

ANALISIS KESEDIAAN MEMBAYAR (*WILLINGNESS TO PAY*) KONSUMEN TERHADAP PEMBELIAN BUAH DURIAN KROMO BANYUMAS DI DESA ALASMALANG, KECAMATAN KEMRANJEN, KABUPATEN BANYUMAS

ANALYSIS OF WILLINGNESS TO PAY CONSUMERS ON THE PURCHASE OF DURIAN KROMO BANYUMAS FRUIT IN ALASMALANG VILLAGE, KEMRANJEN DISTRICT, BANYUMAS REGENCY

Kusdiana Riska Lestari¹, Anny Hartati, dan Dindy Darmawati Putri
Fakultas Pertanian, Universitas Jenderal Soedirman

ABSTRACT

Kromo Banyumas durian fruit has a variety of selling prices, so it is necessary to do research on the willingness of consumers to pay. The purpose of this study is to describe the characteristics of consumers of Kromo Banyumas durian fruit, to analyze the average value of the maximum WTP that consumers are willing to pay to obtain Kromo Banyumas durian fruit and to determine the factors that influence the Willingness to Pay of consumers of Kromo Banyumas durian fruit. Respondents were determined using incidental sampling, namely consumers of durian fruit from March to July 2020 amounted to 100 people. The method of analysis is descriptive analysis, analysis of the average WTP, and logistic regression analysis. The results showed that the consumer characteristics of Kromo Banyumas durian fruit were dominated by men, the average age was between 18 to 25 years old, the education level was Bachelor, the occupation was private employees, the average income was IDR 1.000.000 to IDR 4.000.000, dominated by unmarried consumers, the number of family members is dominated by four people, the frequency of purchase is first time in the harvest season, the price of durian purchased is at most IDR 85.000 and the quality of durian is dominated by a value of four out of five. The average value of consumer Willingness to Pay is equal to IDR 88.050. The influencing factors are education and income.

Key-words: durian, consumers, Willingness to Pay

INTISARI

Buah durian Kromo Banyumas memiliki variasi harga jual, sehingga perlu dilakukan penelitian mengenai kesediaan membayar konsumen (*Willingness to Pay*). Tujuan penelitian ini yaitu mendeskripsikan karakteristik konsumen buah durian Kromo Banyumas, menganalisis besarnya nilai rata-rata WTP maksimal yang bersedia dibayarkan konsumen untuk memperoleh buah durian Kromo Banyumas dan mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi kesediaan membayar konsumen buah durian Kromo Banyumas. Responden ditentukan menggunakan *sampling incidental*, yaitu konsumen buah durian pada bulan Maret sampai dengan Juli 2020 berjumlah 100 orang. Metode analisis yang digunakan yaitu analisis deskriptif, analisis rata-rata WTP, dan analisis regresi logistik. Hasil penelitian menunjukkan karakteristik konsumen buah durian Kromo Banyumas didominasi laki-laki rata-rata usia antara 18 sampai dengan 25 tahun, tingkat pendidikan adalah Sarjana, pekerjaan sebagai pegawai swasta, rata-rata pendapatan sebesar Rp 1.000.000 sampai dengan Rp 4.000.000 didominasi konsumen belum menikah, jumlah anggota keluarga didominasi sebanyak empat orang, frekuensi pembelian sebanyak sekali dalam musim panen, harga durian yang dibeli paling banyak sebesar Rp 85.000 dan kualitas durian didominasi nilai empat dari lima. Nilai rata-rata kesediaan membayar konsumen (*Willingness to Pay*) yaitu sebesar Rp 88.050. Faktor yang berpengaruh yaitu pendidikan dan pendapatan.

Kata kunci: durian, konsumen, kesediaan membayar

¹ Alamat penulis untuk korespondensi: Kusdiana Riska Lestari. E-mail: riskalestr@gmail.com

PENDAHULUAN

Kecamatan Kemranjen merupakan salah satu sentra bibit dan buah durian unggul yaitu durian Kromo Banyumas. Varietas buah durian Kromo Banyumas memiliki daging buah berwarna oranye, ukuran buah besar, rasa daging buah manis sedikit pahit dan tekstur daging buah yang pulen. Varietas buah durian Kromo Banyumas diminati oleh konsumen sehingga memiliki nilai ekonomis yang sangat tinggi di Kecamatan Kemranjen karena setiap tahunnya sering terjadi perubahan harga yang ditawarkan sehingga dapat membantu memperbaiki pendapatan rumah tangga, meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan meningkatkan taraf hidup masyarakat. Buah durian Kromo Banyumas memiliki variasi harga jual sehingga perlu strategi penetapan harga jual untuk mengetahui besarnya kesiediaan konsumen membayar atau *Willingness to Pay* (WTP) terhadap pembelian buah durian Kromo Banyumas.

Rumusan masalah yang dikaji yaitu, 1) Bagaimana karakteristik konsumen buah durian Kromo Banyumas, 2) Apakah konsumen bersedia membayar lebih tinggi dari harga saat ini dan berapakah nilai maksimal yang bersedia dibayarkan konsumen untuk memperoleh buah durian Kromo Banyumas, dan 3) Faktor-faktor apakah yang memengaruhi kesiediaan membayar konsumen buah durian Kromo Banyumas.

Tujuan penelitian, 1) mendeskripsikan karakteristik konsumen buah durian Kromo Banyumas, 2) menganalisis besarnya nilai rata-rata WTP maksimal yang bersedia dibayarkan konsumen untuk memperoleh buah durian Kromo Banyumas dan 3) mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi kesiediaan membayar konsumen buah durian Kromo Banyumas.

METODE PENELITIAN

Penelitian dilaksanakan di Desa Alasmalang Kecamatan Kemranjen, objek penelitian ini adalah konsumen buah durian Kromo Banyumas yang membeli di kios-kios, dilakukan pada tanggal bulan Maret sampai dengan Juli 2020. Penentuan sampel menggunakan *sampling incidental*, dimana penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dan sesuai sebagai sumber data responden (Sugiyono, 2014). Populasi konsumen buah durian Kromo Banyumas tidak diketahui secara pasti jumlahnya maka digunakan rumus Lemeshow dan Levy (1997), untuk mendapatkan jumlah sampel yaitu jumlah sampel 96 orang yang dibulatkan menjadi 100 orang.

Analisis data yang digunakan yaitu: Skala Likert, Analisis Deskriptif, Analisis Menghitung Besarnya Rata-rata WTP, dan Analisis Regresi Logistik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Konsumen. Konsumen buah durian Kromo Banyumas didominasi oleh laki-laki dengan rata-rata usia 18 sampai dengan 25 tahun, tingkat pendidikan yaitu Sarjana, pekerjaan sebagai pegawai swasta, pendapatan sebesar Rp1.000.000 sampai dengan Rp4.000.000, status pernikahan yaitu belum menikah, jumlah anggota keluarga sebanyak empat orang, frekuensi pembelian sebanyak sekali dalam musim panen, harga durian sebesar Rp85.000 per kg tanpa kupas dengan kualitas nilai empat dari lima.

Kesiediaan Membayar. Berdasarkan hasil wawancara diketahui sebanyak 90 orang (90 persen) dari total responden 100 orang menyatakan bersedia membayar lebih buah

durian Kromo Banyumas pada saat penelitian berlangsung. Alasan konsumen bersedia membayar lebih buah durian Kromo Banyumas yaitu dikarenakan sesuai keinginan mereka untuk memperoleh kepuasan setelah mengonsumsinya, sedangkan konsumen yang tidak bersedia membayar lebih buah durian Kromo Banyumas dikarenakan harga durian Kromo Banyumas saat penelitian berlangsung sudah terlalu tinggi untuk sebagian orang. Sebaran persentase kesediaan membayar konsumen dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1 menunjukkan sebagian besar konsumen bersedia membayar lebih tinggi dari harga saat penelitian pada tingkat harga Rp85.000 per kg tanpa kupas, dimana konsumen menganggap harga maksimal yang bersedia dibayarkan untuk membeli buah durian Kromo Banyumas sebesar Rp85.000 sudah mendapatkan buah durian yang berkualitas dengan harga terjangkau. Hal ini sesuai dengan Fauzi (2004), keinginan konsumen membayar merupakan nilai maksimum konsumen untuk memperoleh barang.

Nilai kesediaan membayar konsumen dianalisis menggunakan CVM yang terdiri dari lima langkah tahapan analisis, yaitu:

1. Membuat pasar hipotetik

Konsumen diberikan informasi mengenai kualitas buah durian Kromo Banyumas, sehingga memiliki gambaran

tentang situasi pasar hipotetik yang dimaksud dan dapat menentukan sejumlah uang yang bersedia dibayarkan. Pasar hipotetik bertujuan agar konsumen mampu memberikan nilai lebih atau maksimum terhadap harga kesediaan membayar buah durian Kromo Banyumas.

2. Memperoleh Nilai Lelang

Besarnya nilai WTP diperoleh menggunakan nilai tawar (*bidding games*) dengan memberikan pertanyaan kesediaan membayar lebih. Apabila konsumen menjawab “Ya” maka besarnya nilai uang dimulai dari harga terendah sampai dengan harga tertinggi hingga mencapai kesepakatan nilai WTP maksimum yang bersedia dibayarkan oleh konsumen.

3. Menghitung Dugaan Nilai Rataan WTP

Berdasarkan hasil penelitian didapat nilai rata-rata maksimum WTP buah durian Kromo Banyumas sebesar Rp88.050 dengan presentase peningkatan harga rata-rata WTP maksimum sebesar 9,6 persen. Peningkatan presentase yang tidak terlalu tinggi disebabkan oleh konsumen memiliki pemahaman bahwa memperoleh buah durian tidak harus dengan harga yang terlalu tinggi.

Berdasarkan hasil penelitian, konsumen bersedia membayar dengan harga yang lebih

Tabel 1. Sebaran persentase konsumen yang bersedia membayar lebih

Kesediaan Membayar Lebih (Rp/kg Tanpa Kupas)	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
80.000	8	8,89
85.000	40	44,44
90.000	28	31,11
95.000	5	5,56
100.000	9	10,00
Total	90	100,00

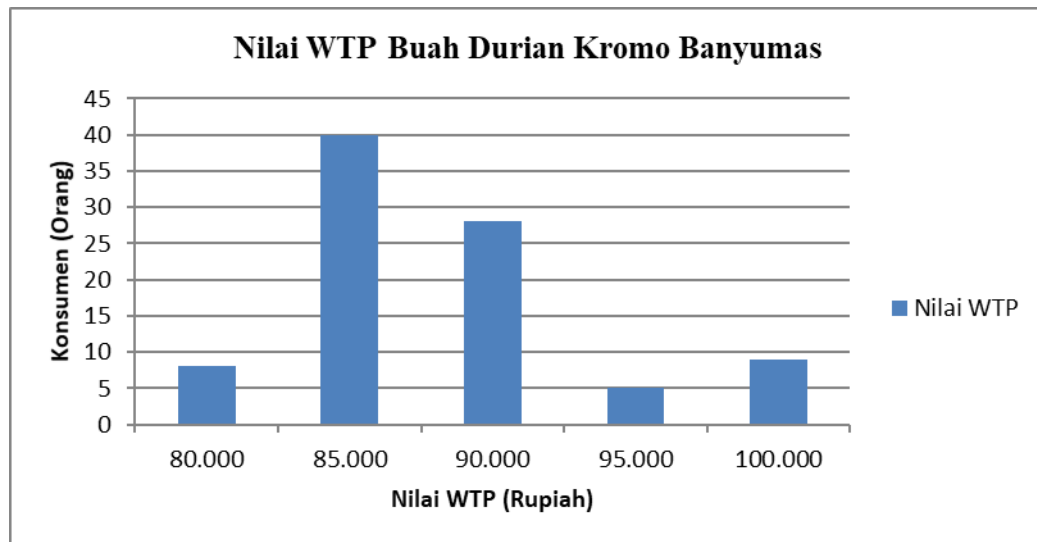
tinggi apabila mendapatkan buah durian Kromo Banyumas yang berkualitas dan bergaransi. Hal ini sejalan dengan Astuti (2019), peningkatan presentase tidak terlalu tinggi sebesar 8,6 persen karena nilai rata-rata maksimum yang bersedia dibayarkan konsumen tidak terlalu tinggi dari harga sebelumnya.

4. Kurva WTP dan Agregasi WTP

Berdasarkan kurva nilai WTP buah durian Kromo Banyumas diketahui

bahwa terdapat 90 orang dari 100 orang konsumen bersedia membayar lebih tinggi dari harga saat penelitian.

Tabel 3 menunjukkan nilai total WTP sebesar Rp7.935.000 dengan nilai WTP paling banyak pada harga Rp 85.000. Nilai agregasi WTP penting



Gambar 1. Kurva nilai WTP

Tabel 3. Hasil perhitungan agregasi WTP

Nilai WTP (Rp)	Total WTP (Rp)
80.000	640.000
85.000	3.400.000
90.000	2.520.000
95.000	475.000
100.000	900.000
Total	7.935.000

untuk diketahui agar penjual buah durian Kromo Banyumas mendapatkan informasi mengenai nilai penjualan dengan harga maksimal yang bersedia dibayarkan konsumen untuk memperoleh buah durian Kromo Banyumas.

Harga Rp 85.000 memiliki nilai agregasi yang lebih tinggi disebabkan frekuensi konsumen yang bersedia membayar lebih tinggi dari harga saat penelitian juga tinggi, yaitu sebanyak 40 orang dari 100 orang yang membeli buah durian Kromo Banyumas. Nilai agregasi WTP dapat dijadikan sebuah informasi terkait potensi finansial yang dapat terjadi pada suatu harga. Nilai WTP Rp85.000 memiliki potensi finansial terbesar dengan meningkatkan kualitas dan pelayanan penjualan buah durian (Priambodo dan Najib, 2014). Berdasarkan hasil penelitian di lapangan, banyak konsumen yang beranggapan bahwa tidak diperlukan harga yang terlalu tinggi karena harga pada saat penelitian juga sudah

tinggi dan buah durian pada saat musim panen raya seharusnya harga rendah.

Faktor yang Memengaruhi Kesiediaan Membayar. Faktor yang memengaruhi kesiediaan membayar konsumen buah durian Kromo Banyumas dianalisis dengan menggunakan analisis regresi logistik. Hasil analisis regresi logistik selengkapnya disajikan pada Tabel 4.

Jumlah konsumen yang digunakan dalam analisis regresi logistik adalah 98 orang karena terdapat dua data *outlier* (nilai yang sangat jauh menyimpang dari rata-rata) atau data pengganggu yang ekstrem. Hasil uji G atau uji secara serempak terdapat pada tabel *Omnibus Test of Model Coefficients* menunjukkan signifikansi hitung sebesar $0.00 < 0,05$ dan nilai Chi-Square 32,357 lebih besar dari Chi-Square tabel pada derajat bebas 10 dengan jumlah 10 variabel dan probabilitas 0,05 yang nilainya adalah 18,307, sehingga H_0 ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa pada taraf

Tabel 4. Hasil pengolahan regresi logistic

<i>Omnibus Test of Model Coefficients (Model)</i>		
Chi-square	Df	Sig.
32,357	10	0,00
<i>Model Summary</i>		
2 Log likelihood	Cox & Snell R square	Nagelkerke R square
22,880	0,283	0,654
<i>Hosmer and Lemeshow Test</i>		
Chi-square	Df	Sig.
3,441	10	0,904
<i>Classification Table</i>		
Overall Percentage (%)	94,9	

nyata 0,05 variabel independen secara serempak berpengaruh nyata terhadap variabel dependen atau kesiediaan membayar konsumen buah durian Kromo Banyumas.

Hasil *output* pada *Model Summary* untuk melihat kemampuan variabel independen dalam menjelaskan dependen. Nilai Nagelkerke R Square sebesar 0,654 menunjukkan bahwa kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sebesar 65,4 persen dan terdapat 34,6 persen faktor lain yang menjelaskan variabel independen diluar penelitian ini. *Hosmer and Lemeshow Test* adalah uji untuk menentukan ketepatan model yang telah dibentuk. Nilai sig *Hosmer and Lemeshow Test* (0,904 > 0.05), artinya H_0 diterima yakni model regresi logistik mampu menjelaskan data dan tidak terdapat perbedaan antara model dan nilai observasinya. Hal ini menunjukkan bahwa persamaan regresi logistik

dapat digunakan untuk menjelaskan hubungan variabel independen dan variabel dependen. Selanjutnya berdasarkan hasil *output Classification Table* menunjukkan bahwa model regresi logistik yang digunakan telah baik karena ketepatan model penelitian ini dengan benar sebesar 94,9 persen dari kondisi yang terjadi sehingga model ini layak. Uji parsial dengan uji Wald selengkapanya disajikan pada Tabel 5.

Berdasarkan Tabel 5 dapat diketahui variabel independen memiliki pengaruh karena *p-value* hitung lebih kecil dari α yaitu 0,05 sehingga dapat dikatakan memengaruhi variabel dependen secara parsial. Pada uji Wald diketahui variabel pendidikan dan pendapatan memiliki hubungan dan pengaruh nyata terhadap kesiediaan membayar konsumen buah durian Kromo Banyumas.

Tabel 5. Uji Wald

Variabel	Koefisien (B)	Wald	P-value (sig.)	Odds Ratio (Exp(B))	Kesimpulan
Jenis Kelamin	-2,680	3,618	0,057*	0,069	Tidak Berpengaruh
Usia	0,428	1,408	0,235	1,534	Tidak Berpengaruh
Pendidikan	-1,480	4,287	0,038**	0,228	Berpengaruh
Pekerjaan	-0,530	1,359	0,244	0,589	Tidak Berpengaruh
Pendapatan	2,870	4,048	0,004***	17,633	Berpengaruh
Status Pernikahan	-21,288	0,000	0,997	0,000	Tidak Berpengaruh
Jumlah Anggota Keluarga	0,695	1,004	0,316	2,004	Tidak Berpengaruh
Frekuensi Pembelian	-0,172	0,120	0,729	0,842	Tidak Berpengaruh
Harga Produk	-2,831	2,894	0,089*	0,059	Tidak Berpengaruh
Kualitas Produk	0,004	0,000	0,998	1,004	Tidak Berpengaruh

Sumber: Data Primer Penelitian, 2020.

Keterangan : * Signifikan pada taraf 10%
 ** Signifikan pada taraf 5%
 *** Signifikan pada taraf 1%

Variabel pendidikan memiliki pengaruh secara nyata terhadap kesediaan membayar konsumen buah durian Kromo Banyumas dengan nilai signifikansi 0,038 lebih kecil dari 0,05 pada tingkat kepercayaan 95 persen, sedangkan nilai koefisien variabel pendidikan bernilai negatif sebesar -1,480 artinya bahwa variabel pendidikan mengurangi sebesar 1,480 kesediaan membayar buah durian Kromo Banyumas. Nilai *odds ratio* variabel pendidikan sebesar 0,288 dapat diartikan bahwa konsumen buah durian Kromo Banyumas yang memiliki pendidikan lebih tinggi memiliki peluang sebesar 0,288 kali lebih besar untuk bersedia membayar lebih dari harga saat penelitian dibandingkan konsumen dengan tingkat pendidikan lebih rendah. Hal ini sesuai dengan pendapat Sumarwan (2015), pendidikan berpengaruh penting terhadap cara pandang dan sudut pandang seseorang, semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang semakin baik cara berfikir dalam menghadapi suatu permasalahan atau keputusan dalam melakukan pembelian suatu barang.

Variabel pendapatan secara positif dan signifikan memengaruhi konsumen untuk bersedia membayar buah durian Kromo Banyumas. Nilai signifikan variabel pendapatan yaitu sebesar 0,004 lebih kecil dari nilai α (0,05), artinya variabel pendapatan berpengaruh secara nyata terhadap kesediaan konsumen membayar buah durian Kromo Banyumas pada tingkat kepercayaan 95 persen. Nilai koefisien variabel pendidikan bernilai positif 2,870 artinya bahwa konsumen dengan pendapatan yang cukup tinggi memengaruhi pengambilan keputusan pembelian, sehingga meningkatkan kesediaan membayar konsumen sebesar 2,870 untuk harga yang lebih tinggi dari harga saat membeli. Nilai *odds ratio* variabel pendapatan sebesar 17,633 dapat diartikan bahwa konsumen buah durian Kromo Banyumas yang memiliki pendapatan per bulan

lebih tinggi memiliki peluang sebesar 17,633 kali lebih besar untuk bersedia membayar lebih dari harga saat penelitian dibandingkan konsumen dengan jumlah pendapatan yang lebih rendah. Hal ini serupa dengan penelitian yang dilakukan Fathia *et al.* (2018), pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesediaan membayar beras organik di Kota Bogor. Secara teoritis hal ini juga sesuai dengan Sumarwan (2015), yaitu semakin tinggi pendapatan konsumen maka semakin tinggi daya belinya. Daya beli menggambarkan banyaknya produk dan jasa yang bisa dibeli dan dikonsumsi oleh seorang konsumen dan seluruh anggota keluarganya.

Variabel jenis kelamin, usia, pekerjaan, status pernikahan, jumlah anggota keluarga, frekuensi pembelian, harga produk dan kualitas produk tidak berpengaruh secara parsial terhadap variabel kesediaan membayar konsumen buah durian Kromo Banyumas karena memiliki nilai signifikansi hitung lebih besar dari nilai signifikansi atau α sebesar 0,05. Persamaan regresi yang didapat adalah sebagai berikut:

$$\ln \frac{p}{1-p} = 59,508 - 0,2680X_1 + 0,482X_2 - 1,480X_3 - 0,530X_4 + 2,870X_5 - 21,288X_6 + 0,695X_7 - 0,172X_8 - 2,831X_9 + 0,004X_{10}$$

Berdasarkan nilai *odds ratio* yang dapat dilihat dari nilai $\exp(B)$ dari hasil uji Wald menunjukkan bahwa:

1. Tingkat pendidikan

Nilai $\exp(\beta)$ atau nilai *odds ratio* sebesar 0,228 mengartikan bahwa konsumen dengan tingkat pendidikan lebih tinggi memiliki peluang sebesar 0,228 kali lebih besar untuk bersedia membayar dibandingkan konsumen dengan tingkat pendidikan lebih rendah. Konsumen dengan tingkat pendidikan lebih tinggi akan lebih mudah menerima informasi yang ada termasuk tentang pentingnya mengonsumsi buah. Hasil ini diperkuat

oleh hasil penelitian dari Sumarwan (2011) yang menyatakan bahwa konsumen yang memiliki pendidikan yang tinggi akan lebih tanggap terhadap suatu informasi dan hal ini akan berpengaruh terhadap pengambilan keputusan konsumen terhadap suatu produk.

2. Pendapatan

Nilai $Exp(\beta)$ atau nilai *odds ratio* sebesar 17,633 mengartikan bahwa konsumen dengan pendapatan per bulan lebih tinggi memiliki peluang 17,633 kali lebih besar untuk bersedia membayar lebih dibandingkan dengan konsumen dengan jumlah pendapatan yang lebih kecil. Berdasarkan wawancara pada saat turun lapang, beberapa konsumen yang memiliki pendapatan cukup tinggi lebih loyal untuk pembelian buah durian Kromo Banyumas karena buah durian sering disebut sebagai buah premium atau lebih mahal dibanding buah-buahan yang lain. Hasil ini diperkuat oleh hasil penelitian dari Christdavina (2013) dan Priambodo (2014) yang menyatakan jika semakin tinggi pendapatan atau penghasilan konsumen, maka semakin tinggi pula nilai WTP.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan. Berdasarkan analisis dari hasil penelitian diperoleh beberapa kesimpulan, antara lain:

1. Karakteristik konsumen buah durian Kromo Banyumas di Desa Alasmalang, Kecamatan Kemranjen, Kabupaten Banyumas mayoritas dengan jenis kelamin laki-laki rata-rata usia antara 18 sampai dengan 25 tahun, dengan tingkat pendidikan tertinggi adalah Sarjana, pekerjaan yang mendominasi adalah pegawai swasta, serta rata-rata memiliki pendapatan sebesar Rp1.000.000 sampai dengan Rp4.000.000 dengan status pernikahan didominasi oleh konsumen

yang belum menikah, jumlah anggota keluarga didominasi sebanyak empat orang, dengan jumlah frekuensi pembelian sebanyak sekali dalam musim panen dengan harga durian yang dibeli paling banyak sebesar Rp85,000 per kg tanpa kupas dan dengan kualitasnya yang didominasi nilai empat dari lima artinya konsumen buah durian Kromo Banyumas paling setuju dengan kualitas yang diperoleh.

2. Nilai rata-rata kesiediaan membayar (*Willingness to Pay*) konsumen buah durian Kromo Banyumas di Desa Alasmalang, Kecamatan Kemranjen, Kabupaten Banyumas yaitu sebesar Rp88.050 per kg tanpa kupas.
3. Faktor yang memengaruhi kesiediaan membayar (*Willingness to Pay*) konsumen buah durian Kromo Banyumas di Desa Alasmalang, Kecamatan Kemranjen, Kabupaten Banyumas secara signifikan pada tingkat kepercayaan 95 persen adalah pendidikan dan pendapatan.

Saran. Saran yang dapat diberikan sebagai tindak lanjut dari hasil penelitian sebagai berikut:

1. Penjual buah durian Kromo Banyumas sebaiknya bisa memastikan kepada konsumen mengenai kualitas buah durian Kromo Banyumas, sehingga bisa meningkatkan persepsi kualitas buah durian Kromo Banyumas dan mampu mendorong konsumen untuk membayar lebih tinggi dibanding harga pada saat penelitian.
2. Penjual buah durian Kromo Banyumas perlu adanya periklanan, sehingga buah durian Kromo Banyumas menjadi semakin dikenal dari seluruh penjuru di Indonesia dan diharapkan mampu menjadi dorongan bagi konsumen untuk membayar harga

lebih tinggi untuk durian Kromo Banyumas.

3. Faktor yang paling memengaruhi kesediaan membayar konsumen adalah pendapatan, sehingga promosi buah durian Kromo Banyumas dapat difokuskan kepada masyarakat menengah keatas atau yang memiliki pendapatan tetap.

DAFTAR PUSTAKA

Astuti, D.W. 2019. Analisis Willingness to Pay (WTP) Pengunjung Objek Wisata di Taman Buah Mekarsari. *Skripsi*. Universitas Brawijaya, Malang.

Christdavina. 2013. *Analisis Willingness to Pay Terhadap Pelanggan Sayuran Organik Agatho Bina Saran Bakti*. *Skripsi*. Institut Pertanian Bogor, Bogor.

Fauzi, A. 2004. *Ekonomi Sumber Daya Alam dan Lingkungan*. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

Fathia, Q.N., Nurmalina, R. & Simanjuntak, M. 2018. Consumers Attitude and Willingness to Pay for Organic Rice. *Journal of Business and Entrepreneurship*. 4(1).

Lemeshow, S. & Levy, P.S. 1997. *Sampling of Populations Methods and Application*. Wiley Publisher, New Jersey.

Priambodo, L.H. & Najib, M. 2014. Analisis Kesediaan Membayar (Willingness to Pay) Sayuran Organik dan Faktor-Faktor yang Memengaruhinya. *Jurnal Manajemen dan Organisasi*. 5(1).

Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta, Bandung.

Sumarwan, U. 2011. *Perilaku Konsumen*. PT. Ghalia Indonesia, Bogor.

Sumarwan, U. 2015. *Perilaku Konsumen, Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. PT Ghalia Indonesia, Bogor.