

ANALISIS PERILAKU KONSUMEN DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN MENGGONSUMSI JENIS PRODUK BANUA COKELAT PADA INDUSTRI SA'ADAH AGENCY DI KOTA PALU

Analysis of Consumer Behaviour in Making Decision to Consume Banua Cokelat Product at Sa'adah Agency Industry in Palu City

Melida K. Jumba¹⁾, Hadayani²⁾, Dafina Howara²⁾

¹⁾Mahasiswa Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Tadulako, Palu

²⁾Staf Dosen Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Tadulako, Palu

E-mail :memelida@gmail.com

E-mail :yaniansar@ymail.com

E-mail :dhowara@yahoo.com

ABSTRACT

This study aim was to determine consumer behavior in making decision for the consumption of *Banua* chocolate product at Sa'adah Agency Industry in Palu City during October to December 2014. The study location and respondents were purposively determined. There were 33 respondents selected. Data used were primary and secondary information. This research used Chi Square method to analyze the data. The study results showed that the financial performance of Banua Chocolate is good based on the values of $X^2_{count} > X^2_{table}$. The taste quality had the value of $18.2 > 9.49$, the price had that of $22.4 > 9.49$, the grade had that of $27.8 > 9.49$, the job status had that of $19.8 > 9.49$, and the kind of chocolate had that of $6 < 9.49$. The consumers of the chocolate mostly are students and only few are workers.

Key Words: Consumer behavior, decision making, liquidity, banua chocolate

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan mengkonsumsi jenis produk Banua Cokelat pada industri Sa'adah Agency di Kota Palu. Selama bulan Oktober sampai Desember 2014. Penentuan lokasi dan responden dilakukan secara sengaja (*purposive*). Jumlah responden sebanyak 33 orang. Pengumpulan data pada penelitian ini terdiri atas data primer dan data sekunder. Analisis data yang digunakan yaitu metode Chi Square. Hasil Penelitian menunjukkan kualitas mutu dari jenis produk Banua Cokelat tersebut sejauh ini baik. Hal ini ditunjukkan oleh nilai $\chi^2_{hitung} > \chi^2_{tabel}$ masing-masing: 1. Selera konsumen dari segi kualitas rasa ($18,2 > 9,49$) , 2. Harga ($22,4 > 9,49$) , 3. Mutu ($27,8 > 9,49$) , 4. Status pekerjaan ($19,8 > 9,49$), 5. Jenis cokelat ($6 < 9,49$).Konsumen industri Sa'adah Agency yang mengkonsumsi produk Banua Cokelat terbanyak adalah mahasiswa dan yang paling sedikit adalah karyawan.

Kata Kunci:Perilaku konsumen, pengambilan keputusan, banua cokelat

PENDAHULUAN

Sektor pertanian memiliki peranan yang cukup penting dalam pembangunan ekonomi nasional. Salah satu peranan sektor pertanian adalah sebagai penyedia pangan. Menurut Yudo (2004), sektor pertanian mempunyai 4 fungsi bagi pembangunan suatu bangsa yaitu mencukupi kebutuhan pangan, penyedia lapangan pekerjaan, penyedia bahan baku untuk industri dan sebagai sumber devisa bagi Negara.

Pembangunan pertanian harus dipandang dari dua pilar utama secara terintegrasi dan tidak bisa dipisahkan yaitu *pertama*, pilar pertanian primer (*on-farm agriculture/agribusiness*) yang merupakan kegiatan usahatani yang menggunakan sarana dan prasarana produksi (*input factors*) untuk menghasilkan produk pertanian primer; *kedua*, pilar pertanian sekunder (*down-stream agriculture/agribusiness*) sebagai kegiatan meningkatkan nilai tambah produk pertanian primer melalui pengolahan (agroindustri) beserta distribusi dan perdagangannya.

Pembangunan agribisnis merupakan strategi pembangunan ekonomi yang membangun industri hulu, usahatani, industri hilir, dan jasa penunjang secara simultan dan harmonis. Pembangunan agribisnis dilaksanakan dengan meningkatkan kegiatan ekonomi yang dihasilkan dari sumber daya yang dimiliki dan dapat diterima dalam kerangka pembangunan ekonomi kerakyatan dan ekonomi daerah (Soekartawi, 2003).

Tingginya permintaan tersebut menciptakan persaingan di sektor industri produk berbahan dasar kakao. Hal ini berdampak pada penetapan harga dan kinerja pada industri kakao di Indonesia

yang selanjutnya akan mempengaruhi struktur, perilaku, dan kinerja industri itu sendiri (Sitorus, 2012).

Indonesia sendiri memiliki banyak perkebunan kakao. Salah satu daerah yang memiliki banyak perkebunan kakao yakni di Sulawesi Tengah. Kini Sulawesi Tengah menjadi daerah terkenal dengan buah kakaonya namun produksi kakao di Sulawesi Tengah hanya mengekspor atau pemasaran biji kakao ke luar negeri seperti negara-negara bagian yang memproduksi cokelat olahan yang sangat terkenal yang biasa sering kita konsumsi seperti silver queen, cokelat delvi, chaca, dan lain-lain.

Seperti halnya untuk produk olahan cokelat yang telah memiliki pangsa pasar yang cukup bagus dikalangan konsumen dan masyarakat sekarang ini cenderung memilih aneka olahan cokelat yang bermerek dari luar daripada aneka olahan cokelat produk lokal.

Semakin banyaknya merek cokelat instan yang ada, membuat industri cokelat harus bersaing dengan industri lainnya untuk memenangkan pasar. Salah satu cara mengenal pasar sasaran adalah dengan cara mengenal konsumen melalui tipe perilaku konsumen yang menjadi sasarannya. Sofa (2008) mengemukakan ilmu perilaku konsumen dibutuhkan untuk mengidentifikasi apa kebutuhan dan keinginan konsumen dan pelanggan tersebut sehingga pemasar mampu menyusun dan mengimplementasikan strategi pemasaran yang tepat untuk karakteristik konsumen yang menjadi target pasar.

Terdapat beberapa industri di Kota Palu yang memproduksi beberapa jenis produk olahan cokelat, salah satunya Sa'adah Agency. Keberadaan dan keberlanjutan industri ini tidak terlepas dari

ketersediaan bahan baku, sumber daya manusia, dan pasar.

Peran konsumen dalam pengambilan keputusan mengonsumsi jenis produk Banua Cokelat pada industri Sa'adah Agency di pengaruhi oleh beberapa faktor antara lain adanya promosi yang dilakukan untuk mengenalkan produk tersebut, produknya yang bervariasi, kemasannya yang menarik dan harganya yang relatif terjangkau.

Dari beberapa faktor tersebut, belum dapat dipastikan faktor mana yang dominan dan unggul dalam mempengaruhi konsumen untuk menentukan pengambilan keputusan mengonsumsi jenis produk Banua Cokelat pada industri Sa'adah Agency.

Tujuannya yaitu mengetahui perilaku konsumen dalam pengambilan keputusannya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di Industri Sa'adah Agency Jln. Otista No. 70 Kecamatan Palu Timur Kota Palu, mulai dari bulan Oktober 2014 sampai Desember 2014. Penentuan lokasi dilakukan secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan bahwa lokasi industri Sa'adah Agency merupakan industri dengan produksi produk olahan cokelat terbesar yang ada di Kota Palu sehingga memungkinkan penulis melaksanakan penelitian sesuai dengan tujuan penelitian.

Penentuan responden pada industri Sa'adah Agency dilakukan secara sengaja (*purposive*). Responden dalam penelitian ini sebanyak 33 responden yang terdiri atas 30 responden (konsumen yang membeli jenis produk Banua Cokelat yang ditemui pada saat penelitian sedang berlangsung), 1 pimpinan usaha dan 2 karyawan (produksi

dan pengemasan). Perilaku konsumen dalam hal pengambilan keputusan mengonsumsi jenis produk Banua Cokelat pada industri Sa'adah Agency termasuk dalam penelitian korelasi. Menurut Gay (1976) dalam Consuelo (1993), penentuan responden berdasarkan tipe penelitian korelasi menggunakan 30 subjek.

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari responden secara langsung oleh peneliti dengan memberikan pertanyaan secara terstruktur pada alat bantu kuesioner, wawancara dan observasi di lapangan. Data sekunder diperoleh dari berbagai instansi pemerintah yang terkait dengan penelitian ini dan berbagai literatur.

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode Chi Square.

$$\chi^2 = \sum_{i=1}^k \frac{(f_0 - f_h)^2}{f_h}$$

Keterangan :

χ^2 : Chi kuadrat

f_0 : Frekuensi sampel (frekuensi yang diperoleh dari hasil observasi sampel)

f_h : Frekuensi harapan (frekuensi yang diharapkan dalam sampel sebagai pencerminan frekuensi yang diharapkan dalam populasi)

Chi kuadrat dapat digunakan untuk menguji hipotesis deskriptif satu sampel atau satu variabel, yang terdiri atas dua kategori atau lebih. Selain itu dapat digunakan untuk menguji hipotesis komparatif 2 sampel atau 2 variabel yang berskala nominal (Wijayanto, 2009).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Produk di Industri Sa'adah Agency. Industri rumah tangga Sa'adah Agency saat ini telah memiliki kurang lebih 10 jenis aneka olahan coklat. Produk dari industri rumah tangga ini adalah aneka coklat berbagai macam rasa (cabai, mente, keju, cengkeh, kayu manis, wafer, herbal, *milk couverture*, kopi, jahe) maupun bentuk (bar atau batangan, lolypop, dos dan tempurung) yang dijual langsung pada konsumen aneka olahan coklat.

Pemasaran Produk Banua Cokelat Pada Industri Sa'adah Agency. Pemasaran produk Banua Cokelat pada industri Sa'adah Agency yaitu penjualan langsung ke konsumen di toko sendiri dimana konsumen datang langsung ke industri rumah tangga Sa'adah Agency dan membeli dengan harga yang telah ditetapkan oleh industri rumah tangga tersebut, toko pusat oleh-oleh terdekat dan juga terkadang diluar daerah Kota Palu.

Perilaku Konsumen Terhadap Komponen Selera Konsumen Dilihat Dari Segi Kualitas Rasa. Selera konsumen berhubungan erat dengan mode berpengaruh besar terhadap permintaan produk maupun jasa. Jika selera konsumen terhadap suatu produk maupun jasa lagi tinggi, maka jumlah permintan atas produk maupun jasa tersebut akan meningkat, selera konsumen merupakan salah satu bagian yang paling berpengaruh dalam peluncuran sebuah produk yang baru bagi sebuah industri untuk memenangkan pangsa pasar. Karena selera antara konsumen yang satu dengan konsumen yang lainnya berbeda-beda. Keberaneka ragam selera konsumen inilah yang mengacu kreatifitas suatu industri untuk menciptakan berbagai komponen produk baru yang melekat agar memiliki daya tarik selera konsumen. Salah satunya yaitu dari segi kualitas rasa.

Industri biasanya mengikuti trend yang mengkombinasikan rasa terhadap produk tersebut. Dengan keinginan agar produk tersebut sesuai dengan selera konsumen. Pengaruh komponen selera konsumen dilihat dari segi kualitas rasa terlihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Analisis Terhadap Pengaruh Selera Konsumen Dilihat dari Segi Kualitas Rasapada Produk “Banua Cokelat” di Industri Sa'adah Agency, Okotober – Desember 2014.

Kualitas Rasa	f_h	f_0	$f_0 - f_h$	$(f_0 - f_h)^2$	$(f_0 - f_h)^2 / f_h$
Enak	10	20	10	100	10
Biasa Saja	10	9	-1	1	0,1
Tidak Enak	10	1	-9	81	8,1
Jumlah	30	30	0	182	18,2

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2014.

Berdasarkan hasil analisis yang ditampilkan dalam Tabel 1. perhitungan yang diperoleh nilai χ^2_{hitung} (18,2) jika dibandingkan dengan χ^2_{tabel} (9,49) pada taraf nyata (α) 0,05. Artinya perilaku konsumen berpengaruh terhadap selera konsumen dilihat dari segi kualitas rasa. Jadi, H_0 tidak dapat ditolak dan H_1 tidak teruji kebenarannya bahwa perilaku konsumen terhadap komponen selera konsumen tidak menunjukkan adanya hubungan yang signifikan.

Para konsumen yang hendak membeli suatu produk akan mempertimbangkan 2 hal yakni kesesuaian kualitas rasa terhadap produk yang dihasilkan dan kemasan maupun citra/reputasi merek tersebut. Begitu pula yang dilakukan konsumen industri Sa'adah Agency sebelum membeli dan menentukan keputusannya untuk mengonsumsi produk

Banua Cokelat, pertimbangan mereka yaitu kualitas rasa dari produk Banua Cokelat. Sebanyak 20 responden menyatakan bahwa produk Banua Cokelat memiliki rasa yang enak.

Perilaku Konsumen Terhadap Komponen harga. Harga produk Banua Cokelat disesuaikan dengan ukuran yang akan ditawarkan pada konsumen, begitu pula yang terjadi pada industri Sa'adah Agency. Industri ini menawarkan berbagai

macam jenis produk olahan cokelat dengan harga yang relatif mudah dijangkau dan disesuaikan dengan kualitas yang ditawarkan. Konsumen tentunya menginginkan produk olahan cokelat yang berkualitas untuk memenuhi kepuasannya. Harga menjadi salah satu pertimbangan bagi konsumen tentunya diikuti dengan kualitas produk olahan cokelatnya agar konsumen dapat memenuhi kepuasannya dalam memilih produk olahan cokelat.

Tabel 2. Analisis Terhadap Pengaruh Komponen Harga pada Produk “Banua Cokelat” pada Industri Sa'adah Agency, Oktober – Desember 2014.

Kesesuaian Antara Harga Dengan Produk Banua Cokelat	f_h	f_0	$f_0 - f_h$	$(f_0 - f_h)^2$	$(f_0 - f_h)^2 / f_h$
Murah	10	22	12	144	14,4
Sedang	10	6	-4	16	1,6
Mahal	10	2	-8	64	6,4
Jumlah	30	30	0	224	22,4

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2014.

Keterangan: Murah = Rp 2.500 – Rp 10.000
 Sedang = Rp 15.000 – Rp 25.000
 Mahal = Rp 30.000 keatas

Berdasarkan hasil analisis yang ditampilkan pada Tabel 2. diperoleh nilai χ^2_{hitung} (22,4) lebih besar jika dibandingkan dengan nilai dengan χ^2_{tabel} (9,49) pada taraf nyata (α) 0,05. Artinya perilaku konsumen berpengaruh terhadap harga. Jadi, H_0 tidak dapat ditolak dan H_1 tidak teruji kebenarannya bahwa perilaku konsumen terhadap komponen harga tidak menunjukkan adanya hubungan yang signifikan.

Sejauh ini harga yang telah ditetapkan untuk produk Banua Cokelat yang

diproduksi industri Sa'adah Agency tergolong murah dan dapat dijangkau oleh para konsumen. Kalaupun ada kenaikan harga yang disebabkan oleh kenaikan harga bahan baku baik cokelat maupun kemasannya, industri Sa'adah Agency tetap berusaha untuk menyesuaikan dengan tidak menaikkan harga secara drastis. Cara lain yang ditempuh oleh perusahaan agar harga tetap dapat terjangkau oleh konsumennya yaitu dengan membuat kemasan yang lebih ekonomis.

Perilaku Konsumen Terhadap Komponen Mutu. Konsep mutu sering dianggap sebagai ukuran relatif kebaikan suatu produk. Mutu design yang merupakan fungsi spesifikasi produk sedangkan untuk kesesuaian adalah suatu ukuran seberapa jauh produk memenuhi persyaratan atau spesifikasi mutu yang telah ditetapkan.

Tabel 3. Analisis Terhadap Pengaruh Komponen Mutu pada Produk “Banua Cokelat” pada Industri Sa’adah Agency di Kota Palu, Oktober – Desember 2014.

Mutu Produk Banua Cokelat	f_h	f_0	$f_0 - f_h$	$(f_0 - f_h)^2$	$(f_0 - f_h)^2 / f_h$
Baik	10	23	13	169	16,9
Sedang	10	7	-3	9	0,9
Buruk	10	-	-10	100	10
Jumlah	30	30	0	278	27,8

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2014.

Berdasarkan hasil analisis yang ditampilkan pada Tabel 3. diperoleh nilai χ^2_{hitung} (27,8) lebih besar jika dibandingkan dengan nilai χ^2_{tabel} (9,49) pada taraf nyata (α) 0,05. Artinya perilaku konsumen berpengaruh terhadap mutu. Jadi, H_0 tidak dapat ditolak dan H_1 tidak teruji kebenarannya bahwa perilaku konsumen terhadap komponen mutu tidak menunjukkan adanya hubungan yang signifikan.

Penilaian konsumen terhadap mutu produk Banua Cokelat sejauh ini sudah baik. Para konsumen ini menilainya dari : kemasan yang sesuai standar pabrik, tercantum kadar luarsa, sudah diuji badan POM dan MUI, bahan baku yang digunakan berkualitas.

Perilaku Konsumen Terhadap Komponen Keadaan Status Pekerjaan. Keputusan pembelian sebenarnya juga

dipengaruhi oleh karakteristik pribadi. Beberapa penelitian terakhir telah mengidentifikasi tahapan-tahapan dalam siklus hidup psikologis. Orang-orang dewasa biasanya perubahan atau transformasi tertentu pada saat mereka menjalani hidupnya. Pekerjaan mempengaruhi produk yang dibelinya. Para pemasar berusaha mengidentifikasi kelompok-kelompok pekerja yang memiliki minat diatas rata-rata terhadap produk tertentu.

Situasi ekonomi seseorang akan mempengaruhi pemilihan produk. Situasi ekonomi seseorang terdiri dari pendapatan yang dibelanjakan, tabungan dan hartanya. Gaya hidup seseorang adalah pola hidup didunia yang diekspresikan oleh kegiatan, minat dan pendapat seseorang.

Tabel 4. Analisis Terhadap Pengaruh Komponen Status Pekerjaan Terhadap Produk “BanuaCokelat” pada Industri Sa’adah Agency, Oktober – Desember 2014.

Status Pekerjaan	f_h	f_0	$f_0 - f_h$	$(f_0 - f_h)^2$	$(f_0 - f_h)^2 / f_h$
Mahasiswa	7,5	18	10,5	110,25	14,7
Karyawan	7,5	5	-2,5	6,25	0,8
PNS	7,5	4	-3,5	12,25	1,6
Wiraswasta	7,5	3	-4,5	20,25	2,7
Jumlah	30	30	0	149	19,8

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2014.

Berdasarkan hasil analisis yang ditampilkan pada Tabel 4. diperoleh nilai χ^2_{hitung} (19,8) lebih besar jika dibandingkan dengan nilai χ^2_{tabel} (9,49) pada taraf nyata

(α) 0,05. Artinya perilaku konsumen berpengaruh terhadap status pekerjaan. Produk Banua Cokelat paling banyak digemari dari kalangan Mahasiswa dan paling sedikit dikonsumsi dari kalangan karyawan. Jadi, H_0 tidak dapat ditolak dan H_1 tidak teruji kebenarannya bahwa perilaku konsumen terhadap komponen status pekerjaan tidak menunjukkan adanya hubungan yang signifikan.

Produk Banua Cokelat dikalangan para konsumen sejauh ini tidak begitu menjadi prioritas utama dan tidak menjadi kebutuhan rutin untuk dikonsumsi setiap bulannya. Hal ini karena produk Banua Cokelat termasuk dalam kebutuhan yang dapat ditunda untuk dikonsumsi sampai waktu tidak ditentukan oleh individu maupun kelompok.

Perilaku Konsumen Terhadap Komponen Jenis.

Jenis produk Banua Cokelat yang akan dipasarkan oleh industri Sa'adah Agency kepada konsumen cukup beragam tergantung pilihan atau kebutuhan. Berikut jenis produk Banua Cokelat yang bisa didapatkan oleh konsumen antara lain :

Tabel 5. Analisis Terhadap Jenis Cokelat yang Dikonsumsi Menurut Jenis Produk Banua Cokelat pada Industri Sa'adah Agency, Oktober – Desember 2014.

Jenis Cokelat	f_h	f_0	$f_0 - f_h$	$(f_0 - f_h)^2$	$(f_0 - f_h)^2 / f_h$
Mente	5	9	4	16	3,2
Cabai	5	6	1	1	0,2
Keju	5	5	0	0	0
Wafer	5	5	0	0	0
Jahe	5	3	-2	4	0,8
Kopi	5	2	-3	9	1,8
Jumlah	30	30	0	30	6

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2014.

Berdasarkan hasil analisis yang ditampilkan pada Tabel 5. diperoleh nilai χ^2_{hitung} (6) lebih besar jika dibandingkan dengan nilai χ^2_{tabel} (9,49) pada taraf nyata (α) 0,05. Artinya perilaku konsumen tidak berpengaruh terhadap jenis cokelat. Hal ini menunjukkan bahwa H_0 tidak teruji kebenarannya dan H_1 diterima. Sehingga tidak terjadi hubungan signifikan antara jenis cokelat dan perilaku konsumen pada industri Sa'adah Agency.

Berdasarkan Tabel 5. Dapat diketahui bahwa jenis cokelat di atas merupakan jenis cokelat produk Banua Cokelat dari Industri Sa'adah Agency yang pada umumnya disukai dan dijual langsung kepada konsumen.

Komponen yang Paling Mempengaruhi.

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa nilai dari kelima komponen yang dinilai mempengaruhi perilaku konsumen adalah signifikan. Kelima komponen Banua Cokelat tentunya ada salah satu komponen yang paling dominan yang dipilih oleh konsumen penyuka Banua Cokelat. Jumlah analisis chi square tersebut disajikan pada Tabel 6.

Tabel 6. Hasil Analisis Chi Square Setiap Komponen Banua Cokelat pada Industri Sa'adah Agency, 2014.

Komponen	$\sum x^2$
Kualitas Rasa	18,2
Harga	22,4
Mutu	27,8
Status Pekerjaan	19,8
Jenis Cokelat	6

Sumber : Data Preimer Setelah Diolah, 2014.

Tabel 6. menunjukkan bahwa kelima komponen berpengaruh terhadap perilaku konsumen sehingga memiliki tingkat signifikan yang tinggi dan memiliki hubungan yang nyata terhadap perilaku konsumen. Komponen jenis coklat tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumen, karena $\chi^2_{hitung} < \chi^2_{tabel}$. Keempat komponen yang berpengaruh tersebut dapat dilihat bahwa komponen yang paling berpengaruh adalah mutu. Untuk menguji hal tersebut maka kita dapat melakukan perhitungan koefisien kontingensi, hal ini bertujuan untuk melihat komponen yang paling berpengaruh.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan mengenai analisis perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan mengkonsumsi produk banua coklat pada industri sa'adah agency di Kota Palu dapat diambil kesimpulan : Konsumen industri Sa'adah Agency yang mengkonsumsi produk Banua Cokelat terbanyak adalah mahasiswa dan yang paling sedikit adalah karyawan. Jenis coklat yang mereka sukai antara lain mente, keju, cabai, wafer, jahe dan kopi Kualitas rasa dari produk Banua Cokelat menurut mereka enak. Kualitas mutu dari produk banua coklat tersebut sejauh ini baik. Hal ini ditunjukkan oleh nilai $\chi^2_{hitung} > \chi^2_{tabel}$ masing-masing: 1. Selera onsumen dari segi kualitas rasa (18,2 > 9,49) , 2. Harga (22,4 > 9,49) , 3. Mutu (27,8 > 9,49) , 4. Status pekerjaan (19,8 > 9,49), 5. Jenis coklat (6 < 9,49).

Saran

Berdasarkan hasil penelitian maka disarankan kepada pihak Industri Sa'adah Agency agar didalam menawarkan produk Banua Cokelat kepada konsumen agar lebih meningkatkan dan mempertahankan kualitas dari segi rasa, harga, dan mutu. Adapun jenis produk Banua Cokelat yang telah tersedia di Industri Sa'adah Agency, tetap dipertahankan. Namun untuk lebih menarik minat konsumen dari berbagai kalangan, diharapkan kepada pihak Industri Sa'adah Agency agar dapat mengembangkan ide kreatifitasnya dalam membuat kemasan yang lebih menarik serta menambahkan beberapa terobosan cita rasa yang baru terhadap dari jenis produk Banua Cokelat.

DAFTAR PUSTAKA

- Consuelo, G.Sevila., Jesus A. Ochave., Twila G. Punsalan., Bella P. Ragala dan Gabriel G. Uriarte. 1993.*Pengantar Metode Penelitian*. Universitas Indonesia. Jakarta.
- Sitorus, Septiana Uly A. S. 2012. *Analisis Struktur, Perilaku, dan Kinerja Industri Kakao di Indonesia*.
<http://repository.ipb.ac.id/handle/123456789/58171>. Diakses pada hari Kamis, 22 Mei 2014.
- Soekartawi. 2003. *Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Roti Pryanngan Bakery Di Kota Padang*. Jurnal Program Studi Agribisnis, Universitas Andalas.
- Sofa. 2008. *Perilaku Konsumen*.
<http://massofa.wordpress.com/> Diakses pada tanggal 14 Oktober 2009.
- Wijayanto, A. 2009. *Modul Ajar Statistik Bisnis : Analisa Terhadap Kasus-kasus Bisnis*. Fakultas Ekonomi. Universitas Narotama.
- Yudo, H.S. 2004. *Pertanian Mandiri : Pandangan Strategis Para Pakar untuk Kemajuan Pertanian Indonesia*. Penebar Swadaya. Jakarta.