya Aren
2. Menganalisis bagaimana pengaruh perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian gula semut di PT Duta Karya Aren

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dapat dicapai setelah melakukan penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Memberikan kontribusi ilmiah dalam pengembangan ilmu pemasaran, khususnya terkait perilaku konsumen, kualitas produk, dan keputusan pembelian.
2. Membantu PT Duta Karya Aren dalam merumuskan strategi pemasaran serta meningkatkan kualitas produk gula semut agar sesuai dengan kebutuhan dan preferensi konsumen.
3. Memberikan manfaat bagi konsumen berupa produk berkualitas, serta mendukung peningkatan kesejahteraan petani aren dan masyarakat sekitar.
4. Menjadi bahan rujukan bagi penelitian selanjutnya yang mengkaji topik serupa di bidang agribisnis dan perilaku konsumen.

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai perilaku konsumen terhadap kualitas dan keputusan pembelian gula semut pada PT Duta Karya Aren di Desa Mombi Kecamatan Alu Kabupaten Polewali Mandar, di peroleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumen yang meliputi faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi kualitas gula semut pada PT Duta Karya Aren. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($<0,05$), nilai Standardized Beta sebesar 0,551, serta nilai R Square sebesar 0,304 yang menunjukkan bahwa 30,4% variasi persepsi kualitas dapat dijelaskan oleh perilaku konsumen. Temuan ini mengindikasikan bahwa persepsi kualitas tidak hanya ditentukan oleh atribut fisik produk, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor internal konsumen seperti motivasi, pengalaman, dan keyakinan, dimana faktor psikologis menjadi faktor yang paling dominan.
2. Perilaku konsumen juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian gula semut pada PT Duta Karya Aren. Hal ini ditunjukkan oleh nilai signifikansi sebesar 0,002 ($<0,05$), nilai Standardized Beta sebesar 0,432, dan nilai R Square sebesar 0,187, yang berarti bahwa 18,7% variasi keputusan pembelian dipengaruhi oleh perilaku konsumen. Hasil ini menunjukkan bahwa keputusan pembelian konsumen tidak hanya didasarkan pada aspek harga dan karakteristik produk, tetapi juga dipengaruhi oleh pertimbangan manfaat kesehatan, dukungan lingkungan sosial, serta kesesuaian produk dengan nilai budaya dan kebutuhan konsumen.

6.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian mengenai perilaku konsumen terhadap kualitas dan keputusan pembelian gula semut pada PT Duta Karya Aren di Desa Mombi Kecamatan Alu Kabupaten Polewali Mandar, maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut:

1. Bagi PT Duta Karya Aren

Perusahaan perlu menjaga dan meningkatkan kualitas produk, terutama pada aspek rasa, tekstur, kebersihan, dan daya larut, karena hal tersebut memengaruhi persepsi kualitas dan pembelian ulang. Selain itu, perusahaan disarankan untuk meningkatkan edukasi terkait manfaat kesehatan gula semut serta memperluas pemasaran melalui komunitas dan inovasi kemasan yang menarik dan sesuai kebutuhan pasar.

2. Bagi pemerintah

Pemerintah diharapkan memberikan dukungan dalam pengembangan produk aren melalui pelatihan peningkatan mutu, sertifikasi, serta pemasaran digital. Selain itu, perlu adanya fasilitasi akses pasar, baik melalui pameran, ritel modern, maupun e-commerce, agar produk lokal dapat bersaing lebih luas.

3. Bagi peneliti selanjutnya

Peneliti selanjutnya disarankan menambahkan variabel lain seperti harga, promosi, dan citra merek, serta memperluas jumlah responden dan wilayah penelitian. Penggunaan metode analisis yang lebih beragam juga diperlukan agar hasil penelitian lebih komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (1991). *Managing brand equity: Capitalizing on the value of a brand name*. Free Press.
- Aiman, U., Rahmadi, R., & Nuraini, D. (2017). *Preferensi konsumen terhadap atribut produk*. Jurnal Ekonomi dan Manajemen, 15(1), 45–53.
- Anisa, R. U. (2024). *Pengaruh brand image, brand trust, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian gula semut merek Semedo Manise*. Skripsi, Universitas Negeri Yogyakarta.
- Asshaf, F. (2020). *Morfologi dan pemanfaatan tanaman aren (Arenga pinnata)*. Jurnal Pertanian Tropis, 10(1), 12–18.
- Azhar, I., Wulandari, A., & Sudrajat, T. (2021). *Diversifikasi produk dari tanaman aren sebagai peningkatan ekonomi masyarakat*. Jurnal Agroindustri, 6(2), 99–107.
- Badan Pusat Statistik. (2022). *Statistik Perkebunan Indonesia 2022: Aren*. Jakarta: BPS.
- BSIP. (2023). *Data Potensi Aren di Provinsi Sulawesi Barat*. Balai Standarisasi Instrumen Pertanian.
- Chevalier, J. A., & Mayzlin, D. (2006). *The effect of word of mouth on sales: Online book reviews*. Journal of Marketing Research, 43(3), 345–354. <https://doi.org/10.1509/jmkr.43.3.345>
- Crosby, P. B. (1979). *Quality is free: The art of making quality certain*. McGraw-Hill.
- Darmawan, Y. (2017). *Pengaruh kemasan terhadap keputusan pembelian konsumen sayuran hidroponik*. Jurnal Agribisnis, 5(1), 27–35.
- Depari, L. A. (2018). *Strategi pemasaran berbasis perilaku konsumen*. Jurnal Ilmu Ekonomi dan Sosial, 9(2), 75–81.
- Dewi, S. K., Putri, R., & Nugroho, Y. A. (2022). *Atribut produk yang dipertimbangkan konsumen dalam membeli gula semut*. Jurnal Manajemen dan Bisnis, 10(1), 1–12.
- Elvitriadi. (2020). *Penguatan sektor agribisnis dalam struktur ekonomi nasional*. Jurnal Pembangunan Pertanian, 8(2), 34–45.
- Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (1995). *Consumer behavior*. Dryden Press.
- Garvin, D. A. (1987). *Competing on the eight dimensions of quality*. Harvard Business Review, 65(6), 101–109.

- Ghozali, I., & Imam. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Handoko, T. H. (2015). *Manajemen*. Edisi Kedua. Yogyakarta: BPFE.
- Iaia, L., Mariani, M. M., & Cappa, F. (2022). *Primary vs. secondary data in marketing research: A review*. International Journal of Research in Marketing, 39(2), 399–417.
- Ibnu Ria Puspita. (2021). Keputusan pembelian adalah keputusan yang dilakukan konsumen untuk membeli sebuah produk. *Jurnal Ilmiah*
- Indrayani, I., & Syarifah, F. (2020). Atribut sensorik berpengaruh terhadap minat beli konsumen produk pangan. *Jurnal Ilmiah*
- Indrayani, I., & Syarifah, N. (2020). *Pengaruh atribut kualitas produk terhadap minat beli*. Jurnal Teknologi Pangan, 3(1), 22–30.
- Juran, J. M. (1992). *Juran on quality by design: The new steps for planning quality into goods and services*. Free Press.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing (17th ed.)*. Pearson.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of marketing (17th ed.)*. Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Managemen (15th ed.)*. Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management (15th ed.)*. Pearson.
- Kurniati, L., Fatmawati, S., & Amelia, R. (2016). *Pengaruh masa simpan terhadap keputusan pembelian produk makanan*. Jurnal Konsumen Indonesia, 3(2), 41–50.
- Kurniawan, F., Sutrisno, B., & Hidayat, T. (2018). *Proses produksi gula semut dan nilai jualnya*. Jurnal Teknologi Agroindustri, 26(1), 45–52.
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen pemasaran jasa*. Salemba Empat.
- Mulia, D. (2021). *Faktor yang memengaruhi persepsi konsumen terhadap produk pangan*. Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora, 10(1), 64–72.
- Mulyanie, R., & Romdani, A. (2018). *Peran ekologis tanaman aren dalam konservasi lahan*. Jurnal Ilmu Lingkungan, 12(3), 88–93.
- Musita, N. (2019). *Panduan praktis pembuatan gula semut*. Jakarta: AgroMedia Pustaka.
- Naemah, N., Fauziyah, F., & Rohmah, S. (2022). *Potensi ekonomi tanaman aren di pedesaan*. Jurnal Ekonomi Pembangunan, 7(2), 55–64.
- Nugroho, J. (2019). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Salemba Empat.

- Nugroho, Y. A. (2020). *Pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian gula semut merek Orgaren*. Jurnal Riset Pemasaran, 4(1), 33–47.
- Nuh, M., Sakka, A., & Ramli, D. (2021). *Analisis potensi komoditas aren di Kecamatan Alu*. Jurnal Agribisnis Wilayah Timur, 2(2), 45–52.
- Prastiani, I., Nawansih, O., & Setiawan, T. (2015). Keragaman mutu gula semut di Bandar Lampung berdasarkan SNI 01-3743-1995. Jurnal Agro Industri Perkebunan, 3(2), 93–102.
- Purboyo, H. (2022). *Pengantar perilaku konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Ruslan, R., Haryono, B., & Wulandari, D. (2018). *Pemanfaatan aren sebagai komoditas unggulan*. Jurnal Agroforestri Indonesia, 10(1), 21–28.
- Sarah, T., Hapsari, R., & Handayani, D. (2019). *Pengaruh label organik terhadap minat beli konsumen gula semut di Kulon Progo*. Jurnal Pangan dan Agroindustri, 7(3), 95–104.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2007). *Consumer Behavior (9th ed.)*. Pearson Education.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2010). *Consumer behavior (10th ed.)*. Pearson.
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2015). *Consumer behavior*. Pearson.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). *Research Methods for Business (7th ed.)*. John Wiley & Sons.
- Sembara, A. D. (2021). *Preferensi konsumen terhadap gula semut di Tasikmalaya*. Skripsi, Universitas Siliwangi.
- Solomon, M. R. (2018). *Consumer behavior: Buying, having, and being (12th ed.)*. Pearson.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Susanti, R., & Sari, Y. D. (2021). *Analisis persepsi konsumen terhadap kualitas produk makanan lokal*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis, 6(1), 74–82.
- Swastha, B., & Handoko, T. H. (2000). *Manajemen pemasaran: Analisis perilaku konsumen*. BPFE.
- Tang, M., Widodo, E., & Aryanti, F. (2021). *Kualitas gula semut berdasarkan pH dan pengaruhnya terhadap kristalisasi*. Jurnal Teknologi Pertanian, 15(2), 103–112.
- Webliana, I., & Rini, D. (2020). *Kontribusi pengelolaan tanaman aren terhadap pendapatan petani*. Jurnal Pertanian Berkelanjutan, 4(2), 51–59.

Zeithaml, V. A. (1988). *Consumer perceptions of price, quality, and value: A means-end model and synthesis of evidence*. *Journal of Marketing*, 52(3), 2–22. <https://doi.org/10.1177/002224298805200302>