

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1. Durian Petruk

Buah durian merupakan salah satu buah yang tumbuh dan berkembang baik di negara tropis seperti Indonesia. Buah durian termasuk dalam buah tropika musiman yang berbuah tiap satu tahun sekali (Ardilla *et al.*, 2022). Nama latin dari buah durian yaitu *Durio zibethinus*. Buah durian adalah buah yang populer dengan julukan "*King of Fruits*" yang artinya raja dari segala buah. Pemberian nama durian diambil dari ciri khas kulit buahnya yang keras dan tajam seperti duri. Klasifikasi ilmiah buah durian menurut Suri *et al.* (2023) yaitu sebagai berikut:

|              |                                                        |
|--------------|--------------------------------------------------------|
| Kingdom      | : Plantae (tumbuhan)                                   |
| Sub Kingdom  | : Tracheobionta (tumbuhan berpembuluh)                 |
| Super Divisi | : Spermatophyta (menghasilkan biji)                    |
| Divisi       | : Magnoliophyta (tumbuhan berbunga)                    |
| Kelas        | : Magnoliophyta - Dicotyledins (tanaman berkeping dua) |
| Family       | : Bombacaceae (golongan kapuk-kapukkan)                |
| Genus        | : Durio                                                |

Buah durian memiliki aroma khas yang menyengat dan citarasa yang berbeda dari buah lainnya. Hal itu menjadi alasan walaupun banyak orang yang menyukai namun beberapa orang tidak menyukai aroma menyengat dari durian. Buah durian bermanfaat bagi kesehatan manusia karena banyak mengandung gizi yang relatif lengkap dan zat baik bagi tubuh (Sayyidah *et al.*, 2017). Buah durian mengandung

vitamin c, vitamin b, kalsium, kalium, serat, protein, karbohidrat, dan antioksidan. Durian mengandung zat saponin sehingga bermanfaat sebagai zat anti jamur (Ningsih *et al.*, 2016). Durian bermanfaat mencegah penyakit jantung, menjaga kesehatan pencernaan, menjaga kesehatan tulang, mencegah depresi dan lain-lain.

Buah durian memiliki nilai ekonomi tinggi dan peluang pasar yang besar dan beragam. Hal ini menunjukkan bahwa di Indonesia buah durian memiliki potensi untuk dikembangkan dan diusahakan terus-menerus sehingga bisa bersaing dengan buah lain. Potensi pengembangan usaha buah durian cukup bagus dibandingkan dengan buah-buah lain (Oktaviana *et al.*, 2017). Buah durian di Indonesia memiliki beberapa jenis yaitu durian petruk, sukun, sitokong, simas, sunan, musangking, dan lain sebagainya. Salah satu durian yang terkenal dan banyak disukai konsumen adalah buah durian petruk. Durian petruk ditemukan pertama kali pada tahun 1977 oleh petani yang bernama Kasmodiharjo warga Kabupaten Jepara. Awal mula durian petruk diketahui banyak orang yaitu saat mengikuti acara lomba buah durian yang diadakan pemerintah daerah setempat.

Nama latin dari buah durian petruk adalah *Durio zybethinus kultivar*. Durian petruk merupakan durian unggulan Kabupaten Jepara dengan citarasa khas yang tidak kalah dengan jenis unggulan lainnya. Ciri-ciri dari buah durian petruk yaitu memiliki bentuk oval seperti telur terbalik, kulit buahnya tipis dan berwarna hijau kekuningan, daging buah berwarna kuning, memiliki serat yang halus, tekstur daging lembek, dan rasanya manis sedikit pahit. Hal tersebut sejalan dengan pendapat Ruwaida *et al.* (2009) yang menyatakan bahwa durian petruk bukan berbentuk elips melainkan bentuk lonjong terbalik.

Menurut pendapat Oktaviana *et al.* (2017) buah durian memiliki banyak peminat dan disukai banyak orang. Potensi durian petruk membuka peluang pasar yang luas. Semakin luas pasar maka semakin besar tercipta persaingan antar produsen maupun pemasar. Produsen maupun pemasar perlu mengetahui preferensi konsumen terhadap buah durian petruk untuk meminimalisir kerugian dan dapat bersaing di pasaran (Sayyidah *et al.*, 2017). Preferensi konsumen membantu produsen maupun pemasar buah durian petruk mempertahankan kualitas sesuai preferensi.

## **2.2. Preferensi Konsumen**

Preferensi merupakan kecenderungan individu dalam memilih produk barang atau jasa yang disukai. Setiap individu bebas menentukan pilihan dan selera masing-masing. Preferensi konsumen merupakan kecenderungan konsumen memilih barang atau jasa yang disesuaikan dengan selera dan kesukaan individu. Kecenderungan terhadap produk (barang atau jasa) yang disukai dibanding produk lain disebut dengan preferensi konsumen (Saefudin *et al.*, 2020). Konsumen memiliki sikap yang berbeda-beda dalam memandang atau menilai produk yang relevan dan memberi banyak manfaat. Preferensi konsumen terbentuk dari persepsi konsumen terhadap produk-produk yang ada (Gunawan dan Melinda, 2021).

Preferensi konsumen dipengaruhi oleh dua faktor yaitu karakteristik konsumen dan penilaian atribut produk. Faktor tersebut berpengaruh besar terhadap hasil preferensi konsumen karena adanya pertimbangan yang matang dalam menentukan dan membuat keputusan. Karakteristik konsumen sebagai salah satu

tahap pertama terjadinya keputusan pembelian dan preferensi konsumen. Karakteristik konsumen melatarbelakangi konsumen dalam menentukan preferensi buah durian petruk di Kabupaten Jepara. Selain itu, atribut dari buah durian petruk berperan penting dalam penentuan preferensi konsumen. Atribut menjadi dasar utama konsumen menilai produk dan menciptakan sebuah preferensi. Preferensi konsumen digunakan untuk mengetahui sejauh mana konsumen menginginkan suatu produk. Menurut pendapat Chrysanthini *et al.* (2017) menyatakan bahwa preferensi konsumen berkaitan erat dengan kepuasan dan ketidakpuasan seseorang terhadap produk yang dibeli dan dipakai.

### **2.3. Karakteristik Konsumen**

Karakteristik merupakan ciri khas orang yang dapat membedakan satu hal dengan hal lainnya. Karakteristik mampu mengungkapkan perbedaan yang ada di dalam masing-masing individu. Setiap manusia memiliki karakter dan keunikan tersendiri. Karakteristik orang dipengaruhi oleh kepribadian dan latar belakang sosial (Hernosa, 2023). Konsumen adalah manusia yang pernah menggunakan suatu produk berupa barang atau jasa dengan tujuan memenuhi kebutuhan hidup dan memuaskan keinginan. Setiap konsumen berhak menentukan pilihan produk yang ingin dikonsumsi sesuai selera masing-masing. Produk berupa barang atau jasa digunakan konsumen untuk memenuhi kebutuhan pribadi, keluarga, dan orang lain (Tampubolon, 2016).

Setiap konsumen memiliki karakter dan jumlah konsumsi yang berbeda-beda. Karakteristik konsumen menentukan sikap individu dan berperan dalam

pengambilan keputusan (Nasution *et al.*, 2019). Karakteristik konsumen melatarbelakangi terciptanya preferensi terhadap buah durian petruk di Kabupaten Jepara. Setiap konsumen durian petruk memiliki preferensi yang berbeda dalam memilih dan mengkonsumsi buah tersebut. Produsen maupun pemasar buah durian petruk perlu melihat karakteristik konsumen untuk dijadikan sebagai acuan manajemen usaha.

Karakteristik konsumen durian petruk dipengaruhi beberapa komponen seperti asal atau alamat konsumen, usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan, pekerjaan, pendapatan dan jumlah anggota keluarga. Karakteristik dan keadaan individu mempengaruhi jumlah kebutuhan konsumsi (Kabeakan, 2019). Berikut komponen yang mempengaruhi karakteristik konsumen:

#### 1. Asal Konsumen

Asal atau tempat tinggal konsumen merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi preferensi konsumen. Konsumen durian petruk bisa berasal dari masyarakat lokal Kabupaten Jepara maupun luar kabupaten. Masyarakat lokal Kabupaten Jepara merupakan orang yang tinggal dan menetap di Kabupaten Jepara, sedangkan masyarakat luar kabupaten yang dimaksud adalah orang yang bertempat tinggal selain di Kabupaten Jepara. Asal konsumen dapat mempengaruhi hasil preferensi dan jumlah pembelian durian petruk di Kabupaten Jepara.

#### 2. Usia

Salah satu karakteristik konsumen yang mempengaruhi preferensi adalah usia. Hal itu dikarenakan setiap usia atau generasi memiliki prespektif dan minat konsumsi yang berbeda. Menurut Siregar dan Julia (2017) menyatakan bahwa usia

mempengaruhi kuantitas konsumsi konsumen. Perbedaan selera dan kebutuhan konsumen usia muda dengan usia tua menunjukkan preferensi yang berbeda. Selera konsumen berubah-ubah mengikuti perubahan usianya. Perbedaan usia atau generasi dapat memberikan gambaran dan informasi terkait selera konsumen yang berhubungan dengan preferensi. Buah durian petruk disukai masyarakat dari berbagai kalangan baik usia muda maupun tua.

Usia menjadi salah satu komponen penting dalam mempertimbangkan dan mengambil keputusan. Pada saat pengambilan keputusan, usia muda cenderung belum bisa mengambil keputusan sendiri atau masih berpatokan pada rekomendasi orang lain, sedangkan usia tua cenderung mengambil keputusan sendiri berdasarkan pengalaman dan apa yang mereka suka. Hal itu menunjukkan bahwa usia juga dapat mempengaruhi preferensi konsumen terhadap buah durian petruk.

### 3. Jenis Kelamin

Jenis kelamin merupakan salah satu komponen karakteristik konsumen yang berpengaruh menghasilkan preferensi konsumen. Jenis kelamin terdiri dari dua yaitu laki-laki dan perempuan. Masing-masing memiliki preferensi dan keinginan yang berbeda dalam menentukan buah durian petruk yang disukai. Perempuan akan lebih berhati-hati dalam menentukan preferensi dibanding dengan laki-laki. Keadaan maupun kondisi dari masing-masing jenis kelamin dapat mempengaruhi preferensi dan jumlah konsumsi durian petruk di Kabupaten Jepara.

### 4. Pendidikan Terakhir

Tingkat pendidikan konsumen menjadi salah satu komponen yang mempengaruhi hasil preferensi durian petruk. Pendidikan berkaitan erat dengan

kemampuan menerima ilmu dan pengetahuan, kemampuan mencerna informasi, kemampuan berpikir, cara pandang dan persepsi terhadap keputusan yang akan dibuat (Hernosa, 2023). Konsumen dengan tingkat pendidikan tinggi biasanya memiliki cara pikir dan pandangan untuk memilih produk yang berkualitas. Tingkat pendidikan dilihat dari pendidikan terakhir yang ditempuh oleh konsumen. Pendidikan menentukan kesukaan atau ketidaksukaan konsumen pada buah durian petruk di Kabupaten Jepara.

#### 5. Pekerjaan

Pekerjaan menjadi salah satu tolak ukur dari karakteristik konsumen. Pekerjaan melatarbelakangi karakter individu dalam membuat keputusan dan menentukan selera dan keinginan. Jenis pekerjaan yang dimiliki konsumen akan menentukan besaran pendapatan dan pengeluaran yang dilakukan. Pekerjaan mempengaruhi hasil dari preferensi masing-masing konsumen terhadap buah durian petruk di Kabupaten Jepara.

#### 6. Pendapatan

Pendapatan merupakan aspek penting dalam menentukan karakteristik konsumen. Besarnya pendapatan akan mempengaruhi biaya yang dikeluarkan untuk kebutuhan sehari-hari. Konsumen yang memiliki pendapatan besar cenderung memiliki kebebasan menentukan jumlah kebutuhan, begitu juga sebaliknya jika pendapatan konsumen kecil maka cenderung membatasi jumlah kebutuhan. Jumlah pendapatan menentukan besaran biaya yang dikeluarkan untuk kebutuhan sehari-hari. Pendapatan akan mempengaruhi preferensi konsumen

terhadap buah durian petruk. Preferensi konsumen akan terus berubah menyesuaikan jumlah pendapatan yang dimiliki konsumen.

#### 7. Jumlah Anggota Keluarga

Jumlah anggota keluarga menentukan besaran jumlah biaya yang harus dikeluarkan. Semakin banyak jumlah keluarga, maka semakin banyak jumlah kebutuhan yang harus dipenuhi. Jumlah anggota keluarga menentukan preferensi pada buah durian petruk di Kabupaten Jepara. Jumlah anggota dikelompokkan menjadi empat yaitu anggota keluarga 1 orang, 2-3 orang, 4-6 orang, dan >6 orang. Perubahan jumlah anggota keluarga seperti penambahan atau pengurangan anggota menyebabkan perubahan preferensi konsumsi dan keputusan pembelian.

### 2.4. Atribut Produk

Atribut produk merupakan ciri-ciri luar atau fisik dari sebuah produk. Hal ini sejalan dengan pendapat Priyambodo *et al.* (2019) menyatakan bahwa atribut merupakan karakteristik fisik yang melekat pada produk. Atribut produk mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian. Konsumen membeli produk berdasarkan atribut yang mereka suka. Penilaian atribut bermanfaat untuk menentukan preferensi konsumen yang sebenarnya. Hasil preferensi dapat menunjukkan minat, keinginan, selera, dan kebutuhan masing-masing konsumen. Produk dapat bertahan di pasaran jika atributnya diterima baik oleh konsumen (Siregar, 2019). Atribut produk yang ditetapkan pada penelitian preferensi konsumen terhadap buah durian petruk di Kabupaten Jepara adalah aroma, rasa, warna, dan harga.



Atribut aroma merupakan salah satu atribut yang dapat menjadi pertimbangan konsumen dalam menentukan preferensi pada durian petruk. Aroma durian umumnya memiliki aroma khas yang berbeda dari buah-buah lainnya. Hal itu menjadi daya tarik sendiri bagi pecinta durian. Aroma dapat menggambarkan tingkat kematangan dari buah durian petruk. Atribut aroma durian petruk dikelompokkan menjadi dua level yaitu aroma menyengat dan tidak menyengat. Atribut aroma dikatakan menyengat ketika aroma khas yang dikeluarkan durian petruk sangat tajam dan semerbak. Aroma tidak menyengat menandakan bahwa aroma khas yang dikeluarkan durian petruk tidak terlalu kuat bahkan tidak berbau sama sekali.

Atribut lain yang menjadi pertimbangan preferensi konsumen durian petruk adalah rasa. Menurut pendapat Sayyidah *et al.* (2017) menyatakan bahwa durian lokal cukup diminati masyarakat karena memiliki rasa khas dan harga yang terjangkau. Atribut rasa durian petruk dikelompokkan menjadi dua level yaitu level rasa manis dan manis sedikit pahit. Atribut rasa dikatakan manis jika rasa daging durian petruk sepenuhnya hanya manis tanpa perpaduan rasa lain, sedangkan rasa manis sedikit pahit menandakan bahwa daging buah durian petruk memiliki perpaduan rasa manis dan sedikit pahit saat dikonsumsi. Hal ini sejalan dengan penelitian Mulyasari *et al.* (2020) yang membagi level atribut rasa menjadi rasa manis dan manis pahit.

Warna merupakan indikator fisik yang dapat mempengaruhi preferensi dan keputusan pembelian. Warna dapat menarik perhatian konsumen terhadap suatu produk. Tampilan luar seperti warna menciptakan kesan pertama terhadap suatu

produk. Menurut pendapat Aiman *et al.* (2017) menyatakan bahwa kualitas produk dapat dilihat dari warna produk secara alami. Warna yang dimaksud penelitian atribut ini adalah warna daging buah durian petruk. Atribut warna dikelompokkan menjadi tiga yaitu warna kuning, agak kuning, dan putih. Level warna kuning menunjukkan bahwa daging durian petruk berwarna kuning cerah atau keemasan. Level warna agak kuning menunjukkan bahwa daging buah durian petruk berwarna kuning *soft* atau kuning muda. Level warna putih menunjukkan bahwa daging buah durian petruk keseluruhan berwarna putih.

Harga merupakan jumlah uang yang harus dikeluarkan konsumen untuk mendapatkan barang atau jasa yang diinginkan. Atribut harga mempengaruhi kuantitas konsumsi dan pertimbangan konsumen dalam melakukan pembelian. Hal ini didukung oleh pendapat Anwar dan Satrio (2015) menyatakan bahwa jumlah permintaan produk di pasaran dipengaruhi oleh harga, semakin cocok harga yang ditawarkan maka semakin banyak jumlah yang dibeli. Level atribut harga durian petruk dikelompokkan menjadi tiga yaitu harga murah, agak murah, dan mahal. Durian petruk dikatakan murah ketika harganya  $< \text{Rp}100.000$  per buah. Harga durian petruk dikatakan agak murah ketika harganya  $\text{Rp}100.000\text{-Rp}200.000$  per buah. Durian petruk dikatakan mahal ketika harganya  $> \text{Rp}200.000$  per buah. Masing-masing konsumen memiliki hak untuk memutuskan melakukan pembelian produk berdasarkan harga yang bisa mereka beli.

Penilaian atribut produk berdasarkan levelnya dapat membantu konsumen menentukan preferensi mereka secara detail dan spesifik. Hal ini sejalan dengan pendapat Ibnu *et al.* (2021) menyatakan bahwa preferensi konsumen tercipta dari

proses penilaian level atribut produk. Setiap konsumen memiliki preferensi yang berbeda sesuai dengan keinginan, selera, kebutuhan, dan keadaan masing-masing. Penilaian atribut mempengaruhi pengambilan keputusan dan persepsi konsumen. Hal ini sejalan dengan pendapat Rasyid (2019) menyatakan bahwa reaksi yang terjadi setelah konsumen melakukan penilaian atribut produk adalah evaluasi dan keputusan pembelian.

## 2.5. Penelitian Terdahulu

Tabel 1. Penelitian terdahulu

| No | Nama (Tahun)                     | Metode Penelitian                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | Hasil Penelitian                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|----|----------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1  | Sayyidah <i>et al.</i> , (2017). | Penentuan lokasi secara <i>purposive</i> di kios durian lokal Kecamatan Sumbersari, Kecamatan Rambipuji, dan Kecamatan Mayang. Pengambilan sampel menggunakan <i>nonprobability sampling</i> . Jumlah sampel 93 orang masing-masing 31 responden di tiap lokasi penelitian. Penyebaran kuesioner menggunakan <i>accidental sampling</i> . Metode analisis data yang digunakan adalah | Berdasarkan penelitian diketahui mayoritas responden pada golongan umur 27-37 tahun dengan proporsi 45,16% sedangkan paling sedikit golongan umur 49-60 dengan proporsi 3,23%. Jenis kelamin mayoritas adalah 47 orang perempuan sedangkan laki-laki hanya 46 orang dari total responden. Tingkat pendidikan terbanyak adalah SMP berjumlah 60 orang sedangkan paling sedikit 2 orang dari tingkat SMA. Mayoritas jumlah anggota keluarga yang memiliki 2 hingga 4 orang sebanyak 69% dan mayoritas tingkat pendapatan konsumen buah durian yakni pendapatan sedang sebanyak 48 orang. Hasil preferensi konsumen buah durian lokal dilihat dari faktor-faktor yaitu faktor warna kulit, panjang duri, |

Tabel 1. (lanjutan)

| No | Nama (Tahun)                      | Metode Penelitian                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | Hasil Penelitian                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|----|-----------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    |                                   | analisis deskriptif, faktor regresi dengan <i>software</i> SPSS, dan FFA ( <i>Force Field Analysis</i> )                                                                                                                                                                                                                 | warna daging cerah, tekstur, dan rasa buah durian.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| 2  | Mulyasari <i>et al.</i> , (2020). | Penelitian dilakukan sejak 1 November 2018 – 3 Januari 2019 di Kota Semarang menggunakan metode survei. Penentuan sampel secara <i>quota sampling</i> berjumlah 100 orang dan pengambilan <i>accidental sampling</i> . Pengumpulan data primer dan sekunder. Analisis data yang digunakan adalah deskriptif dan konjoin. | Hasil penelitian menunjukkan terdapat hubungan antara jumlah anggota keluarga dengan jumlah pengeluaran untuk membeli durian, terdapat hubungan pekerjaan dengan jumlah pembelian durian dalam 1 tahun. Hasil analisis konjoin dari nilai <i>Importance Values</i> menunjukkan atribut paling penting buah durian adalah ukuran (41,063%) dan rasa (40,169%), sedangkan atribut tidak begitu penting yaitu aroma durian. |
| 3  | Ibnu dan Arifin, (2021).          | Pengumpulan data primer dan sekunder menggunakan metode survei. Penelitian dilakukan bulan April-Mei 2019 di 8 lokasi. Pengambilan sampel 100 orang dengan <i>nonprobability</i>                                                                                                                                         | Faktor sosial berperan besar dalam jumlah konsumsi mangga, jeruk, dan pisang. Atribut terpenting dari buah mangga, jeruk, dan pisang adalah harga. Level atribut yang dipilih adalah harganya murah. Atribut paling tidak penting adalah warna kulit buah. Konsumen memilih buah dengan harga murah, rasa manis, ukuran kecil, dan warna kulit tanpa bercak.                                                             |

Tabel 1. (lanjutan)

| No | Nama (Tahun)                   | Metode Penelitian                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | Hasil Penelitian                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|----|--------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    |                                | <i>sampling</i> teknik <i>judgement</i> .<br>Menggunakan analisis regresi linier berganda dan konjoin.                                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| 4  | Pratama <i>et al.</i> , (2023) | Metode pemilihan lokasi secara <i>purposive</i> (sengaja) di Pasar Semangka Jebres dengan jumlah responden adalah 50 orang. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif. Jenis data adalah data primer dan sekunder. Analisis data yang digunakan adalah analisis konjoin yang diukur melalui peringkat atau ranking. | Hasil penelitian menunjukkan bahwa karakteristik konsumen buah semangka di Pasar Semangka Jebres adalah 52% mayoritas perempuan, 88% berusia 15-60 tahun, mayoritas responden bekerja sebagai wiraswasta (54%), mayoritas pendapatan per bulan Rp1.000.000-Rp3.000.000 (74%), pendidikan terakhir adalah SMA (76%), dan mayoritas sudah menikah (74%). Berdasarkan analisis konjoin diketahui bahwa atribut yang mempengaruhi preferensi adalah bentuk bulat, motif lorek, jenis tanpa biji, harga <Rp6.500, dan berwarna kuning. Atribut yang dipertimbangkan secaraurut adalah harga (29,872%), lalu bentuk (27,666%), motif (17,486%), dan terakhir atribut jenis (8,065%). |

Berdasarkan tabel penelitian terdahulu tentang preferensi konsumen, dapat disimpulkan bahwa atribut warna kulit, warna daging buah, panjang duri, tekstur, ukuran, aroma, rasa, warna pada buah durian petruk berpengaruh besar dalam menentukan preferensi konsumen. Penelitian ini memiliki kebaharuan pada jenis

durian dan tempat yang lebih spesifik yaitu memfokuskan pada analisis durian petruk di Kabupaten Jepara. Kebaharuan variabel yang digunakan pada penelitian ini adalah harga yang dikelompokkan menjadi tiga level yaitu murah ( $< \text{Rp}100.000$ ), agak murah ( $\text{Rp}100.000 - \text{Rp}200.000$ ), dan mahal ( $> \text{Rp}200.000$ ). Penelitian ini menggunakan atribut produk seperti aroma, rasa, warna, dan harga yang berpengaruh terhadap preferensi konsumen durian petruk.