

ANALISIS PERMINTAAN BUAH IMPOR DI TOKO BUAH KOTA MATARAM

ANALYSIS OF IMPORTED FRUIT DEMAND IN FRUIT STORES IN MATARAM CITY

Sabhina Intan Asma Latifa¹, Ibrahim^{1*}, Taslim Sjah¹

¹Program Studi Agribisnis Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Fakultas Pertanian Universitas Mataram,
Mataram, Indonesia

*Email penulis korespondensi: ibrahimhmal1@unram.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis permintaan buah impor di toko buah Kota Mataram dan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan buah impor di toko buah Kota Mataram. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei dengan unit analisis adalah konsumen buah impor di toko buah Kota Mataram. Daerah penelitian ini ditentukan secara *purposive sampling*, yaitu Kecamatan Mataram, Kecamatan Cakranegara, dan Kecamatan Sekarbela. Penentuan jumlah responden ditetapkan secara *quota sampling*, sebanyak 30 responden. Jenis data yang digunakan adalah data kuantitatif dan kualitatif, dan sumber data adalah data primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data yaitu dengan melakukan wawancara langsung kepada responden. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan analisis deskriptif menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Jenis dan permintaan buah impor di Kota Mataram bervariasi; (2) Faktor-faktor yang berpengaruh secara signifikan terhadap permintaan buah impor di toko buah Kota Mataram meliputi jumlah anggota keluarga, pendapatan konsumen dan tingkat pendidikan. Beberapa hal yang disarankan strategi pemasaran berdasarkan karakteristik konsumen; Penawaran varian buah lokal sebagai substitusi; Pelaksanaan edukasi konsumen mengenai kesehatan; Pemantauan pasar dan tren konsumsi secara berkala; dan Peningkatan kualitas layanan dan pengalaman berbelanja.

Kata Kunci: Permintaan, Buah Impor, Toko Buah, Kota Mataram

ABSTRACT

This study aims to analyze the demand for imported fruit in fruit stores in Mataram City and examine the factors influencing the demand for imported fruit in these stores. This study aims to analyze the demand for imported fruit in fruit stores in Mataram City and analyze the factors that influence the demand for imported fruit in fruit shops in Mataram City. The method used in this study is a survey method with the unit of analysis being consumers of imported fruit in fruit stores in Mataram City. The research area was determined by purposive sampling, i.e. Mataram District, Cakranegara District, and Sekarbela District. The determination of the number of respondents was determined by quota sampling, as many as 30 respondents. The types of data used are quantitative and qualitative data, and the data sources are primary and secondary data. The data collection technique is by conducting direct interviews with respondents. The data analysis method used in this study is descriptive analysis and multiple linear regression analysis. The results of the study show that: (1) The types and demand for imported fruit in Mataram City vary; (2) Factors that significantly influence the demand for imported fruit in fruit shops in Mataram City include the number of family members, consumer income and education level. Some of the things that are suggested include: Adjusting the price of imported fruit; Increasing the availability of popular fruit; Implementing marketing strategies based on consumer characteristics; Offering local fruit variants as a substitute; Implementation of consumer education on health; Regular monitoring of market and consumption trends; and Improvement of service quality and shopping experience.

Keywords: Demand, Imported Fruit, Fruit store, Mataram City

PENDAHULUAN

Buah merupakan salah satu komoditas penting dalam pemenuhan gizi masyarakat karena mengandung berbagai vitamin, mineral, dan serat yang berperan dalam menjaga

kesehatan (Almatsier, 2009; Gibney *et al.*, 2009; Soegih, 2002). Di tengah meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap gaya hidup sehat, konsumsi buah lokal dan impor mengalami tren peningkatan di banyak daerah di Indonesia, termasuk di Kota Mataram. Dalam beberapa tahun terakhir, permintaan terhadap buah impor mengalami pertumbuhan yang cukup pesat. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor, antara lain peningkatan pendapatan masyarakat, globalisasi yang memperluas akses terhadap produk luar negeri, serta preferensi konsumen terhadap kualitas, rasa, dan penampilan buah impor yang dianggap lebih menarik. Buah-buah seperti apel Fuji, anggur merah, pir, dan jeruk mandarin yang berasal dari negara seperti Tiongkok, Amerika Serikat, dan Australia kini mudah ditemukan di berbagai toko buah di Kota Mataram. Ketersediaan buah impor yang hampir tidak terpengaruh oleh musim tanam menjadikannya pilihan alternatif yang stabil dibandingkan buah lokal yang bersifat musiman (Hapsari, 2019).

Namun, meningkatnya konsumsi buah impor juga menghadirkan tantangan tersendiri, baik bagi pelaku usaha maupun bagi kebijakan pembangunan sektor pertanian dan perdagangan. Di satu sisi, buah impor membuka peluang bisnis yang menguntungkan. Di sisi lain, kehadirannya dapat mengancam posisi buah lokal yang belum mampu bersaing dari sisi kualitas, kuantitas, dan kontinuitas produksi. Persaingan antara buah lokal dan buah impor ini menimbulkan persoalan strategis dalam pengelolaan pasar domestik, distribusi produk, dan perlindungan terhadap petani buah lokal (Yuliasuti *et al.*, 2020). Untuk memahami dinamika ini, perlu dilakukan analisis permintaan terhadap buah impor, khususnya di level ritel seperti toko buah. Toko buah menjadi titik temu antara produsen, distributor, dan konsumen akhir. Dalam konteks Kota Mataram, toko buah yang tersebar di berbagai kawasan memiliki karakteristik konsumen yang berbeda-beda, baik dari segi pendapatan, selera, maupun akses terhadap produk. Oleh karena itu, pemahaman tentang pola permintaan buah impor sangat penting untuk membantu pelaku usaha menyusun strategi pengadaan, penetapan harga, dan promosi yang lebih tepat sasaran (Besanko *et al.*, 2010; Drummond & Goddwin, 2011; Fanzo & Davis, 2022; J. B. Penson *et al.*, 2015; Samuelson & Nordhaus, 2010).

Permintaan konsumen terhadap suatu barang pada dasarnya dipengaruhi oleh berbagai variabel seperti harga barang itu sendiri, harga barang substitusi, pendapatan konsumen, selera, serta ekspektasi konsumen terhadap ketersediaan dan harga di masa mendatang. Dalam konteks buah impor, faktor-faktor tersebut sangat relevan. Sebagai contoh, harga apel lokal yang lebih murah dibanding apel Fuji impor bisa menjadi pertimbangan utama bagi konsumen berpenghasilan rendah. Namun bagi konsumen dengan preferensi kuat terhadap merek atau kualitas tertentu, harga bukanlah penghalang (Dunne, 1999; Fanzo & Davis, 2022; Fotiadis *et al.*, 2022; Kotler *et al.*, 2020; Nijssen, 2022; J. B. J. Penson *et al.*, 2002; Seitz *et al.*, 2002; Sjah, 2010b; Stanton *et al.*, 2000).

Data nasional BPS (2021 & 2022) menunjukkan bahwa tren impor buah ke Indonesia terus meningkat. Kenaikan ini tidak hanya menunjukkan adanya permintaan yang konsisten, tetapi juga mengindikasikan bahwa pasar domestik terbuka lebar untuk produk hortikultura impor. Kota Mataram sebagai kota dengan pertumbuhan ekonomi yang relatif stabil di wilayah timur Indonesia menjadi contoh menarik untuk dianalisis. Selain itu, pertumbuhan sektor pariwisata dan perdagangan di kota ini (NTB Satu, 2024; Pemerintah Kota Mataram, 2024) juga mendorong peningkatan permintaan terhadap produk-produk premium, termasuk buah impor.

Penelitian ini bertujuan untuk: (1) menganalisis permintaan buah impor di toko buah Kota Mataram, dan (2) menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan buah impor di toko buah Kota Mataram. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran komprehensif mengenai tren konsumsi, preferensi, dan faktor-faktor yang

memengaruhi keputusan pembelian buah impor. Hasil dari penelitian ini dapat menjadi masukan bagi pelaku usaha dalam menyusun strategi bisnis yang lebih responsif terhadap permintaan pasar, serta bagi pemerintah daerah dalam merumuskan kebijakan pengelolaan perdagangan buah yang seimbang antara produk lokal dan impor.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan dengan metode survei (Babbie, 2004; Fink & Kosecoff, 1998; Sjah, 2010; Thomas, 1996). Unit analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen buah impor di toko buah Kota Mataram. Penentuan daerah sampel pada penelitian ini dilakukan secara *purposive sampling*. Penelitian ini dilaksanakan di toko buah yang berada di Kecamatan Mataram, Kecamatan Sekarbela dan Kecamatan Cakranegara. Penentuan jumlah responden dilakukan menggunakan teknik *quota sampling* yaitu sebanyak 30 responden yang membeli buah impor di toko buah Kota Mataram. 30 sampel tersebut kemudian ditentukan secara *accidental sampling*, yaitu konsumen buah impor yang berbelanja buah impor pada saat survei dan bersedia untuk diwawancarai. Wawancara dilakukan menggunakan kuesioner, di tempat yang disetujui oleh reponden. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif dan data kuantitatif bersumber dari data primer dan data sekunder.

Analisis data meliputi analisis permintaan buah impor dan faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan tersebut. Permintaan buah impor dianalisis dengan mengalikan rata-rata permintaan individual konsumen dengan populasi konsumen (Soeratno & Arsyad, 2003) toko buah Kota Mataram. Selanjutnya, faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan dengan analisis linier berganda (Agresti & Franklin, 2017; Moore, 2000; Newbold *et al.*, 2007; Sugiyono, 2007). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan buah impor di Kota Mataram, dirumuskan sebagai berikut.

$$Y = B_0 + B_1X_1 + B_2X_2 + B_3X_3 + B_4X_4 + B_5X_5 + B_6X_6 + e$$

Keterangan:

Y = Permintaan buah impor oleh konsumen (Kg/Bulan)

B₀ = Intercept (konstanta)

β = Koefisien masing-masing variabel

X₁ = Harga buah impor

X₂ = Harga buah lokal

X₃ = Umur

X₄ = Jumlah anggota keluarga

X₅ = Pendapatan konsumen

X₆ = Tingkat pendidikan

e = eror term

HASIL DAN PEMBAHASAN

Jenis, Harga, dan Jumlah Permintaan Buah Impor di Kota Mataram

Jenis Buah Impor

Kota Mataram mendapatkan pasokan buah impor dari luar Pulau Lombok, terutama dari daerah seperti Bali dan Jawa. Buah-buah ini kemudian didistribusikan ke berbagai pusat perbelanjaan, pasar dan juga toko-toko buah di Mataram sebelum akhirnya sampai ke tangan konsumen. Keberadaan buah impor di pasar lokal memberikan variasi pilihan bagi masyarakat, terutama bagi mereka yang mencari buah dengan kualitas tertentu. Dalam penelitian ini, sebanyak 30 konsumen melakukan

pembelian buah impor dengan jumlah dan jenis yang bervariasi. Jenis buah impor berdasarkan jumlah responden yang membeli dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Jenis Buah Impor Berdasarkan Jumlah Konsumen di Toko Buah Kota Mataram pada Bulan Januari 2025

No	Jenis Buah	Jumlah Responden (Jiwa)	Jumlah Konsumen Toko Buah (Jiwa)
1.	Apel Fuji	17	5.780
2.	Pear Golden	12	4.080
3.	Anggur Merah	9	3.060
4.	Jeruk Santang	6	2.040
5.	Jeruk Mandarin	6	2.040
6.	Anggur Hijau Muscat	4	1.360
7.	Apel Merah	3	1.020
8.	Lemon	3	1.020
9.	Apel Rossie Red	3	1.020
10.	Melon Golden	1	340

Sumber: Data Primer Diolah (2025)

Tabel 1 menunjukkan data konsumsi berbagai jenis buah impor oleh konsumen toko buah di Kota Mataram pada bulan Januari 2025. Berdasarkan hasil survei terhadap 30 responden dan data jumlah konsumen di toko buah, dapat dilihat bahwa Apel Fuji menempati urutan pertama dengan jumlah responden terbanyak (17 jiwa) dan jumlah konsumen di toko buah sebesar 5.780 jiwa. Ini menunjukkan bahwa Apel Fuji merupakan buah impor yang paling diminati oleh masyarakat Mataram. Perlu dicatat disini bahwa, responden berjumlah 30 orang, tetapi seorang responden dapat membeli lebih dari satu jenis buah, sehingga total responden tampaknya menjadi lebih dari 30 orang.

Tingginya permintaan terhadap Apel Fuji diduga kuat karena beberapa faktor. Pertama, persepsi kualitas dan penampilan apel ini lebih tinggi dibandingkan dengan apel lokal. Apel Fuji dikenal memiliki rasa manis yang khas, tekstur renyah, dan daya tahan yang cukup baik selama masa simpan, yang menjadi keunggulan tersendiri. Selain itu, kemasan dan branding yang kuat dari buah ini juga memengaruhi persepsi konsumen, terutama dari kalangan menengah atas yang mengasosiasikan produk impor dengan kualitas premium (Fotiadis *et al.*, 2022; Kotler *et al.*, 2020; Nijssen, 2022).

Di posisi kedua terdapat Pear Golden dengan 12 responden dan 4.080 konsumen toko buah. Buah ini digemari karena kelembutannya dan rasanya yang ringan serta tidak terlalu asam. Pear sering dikaitkan dengan gaya hidup sehat, terutama di kalangan masyarakat perkotaan yang mulai menerapkan pola makan sehat dan alami (Yulastuti *et al.*, 2020).

Selanjutnya, Anggur Merah (9 responden, 3.060 konsumen) berada di urutan ketiga. Anggur impor umumnya diminati karena tidak berbiji dan manis, serta sering digunakan dalam berbagai kegiatan sosial seperti perayaan atau acara keluarga. Hal ini sesuai dengan pandangan beberapa ahli yang menyatakan bahwa preferensi konsumen sangat dipengaruhi oleh aspek budaya dan kebiasaan sosial (Dolan & Lynde, 2002; Drummond & Goddwin, 2011; J. B. Penson *et al.*, 2015; Samuelson & Nordhaus, 2010; Seitz *et al.*, 2002).

Jeruk Santang dan Jeruk Mandarin masing-masing menempati posisi keempat dan kelima dengan 6 responden dan jumlah konsumen sebesar 2.040 jiwa. Meskipun berasal dari kategori jeruk, kedua jenis buah ini dipilih oleh konsumen karena memiliki rasa

manis dan aroma yang kuat. Selain itu, jeruk sering dikaitkan dengan manfaat kesehatan seperti kandungan vitamin C yang tinggi.

Buah seperti Anggur Hijau Muscat, Apel Merah, Lemon, dan Apel Rossie Red menempati posisi tengah dengan tingkat permintaan yang sedang. Keempat jenis buah ini masing-masing dikonsumsi oleh 3–4 responden dan memiliki konsumen toko buah dalam rentang 1.020–1.360 jiwa. Lemon, meskipun tidak dikonsumsi langsung seperti buah lain, tetap memiliki permintaan tersendiri karena digunakan dalam minuman dan masakan. Hal ini menunjukkan bahwa tujuan penggunaan buah turut memengaruhi permintaan konsumen (Cramer *et al.*, 2001; Mann, 2018; Penson *et al.*, 2002).

Melon Golden, dengan hanya 1 responden dan 340 konsumen, merupakan buah impor dengan permintaan terendah. Hal ini kemungkinan besar disebabkan oleh dua faktor: harga yang relatif mahal dan tingkat ketersediaan yang rendah di pasaran. Selain itu, Melon Golden termasuk buah musiman impor yang tidak selalu tersedia sepanjang tahun, sehingga mengurangi peluang konsumen untuk membeli secara rutin.

Secara umum, pola permintaan terhadap buah impor di Kota Mataram mencerminkan preferensi konsumen perkotaan yang semakin selektif terhadap kualitas, rasa, dan nilai fungsional dari buah yang dikonsumsi. Selain itu, keterjangkauan harga, informasi produk, serta promosi oleh toko buah juga turut memengaruhi keputusan pembelian. Hal ini selaras dengan konsep perilaku konsumen dalam teori permintaan, yang menyatakan bahwa permintaan suatu barang dipengaruhi oleh interaksi antara harga, pendapatan, selera, dan ketersediaan substitusi (Casavant *et al.*, 1999; Cramer *et al.*, 1997; Dolan & Lynde, 2002; Drummond & Goddwin, 2011; Penson *et al.*, 2002; Samuelson & Nordhaus, 2010; Seitz *et al.*, 2002).

Temuan ini menjadi penting untuk pelaku usaha ritel dalam menentukan jenis buah impor yang harus lebih banyak disediakan dan dipromosikan. Misalnya, Apel Fuji dan Pear Golden sebaiknya menjadi komoditas utama, sementara buah seperti Melon Golden dapat disediakan secara terbatas dan musiman. Strategi pemasaran juga perlu disesuaikan dengan segmentasi pasar, mengingat tidak semua buah memiliki daya tarik yang sama di semua segmen konsumen.

Harga Buah Impor

Kota Mataram mendapatkan pasokan buah impor dari luar Pulau Lombok, terutama dari daerah seperti Bali dan Jawa. Buah-buah ini kemudian didistribusikan ke berbagai pusat perbelanjaan, pasar dan juga toko-toko buah di Mataram sebelum akhirnya sampai ke tangan konsumen. sebanyak 30 konsumen melakukan pembelian buah impor dengan jenis dan harga yang bervariasi. Harga buah impor yang diminati oleh konsumen dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Harga Buah Impor di Toko Buah Kota Mataram Pada Bulan Januari 2025

No	Jenis Buah	Harga (Rp/Kg)
1.	Anggur Hijau Muscat	70.000
2.	Anggur Merah	55.000
3.	Apel Rossie Red	50.000
4.	Jeruk Santang	44.000
5.	Apel Merah	39.000
6.	Jeruk Mandarin	37.000
7.	Apel Fuji	26.265
8.	Lemon	24.000
9.	Melon Golden	22.000
10.	Pear Golden	21.667

Sumber: Data Primer Diolah (2025)

Tabel 2 memberikan gambaran tentang variasi harga buah per kilogram yang tersedia di toko buah Kota Mataram pada bulan pengamatan. Dari tabel tersebut dapat diamati bahwa Anggur Hijau Muscat menempati posisi tertinggi dengan harga rata-rata Rp70.000/kg, sedangkan Pear Golden adalah yang termurah dengan harga Rp21.667/kg. Beberapa hal yang menjadi catatan disini disampaikan sebagai berikut:

1. Harga Tinggi = Citra Premium dan Biaya Impor

Buah seperti Anggur Hijau Muscat dan Anggur Merah, yang menempati dua urutan teratas dari sisi harga (Rp70.000 dan Rp55.000 per kg), umumnya diasosiasikan sebagai buah impor premium. Harga yang tinggi disebabkan oleh berbagai faktor, seperti biaya transportasi impor, tingkat kerusakan yang tinggi selama pengiriman (*perishable goods*), serta penawaran yang terbatas dibandingkan permintaan (Cramer *et al.*, 1997, 2001; Drummond & Goddwin, 2011; Fanzo & Davis, 2022; Penson *et al.*, 2015; Penson *et al.*, 2002). Selain itu, anggur Muscat dikenal memiliki kualitas rasa manis dan aroma khas yang disukai segmen konsumen kelas menengah ke atas (Yuliasuti *et al.*, 2020).

2. Segmen Menengah: Jeruk dan Apel Lokal-Substitusi

Buah seperti Jeruk Santang dan Apel Merah memiliki harga menengah (Rp44.000 dan Rp39.000). Meskipun produk impor, buah ini juga banyak tersedia dalam bentuk lokal sehingga persaingan harga dengan produk substitusi lokal turut menekan harga jualnya. Dalam teori permintaan, jika terdapat barang substitusi yang mudah diakses dengan harga lebih murah, maka permintaan barang dengan harga lebih tinggi cenderung menurun kecuali terdapat diferensiasi kualitas atau citra produk (Jackson & McConnell, 1984; Samuelson & Nordhaus, 2010; Stiglitz, 1993; Tregarthen, 1996).

3. Harga Terendah: Kompetisi dan Ketersediaan Tinggi

Harga buah impor seperti Apel Fuji (Rp26.265), Lemon (Rp24.000), Melon Golden (Rp22.000), dan Pear Golden (Rp21.667) termasuk rendah dibandingkan jenis buah impor lainnya. Menariknya, meskipun Apel Fuji memiliki harga lebih murah, buah ini justru menjadi yang paling banyak dikonsumsi berdasarkan data sebelumnya. Ini membuktikan bahwa harga yang lebih kompetitif justru mendorong volume konsumsi yang tinggi. Dalam hal ini, elastisitas permintaan cenderung bersifat elastis: penurunan harga berpengaruh signifikan terhadap peningkatan permintaan (Jackson & McConnell, 1984; Samuelson & Nordhaus, 2010; Stiglitz, 1993; Tregarthen, 1996).

4. Perbedaan Harga Mencerminkan Strategi Pasar

Distribusi harga yang cukup lebar (dari Rp21.667 hingga Rp70.000) mencerminkan bahwa toko buah di Kota Mataram melayani segmen konsumen yang beragam. Strategi ini umum dilakukan dalam bisnis ritel buah impor, di mana diferensiasi produk dan segmentasi pasar menjadi kunci keberhasilan (Campbell & Fisher, 1991; Dunne, 1999; Kotler *et al.*, 2020; Nijssen, 2022; Schnaars, 1991). Pelaku usaha perlu menyesuaikan harga dengan karakteristik konsumen setempat agar dapat menjangkau semua kelompok, mulai dari kelas bawah hingga atas.

5. Implikasi bagi Konsumen dan Pedagang

Dari sisi konsumen, harga menjadi salah satu pertimbangan utama dalam keputusan pembelian. Konsumen dengan daya beli tinggi cenderung tetap memilih buah premium meski harganya mahal, sementara konsumen lain lebih sensitif terhadap perubahan harga. Bagi pedagang, penting untuk menjaga keseimbangan antara margin keuntungan dan volume penjualan. Penurunan harga seperti pada Apel Fuji terbukti mampu meningkatkan permintaan secara signifikan.

Jumlah Permintaan Buah Impor

Secara keseluruhan, terdapat 10 jenis buah impor yang dikonsumsi oleh para responden dengan jumlah permintaan yang bervariasi. Beberapa jenis buah memiliki tingkat permintaan yang lebih tinggi dibandingkan yang lain. Hal ini dapat dilihat pada Tabel 3. Data ini menunjukkan bagaimana setiap jenis buah memiliki karakteristik permintaan yang unik, dipengaruhi oleh antara lain preferensi konsumen, harga, dan tingkat ketersediaan. Ada beberapa kategori buah yang bisa diamati dari data permintaan buah ini.

Tabel 3. Jumlah Permintaan Buah Impor di Toko Buah Kota Mataram Pada Bulan Januari Tahun 2025

No	Jenis Buah	Jumlah Permintaan Responden (kg/bulan)	Rata-rata Permintaan Responden (kg/bulan)	Jumlah Permintaan Toko (kg/bulan)	di Buah
1.	Apel Fuji	43,00	2,53	14.620	
2.	Pear Golden	38,00	3,17	12.920	
3.	Jeruk Santang	23,00	3,83	7.820	
4.	Jeruk Mandarin	19,00	3,17	6.460	
5.	Anggur Merah	18,50	2,06	6.290	
6.	Apel Rossie Red	14,00	4,67	4.760	
7.	Melon Golden	8,00	8,00	2.720	
8.	Lemon	7,00	2,33	2.380	
9.	Apel Merah	7,00	2,33	2.380	
10.	Anggur Hijau Muscat	5,50	1,38	1.870	

Sumber: Data Primer Diolah (2025)

1. Permintaan Tinggi: Apel Fuji dan Pear Golden

Apel Fuji mencatat permintaan tertinggi secara total (14.620 kg/bulan) dengan jumlah responden yang besar dan rata-rata permintaan individual sebesar 2,53 kg/bulan. Ini sejalan dengan data sebelumnya yang menunjukkan Apel Fuji sebagai buah impor paling diminati, dan juga memiliki harga yang kompetitif (Rp26.265/kg). Permintaan tinggi ini bisa dijelaskan melalui teori elastisitas permintaan di mana harga yang lebih rendah dan kualitas yang tetap tinggi dapat meningkatkan kuantitas yang diminta (Dolan & Lynde, 2002; Drummond & Goddwin, 2011; Samuelson & Nordhaus, 2010; Seitz *et al.*, 2002).

Pear Golden juga menunjukkan kinerja baik (12.920 kg/bulan) dengan rata-rata konsumsi tertinggi kedua (3,17 kg/bulan). Ini mengindikasikan bahwa buah ini tidak hanya disukai oleh banyak konsumen, tetapi juga dikonsumsi dalam jumlah relatif besar. Kemungkinan besar hal ini terkait dengan karakteristik pear yang lembut dan cocok untuk semua usia, dari anak-anak hingga lansia (Campbell & Fisher, 1991; Kotler & Armstrong, 2011, 2016).

2. Permintaan Menengah: Jeruk dan Anggur

Jeruk Santang dan Jeruk Mandarin berada di posisi menengah dengan permintaan masing-masing 7.820 kg dan 6.460 kg. Meski jumlah respondennya tidak sebanyak Apel Fuji, rata-rata permintaan per orang untuk Jeruk Santang cukup tinggi (3,83 kg). Hal ini menunjukkan bahwa jeruk cenderung dikonsumsi dalam jumlah besar sekali beli, terutama karena harganya lebih terjangkau dan fungsinya yang umum dalam rumah tangga (Yuliasuti *et al.*, 2020).

Anggur Merah juga menunjukkan permintaan yang moderat (6.290 kg) meski memiliki jumlah responden yang lebih sedikit dan rata-rata konsumsi per responden hanya 2,06 kg. Hal ini menunjukkan bahwa anggur adalah buah yang lebih eksklusif dan tidak rutin dikonsumsi, kemungkinan karena harganya yang lebih tinggi (Rp55.000/kg), yang sesuai dengan prinsip pengaruh harga terhadap permintaan (Besanko *et al.*, 2010; Samuelson & Nordhaus, 2010; Seitz *et al.*, 2002).

3. Permintaan Spesifik: Apel Rossie Red dan Melon Golden

Apel Rossie Red mencatat rata-rata permintaan per responden yang cukup tinggi (4,67 kg), tertinggi kedua setelah Melon Golden. Namun, karena jumlah konsumennya terbatas, total permintaannya tetap rendah (4.760 kg). Ini menunjukkan bahwa buah ini disukai oleh segmen pasar tertentu, namun belum menjangkau pasar yang luas.

Melon Golden, meskipun hanya dikonsumsi oleh satu responden, mencatat rata-rata konsumsi paling tinggi yaitu 8,00 kg per bulan. Hal ini mengindikasikan bahwa Melon Golden dikonsumsi dalam jumlah besar oleh segelintir konsumen yang mungkin sangat menyukai jenis ini. Meski demikian, permintaan totalnya tetap rendah (2.720 kg), yang menunjukkan tingginya intensitas konsumsi namun terbatas pada segmen kecil.

4. Permintaan Rendah: Lemon, Apel Merah, dan Anggur Hijau Muscat

Lemon dan Apel Merah masing-masing menunjukkan permintaan total 2.380 kg, dengan rata-rata konsumsi 2,33 kg. Kedua jenis buah ini cenderung digunakan untuk kebutuhan tertentu seperti jus, pelengkap masakan, atau diet, bukan sebagai buah konsumsi utama harian, sehingga permintaannya relatif rendah.

Anggur Hijau Muscat menunjukkan permintaan terendah (1.870 kg), dengan rata-rata konsumsi per responden yang juga paling kecil (1,38 kg). Ini dapat dijelaskan oleh harga yang tinggi (Rp70.000/kg), sehingga hanya dibeli dalam jumlah kecil oleh segmen premium. Hal ini memperkuat prinsip dalam ekonomi mikro bahwa barang dengan harga tinggi dan substitusi tersedia cenderung memiliki permintaan rendah (Besanko *et al.*, 2010; Samuelson & Nordhaus, 2010; Seitz *et al.*, 2002).

5. Implikasi

Secara keseluruhan, data menunjukkan adanya variasi besar dalam pola konsumsi buah impor, baik dari sisi jenis buah maupun volume konsumsi. Faktor-faktor seperti harga, preferensi konsumen, aksesibilitas produk, dan fungsi buah dalam kehidupan sehari-hari sangat memengaruhi pola permintaan ini. Untuk pelaku usaha, informasi ini sangat penting dalam menentukan strategi stok dan penetapan harga. Misalnya, meningkatkan stok Apel Fuji dan Pear Golden akan lebih menguntungkan dibanding buah-buah eksklusif dengan permintaan rendah, kecuali untuk pasar tertentu seperti hotel atau restoran.

Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Buah Impor di Toko Buah Kota Mataram

Regresi linier berganda merupakan suatu metode analisis yang digunakan untuk mengukur pengaruh beberapa variabel independen terhadap satu variabel dependen. Dalam penelitian ini, karakteristik sosial ekonomi konsumen yang digunakan dalam model ini terdiri dari variabel-variabel kuantitatif, yaitu harga buah impor, harga buah lokal, umur, jumlah anggota keluarga, pendapatan konsumen, dan tingkat pendidikan.

Analisis ini menggunakan data primer dengan variabel independen berupa harga buah impor (X1), harga buah lokal (X2), usia (X3), jumlah anggota keluarga (X4), pendapatan konsumen (X5), dan tingkat pendidikan (X6). Dari variabel-variabel bebas tersebut akan dilihat pengaruhnya terhadap jumlah permintaan buah (variabel terikat).

Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dalam regresi linear berganda merupakan serangkaian pengujian statistik yang dilakukan untuk memastikan bahwa model regresi yang digunakan memenuhi syarat-syarat dasar agar hasil analisis dapat dipercaya dan diinterpretasikan secara tepat.

1. Uji Normalitas

Uji normalitas dalam regresi linear berganda digunakan untuk memastikan bahwa data residual (selisih antara nilai prediksi dan nilai aktual) berdistribusi normal. Ini penting agar hasil uji statistik dalam regresi valid dan dapat dipercaya. Uji ini bisa dilakukan dengan grafik (seperti histogram atau P-P plot) atau uji statistik seperti Shapiro-Wilk dan Kolmogorov-Smirnov. Jika residual berdistribusi normal, maka model regresi dianggap memenuhi salah satu asumsi penting. Hasil Uji Normalitas dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		30
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0,0000000
	Std. Deviation	1,16508020
	Most Extreme Differences	
	Absolute	0,103
	Positive	0,103
	Negative	-0,067
Test Statistic		0,103
Asymp. Sig. (2-tailed)		0,200 ^{c,d}

Sumber: Data Primer Diolah (2025)

Berdasarkan Tabel 4 hasil uji normalitas menggunakan metode One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test, diperoleh nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,200. Nilai ini melebihi tingkat signifikansi yang umum digunakan, yaitu 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa residual dalam model regresi menyebar secara normal. Artinya, asumsi normalitas telah terpenuhi, dan model regresi linear berganda yang dibangun dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut maupun dalam proses pengambilan kesimpulan. Pemenuhan asumsi ini sangat penting agar estimasi parameter serta pengujian hipotesis dalam regresi menghasilkan output yang tidak bias dan dapat dipercaya.

2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dalam regresi linier berganda bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat korelasi tinggi antar variabel independen. Jika variabel-variabel bebas saling berkorelasi kuat, maka dapat menyebabkan hasil regresi menjadi tidak stabil dan sulit mengukur pengaruh masing-masing variabel secara akurat. Uji ini biasanya dilakukan dengan melihat nilai VIF (Variance Inflation Factor) dan Tolerance. Jika VIF > 10 atau Tolerance < 0,1, maka terjadi multikolinieritas yang harus diatasi. Hasil uji multikolinieritas dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Hasil Uji Multikolinieritas

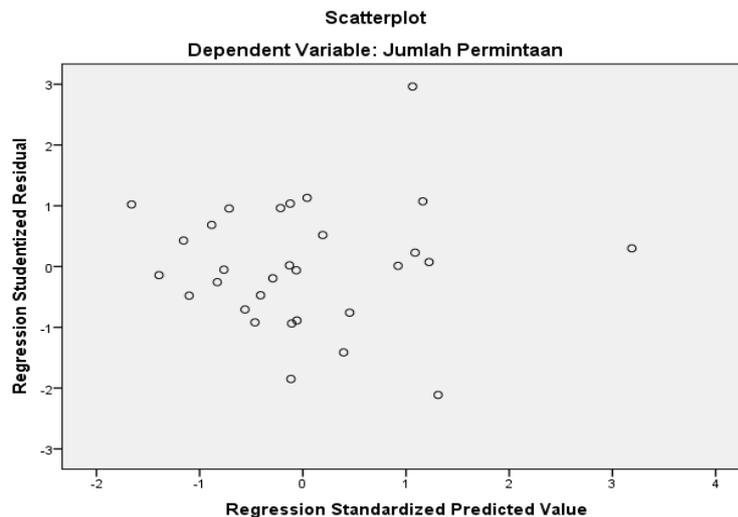
		Coefficients ^a				Collinearity Statistics		
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	4.361	1.575		2.769	.011		
	Harga Buah Impor	-4.841E-5	.000	-.255	-1.764	.091	.824	1.214
	Harga Buah Lokal	7.115E-6	.000	.028	.202	.842	.924	1.083
	Umur	.010	.021	.064	.459	.651	.895	1.117
	Jumlah Anggota Keluarga	-.666	.244	-.371	-2.730	.012	.937	1.068
	Pendapatan Konsumen	6.071E-7	.000	.563	3.816	.001	.794	1.260
	Tingkat Pendidikan	1.271	.532	.329	2.390	.025	.908	1.101

Sumber: Data Primer Diolah (2025)

Berdasarkan Tabel 5 dapat dilihat bahwa semua variabel independen memiliki nilai VIF di bawah 10, yaitu berkisar antara 1.068 hingga 1.260. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat multikolinieritas yang serius antar variabel bebas dalam model regresi. Umumnya, nilai VIF di bawah 10 atau bahkan di bawah 5 dianggap masih dalam batas aman, yang berarti variabel-variabel bebas tidak saling berkorelasi tinggi. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model regresi linear berganda ini telah memenuhi asumsi tidak adanya multikolinieritas, sehingga hasil analisis regresinya dapat dipercaya dan diinterpretasikan dengan baik.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk melihat apakah varians residual dalam regresi tetap konstan. Jika varians berubah-ubah, maka terjadi heteroskedastisitas yang dapat membuat hasil regresi tidak akurat. Uji ini bisa dilakukan dengan grafik scatterplot atau uji statistik seperti Glejser dan Breusch-Pagan. Jika sebaran residual acak, maka tidak ada heteroskedastisitas. Hasil Uji Heteroskedastisitas dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan Gambar 1 dapat dilihat pada scatterplot, titik-titik residual tersebar secara acak dan tidak membentuk pola tertentu (seperti mengerucut atau melebar). Hal

ini menunjukkan bahwa tidak terdapat gejala heteroskedastisitas, sehingga model regresi memenuhi asumsi homoskedastisitas (varian residual konstan).

Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) menggambarkan persentase variasi dalam variabel terikat yang dapat dijelaskan oleh perubahan pada variabel bebas. Nilai ini berfungsi sebagai indikator untuk mengukur sejauh mana variabel bebas mampu mempengaruhi variabel terikat dalam suatu hubungan. Hasil uji koefisien determinasi dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R Square)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,777 ^a	0,603	0,500	1,30825

Sumber: Data Primer Diolah (2025)

Berdasarkan Tabel 6 hasil estimasi menunjukkan bahwa nilai koefisien determinasi R^2 yaitu sebesar 0,603 hal ini menunjukkan bahwa sebesar 60,3% variasi dalam jumlah permintaan buah impor dapat dijelaskan oleh variabel bebas dalam model ini seperti harga buah impor, harga buah lokal, umur, jumlah anggota keluarga, pendapatan konsumen, dan tingkat pendidikan, sedangkan sisanya 39,7% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model.

Uji Serempak (Uji F-Statistik)

Uji F merupakan pengujian secara simultan untuk menilai signifikansi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Dengan kata lain, parameter X1, X2, X3, X4, X5, dan X6 diuji secara bersama-sama untuk menentukan apakah memiliki pengaruh yang signifikan atau tidak terhadap variabel dependen. Hasil Uji F Statistik dapat dilihat pada Tabel 7.

Tabel 7. Hasil Uji F Statistik

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	59,848	6	9,975	5,828	0,001 ^b
	Residual	39,365	23	1,712		
	Total	99,213	29			

Sumber: Data Primer Diolah (2025)

Berdasarkan Tabel 7 hasil estimasi menunjukkan bahwa tingkat signifikansi F sebesar 0,001 (lebih kecil dari 0,05) menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya, secara keseluruhan, variabel bebas dalam model ini seperti harga buah impor, harga buah lokal, umur, jumlah anggota keluarga, pendapatan konsumen dan tingkat pendidikan secara serempak berpengaruh nyata terhadap jumlah permintaan buah impor.

Uji Parsial (Uji T – Statistik)

Uji T merupakan metode pengujian yang dilakukan secara parsial untuk menilai pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Uji ini bertujuan untuk menentukan apakah setiap variabel secara individual memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat atau tidak. Dalam penelitian sosial, tingkat signifikansi (α) yang umum digunakan adalah 5% (0,05). Analisis ini menggunakan data primer dengan variabel independen berupa harga buah impor (X1), harga buah lokal (X2), usia (X3), jumlah anggota keluarga (X4), pendapatan konsumen (X5), dan tingkat pendidikan (X6). Selanjutnya, pengaruh dari variabel-variabel tersebut dianalisis

terhadap permintaan buah sebagai variabel dependen. Model regresi yang diperoleh adalah:

$$Y = 4,361 - 0,00004841X_1 + 0,000007115X_2 + 0,010X_3 - 0,666X_4 + 0,0000006071X_5 + 1,271X_6$$

Tabel 8. Hasil Uji T Statistik

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,361	1,575		2,769	0,011
	Harga Buah Impor	-0,00004841	0,000	-0,255	-1,764	0,091
	Harga Buah Lokal	0,000007115	0,000	0,028	0,202	0,842
	Umur	0,010	0,021	0,064	0,459	0,651
	Jumlah Anggota Keluarga	-0,666	0,244	-0,371	-2,730	0,012
	Pendapatan Konsumen	0,0000006071	0,000	0,563	3,816	0,001
	Tingkat Pendidikan	1,271	0,532	0,329	2,390	0,025

Sumber: Data Primer Diolah (2025)

Keterangan:

S = Signifikan pada α 5%

NS = Non Signifikan pada α 5%

Model regresi di atas dapat menjelaskan pengaruh beberapa variabel terhadap jumlah permintaan buah impor (Y) oleh konsumen di Kota Mataram.

1. Intercept (Konstanta) = 4,361

Konstanta menyatakan bahwa jika semua variabel bebas dianggap konstan (bernilai nol), maka nilai permintaan buah impor adalah sebesar 4,361 kg. Ini adalah nilai dasar permintaan dalam kondisi ideal, meskipun dalam praktik, kondisi $X=0$ jarang terjadi secara nyata (Gujarati & Porter, 2009).

2. X_1 (Harga Buah Impor) = -0,00004841

Koefisien ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan harga buah impor sebesar Rp1 akan menurunkan permintaan sebesar 0,00004841 kg, atau secara praktis, kenaikan harga berdampak negatif terhadap permintaan. Hal ini sejalan dengan hukum permintaan dalam ekonomi, di mana semakin tinggi harga, maka permintaan akan menurun, ceteris paribus (Dolan & Lynde, 2002; Drummond & Goddwin, 2011; McIver, 2001; Samuelson & Nordhaus, 2010). Meski pengaruhnya kecil secara numerik, namun dalam skala harga ribuan hingga puluhan ribu rupiah, pengaruhnya bisa cukup berarti.

3. X_2 (Harga Buah Lokal) = +0,000007115

Koefisien positif pada harga buah lokal menunjukkan bahwa setiap kenaikan harga buah lokal sebesar Rp1 akan meningkatkan permintaan buah impor sebesar 0,000007115 kg. Artinya, buah lokal berfungsi sebagai substitusi bagi buah impor. Jika harga buah lokal naik, konsumen beralih ke buah impor. Ini sesuai dengan teori barang substitusi dalam teori permintaan (Dolan & Lynde, 2002; Drummond & Goddwin, 2011; McIver, 2001; Samuelson & Nordhaus, 2010).

4. X_3 (Umur) = +0,010

Koefisien ini berarti bahwa setiap kenaikan usia konsumen sebesar satu tahun akan meningkatkan permintaan buah impor sebesar 0,010 kg. Hal ini mengindikasikan bahwa konsumen yang lebih tua cenderung mengonsumsi lebih banyak buah impor, kemungkinan karena mereka lebih sadar akan kesehatan, memiliki preferensi terhadap buah berkualitas tinggi, atau daya beli yang lebih stabil (Yulastuti *et al.*, 2020).

5. X_4 (Jumlah Anggota Keluarga) = -0,666

Koefisien negatif menunjukkan bahwa semakin banyak anggota keluarga, maka permintaan buah impor per individu akan menurun. Hal ini bisa terjadi karena alokasi belanja untuk buah impor terbagi lebih luas, atau konsumen lebih memilih buah lokal yang lebih murah untuk mencukupi kebutuhan semua anggota keluarga. Temuan ini konsisten dengan logika pengeluaran rumah tangga dalam teori perilaku konsumen (Dolan & Lynde, 2002; Drummond & Goddwin, 2011; McIver, 2001; Samuelson & Nordhaus, 2010).

6. X_5 (Pendapatan Konsumen) = +0,0000006071

Koefisien ini menunjukkan bahwa kenaikan pendapatan sebesar Rp1 akan meningkatkan permintaan buah impor sebesar 0,0000006071 kg. Meski pengaruhnya kecil secara nominal, ini menunjukkan hubungan positif antara pendapatan dan permintaan, konsisten dengan karakteristik buah impor sebagai barang normal (normal goods), yaitu barang yang konsumsinya naik seiring meningkatnya pendapatan (Gujarati & Porter, 2009).

7. X_6 (Tingkat Pendidikan) = +1,271

Koefisien ini berarti bahwa setiap peningkatan tingkat pendidikan (misalnya dari SMA ke perguruan tinggi) akan meningkatkan permintaan buah impor sebesar 1,271 kg. Ini menunjukkan bahwa konsumen berpendidikan lebih tinggi cenderung memiliki kesadaran gizi yang lebih baik, mampu mengakses informasi nutrisi, dan memiliki preferensi terhadap buah berkualitas (Dolan & Lynde, 2002; Drummond & Goddwin, 2011; McIver, 2001; Samuelson & Nordhaus, 2010).

Interpretasi Keseluruhan Model

Model ini menunjukkan bahwa: (1) Harga buah impor dan jumlah anggota keluarga memiliki pengaruh negatif terhadap permintaan; (2) Harga buah lokal, umur, pendapatan, dan tingkat pendidikan memiliki pengaruh positif terhadap permintaan. Hal ini berarti bahwa konsumen cenderung lebih menyukai buah impor jika harga relatif terjangkau, berpendidikan tinggi, memiliki pendapatan mencukupi, dan semakin tua usianya. Namun, dalam rumah tangga besar, buah impor cenderung tidak menjadi prioritas.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat diperoleh kesimpulan terhadap permintaan buah impor di toko buah Kota Mataram sebagai berikut:

1. Jenis buah impor yang paling diminati oleh konsumen adalah Apel Fuji, yang menunjukkan angka konsumsi tertinggi baik dari jumlah responden (17 jiwa) maupun jumlah konsumen toko buah (5.780 jiwa). Hal ini menunjukkan bahwa apel Fuji memiliki daya tarik kuat dari sisi kualitas, rasa, dan persepsi konsumen terhadap produk impor premium. Jenis Buah dengan permintaan yang tinggi seperti Apel Fuji, Pear Golden, dan Jeruk Santang menunjukkan bahwa buah dengan harga yang lebih terjangkau dan kualitas yang baik lebih diminati oleh konsumen di Kota Mataram. Sebaliknya, buah-buah dengan harga lebih tinggi seperti Anggur Hijau Muscat dan Melon Golden menunjukkan permintaan yang lebih rendah, meskipun dengan kualitas yang sangat baik.
2. Faktor-faktor yang berpengaruh secara signifikan terhadap permintaan buah impor di toko buah Kota Mataram meliputi jumlah anggota keluarga, pendapatan konsumen dan tingkat pendidikan.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian, toko buah di Kota Mataram sebaiknya fokus pada pemasaran Apel Fuji yang sangat diminati, serta menambah variasi produk seperti Pear Golden dan Jeruk Santang. Untuk buah-buahan dengan permintaan rendah seperti Anggur Hijau Muscat dan Melon Golden, perlu ada penyesuaian harga dan strategi pemasaran yang lebih menarik. Selain itu, memahami karakteristik konsumen berdasarkan jumlah anggota keluarga, pendapatan, dan pendidikan dapat membantu menyesuaikan penawaran produk. Meningkatkan kesadaran konsumen tentang manfaat buah impor juga penting untuk menarik lebih banyak pembeli. Dengan langkah-langkah ini, diharapkan penjualan dapat meningkat dan kebutuhan konsumen dapat terpenuhi dengan lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Agresti, A., & Franklin, C. (2017). *Statistics: The Art and Science of Learning from Data* (3 ed.). Boston: Pearson.
- Almatsier, S. (2009). *Prinsip Dasar Ilmu Gizi*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Babbie, E. (2004). *Survey research methods*. Belmont, California: Wadworth Publishing Company.
- Besanko, D., Dranove, D., & Shanley, M. (2010). *Economics of Strategy*. Hoboken, New Jersey: Wiley.
- BPS. (2021). *Statistik Indonesia 2020 (Statistical Year Book of Indonesia)*. Jakarta: Badan Pusat Statistik.
- BPS. (2022). *Statistik Indonesia 2022 (Statistical Year Book of Indonesia 2022)*. Jakarta: Badan Pusat Statistik.
- Campbell, K. O., & Fisher, B. S. (1991). *Agricultural marketing and prices*. Melbourne: Longman.
- Casavant, K. L., Infanger, C. L., & Bridges, D. E. (1999). *Agricultural economics and management*. Upper Saddle River, New Jersey: Prentice Hall.
- Cramer, G. L., Jensen, C. W., & Southgate, D. D. J. (1997). *Agricultural economics and agribusiness* (7 ed.). New York: John Wiley & Sons, Inc.
- Cramer, G. L., Jensen, C. W., & Southgate, D. D. J. (2001). *Agricultural Economics and Agribusiness* (8th ed.). New York: John Wiley & Sons.
- Dolan, E. G., & Lynde, D. S. (2002). *Introduction to Economics*. Harcourt: Orlando.
- Drummond, H. E., & Goddwin, J. W. (2011). *Agricultural Economics* (3 ed.). Upper Saddle River: Prentice Hall.
- Dunne, T. (1999). *Marketing agricultural products: An Australian perspective*. South Melbourne: Oxford University Press.
- Fanzo, J., & Davis, C. (2022). *Global Food Systems, Diets, and Nutrition: Linking Science, Economics, and Policy*. Cham: Springer Nature.
- Fink, A., & Kosecoff, J. (1998). *How to conduct survey: A step-by-step guide* (2nd ed.). London: Sage Publications.
- Fotiadis, T., Folinas, D., Vasileiou, K., & Konstantoglou, A. (2022). *Marketing and the Customer Value Chain. Integrating Marketing and Supply Chain Management*. Oxon: Routledge.
- Gibney, M. J., Lanham-New, S. A., Cassidy, A., & Vorster, H. H. (2009). *Introduction to Human Nutrition* (2 ed.). New Jersey: Wiley-Blackwell.
- Gujarati, D. N., & Porter, D. C. (2009). *Basic Econometrics* (5 ed.). New York: McGraw-Hill.

- Hapsari, D. (2019). Perilaku Konsumen dalam Memilih Buah Impor di Pasar Modern. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 14(2), 112–120.
- Jackson, J., & McConnell, C. R. (1984). *Economics*. Roseville: McGraw-Hill.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2011). *Principles of Marketing* (14 ed.). New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Principles of Marketing* (16 ed.). Upper Saddle River, New Jersey: Pearson.
- Kotler, P., Armstrong, G., Harris, L. C., & He, H. (2020). *Principles of Marketing* (Eight European ed.). Harlow: Pearson Education Ltd.
- Mann, S. (2018). *Socioeconomics of Agriculture*. Gewerbestrasse: Springer.
- McIver, J. (2001). *Micro economics*. Roseville, NSW, Australia: McGraw-Hill.
- Moore, D. S. (2000). *The Basic Practice of Statistics*. New York: W.H. Freeman.
- Newbold, P., Karlin, W. L., & Thorne, B. (2007). *Statistics for Business and Economics* (7 ed.). Upper Saddle River: Pearson Prentice Hall.
- Nijssen, E. J. (2022). *Entrepreneurial Marketing. How to Develop Customer Demand* (3 ed.). Oxon: Routledge.
- NTBSatu. (2024). *Perdagangan dan Reparasi Jadi Sektor Penyumbang Investasi Terbesar di Kota Mataram*. Mataram: NTBSatu Retrieved from <https://ntbsatu.com>.
- Pemerintah Kota Mataram. (2024). *Membangun Koneksi dan Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Lokal*. Mataram: Pemerintah Kota Mataram Retrieved from <https://web.mataramkota.go.id>.
- Penson, J. B., Capps, O., III, C. P. R., & Woodward, R. T. (2015). *Introduction to Agricultural Economics*. Essex: Pearson Education Limited.
- Penson, J. B. J., Capps, O. J., & Rosson, C. P. I. (2002). *Introduction to agricultural economics* (3rd ed.). Upper Saddle River, New Jersey: Prentice Hall.
- Samuelson, P. A., & Nordhaus, W. D. (2010). *Economics*. New York: McGraw-Hill.
- Schnaars, S. P. (1991). *Marketing Strategy: A Customer-Driven Approach*. Toronto: The Free Press.
- Seitz, W. D., Nelson, G. C., & Halcrow, H. G. (2002). *Economics of resources, agriculture, and food* (2 ed.). New York: McGraw-Hill.
- Sjah, T. (2010a). *Ekonomi Pertanian*. Mataram: Mataram University Press.
- Sjah, T. (2010b). *Ekonomi Pertanian (Agricultural Economics)*. Mataram: Mataram University Press.
- Soegih, R. (2002). *Ilmu Gizi*. Jakarta: Bina Rupa Aksara.
- Soeratno, & Arsyad, L. (2003). *Metodologi Penelitian untuk Ekonomi dan Bisnis* (Revisi ed.). Yogyakarta: UPP AMP YKPN.
- Stanton, W. J., Etzel, M. J., & Walker, B. J. (2000). *Fundamentals of Marketing*. New York: McGraw-Hill.
- Stiglitz, J. E. (1993). *Economics*. New York: W.W. Norton & Company.
- Sugiyono. (2007). *Statistika Untuk Penelitian (Statistics for Research)*. Bandung: CV Alfabeta.
- Thomas, R. (1996). Surveys. In T. Greenfield (Ed.), *Research Methods: Guidance for Postgraduate* (pp. 115-124). London: Arnold.
- Tregarthen, T. (1996). *Economics*. New York: Worth Publishers.
- Yuliasuti, E. R., Dwiastuti, R., & Hanani, N. (2020). Analisis Dinamis Permintaan Buah-Buahan di Indonesia: Pendekatan Error Correction Model dan LA/AIDS. *Agricultural Socio-Economics Journal*, 20(1), 1–14.