



AGROPROSS
National Conference
Proceedings of Agriculture

Prosiding

Seminar dan Bimbingan Teknis Pertanian Politeknik Negeri Jember 2025
SMART AGRICULTURE : Akselerasi Program Prioritas Nasional Melalui Optimalisasi Produksi Pertanian
4-5 Juni 2025

Publisher:

Agropross, National Conference Proceedings of Agriculture
E-ISSN: 2964-0172
DOI: 10.25047/agropross.2025.854

Preferensi dan Tingkat Kepuasan Konsumen terhadap Pembelian Buah Durian Segar pada rumah Durian Jember

Study Of Palm Oil Farming Practices Post-Rejuvenation In Sungai Bahar District, Muaro Jambi Regency

Author(s): Tahtya Beby Nandita Putri*, Titin Agustina, Rena Yunita Rahman, Rizky Yanuarti, Ahmad Rizky Ardiansyah

Universitas Jember

* Corresponding author: tahtya.beby03@gmail.com

ABSTRAK

Era yang semakin maju menjadikan konsumen memiliki sikap yang lebih leluasa dalam menentukan kriteria pembelian durian. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi bagaimana preferensi konsumen dan tingkat kepuasannya terhadap atribut buah durian pada Rumah Durian Jember. Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif dan analitik yang dilaksanakan selama 4 bulan, dimulai dari bulan Januari 2025 – April 2025. Pengambilan sampel menggunakan teknik non-probability sampling, yaitu accidental sampling. Responden pada penelitian ini yaitu konsumen yang membeli dan mengonsumsi buah durian premium pada Rumah Durian Jember dengan jumlah 70 sampel. Analisis data yang digunakan yaitu analisis konjoin dan Customer Satisfaction Index (CSI). Berdasarkan hasil penelitian, preferensi konsumen terhadap pembelian buah durian segar pada Rumah Durian Jember yaitu buah durian dengan atribut warna kulit buah hijau kecoklatan, warna daging buah durian kuning keorangan, bertekstur lembut berkrum, memiliki berat > 1 kg, memiliki rasa manis pahit, aroma buah menyengat, dan harga berkisar Rp 100.000,00 – Rp 250.000,00. Atribut yang paling dipertimbangkan oleh konsumen berdasarkan nilai kepentingan (importance values) berturut-turut yaitu rasa, harga, warna kulit buah, aroma, berat, tekstur, dan warna daging buah. Kepuasan konsumen terhadap pembelian buah durian segar pada Rumah Durian Jember berada dalam kategori sangat puas dengan nilai Customer Satisfaction Index (CSI) sebesar 83,16%.

Kata Kunci:

CSI;
Durian;
Kepuasan;
Konjoin;
Preferensi

Keywords:

CSI;
Conjoint;
Durian;
Preference;
Satisfaction

ABSTRACT

The increasingly advanced era makes consumers have a more flexible attitude in determining the criteria for purchasing durian. This research aims to identify how consumer preferences and their level of satisfaction with the attributes of durian fruit at Rumah Durian Jember. This research uses descriptive and analytical research which was carried out for 4 months, starting from January 2025 - April 2025. Sampling used a non-probability sampling technique, namely accidental sampling. Respondents in this research were consumers who purchased and consumed premium durian fruit at Rumah Durian Jember, with a total of 70 samples. The data analysis used was conjoint analysis and Customer Satisfaction Index (CSI). Based on the research results, consumer preferences for purchasing fresh durian fruit at Rumah Durian Jember are durian fruit with attributes of brownish-green skin color, yellowish-orange flesh color, creamy soft texture, weighing > 1 kg, having a bittersweet taste, a pungent aroma, and a price ranging from. IDR 100,000.00 - IDR 250,000.00. The attributes most considered by consumers based on importance values are respectively taste, price, fruit skin color, aroma, weight, texture, and fruit flesh color. Consumer satisfaction with purchasing fresh durian fruit at Rumah Durian Jember is in the very satisfied category with a Customer Satisfaction Index (CSI) value of 83.16%.

PENDAHULUAN

Buah durian (*Durio zabethinus* Murr.) merupakan buah tropis bernilai ekonomis tinggi yang berasal dari famili Bombacaceae yang membantu dalam peningkatan pendapatan petani, devisa negara, dan pemenuhan kebutuhan agribisnis. Durian menjadi salah satu buah yang populer di Indonesia sehingga sering disebut “The King of Fruit” (Rediyono & Asruni, 2020). Buah durian mempunyai aroma unik, rasa lezat, dan juga nutrisi yang diperlukan bagi tubuh. Menurut Ashari (2017) daging buah durian mengandung antioksidan yang dapat mengobati sembelit, penyakit kulit, dan kolesterol. Selain itu, durian juga sebagai afrodisiak yang berfungsi untuk menambah

kesuburan (Wulandari et al. 2024). Masa panen buah durian terbilang cukup singkat karena pohon mulai berbuah pada usia tiga tahun, sehingga komoditas durian mempunyai prospek menguntungkan apabila dikembangkan sebagai bisnis (Oktaviana et al. 2017).

Menurut data dari Badan Pusat Statistik (BPS), pada tahun 2022 Kabupaten Jember menjadi wilayah penghasil durian terbesar keempat di Jawa Timur setelah Kabupaten Malang. Angka produksi buah durian di Kabupaten Jember pada tahun 2018 hingga 2022 cenderung fluktuatif. Adapun data produksi, jumlah tanaman menghasilkan, dan produktivitas durian Kabupaten Jember disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1 Data Produksi, Jumlah Tanaman Menghasilkan, dan Produktivitas Durian di Kabupaten Jember Tahun 2018-2022

Tahun	Produksi (kwintal)	Jumlah Tanaman Menghasilkan (pohon)	Produktivitas (kwintal/pohon)
2018	231.687	106.755	2,17
2019	100.169	53.629	1,87
2020	60.693	47.532	1,28
2021	37.005	54.294	0,68
2022	116.746	76.652	1,52

Sumber: Badan Pusat Statistik (Kabupaten Jember dalam Angka 2019 – 2023)

Sebagian masyarakat Indonesia menyukai buah durian karena durian memiliki aroma yang kuat. Aroma tersebut menjadikan buah durian sebagai pemicu konsumsi masyarakat terhadap pembelian buah durian (Mulyasari et al. 2020). Mayoritas buah durian memiliki daging yang gemuk, tebal, berwarna kuning, berbiji kecil, serta manis. Namun, sangat sulit untuk mendapatkan jenis durian yang memenuhi kriteria tersebut (Rafif et al. 2024). Untuk itu petani banyak menanam

berbagai jenis buah durian sehingga dapat menyediakan durian sesuai dengan pilihan konsumen. Di era yang semakin maju menjadikan konsumen memiliki sikap yang lebih leluasa dalam menentukan kriteria pembelian durian. Konsumen dapat memilih berbagai durian dengan jenis yang beragam karena pasar telah menyediakan produk sesuai dengan kriteria konsumen. Hal tersebut menjadikan produsen perlu memahami perilaku konsumen sehingga

durian yang diproduksi dapat memuaskan konsumen (Sayyidah et al. 2017).

Rumah Durian merupakan salah satu pembudidaya sekaligus toko durian di Kabupaten Jember yang berfokus pada komoditas durian. Rumah Durian merupakan toko durian di Jember yang menyediakan buah durian berkualitas dengan berbagai jenis. Jenis durian yang terdapat pada Rumah Durian Jember antara lain duri hitam, musangking, masmuar, kop chainam, cani, montong, bawor dan jenis lokal pilihan. Rumah Durian sebagai toko durian premium pertama di Jember menyediakan garansi apabila durian yang dibeli hambar/busuk. Hal tersebut bertujuan untuk meningkatkan kepuasan dan menjadikan konsumen lebih nyaman untuk menghabiskan waktu di Rumah Durian. Rumah Durian juga menyediakan pengiriman keluar kota untuk konsumen yang membeli buah durian dari luar Jember. Permasalahan pada Rumah Durian yaitu terdapat keluhan konsumen terkait lamanya pelayanan di Rumah Durian dalam membalas pesan dan melayani konsumen secara langsung. Hal tersebut dikarenakan adanya keterbatasan jumlah pekerja dalam melayani konsumen. Terdapat pula adanya perbedaan karakteristik konsumen buah durian, antara lain pendapatan, pendidikan, dan lain-lain yang mempengaruhi konsumsi dan pembelian buah durian. Hal tersebut disebabkan oleh konsumen yang mempunyai spesifikasi pembelian produk yang sesuai dengan kebutuhan, selera, dan kemampuan belinya (Sayyidah et al. 2017). Dalam memilih buah durian, konsumen cenderung mempertimbangkan atribut rasa. Faktor lain yang akan dipertimbangkan oleh konsumen yaitu harga, jenis, dan ukuran

durian. Konsumen menilai bahwa rasa merupakan faktor terpenting untuk membandingkan durian satu dengan yang lainnya. Durian dengan harga, jenis, dan ukuran yang sama terkadang dapat memiliki rasa yang berbeda dari segi manis dan pahit. Secara umum, ciri-ciri buah durian yang disukai konsumen yaitu berukuran besar, memiliki aroma yang agak menyengat, dan rasanya manis (Mulyasari et al. 2020).

Konsumen yang akan melakukan pembelian durian tentunya dihadapkan dengan berbagai atribut pembelian seperti warna kulit buah, panjang duri, warna daging, tekstur, ukuran, aroma, dan rasa buah yang sejalan dengan penelitian Sayyidah et al. (2017) dan Mulyasari et al. (2020). Atribut tersebut nantinya akan menimbulkan sikap pasca pembelian yang memengaruhi tingkat kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain kualitas produk, harga, promosi, dan pelayanan (Thahira et al. 2024). Tingginya tingkat kepuasan konsumen akan membuat konsumen menjadi loyal dan akan melakukan pembelian ulang terhadap buah durian. Tingkat kepuasan konsumen akan memberikan wawasan tentang kualitas produk, layanan, dan pengalaman konsumen secara keseluruhan. Hal tersebut dapat digunakan untuk meningkatkan strategi pemasaran, mengidentifikasi peluang bisnis baru, dan memastikan loyalitas konsumen. Berdasarkan uraian latar belakang diatas, peneliti tertarik untuk mengkaji mengenai preferensi konsumen terhadap pembelian buah durian segar dan tingkat kepuasan konsumen terhadap pembelian buah durian segar di Rumah Durian Jember.

BAHAN DAN METODE

Penentuan lokasi penelitian ditentukan secara purposive method pada Rumah Durian Jember dengan pertimbangan bahwa Rumah Durian merupakan salah satu pembudidaya sekaligus toko durian premium pertama di Jember. Metode penelitian menggunakan penelitian deskriptif dan analitik. Penelitian ini menggunakan pengumpulan data primer dan sekunder dengan cara wawancara, observasi, dan dokumentasi. Pengambilan sampel penelitian ini menggunakan teknik non-probability sampling, yaitu accidental sampling. Responden pada penelitian ini

yaitu konsumen yang membeli dan mengkonsumsi buah durian premium pada Rumah Durian Jember. Sampel yang digunakan pada penelitian ini berjumlah 70 sampel.

Analisis untuk mengukur preferensi konsumen yaitu analisis konjoin. Atribut yang digunakan dalam penelitian preferensi ini berjumlah delapan atribut, sedangkan jumlah level dari masing-masing atribut adalah dua hingga enam level. Kemudian dari masing-masing atribut dan level atribut digunakan untuk membentuk kombinasi atribut (stimuli).

Tabel 2 Atribut dan Level Atribut Buah Durian

No.	Atribut	Level
1	Warna kulit buah	1. Warna hijau cokelat 2. Warna hijau muda
2	Warna daging buah	1. Kuning pucat 2. Kuning orange
3	Tekstur	1. Lembut berkrum 2. Lembut berserat
4	Berat buah	1. Berat > 1 kg 2. Berat < 1 kg
5	Rasa buah	1. Manis legit 2. Manis pahit
6	Aroma	1. Aroma menyengat 2. Aroma kurang menyengat
7	Harga	1. Rp 100.000 – Rp 250.000/kg 2. > Rp 250.000/kg

Sumber: Data primer diolah, 2025

Atribut dan level yang telah diidentifikasi menghasilkan kombinasi atribut sejumlah $2 \times 2 \times 2 \times 2 \times 2 \times 2 = 128$ kombinasi. Banyaknya jumlah kombinasi atribut yang terbentuk dapat menyulitkan responden dalam memberikan penilaian, maka

diperlukan perancangan stimuli dengan teknik orthogonal desain menggunakan IBM SPSS Statistics 20. Adapun stimuli yang dihasilkan terdiri dari 8 stimuli, yaitu :

Tabel 3 Kombinasi Atribut (Stimulus) Buah Durian

Kode	Atribut

	Warna Kulit Buah	Warna Daging Buah	Tekstur	Berat	Rasa	Aroma	Harga (/kg)
S1	Hijau Coklat	Kuning Pucat	Lembut Berkrim	< 1 kg	Manis Pahit	Kurang Menyengat	> Rp 250.000
S2	Hijau Coklat	Kuning Orange	Lembut Berserat	> 1 kg	Manis Pahit	Kurang Menyengat	Rp 100.000 - Rp 250.000
S3	Hijau Muda	Kuning Orange	Lembut Berkrim	< 1 kg	Manis Legit	Kurang Menyengat	Rp 100.000 - Rp 250.000
S4	Hijau Coklat	Kuning Pucat	Lembut Berkrim	> 1 kg	Manis Legit	Menyengat	Rp 100.000 - Rp 250.000
S5	Hijau Muda	Kuning Pucat	Lembut Berserat	< 1 kg	Manis Pahit	Menyengat	Rp 100.000 - Rp 250.000
S6	Hijau Coklat	Kuning Orange	Lembut Berserat	< 1 kg	Manis Legit	Menyengat	> Rp 250.000
S7	Hijau Muda	Kuning Orange	Lembut Berkrim	> 1 kg	Manis Pahit	Menyengat	> Rp 250.000
S8	Hijau Muda	Kuning Pucat	Lembut Berserat	> 1 kg	Manis Legit	Kurang Menyengat	> Rp 250.000

Sumber: Data diolah (2025)

Analisis konjoin menghasilkan output berupa nilai kegunaan (*utility estimates*) dan nilai kepentingan (*importance values*). Nilai kegunaan yang positif menunjukkan preferensi konsumen terhadap level atribut yang disukai pada buah durian, sementara nilai negatif menunjukkan ketidaksukaan konsumen terhadap level atribut pada buah durian. Sedangkan nilai kepentingan menunjukkan seberapa penting atribut tersebut bagi konsumen dalam keputusan pembelian (Sastrawan *et al.*, 2023). Kepuasan konsumen pada Rumah Durian Jember

dianalisis menggunakan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI). Metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) merupakan alat analisis yang berfungsi untuk mengevaluasi tingkat kepuasan konsumen terhadap produk, layanan, atau pengalaman yang diberikan oleh suatu perusahaan. Menurut Kartikasari *et al.*, (2020), *Costumer Satisfaction Index* (CSI) adalah alat ukur kepuasan konsumen yang dihitung melalui penilaian konsumen terhadap kinerja atau indikator yang melekat pada suatu produk. CSI dapat

dihitung dari nilai pembobot dibagi skala maksimum dan dikali 100%.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Preferensi Konsumen

Preferensi konsumen terhadap durian didefinisikan sebagai pilihan suka atau tidak suka terhadap produk buah durian. Preferensi ini ditentukan oleh penilaian konsumen terhadap stimulus atau kombinasi atribut-atribut durian. Preferensi konsumen terhadap buah durian dapat diketahui dari nilai kegunaan (utilities) dan nilai kepentingan (importance values).

Nilai Kegunaan (Utility Estimates)

Nilai utility menunjukkan preferensi konsumen terhadap atribut produk tertentu. Menurut Widiyanto et al. (2016), nilai utility dapat menunjukkan tingkat suka atau ketidaksukaan konsumen terhadap atribut produk dengan level atribut yang sudah ditentukan. Nilai utility positif menunjukkan kesukaan responden terhadap atribut tersebut, sementara nilai negatif menunjukkan ketidaksukaan terhadap atribut tersebut.

Tabel 4 Nilai Kegunaan (*Utility Estimates*)

Utilities		Utility Estimate	Std. Error
Warna Kulit Buah	Hijau Coklat	0,154	.
	Hijau Muda	-0,154	.
Warna Daging Buah	Kuning Pucat	-0,018	.
	Kuning Orange	0,018	.
Tekstur	Lembut Berkrim	0,125	.
	Lembut Berserat	-0,125	.
Berat	> 1 kg	0,150	.
	< 1 kg	-0,150	.
Rasa	Manis Legit	-0,079	.
	Manis Pahit	0,079	.
Aroma	Menyengat	0,064	.
	Kurang Menyengat	-0,064	.
Harga	100 – 250	0,129	.
	> 250	-0,129	.
(Constant)		2,989	.

Sumber: Data primer yang diolah (2025)

Tabel 4 menampilkan nilai *utility* untuk setiap atribut yang digunakan dalam penelitian preferensi konsumen di Rumah Durian Jember. Nilai *utility* digunakan

untuk mengukur kepuasan konsumen terhadap produk buah durian. Menurut Kurniawan et al. (2023), nilai *utility* mengukur perilaku konsumen ketika

mengonsumsi produk yang dijual oleh produsen. Berikut merupakan penjabaran nilai *utility* atribut buah durian di Rumah Durian Jember.

1. Warna Kulit Buah

Atribut warna kulit buah memiliki dua level, yaitu hijau coklat dan hijau muda. Konsumen di Rumah Durian Jember lebih menyukai buah durian dengan warna kulit hijau coklat dibanding hijau muda. Nilai *utility* untuk warna hijau coklat sebesar 0,154 sedangkan warna kulit hijau muda sebesar -0,154. Warna kulit buah durian menjadi atribut yang penting diperhatikan karena warna kulit merupakan representasi dari kematangan buah durian. Berdasarkan penelitian Santoso et al. (2008) buah durian dengan warna kulit hijau menggambarkan kematangan buah yang sudah terjamin dan siap untuk dikonsumsi.

2. Warna Daging Buah

Level atribut warna daging buah yang paling disukai konsumen Rumah Durian Jember adalah warna daging buah kuning orange dengan nilai *utility* sebesar 0,018 dibanding warna daging buah kuning pucat dengan nilai *utility* -0,018. Menurut Kurniawan et al. (2024) warna daging durian dapat menjadi petunjuk mengenai rasa dan tekstur buah durian tersebut. Daging durian dengan warna kuning biasanya menandakan rasa yang manis dan lembut, sedangkan kuning pekat keorangean rasanya akan lebih kuat.

3. Tekstur

Durian dengan tekstur lembut krimi hampir sama dengan mentega saat matang sempurna. Terdapat pula durian dengan tekstur lembut berserat yang memiliki tekstur agak kasar karena memiliki serat daging buah. Pada atribut tekstur, konsumen Rumah Durian Jember paling menyukai buah durian dengan tekstur lembut berkrim dengan nilai *utility*

sebesar 0,125 dibanding tekstur lembut berserat dengan nilai *utility* -0,125. Hal tersebut sejalan dengan penelitian Kurniawan et al. (2024) bahwa durian dengan tekstur krimi jauh lebih diminati oleh konsumen karena saat dimakan cenderung empuk dan lembut dilidah.

4. Berat

Level atribut yang paling disukai oleh konsumen di Rumah Durian Jember adalah buah durian dengan berat > 1 kg bernilai *utility* 0,150 dibanding durian dengan berat < 1 kg bernilai -0,150. Buah durian dengan berat lebih dari 1 kg lebih disukai konsumen yang mana sejalan dengan penelitian Sayyidah et al. (2017) yang menyatakan konsumen menyukai buah durian dengan ukuran yang besar karena memiliki jumlah pongge yang lebih banyak. Menurut Riszinin & Nugroho (2022), konsumen lebih menyukai produk dengan berat yang sesuai bahkan lebih dari harga yang dibayarkan karena konsumen menginginkan produk dengan kuantitas maksimal dengan harga yang terjangkau.

5. Rasa

Level atribut pada atribut rasa yang paling disukai oleh konsumen adalah rasa manis pahit dengan nilai *utility* 0,079 dibanding rasa manis legit sebesar -0,079. Rasa manis pahit lebih memiliki tinggi peminat dibandingkan rasa manis legit karena rasa manis pahit adalah rasa yang paling diinginkan konsumen Rumah Durian Jember saat mengonsumsi buah durian. Hasil tersebut sedikit berbeda dengan penelitian Mulyasari et al. (2020) yang menunjukkan bahwa konsumen buah durian lebih menyukai buah durian dengan rasa manis.

6. Aroma

Aroma buah durian merupakan atribut yang dikenal dan melekat pada konsumen saat akan melakukan

pembelian durian Kurniawan et al. (2024). Pada atribut aroma terdapat dua level atribut, yaitu menyengat dan kurang menyengat. Level atribut menyengat memiliki nilai *utility* 0,064 yang lebih besar dari level atribut kurang menyengat sebesar -0,064. Berdasarkan kedua nilai *utility* tersebut, konsumen Rumah Durian Jember lebih menyukai buah durian dengan aroma yang menyengat. Hal tersebut berbeda dengan penelitian Mulyasari et al. (2020) dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumen lebih menyukai buah durian dengan aroma agak menyengat daripada buah durian dengan aroma menyengat.

7. Harga

Terdapat dua level atribut pada atribut harga yaitu Rp 100.000,00 – Rp 250.000,00/kg dan > Rp 250.000,00/kg. Level atribut Rp 100.000,00 – Rp 250.000,00/kg memiliki nilai *utility* 0,129 sedangkan level atribut > Rp

250.000,00/kg bernilai -0,129. Berdasarkan nilai *utility* tersebut, harga yang paling disukai konsumen untuk membeli durian di Rumah Durian Jember adalah 100.000,00 – Rp 250.000,00/kg. Kualitas buah durian yang dikonsumsi konsumen haruslah sesuai dengan harga yang dibayarkan. Menurut Rikin et al. (2025) konsumen mengharapkan nilai produk yang diterima sepadan dengan harga yang dikeluarkan.

Nilai Kepentingan (*Importance Values*)

Pemilihan buah durian oleh konsumen Rumah Durian Jember didasarkan pada beberapa faktor kepentingan. Nilai kepentingan (*importance values*) dapat menunjukkan atribut mana yang paling penting menurut konsumen lalu dapat dijadikan pertimbangan dalam pembelian buah durian. *Importance values* konsumen buah durian dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5 Nilai Kepentingan (*Importance Values*)

Atribut	Importance Values	Peringkat
Warna kulit buah	14,519	3
Warna daging buah	11,941	7
Tekstur	13,734	6
Berat	14,258	5
Rasa	15,909	1
Aroma	14,417	4
Harga	15,222	2

Sumber: Data primer yang diolah (2025)

Berdasarkan tabel 5, atribut pertama yang paling penting yaitu rasa dengan nilai *importance value* sebesar 15,909. Rasa memiliki pengaruh kuat terhadap keputusan pembelian konsumen

karena dapat menciptakan ikatan emosional dan kepuasan secara langsung. Menurut Kartikasari et al. (2020) cita rasa yang lezat dengan pengalaman pembelian yang positif akan memberikan kepuasan

sehingga dapat menciptakan loyalitas konsumen. Sejalan dengan penelitian Mulyasari et al. (2020), atribut rasa menjadi atribut yang penting saat konsumen membeli buah durian. Hal ini menunjukkan bahwa menurut konsumen cita rasa buah durian sebagai faktor terpenting. Atribut kedua yang menjadi pertimbangan konsumen Rumah Durian Jember untuk membeli buah durian adalah harga dengan nilai *importance values* sebesar 15,222. Saat konsumen membeli suatu produk, harga yang kompetitif merupakan salah satu faktor pertimbangan dalam melakukan pembelian. Konsumen cenderung memilih produk yang harganya sebanding dengan kualitas yang diterima (Rikin et al. 2025).

Warna kulit buah menjadi atribut ketiga yang dipertimbangkan konsumen dalam pembelian buah durian di Rumah Durian Jember. Warna kulit buah memiliki nilai *importance values* sebesar 14,519. Menurut Santoso et al. (2008) konsumen perlu memperhatikan warna kulit buah durian sebelum melakukan pembelian buah durian karena warna kulit buah durian dapat menjadi faktor penentu tingkat kematangan buah durian tersebut. Atribut keempat berdasarkan nilai kepentingan yaitu aroma dengan nilai *importance values* sebesar 14,417. Konsumen pada umumnya mempertimbangkan aroma durian sebagai tolak ukur keputusan pembelian buah durian, namun beberapa konsumen juga beranggapan bahwa aroma durian tidak menentukan suatu keputusan pembelian (Santoso et al. 2008)

Atribut kelima yang dipertimbangkan konsumen saat

melakukan pembelian durian di Rumah Durian Jember adalah atribut berat dengan nilai *importance values* sebesar 14,258. Berat durian ditimbang menggunakan alat timbangan dan diberi harga per kilogram. Berat durian berkaitan dengan jumlah durian yang didapatkan dan harga yang dikeluarkan. Atribut keenam berdasarkan nilai kepentingan yaitu tekstur sebesar 13,734. Buah durian dengan tekstur yang baik seperti tidak keras ataupun benyek dapat menjadi cerminan bahwa durian yang akan dikonsumsi memiliki rasa yang enak (Kurniawan et al. 2024). Atribut ketujuh yang dipertimbangkan konsumen yaitu warna daging buah durian dengan nilai *importance values* sebesar 11,941 yang artinya warna daging buah menjadi atribut yang dipertimbangkan terakhir. Warna daging buah durian dapat menjadi petunjuk mengenai rasa dan tekstur durian.

Kepuasan Konsumen

Tingkat kepuasan konsumen terhadap pembelian buah durian segar di Rumah Durian Jember diukur dengan analisis *Customer Satisfaction Index* (CSI). Metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) merupakan alat analisis yang berfungsi untuk mengevaluasi tingkat kepuasan konsumen terhadap produk buah durian, layanan atau pengalaman yang diberikan oleh Rumah Durian Jember. Tingkat kepuasan konsumen menampilkan seberapa baik kinerja suatu atribut agar dapat memenuhi kepuasan konsumen. Hasil perhitungan indeks kepuasan konsumen dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 6 Hasil Perhitungan Indeks Kepuasan Konsumen

Atribut	MIS	MSS	WF	WS
---------	-----	-----	----	----

Warna kulit buah durian	3.67	3.90	9.02	35.17
Warna daging buah durian	4.23	4.23	10.39	43.92
Tekstur	4.19	4.31	10.28	44.35
Berat	3.19	3.69	7.83	28.84
Rasa	4.71	4.59	11.58	53.10
Aroma	3.97	4.13	9.75	40.27
Jenis	3.74	4.09	9.19	37.56
Harga	4.01	4.01	9.86	39.58
Kualitas Pelayanan	4.40	4.14	10.81	44.77
Kebersihan Tempat	4.60	4.27	11.30	48.26
Total	40.71	41.36	100.00	415.82
Customer Satisfaction Index (CSI)				83.16

Sumber: Data primer yang diolah (2025)

Tingkat kepuasan konsumen pada pembelian produk buah durian segar di Rumah Durian Jember tergolong dalam kategori sangat puas karena memperoleh nilai sebesar 83,16%. Kriteria kepuasan konsumen dengan hasil sangat puas ditandai dengan nilai CSI yang berada dalam rentan $81,00 \leq \text{CSI} \leq 100$ (Paridewi *et al.*, 2019). Hasil analisis tersebut sejalan dengan penelitian Thahira *et al.*, (2024) dan Melina *et al.*, (2024) yang menyatakan bahwa indeks kepuasan konsumen pada pembelian buah berada dalam kategori sangat puas. Secara keseluruhan, konsumen pada Rumah Durian Jember telah merasa puas terhadap atribut buah durian, akan tetapi masih terdapat atribut yang masih perlu diperbaiki sehingga kepuasan konsumen meningkat.

KESIMPULAN

Preferensi konsumen terhadap pembelian buah durian segar pada Rumah Durian Jember yaitu buah durian dengan warna kulit buah hijau kecoklatan, warna daging buah durian berwarna kuning keorangan, bertekstur lembut berkrim, memiliki berat > 1 kg, memiliki rasa manis pahit, aroma buah menyengat, dan harga berkisar Rp 100.000,00 – Rp 250.000,00. Atribut yang paling dipertimbangkan oleh konsumen berdasarkan nilai kepentingan (*importance values*) berturut-turut yaitu rasa, harga, warna kulit buah, aroma, berat, tekstur, dan warna daging buah. Kepuasan konsumen terhadap pembelian buah durian segar pada Rumah Durian Jember berada dalam kategori sangat puas dengan nilai *Customer Satisfaction Index* (CSI) sebesar 83,16%. Atribut kepuasan dengan nilai tertinggi adalah atribut rasa. Sedangkan atribut kepuasan

dengan nilai terendah adalah atribut berat.

a.2020.004.01.9

DAFTAR PUSTAKA

- Kartikasari, R. D., Handayani, M. T., & Fatmahan, N. H. (2020). Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Atribut Buah Pepaya Di Pasar Tradisional Kota Surakarta. *Jurnal Ilmiah Agrineca*, 20(2), 104–111. <https://doi.org/10.36728/afp.v20i2.1080>
- Kurniawan, M. A., Ambar Indrianingtia Sukma, S., Purbowo, & Khasan, U. (2024). Pemetaan Image Konsumen Terhadap Buah Durian Bajul Di Kecamatan Sawahan Kabupaten Nganjuk. *SIGMAGRI*, 4(2), 100–115.
- Kurniawan, R. A., Zuhriyah, A., & Fauziah, E. (2023). Analisis Preferensi Konsumen Ubi Madu di Kecamatan Trawas Kabupaten Mojokerto. *Jurnal Ilmiah Sosio Agribis (JISA)*, 24(2), 70–79.
- Melina, R., Fernandez, E., & Nursan, M. (2024). Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Golden Melon Dengan Sistem Hidroponik di Kawasan Agrowisata Golden Melon Kabupaten Lombok Barat. *Agrimansion*, 25(1), 50–62.
- Mulyasari, V. K., Prasetyo, E., & Sumarjono, D. (2020). Analisis Preferensi Konsumen terhadap Pembelian Durian Lokal di Kota Semarang. *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 4(1), 87–96. <https://doi.org/10.21776/ub.jep>
- Paridewi, A. A. I. K., Budastra, I. K., & Yakin, A. (2019). Analisis Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Buah Durian Di Kota Mataram. *Jurnal Agrimansion*, 20(2), 83–95.
- Rikin, J. C., Fathorrahman, & Pradiani, T. (2025). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian di Unyil Durian Pekanbaru. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*, 10(1), 341–358.
- Riszinin, Y. M., & Nugroho, T. R. D. A. (2022). Preferensi Konsumen terhadap Pembelian Keripik Singkong di UD. Sumber Mutiara Kecamatan Sampang Kabupaten Sampang. *Agriscience*, 3(1), 58–71. <https://doi.org/10.21107/agriscience.v3i1.15209>
- Santoso, P. J., Novaril, A., S. M. J., Wahyudi, T., & Hasayim, A. (2008). Ideotipe Durian Nasional Berdasarkan Preferensi Konsumen. *Jurnal Hortikultura*, 18(4), 395–401.
- Sastrawan, N. I., Budastra, I. K., & Efendy, E. (2023). Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Atribut Buah Pisang Di Kota Mataram. *Jurnal Agrimansion*, 24(2), 467–476. <https://doi.org/10.29303/agrimansion.v24i2.1460>
- Sayyidah, B. E., Soetriono, & Sugeng, R. (2017). Karakteristik dan Preferensi Konsumen Durian Lokal di Kabupaten Jember. *Agribest*, 01(02), 125–135.

Thahira, Z. N., Prastiwi, W. D., & Mukson. (2024). Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Melon di Hortimart Agro Center Kabupaten Semarang. *Mimbar Agribisnis : Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 10(1), 594–605.

Widiyanto, N. A., Adhi, A. K., & Daryanto, H. K. (2016). Atribut-Atribut Yang Mempengaruhi Sikap Dan Preferensi Konsumen Dalam Membeli Buah Apel Di Kota Surabaya Dan Kota Malang Provinsi Jawa Timur. *Ilmu Keluarga Dan Konsumen*, 9(2), 136–146.