



Analisis Preferensi Masyarakat Terhadap Pangan Olahan Ubi Kayu Menjadi Jepa

Sulaiman¹, Supardi Hasanuddin¹, Fatmawati²

¹Fakultas Pertanian Universitas Tomakaka, Mamuju

²Kantor Dinas Tanaman Pangan, Hortikultura dan Peternakan Kabupaten Mamuju

Email: sulaiman_teddu@yahoo.co.id

Corresponding Author: Sulaiman, Universitas Tomakaka, Email: sulaiman_teddu@yahoo.co.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan, antara lain untuk mengetahui preferensi Masyarakat terhadap Pangan olahan Ubi Kayu Menjadi Jepa di Kota Mamuju dan Mengetahui sikap masyarakat terhadap Pangan olahan Ubi Kayu Menjadi Jepa di Kota Mamuju. Sedangkan manfaat penelitian adalah : 1) Bagi pemerintah, khususnya Pemerintah Daerah Kabupaten Mamuju, hasil penelitian diharapkan dapat menjadi sumber pemikiran atau pertimbangan dalam menyusun suatu kebijakan di Kabupaten Mamuju, 2) Bagi produsen serta pemasar ubi kayu, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan tentang preferensi Masyarakat terhadap Pangan olahan Ubi Kayu Menjadi Jepa di Kota Mamuju yang nantinya dapat dijadikan sebagai sarana untuk mempermudah pemasaran Jepa sesuai dengan selera konsumen, 3) Bagi pihak lain, semoga hasil penelitian ini dapat menjadi salah satu sumber informasi, wawasan dan pengetahuan serta sebagai referensi untuk penelitian yang sejenis, dan 4) Bagi peneliti, penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan, dan wawasan peneliti serta sebagai salah satu syarat kelulusan untuk memperoleh gelar sarjana di Fakultas Pertanian Universitas Tomakaka Mamuju.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa : 1) Preferensi Masyarakat terhadap Pangan olahan Ubi Kayu Menjadi Jepa di Kota Mamuju lebih memilih jepa yang mempunyai ukuran sedang, bentuk bulat teratur, dan rasa yang gurih, dan 2) Sikap masyarakat terhadap atribut pangan olahan ubi kayu menjadi jepa yang paling dipertimbangkan dalam keputusan pembelian pangan olahan ubi kayu menjadi jepa di Kota Mamuju adalah atribut rasa. Urutan atribut dari yang paling dipertimbangkan sampai dengan yang kurang dipertimbangkan adalah rasa, bentuk, dan ukuran pangan olahan ubi kayu menjadi jepa.

Kata kunci: *Preferensi; Pangan; Jepa; Olahan; Mamuju..*

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara agraris dengan sumberdaya alam melimpah dan wilayahnya yang luas berpotensi untuk memenuhi kebutuhan pangan dan gizi bagi penduduknya. Kekayaan alam yang melimpah dan jumlah penduduk yang besar menjadi potensi dalam pengembangan sektor pertanian di Indonesia. Sebagai negara agraris, sebagian besar penduduknya bermata pencaharian sebagai petani. Keadaan lingkungan di Indonesia sangat baik untuk bercocok tanam sehingga mendukung kegiatan pertanian di Indonesia. Oleh karena itu, petani dapat menghasilkan produk-produk pertanian yang dibutuhkan untuk mencukupi kebutuhan masyarakat sehari-hari dan ketahanan pangan dapat terwujud.

Menurut Rozi (2006), bahwa 96 % penduduk negeri ini bergantung pada beras. Ketahanan pangan yang hanya bergantung pada satu komoditi yaitu beras beresiko besar, sehingga perlu adanya diversifikasi pangan sebagai bahan alternatif atau menciptakan komoditi pangan yang baru, sehingga masyarakat dapat mengkonsumsi berbagai macam makanan yang nantinya dapat mencegah terjadinya krisis pangan, selain itu diversifikasi pangan dapat juga menambah konsumsi gizi yang dimakan oleh masyarakat. Pangan alternatif yang berbasis umbi-umbian merupakan salah satu cara untuk mencegah terjadinya krisis pangan.

Peranan komoditi umbi-umbian (ubi kayu dan ubijalar) pada umumnya sebagai sumber pangan karbohidrat, pakan ternak dan bahan baku industri olahan pangan. Peranan ubi kayu dan ubi jalar semakin penting dan

strategis dalam upaya mewujudkan ketahanan pangan di negeri ini (Anonim, 2008). Salah satu komoditi dari umbi-umbian adalah ubi kayu (singkong).

Di Provinsi Sulawesi Barat, makanan pokok masyarakat adalah beras. Rata-rata tingkat konsumsi beras mencapai sekitar 113,7 kg/kapita/tahun (BPS 2012). Tingginya konsumsi beras ini dapat berdampak negatif terhadap pemantapan ketahanan pangan. Oleh karena itu perlu pengembangan pangan lokal sebagai alternatif pangan pokok dan makanan selingan. Ditinjau dari potensi sumberdaya wilayah, sumberdaya alam Provinsi Sulawesi Barat memiliki potensi ketersediaan pangan yang beragam, baik sebagai sumber karbohidrat, protein, vitamin dan mineral, yang berasal dari kelompok padi-padian, umbi-umbian, pangan hewani, kacang-kacangan, sayur, buah dan biji bemyak. Potensi sumberdaya pangan tersebut belum seluruhnya dimanfaatkan secara optimal sehingga pola konsumsi pangan rumah tangga masih didominasi beras, dan keanekaragaman konsumsi pangan belum terwujud. Data dari BPS (2012) menyebutkan bahwa selain beras, ubi kayu sangat berpotensi sebagai pangan lokal Sulawesi Barat.

Komoditas ubi kayu banyak diusahakan dilahan kering dengan tingkat kesuburan yang masih rendah dan secara umum dibudidayakan secara tradisional dan subsistem. Rata-rata luas areal tanaman ubi kayu di Sulawesi Barat dalam tiga tahun terakhir yaitu 2.881 Ha, produksi 47.670 ton dengan tingkat produktivitas 16,546 Ton/Ha, lebih rendah dibandingkan dengan produktivitas varietas nasional diantaranya varietas UJ-5, dan Adira 4 mencapai 25-38 ton/tahun (Balitkabi, 2009). Ubi kayu dikembangkan sebagai penunjang ketahanan pangan, dalam rangka mengurangi tingkat konsumsi beras karena ubi kayu dapat menjadi bahan pangan alternatif penghasil karbohidrat (Rukmana, 1997). Selain sangat adaptik pada berbagai kondisi tanah dan iklim. Di Sulawesi Barat ubi kayu diolah menjadi berbagai produk makanan, salah satu yang sangat terkenal sebagai pangan lokal adalah jepa ubi kayu. Penelitian ini bertujuan, antara lain untuk (1) mengetahui preferensi Masyarakat terhadap Pangan olahan Ubi Kayu Menjadi Jepa di Kota Mamuju dan (2) mengetahui sikap masyarakat terhadap Pangan olahan Ubi Kayu Menjadi Jepa di Kota Mamuju.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif yang menggunakan dua metode yaitu metode kualitatif (FGD dan wawancara mendalam) dan kuantitatif (desain Cross sectional). Penelitian terhadap ibu rumah tangga sebagai sampel penelitian. Dengan kriteria bahwa ibu rumah tangga yang berkunjung dan berbelanja secara rutin di pasar lama Mamuju dan pasar TPI.

Penelitian ini menggunakan dua metode analisis data yaitu analisis Chi Square, karena analisis chi-square dengan menggunakan teknik goodness-of-fit dapat digunakan untuk menguji perbedaan yang signifikan antara banyak yang diamati/observed dari objek atau jawab yang masuk dalam masing-masing kategori dengan banyak yang diharapkan/expected (Siegel, 1992) dan Analisis Multiatribut Fishbein, karena model ini merupakan salah satu model yang terkenal untuk mengukur sikap terhadap objek. Secara lebih lengkap, metode analisis yang digunakan adalah sebagai berikut :

1. Analisis Chi Square (X²)

Untuk mengetahui preferensi Masyarakat terhadap Pangan olahan Ubi Kayu Menjadi Jepa di Kota Mamuju, digunakan analisis chi square dengan rumus sebagai berikut:

$$X^2 = \sum = \left[\frac{(fo - fe)^2}{fe} \right] \dots\dots\dots (1)$$

Keterangan:

X² = Chi Square

Fo = banyaknya responden yang membeli jepa

Fe = banyaknya responden yang diharapkan membeli jepa

Pengujian pada tingkat kepercayaan 95% dengan kriteria pengujian :

- a) Jika X² hitung > X² tabel, maka H₀ ditolak, ini berarti terdapat perbedaan preferensi Masyarakat terhadap Pangan olahan Ubi Kayu Menjadi Jepa di Kota Mamuju.
- b) Jika X² hitung ≤ X² tabel, maka H₀ diterima, ini berarti tidak terdapat perbedaan preferensi Masyarakat terhadap Pangan olahan Ubi Kayu Menjadi Jepa di Kota Mamuju

Keterangan

1. Frekuensi harapan (fe) ditentukan dengan asumsi bahwa fe = ½ n
2. Degree of Freedom (df) ditentukan dengan asumsi df = (n-1)

2. Analisis Multiatribut Fishbein

Menurut Prasetijo dan Ihalauw (2005), untuk mengetahui sikap masyarakat terhadap Pangan olahan Ubi Kayu Menjadi Jepa di Kota Mamuju yang paling dipertimbangkan oleh konsumen digunakan analisis

multiatribut Fishbein. Formulasi Fishbein merupakan model multiatribut yang paling terkenal, dengan rumus sebagai berikut :

$$A_0 = \sum_{i=1}^n b_i \cdot e_i \dots\dots\dots(2)$$

Keterangan

A₀ : Sikap konsumen terhadap Pangan olahan Ubi Kayu Menjadi Jepa

b_i : tingkat keyakinan masyarakat bahwa Pangan olahan Ubi Kayu Menjadi Jepa memiliki atribut tertentu (atribut ke-i)

e_i : Dimensi evaluatif konsumen terhadap variabel ke-i yang dimiliki Pangan olahan Ubi Kayu menjadi Jepa

n : Jumlah atribut yang dimiliki Pangan olahan Ubi Kayu Menjadi Jepa

HASIL DAN PEMBAHASAN

Preferensi Masyarakat terhadap Pangan olahan Ubi Kayu Menjadi Jepa

Preferensi konsumen adalah pilihan suka atau tidak suka oleh seseorang terhadap produk (barang atau jasa) yang dikonsumsi. Preferensi konsumen menunjukkan kesukaan konsumen dari berbagai pilihan produk yang ada (Kotler, 1997). Pilihan tersebut berbeda-beda antara konsumen satu dengan konsumen yang lain. Preferensi konsumen terhadap olahan ubi kayu menjadi jepa di Kota Mamuju dapat diketahui dari frekuensi konsumen yang memilih kategori atribut dari olahan Ubi Kayu menjadi jepa yang diteliti.

Adapun atribut olahan Ubi Kayu menjadi jepa yang diteliti adalah ukuran (besar, sedang, kecil), bentuk Jepa (bulat teratur dan bulat tidak teratur), dan Rasa (Legit, empuk). Banyaknya responden yang memilih kategori setiap atribut (fo) dan banyaknya responden yang diharapkan dalam kategori atribut olahan Ubi kayu menjadi Jepa (fe) dapat dilihat pada Tabel berikut ini :

Hasil dan pembahasan memuat hasil analisis data dan uraian pembahasan yang mendalam atas fenomena yang terjadi di lokasi penelitian yang relevan dengan tema kajian. Hasil penelitian hendaknya dibandingkan dengan teori dan atau temuan penelitian terdahulu yang relevan dengan kajian dimaksud. Hasil dan pembahasan dapat berisi data yang disajikan dengan tabel dan/atau gambar serta deskripsi pembahasan atau ulasannya hasil analisis data. Tabel dan gambar diberi nomor urut dengan angka arab dan diberi judul. Tabel ditampilkan tanpa garis vertikal, sedangkan garis horizontal hanya ditampilkan 3 sampai 4 garis horizontal utama yaitu 2 garis horizontal untuk item judul kolom dan 1 garis penutup untuk baris paling bawah dan/atau 1 garis sebelum paling bawah (jika diperlukan). Ukuran huruf untuk isi tabel maksimal 10 pt tanpa *bold*. Jarak antara judul tabel dan kalimat sebelumnya 1 spasi, antara judul tabel dan tabel ½ spasi, serta antara tabel dan kalimat selanjutnya 1 spasi. Apabila tabel memiliki lajur/kolom cukup banyak atau panjang, bisa digunakan format satu kolom atau satu halaman penuh. Contoh penyajian tabel dan gambar adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Responden yang Memilih Kategori Setiap Atribut (fo) dan Responden yang Diharapkan dalam Kategori Atribut olahan Ubi kayu menjadi Jepa (fe)

<i>Atribut Jepa</i>	<i>Kategori atribut Jepa</i>	<i>Observasi (Fo)</i>	<i>Ekspektasi (Fe)</i>
Ukuran	Besar	5	15
	Sedang	18	15
	Kecil	7	15
Bentuk	Bulat teratur	27	15
	Bulat tidak teratur	3	15
<i>Rasa</i>	<i>Tawar</i>	<i>2</i>	<i>15</i>
	<i>Gurih</i>	<i>28</i>	<i>15</i>

Sumber : Data Primer Setelah diolah, (2019)

Dari frekuensi konsumen yang memilih kategori setiap atribut olahan ubi kayu menjadi jepa, kemudian dilakukan analisis menggunakan analisis Chi Square. Hipotesis yang digunakan :

Ho : Tidak terdapat perbedaan preferensi Masyarakat terhadap Pangan olahan Ubi Kayu Menjadi Jepa di Kota Mamuju lebih tinggi

Ha : Terdapat perbedaan preferensi Masyarakat terhadap Pangan olahan Ubi Kayu Menjadi Jepa di Kota Mamuju lebih tinggi

Pengujian dengan menggunakan tingkat kepercayaan 95% dengan kriteria : apabila $\chi^2_{hitung} > \chi^2_{tabel}$, maka H₀ ditolak dan H_a diterima, jika $\chi^2_{hitung} = \chi^2_{tabel}$, maka H₀ diterima dan H_a ditolak. Dari hasil analisis Chi Square dapat diketahui bahwa preferensi konsumen terhadap olahan ubi kayu menjadi jepa di Kota Mamuju menunjukkan hasil seperti Tabel di bawah.

Tabel 2 Hasil Analisis Chi Square

Atribut Jepa	X ² Hitung	Df	X ² Tabel	Keterangan
Ukuran	11,53	2	5,992	Berbeda Nyata
Bentuk	19,20	1	3,842	Berbeda Nyata
Rasa	22,53	1	3.842	Berbeda Nyata

Sumber, Data Primer, setelah diolah, (2019)

Tabel di atas menunjukkan bahwa semua atribut yang diamati dalam penelitian ini berbeda nyata dalam taraf kepercayaan 95% yang berarti bahwa hipotesis nol (Ho) ditolak dan hipotesis alternatif (Ha) diterima, karena dari ketiga atribut yang diamati, X² hitung lebih besar daripada X² tabel. Ini berarti terdapat perbedaan preferensi konsumen terhadap pangan olahan Ubi Kayu Menjadi Jepa. Preferensi konsumen terhadap pangan olahan Ubi Kayu Menjadi Jepa di Kota Mamuju dapat diketahui dengan melihat kategori/kriteria atribut yang paling banyak dipilih oleh konsumen. Preferensi konsumen terhadap olahan Ubi Kayu Menjadi Jepa di Kota Mamuju tersebut dapat dilihat pada Tabel berikut.

Tabel 3. Preferensi Konsumen terhadap pangan olahan Ubi Kayu Menjadi Jepa di Kota Mamuju

Atribut Jepa	Kategori atribut Jepa	Jumlah Responden	Persentase (%)	Preferensi Konsumen
Ukuran	Besar	5	16.7	Sedang
	Sedang	18	60.0	
	Kecil	7	23.3	
Bentuk	Bulat teratur	27	90.0	Bulat teratur
	Bulat tidak teratur	3	10.0	
Rasa	Tawar	2	6.7	Gurih
	Gurih	28	93.3	

Sumber, Data Primer, setelah diolah, (2019)

Berdasarkan Tabel di atas dapat diketahui bahwa pangan olahan Ubi Kayu Menjadi Jepa yang disukai konsumen di Kota Mamuju adalah Jepa yang mempunyai ukuran sedang, mempunyai bentuk bulat teratur, dan rasa yang gurih.

Sikap masyarakat terhadap Pangan olahan Ubi Kayu Menjadi Jepa

Sikap masyarakat terbentuk dari adanya kepercayaan dan evaluasi masyarakat pada suatu produk atau objek tertentu, sehingga sikap masyarakat akan menggambarkan kepercayaan (belief) masyarakat pada suatu produk atau objek tertentu (Widhiani, 2006). Kepercayaan (bi) dan evaluasi (ei) masyarakat mengenai atribut pangan olahan Ubi Kayu Menjadi Jepa didapat dengan cara menentukan standar penilaian dengan menggunakan skala likert, kemudian skor masing-masing atribut dikalikan dengan frekuensi jawaban responden dan dibagi dengan jumlah responden, sehingga didapat nilai kepercayaan dan evaluasi konsumen terhadap atribut pangan olahan Ubi Kayu Menjadi Jepa. Kepercayaan dan evaluasi konsumen terhadap pangan olahan Ubi Kayu Menjadi Jepa dapat dilihat pada berikut.

Tabel 4 Preferensi Konsumen (bi) terhadap pangan olahan Ubi Kayu Menjadi Jepa di Kota Mamuju

Atribut Jepa	Nilai					Total Nilai	n	Rata-rata
	SB (5)	B (4)	N (3)	TB (2)	STB (1)			
Ukuran	10	84	21	0	0	115	30	3,83
Bentuk	5	80	27	0	0	112	30	3,73
Rasa	10	80	21	2	0	113	30	3,77

Sumber, Data Primer, setelah diolah, (2019)

Keterangan :

SB : sangat baik

B : baik

N : netral

TB : tidak baik

STB : sangat tidak baik

Tabel 4 menunjukkan bahwa atribut yang diyakini paling disukai oleh masyarakat adalah ukuran pangan olahan Ubi Kayu Menjadi Jepa. Atau dapat dikatakan, masyarakat mempunyai kepercayaan bahwa ukuran pangan olahan Ubi Kayu Menjadi Jepa yang dibeli oleh masyarakat adalah pangan olahan Ubi Kayu Menjadi Jepa yang paling disukai. Sedangkan atribut pangan olahan Ubi Kayu Menjadi Jepa yang kurang diyakini oleh konsumen adalah atribut bentuk jepa.

Tabel 5. Nilai Evaluasi Konsumen (ei) Terhadap Atribut pangan olahan Ubi Kayu Menjadi Jepa

<i>Atribut Jepa</i>	<i>Nilai</i>					<i>Total Nilai</i>	<i>n</i>	<i>Rata-rata</i>
	SB	B	N	TB	STB			
	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)			
Ukuran	10	68	33	0	0	111	30	3,70
Bentuk	20	80	18	0	0	118	30	3,93
Rasa	55	56	15	0	0	126	30	4,20

Sumber : Data Primer setelah diolah, 2019

Keterangan :

SB : sangat baik

B : baik

N : netral

TB : tidak baik

STB : sangat tidak baik

Data pada Tabel 5 menunjukkan bahwa rasa pangan olahan Ubi Kayu Menjadi Jepa merupakan atribut yang mempunyai tingkat kepentingan paling tinggi dalam keputusan pembelian pangan olahan Ubi Kayu Menjadi Jepa. Atau konsumen menganggap bahwa atribut rasa adalah atribut yang paling utama atau penting untuk diperhatikan dalam menentukan keputusan pembelian pangan olahan Ubi Kayu Menjadi Jepa.

Indeks sikap konsumen (Ao) didapat dengan mengalikan angka penilaian kepercayaan (bi) dan nilai evaluasi konsumen (ei) terhadap atribut pangan olahan Ubi Kayu Menjadi Jepa. Angka ini menunjukkan penilaian konsumen terhadap atribut yang melekat pada pangan olahan Ubi Kayu Menjadi Jepa yang meliputi ukuran, bentuk, dan rasa. Adapun nilai dari indeks sikap konsumen (Ao) terhadap pangan olahan Ubi Kayu Menjadi Jepa dapat dilihat pada Tabel berikut.

Tabel 6 Peringkat Sikap masyarakat Terhadap pangan olahan Ubi Kayu Menjadi Jepa di Kota Mamuju

<i>Atribut Jepa</i>	<i>Kepercayaan (bi)</i>	<i>Evaluasi (ei)</i>	<i>Sikap (Ao)</i>	<i>Peringkat</i>
Ukuran	3,83	3,70	14.1710	III
Bentuk	3,73	3,93	14.6589	II
Rasa	3,77	4,20	15.8340	I

Sumber : Data Primer setelah diolah, 2019

Data pada Tabel 6 dapat diketahui bahwa nilai indeks sikap masyarakat terhadap atribut yang dipertimbangkan dalam keputusan pembelian pangan olahan Ubi Kayu Menjadi Jepa berturut-turut dari yang paling tinggi sampai yang terendah adalah rasa, bentuk, dan ukuran. Atribut kebersihan rasa menempati peringkat pertama, sehingga dapat dikatakan bahwa rasa pangan olahan Ubi Kayu menjadi Jepa merupakan atribut yang paling dominan dipertimbangkan oleh masyarakat dalam keputusan pembelian jepa.

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan sebelumnya maka dapat disimpulkan bahwa Preferensi Masyarakat terhadap Pangan olahan Ubi Kayu Menjadi Jepa di Kota Mamuju lebih memilih jepa yang mempunyai ukuran sedang (60,0%), bentuk bulat teratur (90,0%), dan rasa yang gurih (93,3%). Sikap masyarakat terhadap atribut pangan olahan ubi kayu menjadi jepa yang paling dipertimbangkan dalam

keputusan pembelian pangan olahan ubi kayu menjadi jepa di Kota Mamuju adalah atribut rasa. Urutan atribut dari yang paling dipertimbangkan sampai dengan yang kurang dipertimbangkan adalah rasa, bentuk, dan ukuran pangan olahan ubi kayu menjadi jepa.

DAFTAR PUSTAKA

- Anonim, 2008. Kiat Meningkatkan Produktivitas Umbi-umbian (Ubi kayu dan Ubi jalar) dengan Kualitas Baik. <http://www.sinartani.com>. Diakses tanggal 21 Desember 2018.
- Anonim, 2009. Pasar. <http://id.wikipedia.org/wiki/pasar>. Diakses tanggal 21 Desember 2018
- Anonim, 2010. Pemasaran. <http://warnadunia.com>. Diakses tanggal 21 Desember 2018
- Assael H. 1992. *Consumer Behavior and Marketing Action*, Fourth Edition. New York: Pluskent Publishing Company.
- Azhari, Yusak Maryunianta, Ratna Gultom, 2016. Analisis preferensi konsumen terhadap Keripik ubi jalar di Kota Medan (Kasus : Carrefour, Plaza Medan Fair), Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Sumatera Utara, Medan
- Azwar, 2002. *Sikap Manusia: Teori dan Pengukurannya*. Pustaka Pelajar. Yogyakarta.
- Badan Pusat Statistik Sulawesi Barat, 2012. *Sulawesi Barat Dalam Angka*. Badan Pusat Statistik. Mamuju
- Balitikabi, 2009. Akselerasi Inovasi Teknologi untuk Mendukung Peningkatan Produksi Aneka Kacang dan Ubi. Prosiding Seminar Nasional Hasil Penelitian Tanaman Kacang-kacangan dan Umbi-umbian, Pusat Penelitian dan Pengembangan Tanaman Pangan, Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian, Kementerian Pertanian.
- Boyd, Harper W., Orville C Walker, dan Jean Lorreche. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I Edisi kedua. Erlangga Jakarta.
- Engel, J., Roger D.B., dan Paul W.M. 1994. *Perilaku Konsumen*. Jilid I. Binarupa Aksara. Jakarta
- Hanifah, E. 2008. *Analisis Preferensi Konsumen terhadap Ubi Jalar Varietas Lokal Bestak Mangkokan di daerah Wisata Tawangmangu Kabupaten Karanganyar*. Skripsi fakultas Pertanian UNS
- Hillcocks RJ, Thresh JM, Belotti A. 2002. *Cassava Biology, Production and Utilization*. New York: CABI Publishing
- Indarto, Rossi Prasetya. 2011. Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Bundling Kartu GSM dengan Smartphone. Tesis : Universitas Indonesia.
- Kotler, P. 1992. *Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian*. Erlangga. Jakarta
- Kotler, P. 1997. *Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol*. Ikrar Mandiri Abadi. Jakarta
- Kotler P. 2005. *Manajemen Pemasaran Edisi Kesebelas Jilid 1 dan 2*. PT. Jakarta: Indeks Kelompok Gramedia
- Kotler, P dan Gary Armstrong. 2006. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Erlangga. Jakarta.
- Munandar, J. M. Udin, F., Amelia, M. 2012. Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Konsumen Produk Air Minum Dalam Kemasan di Bogor. *Jurnal Teknologi Industri Pertanian IPB Vol. 13*.
- Nicholson, W. 2002. *Mikroekonomi Intermediate dan Aplikasinya*. Erlangga. Jakarta.
- Pindyck, R. S. dan Rubinfeld, D. L. 2012. *Microeconomy*. (Mikroekonomi, alih bahasa: Devri Barnadi Putera). Edisi Kedelapan. Penerbit Erlangga. Jakarta
- Prasetyo, R., dan John Ihalauw. 2005. *Perilaku Konsumen*. Penerbit Andi. Jogjakarta
- Rozi, F. 2006. *Hambatan Diversifikasi Pangan Masyarakat Jawa Timur*. [http:// www.balitbangjatim.com](http://www.balitbangjatim.com). Diakses pada tanggal 21 Desember 2018
- Rukmana, 1997. *Ubi Kayu Budidaya dan Pascapanen*. Kanisius, Yogyakarta
- Sarpina, Ida Adriani & Suryani, 2013. Teknologi pengolahan ubi kayu sebagai bahan pangan lokal (jepa) di Sulawesi Barat. Prosiding Seminar Nasional Sains dan Inovasi Teknologi Pertanian, Balai Pengkajian Teknologi Pertanian (BPTP) Sulawesi Barat, Mamuju.
- Siegel. 1992. *Statistik Nonparametrik*. Gramedia Pustaka Utama Jakarta.
- Simamora, B. 2003. *Membongkar Kotak Hitam*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta
- Simamora, 2004. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Sumarwan, U. 2003. *Perilaku Konsumen, Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Ghalia Indonesia. Jakarta
- Tamami, 2013. *Pengembangan pangan olahan pangan berbasis ubi Kayu dengan pendekatan perilaku konsumen pada Agroindustri 'krepek tette' di madura*. Prosiding Seminar Hasil Penelitian Tanaman Aneka Kacang dan Umbi.
- Tjiptono F. 2006. *Brand Management Dan Strategy*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Vivian, John. 2008. Teori Komunikasi Massa. Jakarta : Kencana

Widhiyani, A.P. 2006. *Aplikasi Teori Aksi Beralasan (Theory of Reasoned Action)*.
<http://www.digilib.ui.ac.id>. Diakses pada tanggal 21 Desember 2018