

**ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN DALAM PEMBELIAN BUAH  
MANGGA GEDONG GINCU DI PASAR TRADISIONAL  
KOTA CIREBON, JAWA BARAT**

**SKRIPSI**

**Untuk memenuhi sebagian persyaratan  
Guna memperoleh derajat gelar sarjana pertanian  
Pada Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret**

**Program Studi Agribisnis**

**Oleh :  
Hega Putrinda  
H0813075**



**FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS SEBELAS MARET  
2017**

**ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN DALAM PEMBELIAN BUAH  
MANGGA GEDONG GINCU DI PASAR TRADISIONAL  
KOTA CIREBON, JAWA BARAT**

**Yang diajukan dan disusun oleh :  
Hega Putrinda  
H 0813075**

**Telah dipertahankan didepan Dewan Penguji  
Pada tanggal : 11 Juli 2017  
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat**

**Susunan Dewan Penguji**

**Ketua**

**Anggota 1**

**Anggota 2**

**Prof. Dr. Ir. Endang Siti R, M.S  
NIP. 195701041980032001**

**Susi Wuri Ani, S.P., M.P  
NIP. 198101212008122004**

**Dr. Agr. Sc. Ernoiz A, S.P., M.P., M. Ec  
NIP. 198010242009122003**

**Surakarta, Juli 2017**

**Mengetahui,  
Universitas Sebelas Maret  
Fakultas pertanian  
Dekan**

**Prof. Dr. Ir. Bambang Pujiasmanto, M.S.  
NIP 19560225 198601 1 001**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kepada Allah SWT atas rahmat dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul Analisis Preferensi Konsumen dalam Pembelian Buah Mangga Gedong Gincu di Pasar Tradisional Kota Cirebon, Jawa Barat.. Penulis menyadari bahwa dalam menyusun skripsi ini tidak pernah lepas dari bantuan banyak pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada :

1. Kedua orang tuaku tercinta, Ayah Hasan Nurmala dan Ibu Mimin Munarsih, kedua kakakku, Kak Handra Permanah dan Kak Helsa Permata serta adikku Hedri Priandhi yang telah memberikan doa, kasih sayang, pengorbanan, dan dukungan yang tiada henti.
2. Bapak Prof. Dr. Ir. Bambang Pujiasmanto, M.S. selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret Surakarta.
3. Ibu Nuning Setyowati, S.P, M.Sc. selaku Ketua Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret Surakarta.
4. Ibu Dr. Ir. Sri Marwanti, M.S. selaku Ketua Komisi Sarjana Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret Surakarta.
5. Ibu Prof. Dr. Ir. Endang Siti Rahayu, M.S selaku Dosen Pembimbing Akademik sekaligus Pembimbing Utama yang telah memberikan arahan, nasihat, dan petunjuk selama proses belajar di Fakultas Pertanian dan penyusunan skripsi ini.
6. Ibu Susi Wuri Ani, S.P., M.P. selaku Pembimbing Pendamping yang telah mendampingi dan memberikan arahan, nasihat, dan petunjuk selama proses belajar di Fakultas Pertanian dan penyusunan skripsi ini.
7. Ibu Dr. Agr. Sc. Ernoiz Antriyandarti, S.P., M.P., M. Ec selaku Dosen Penguji yang telah memberikan arahan, nasihat, dan petunjuk di Fakultas Pertanian dan penyusunan skripsi ini.
8. Bapak dan Ibu Dosen, serta seluruh staf dan karyawan Fakultas Pertanian, khususnya Program Studi Agribisnis.
9. Kepala Kesbangpol Kota Cirebon beserta staf.
10. Kepala BAP3DA Kota Cirebon beserta staf.

11. Kepala Dinas Pertanian Kota Cirebon beserta staf
12. Kepala PD (Perusahaan Daerah) Pasar Kota Cirebon beserta staf
13. Seluruh responden yang telah meluangkan waktunya untuk mengisi daftar pertanyaan penulis.
14. Teman, sahabat, dan seluruh keluarga Agribisnis 2013, khususnya Indah Sri Wahyuni, Hannand Isnainy, Ida Safitri, Jan Mutiara, Ratih Kumala Dewi, Novi Afriyani dan Afifah Ismi A yang selalu memberikan bantuan, semangat, dan keceriaan selama ini.
15. Teman-teman Agribisnis B yang selalu memberi semangat dan doa selama ini.
16. Tim Enumerator Akreditasi Agribisnis 2017, Mba Putri Andini, Jan Mutiara, Fatikhah Nurul Fajri, Nurul Puspitasari, Iin Endya Hannavi, dan Risma Anissa yang takkan terlupakan semua ceritanya.
17. Tim KKN Blora 2016, Hana Nabila Husna, Rochmah Fitria, Khoirul Zulfa, Avif Qoni'ah, Desi Rofitah, Meilansari Noor, Mas Amin Bawono, Mas Novan Susetio dan Mas Yaasin yang takkan terlupakan semua ceritanya.
18. Teman-teman Kos Allamanda, terutama Benedikta Aprilla A, Ratih Kumala Dewi dan Istikhomah A atas kebersamaannya
19. Kakak-kakakku Agribisnis 2010, 2011, 2012 serta adik-adikku Agribisnis 2014, 2015, dan 2016 yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang selalu memberikan bantuan, semangat, dan keceriaan selama ini.
20. Sahabat Kodok *Family*, terutama Balqis Aisyah F dan Intan Ishmah A yang sudah turut membantu dalam proses pengerjaan skripsi ini
21. Para Pengurus KAMAGRISTA periode 2014-2015 yang telah memberikan banyak pembelajaran dan pengalaman.
22. Teman-teman MARCHING BAND UNS yang telah memberikan banyak pembelajaran dan pengalaman.
23. Semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna sehingga segala kritikan maupun saran yang membangun sangat penulis harapkan demi sempurnanya karya ini. Semoga karya ini dapat bermanfaat bagi semua pembaca. Aamiin.

Surakarta, Juli 2017

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>iv</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xii</b>
<b>RINGKASAN</b> .....	<b>xiii</b>
<b>SUMMARY</b> .....	<b>xv</b>
<b>I. PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	9
C. Tujuan Penelitian .....	11
D. Kegunaan Penelitian .....	11
<b>II. LANDASAN TEORI</b> .....	<b>13</b>
A. Penelitian Terdahulu .....	13
B. Tinjauan Pustaka .....	15
1. Komoditi Buah Mangga Gedong Gincu .....	15
2. Pemasaran .....	21
3. Perilaku Konsumen .....	23
4. Preferensi Konsumen .....	29
5. Sikap Konsumen .....	34
6. Atribut Produk .....	38
C. Kerangka Teori Pendekatan Masalah .....	39
D. Hipotesis.....	43
E. Asumsi.....	43
F. Pembatasan Masalah .....	44
G. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	44
<b>III.METODE PENELITIAN</b> .....	<b>48</b>
A. Metode Dasar Penelitian .....	48
B. Metode Penentuan Lokasi Penelitian .....	48
C. Metode Penentuan Sampel Responden .....	49
D. Jenis dan Sumber Data .....	52
E. Teknik Pengumpulan Data .....	52
F. Metode Analisis Data .....	53
<b>IV.HASIL DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>58</b>
A. Kondisi Umum Lokasi Penelitian .....	58
1. Keadaan Alam .....	58
2. Keadaan Penduduk .....	60
3. Keadaan Sarana Perekonomian .....	66
4. Keragaan Pasar sebagai Lokasi Penelitian .....	67
B. Hasil Penelitian dan Pembahasan .....	70
1. Karakteristik Responden .....	70

2.	Perilaku Beli Konsumen .....	80
3.	Preferensi Konsumen terhadap Atribut Buah Mangga Gedong Gincu .....	84
4.	Keyakinan dan Evaluasi Konsumen terhadap Atribut Buah Mangga Gedong Gincu .....	88
C.	Pembahasan .....	97
1.	Adanya Perbedaan Preferensi Konsumen terhadap Atribut Buah Mangga Gedong Gincu .....	97
2.	Atribut yang menjadi Preferensi Konsumen Buah Mangga Gedong Gincu .....	98
3.	Atribut Buah Mangga Gedong Gincu yang paling dipertimbangkan oleh konsumen .....	100
<b>V.</b>	<b>KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....	<b>103</b>
A.	Kesimpulan .....	103
B.	Saran .....	104
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>		
<b>LAMPIRAN</b>		

## DAFTAR TABEL

Nomor	Judul	Halaman
Tabel 1.	Produksi Tanaman Hortikultura Nasional di Indonesia Tahun 2013-2014 .....	1
Tabel 2.	Produksi Komoditas Prioritas Hortikultura Nasional di Indonesia Tahun 2012-2014 .....	2
Tabel 3.	Luas Panen dan Rata-rata Hasil Komoditas Prioritas Hortikultura Nasional di Indonesia.....	3
Tabel 4.	Tingkat Konsumsi Rumah Tangga Buah Mangga di Indonesia pada Tahun 2013-2015 .....	4
Tabel 5.	Jumlah Produksi Buah Mangga di Cirebon Tahun 2010-2014.....	5
Tabel 6.	Kandungan Nutrisi Buah Mangga Gedong Gincu per 100 gr.....	20
Tabel 7.	Sentra Produksi Mangga di Jawa Barat Tahun 2014 .....	48
Tabel 8.	Nama Pasar dan Jumlah Pedagang Buah di Pasar Tradisional Kota Cirebon.....	49
Tabel 9.	Tempat Pembelian Buah Mangga Gedong Gincu , Jumlah Pedagang Buah, dan Jumlah Responden di Pasar tradisional Kota Cirebon.....	51
Tabel 10.	Luas Lahan menurut Penggunaan Lahan di Kota Cirebon pada Tahun 2012 .....	59
Tabel 11.	Pertumbuhan Penduduk Kota Cirebon Tahun 2009-2014.....	60
Tabel 12.	Penduduk Kota Cirebon menurut Jenis Kelamin Tahun 2011-2015 .....	61
Tabel 13.	Penduduk Kota Cirebon menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin Tahun 2015 .....	62
Tabel 14.	Banyaknya Penduduk menurut Tingkat Pendidikan di Kota Cirebon Tahun 2015 .....	64
Tabel 15.	Banyaknya Penduduk Kota Cirebon menurut Lapangan Usaha Utama di Kota Cirebon Tahun 2015 .....	65
Tabel 16.	Jumlah Pasar Tradisional di Kota Cirebon pada Tahun 2014.....	66
Tabel 17.	Jumlah Pedagang di Pasar Kanoman Tahun 2012.....	68
Tabel 18.	Distribusi Responden di Pasar Tradisional Kota Cirebon menurut Jenis Kelamin di Pasar Tradisional Kota Cirebon Tahun 2017.....	71
Tabel 19.	Karakteristik Responden Buah Mangga Gedong Gincu menurut Umur di Pasar Tradisional Kota Cirebon Tahun 2017.....	72
Tabel 20.	Karakteristik Responden Buah Mangga Gedong Gincu menurut Tingkat Pendidikan di Pasar Tradisional Kota Cirebon Tahun 2017 .....	74
Tabel 21.	Karakteristik Responden Buah Mangga Gedong Gincu menurut Status Pekerjaan di Pasar Tradisional Kota Cirebon Tahun 2017 .....	75



Tabel 22. Karakteristik Responden Buah Mangga Gedong Gincu menurut Tingkat Pendapatan Rumah Tangga per Bulan di Pasar Tradisional Kota Cirebon Tahun 2017 .....	77
Tabel 23. Karakteristik Responden Buah Mangga Gedong Gincu menurut Jumlah Anggota Keluarga di Pasar Tradisional Kota Cirebon Tahun 2017 .....	79
Tabel 24. Tempat dan Alasan Pembelian Buah Mangga Gedong Gincu di Pasar Tradisional Kota Cirebon Tahun 2017 .....	81
Tabel 25. Tujuan Pembelian Buah Mangga Gedong Gincu di Pasar Tradisional Kota Cirebon Tahun 2017 .....	82
Tabel 26. Jumlah Pembelian Buah Mangga Gedong Gincu oleh Konsumen di Pasar Tradisional Kota Cirebon Tahun 2017.....	82
Tabel 27. Frekuensi Pembelian Buah Mangga Gedong Gincu oleh Konsumen di Pasar Tradisional Kota Cirebon Tahun 2017 ....	83
Tabel 28. Preferensi Konsumen Terhadap Atribut Rasa Buah Mangga Gedong di Pasar Tradisional Kota Cirebon Tahun 2017.....	84
Tabel 29. Preferensi Konsumen Terhadap Atribut Warna Kulit Buah Mangga Gedong Gincu di Pasar Tradisional Kota Cirebon Tahun 2017.....	85
Tabel 30. Preferensi Konsumen Terhadap Atribut Tektur Daging Buah Mangga Gedong Gincu di Pasar Tradisional Kota Cirebon Tahun 2017.....	86
Tabel 31. Preferensi Konsumen Terhadap Atribut Ukuran Buah Mangga Gedong Gincu di Pasar Tradisional Kota Cirebon Tahun 2017.....	86
Tabel 32. Hasil Analisis <i>Chi Square</i> Atribut Buah Mangga Gedong Gincu di Pasar Tradisional Kota Cirebon Tahun 2017.....	87
Tabel 33. Kepercayaan Konsumen (bi) terhadap Atribut Rasa Buah Mangga Gedong Gincu di Pasar Tradisional Kota Cirebon Tahun 2017.....	88
Tabel 34. Kepercayaan Konsumen (bi) terhadap Atribut Warna Kulit Buah Mangga Gedong Gincu di Pasar Tradisional Kota Cirebon Tahun 2017 .....	89
Tabel 35. Kepercayaan Konsumen (bi) terhadap Atribut Tekstur Daging Buah Mangga Gedong Gincu di Pasar Tradisional Kota Cirebon Tahun 2017.....	90
Tabel 36. Kepercayaan Konsumen (bi) terhadap Atribut Ukuran Buah Mangga Gedong Gincu di Pasar Tradisional Kota Cirebon Tahun 2017 .....	91
Tabel 37. Kepercayaan Konsumen (bi) terhadap Atribut-atribut Buah Mangga Gedong Gincu di Pasar Tradisional Kota Cirebon Tahun 2017 .....	91
Tabel 38. Evaluasi Konsumen (ei) terhadap Atribut Rasa Buah Mangga Gedong di Pasar Tradisional Kota Cirebon Tahun 2017.....	92
Tabel 39. Evaluasi Konsumen (ei) terhadap Atribut Warna Kulit Buah Mangga Gedong Gincu di Pasar Tradisional Kota Cirebon Tahun 2017 .....	93

Tabel 40. Evaluasi Konsumen (ei) terhadap Atribut Tekstur Daging Buah Mangga Gedong Gincu di Pasar Tradisional Kota Cirebon Tahun 2017 .....	94
Tabel 41. Evaluasi Konsumen (ei) terhadap Atribut Ukuran Buah Mangga Gedong Gincu di Pasar Tradisional Kota Cirebon Tahun 2017.....	94
Tabel 42. Evaluasi Konsumen (ei) terhadap Atribut Buah Mangga Gedong Gincu di Pasar Tradisional Kota Cirebon Tahun 2017 .....	95
Tabel 43. Sikap Konsumen terhadap Buah Mangga Gedong Gincu di Pasar Tradisional Kota Cirebon Tahun 2017 .....	96

## DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul	Halaman
Gambar 1.	Buah Mangga Gedong Gincu .....	18
Gambar 2.	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Pembelian Konsumen .....	28
Gambar 3.	Skema Kerangka Teori Pendekatan Masalah.....	42
Gambar 4.	Peta Kota Cirebon .....	58

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2. Tabulasi
- Lampiran 3. Hasil Analisis *Chi Square*
- Lampiran 4. Perhitungan Keyakinan dan Evaluasi Konsumen terhadap  
Atribut Buah Mangga Gedong Gincu
- Lampiran 5. Surat Izin Penelitian
- Lampiran 6. Peta Kota Cirebon
- Lampiran 7. Dokumentasi Penelitian

## RINGKASAN

Hega Putrinda, H0813075. 2017. “*Analisis Preferensi Konsumen dalam Pembelian Buah Mangga Gedong Gincu di Pasar Tradisional Kota Cirebon, Jawa Barat*”. Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret Surakarta, dibawah bimbingan Prof. Dr. Ir. Endang Siti Rahayu, MS, dan Susi Wuri Ani, SP., MP.

Usaha budidaya mangga merupakan salah satu dari lima rencana pengembangan Wilayah Koordinasi Pemerintahan dan Pembangunan (WKPP) III Cirebon, hal tersebut menjadi bukti bahwa Cirebon memiliki potensi dalam pengembangan usaha agribisnis buah mangga. Jenis mangga yang menjadi sentra utama dalam budidaya buah mangga di Wilayah Cirebon adalah buah mangga Gedong Gincu. Buah mangga Gedong Gincu akhir-akhir ini mempunyai peluang pasar cukup besar baik pasar domestik maupun pasar ekspor karena buahnya mempunyai aroma sangat tajam, warna buah merah menyala dan mengandung banyak serat. Namun dalam pemasaran buah mangga, ditemukan banyak masalah baik bersifat teknis, sosial maupun ekonomi. Permasalahan tersebut menuntut produsen dan pemasar untuk dapat memproduksi dan memasarkan buah mangga Gedong Gincu yang kualitas dan kuantitasnya dapat memuaskan kebutuhan konsumen. Oleh sebab itu, diperlukan penelitian untuk mengetahui karakteristik dan perilaku serta preferensi konsumen terhadap buah Mangga Gedong Gincu di Pasar Tradisional Kota Cirebon.

Tujuan dari penelitian ini adalah (1) mengkaji ada tidaknya perbedaan mengenai preferensi konsumen terhadap atribut buah mangga Gedong Gincu di Pasar Tradisional Kota Cirebon, Jawa Barat, (2) mengkaji atribut-atribut buah mangga Gedong Gincu yang menjadi preferensi konsumen di Pasar Tradisional Kota Cirebon Jawa Barat dan (3) mengkaji atribut buah mangga Gedong Gincu yang paling dipertimbangkan oleh konsumen di Pasar Tradisional Kota Cirebon, Jawa Barat. Metode dasar penelitian adalah deskriptif analitis. Lokasi penelitian ini dilakukan secara sengaja di Kota Cirebon karena Cirebon merupakan salah satu sentra produksi mangga yang sudah dikenal di Jawa Barat. Produksi mangga di Cirebon sendiri menempati posisi pertama dibandingkan Kota Bandung dan Kota Sukabumi pada tahun 2014. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 100 orang. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Analisis data yang digunakan adalah (1) Uji *Chi Square* untuk mengetahui ada tidaknya perbedaan preferensi konsumen dan atribut yang menjadi preferensi konsumen dalam pembelian buah mangga Gedong Gincu. (2) Analisis Multiatribut *Fishbein* untuk mengetahui atribut yang paling dipertimbangkan oleh konsumen dalam pembelian buah mangga Gedong Gincu.

Hasil penelitian menunjukkan responden yang membeli buah mangga Gedong Gincu didominasi oleh perempuan dengan mayoritas kisaran usia responden yang sudah dewasa, yaitu 38-43 tahun (20 responden). Tingkat pendidikan mayoritas adalah SMA (31 responden). Responden dalam penelitian ini sebagian besar adalah ibu rumah tangga (50 responden).

Tingkat pendapatan mayoritas adalah Rp 500.000,00 - Rp 1.714.284,00 (65 responden). Jumlah anggota keluarga mayoritas 4 orang (32 responden). Berdasarkan uji *Chi Square* terdapat perbedaan preferensi terhadap semua atribut-atribut yang ada pada buah mangga Gedong Gincu. Buah mangga Gedong Gincu yang menjadi preferensi konsumen di Pasar Tradisional Kota Cirebon adalah buah mangga Gedong Gincu yang memiliki rasa manis, kulit buah yang berwarna sebagian besar oranye, tekstur daging lembut dan ukuran sedang (200-300 gr/buah). Berdasarkan analisis Multiatribut *Fishbein*, atribut yang paling dipertimbangkan konsumen dalam keputusan pembelian buah mangga Gedong Gincu di Pasar Tradisional Kota Cirebon berturut-turut adalah tekstur daging buah, rasa buah, warna kulit buah dan ukuran buah. Saran yang bisa diberikan untuk dapat memenuhi selera konsumen terhadap buah mangga Gedong Gincu adalah dengan cara melakukan sortasi terhadap buah mangga Gedong Gincu yang memiliki atribut sesuai dengan preferensi konsumen sebelum dilakukan proses pemasaran.

## SUMMARY

Hega Putrinda, H0813075. 2017. “*An Analysis of Consumer’s Preference on Purchasing of Gedong Gincu Mango Fruits in Traditional Market of Cirebon, West Java*”. Agriculture Faculty of Sebelas Maret University, Surakarta, under guidance of Prof. Dr. Ir. Endang Siti Rahayu, MS, and Susi Wuri Ani, SP., MP.

Agribusiness of mangoes is one of five development plan of Wilayah Koordinasi Pemerintahan dan Pembangunan (WKPP) III Cirebon, it becomes evidence that Cirebon has potential in development mangoes agribusiness. Variety of mangoes that became the main center in mangoes cultivation in Cirebon is Gedong Gincu mango fruits. Recently, Gedong Gincu mango fruits has a considerable market opportunity, either in domestic markets or export markets because its fruit has the very sharp scent, the color of its rind is red burning and has lots of fiber. However, in the marketing of mangoes has many problems such as technical, social and economic. That problems require producers and marketers to be able to produce and distribute Gedong Gincu mango fruit to meet the required quality and quantity and satisfy consumers. Therefore, this research attempt to know the characteristic, behaviours and preferences of consumers on purchasing Gedong Gincu mango fruits in Traditional Market of Cirebon, West Java.

The objectives of this research are (1) to study whether or not there is a difference in consumer preferences for Gedong Gincu mango fruit’s attributes in Traditional Market of Cirebon, West Java, (2) to study the attributes of Gedong Gincu mango fruit that becomes consumer preference in Traditional Market of Cirebon, West Java, and (3) to study the attributes of Gedong Gincu mango fruit that most considered by consumers in Traditional Market of Cirebon, West Java. The basic method of research is descriptive analytics. The determination of the location of the research is done intentionally in Cirebon City because Cirebon City is one of production center mango fruits in West Java. The production of mango fruits in Cirebon ranked third in 2014. This study uses 100 respondents. Furthermore, *Chi Square* test and Multiattribute Fishbein Analysis are applied to know whether or not there is a difference in consumer preferences and the attributes that becomes consumer preference on purchasing of Gedong Gincu mango fruit and to know the attributes that most considered by consumers on purchasing of Gedong Gincu mango fruit.

The results showed that the respondents who purchased Gedong Gincu mango fruit mostly were female with the majority of the age range from 38 to 43 years (20 respondents). The majority education level was Senior High School (31 respondents). Most of respondents of this research are housewife (50 respondents) with majority income level was IDR 500.000,00 - IDR 1.714.284,00 (65 respondents) and the majority family members were 4 people (32 respondents). Based on the result of *Chi Square* test, there was a difference of consumer preference on all attributes in existing Gedong Gincu mango fruit. The Gedong Gincu mango fruit preferred by the consumers in Market Traditional of Cirebon is the one that has sweet taste, fruit peel is mostly orange color, soft texture of fruit flesh and it has medium size (200-300 gr/fruit), at the same time, based on the

result of Multiattribute Fishbein analysis showed that the attributes that most considered by consumers on purchasing of Gedong Gincu mango fruit in Traditional Market of Cirebon were texture of fruit lesh. Suggestions that can be given to fulfill consumers taste of Gedong Gincu mango fruits are by sorting of the Gedong Gincu mango fruit which has attributes according to consumer preferences before disribution of market wiil be proceed.