Analisis Kesediaan Membayar (*Willingness To Pay*) Konsumen Terhadap Produk *Frozen Fruit* Bali *Food Industry* Di Bali

(Analysis Of Consumer Willingness To Pay For Frozen Fruit Products Bali Food Industry In Bali)

Hery Setiyawan[*)], Wiludjeng Roessali[*)], dan Putu Amelia Savitha Diana Putri[*)]
[*)] Program Studi Agribisnis, Fakultas Peternakan dan Pertanian, Universitas Diponegoro
Jl Prof Soedarto No.13, Tembalang, Semarang, Jawa Tengah 50275
Corresponding Author: herysetiyawanbisa@gmail.com

ABSTRAK

Produk *frozen fruit* merupakan bentuk olahan makanan berupa buah yang diolah dengan metode pembekuan, yang memiliki nilai jual relatif lebih tinggi dibandingkan buah segar. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan karakteristik konsumen, menganalisis nilai rata – rata maksimum WTP (*Willingness to Pay*) konsumen yang bersedia membayar lebih, dan menganalisis faktor – faktor yang mempengaruhi kesediaan membayar konsumen terhadap produk *frozen fruit* Bali *Food Industry* di Bali. Penelitian ini dilaksanakan di Kabupaten Badung dan Kota Denpasar, Bali dengan menggunakan 58 responden yang dipilih melalui metode *purposive sampling* yang kemudian jumlah responden dari setiap daerah ditentukan dengan *proportionate random sampling.* Metode analisis menggunakan analisis deskriptif, CVM (*Contingent Methods Value*), dan analisis regresi logistik. Hasil penelitian menunjukkan mayoritas konsumen merupakan restoran, lama usaha memiliki rentang 1-5 tahun, dengan mayoritas berdiri sejak tahun 2020, berlokasi di Kabupaten Badung, dengan rentang jumlah pembelian 2-10 Kg/sekali pembelian, kualitas termasuk kategori tinggi, harga termasuk kategori tinggi, keamanan termasuk kategori tinggi, dan frekuensi pembelian 1-6 kali/bulan. Sebanyak 69% bersedia membayar lebih dengan peningkatan 8,93% sampai 11,50%. Secara parsial, frekuensi pembelian berpengaruh secara signifikan terhadap kesediaan membayar konsumen produk *frozen fruit* di Bali *Food Industry.*

Kata kunci: *Contingent Methods Value*, *frozen fruit*, kesediaan membayar, regresi logistik.

ABSTRACT

Frozen fruit products are a form of processed food in the form of fruit processed by the freezing method, which has a relatively higher selling value compared to fresh fruit. This study aims to describe consumer characteristics, analyze the maximum average value of WTP (Willingness to Pay) of consumers who are willing to pay more, and analyze the factors that influence consumers' willingness to pay for frozen fruit products Bali Food Industry in Bali. This research was conducted in Badung Regency and Denpasar City, Bali using 58 respondents selected through purposive sampling method and then the number of respondents from each region was determined by proportionate random sampling. The analysis method uses descriptive analysis, CVM (Contingent Methods Value), and logistic regression analysis. The results showed that the majority of consumers are restaurants, the length of business has a range of 1-5 years, with the majority established since 2020, located in Badung Regency, with a range of purchase amounts of 2-10 Kg / once purchased, quality including high categories, prices including high categories, safety including high categories, and frequency of purchase 1-6 times / month. A total of 69% are willing to pay more with an increase of 8.93% to 11.50%. Partially, the frequency of purchase has a significant effect on the willingness to pay of consumers of frozen fruit products at Bali Food Industry.

Keywords: *Contingent Methods Value, frozen fruit, willingness to pay, logistic regression.*

PENDAHULUAN

Indonesia memiliki sumber daya alam yang melimpahh dan beragam, terutama di sektor pertanian. Salah satu komoditas yang dikembangkan pada sektor pertanian yaitu komoditas buah. Berdasarkan pernyataan Kementrian Koordinator Bidang Perekonomian RI (2021), buah – buahan menjadi salah satu komoditas hortikultura yang bernilai ekonomi tinggi serta memiliki peluang ekspor yang luas. Produksi buah di Indonesia mengalami fluktuasi musiman, dimana terjadi kelebihan pasokan saat musim panen dan keterbatasan ketersediaan di luar musim tersebut (Sugiarto *et al.,* 2020).

Produk *frozen fruit* merupakan produk makanan yang diproduksi dengan metode pembekuan yang dapat menjadi salah satu refrensi untuk menikmati buah meskipun di luar musim. *Frozen fruit* memiliki nutrisi yang lebih konsisten dibandingkan buah segar yang disimpan di lemari es selama beberapa hari. Metode pembekuan paling banyak disukai oleh konsumen karena dapat mempertahankan parameter kualitas seperti kesegaran dan sensoriknya selama penyimpanan beku (Yulviani *et al.,* 2022). Ketersediaan dan nutrisi yang konsisten dari *frozen fruit* membuat usaha kuliner seperti restoran, café dan bar menjadikan *frozen fruit* sebagai pilihan alternatif untuk memenuhi kebutuhan persediaan akan buah. Berdasarkan kelebihan yang ada dari *frozen fruit* seperti keefisienan dalam penggunaan produk membuat produk ini memiliki harga yang relatif lebih mahal dibandingkan buah segar.

Bali *Food Industry* menjadi salah satu perusahaan di industri makanan yang menyediakan *frozen fruit* di Bali. Bali *Food Industry* menyediakan berbagai jenis *frozen fruit* meskipun di luar musim panen yang menarik konsumen untuk membeli produk tersebut meskipun memiliki harga yang relatif lebih tinggi dibandingkan buah segar. Bali *Food Industry* melakukan pertimbangan dan analisis pada penentapan harga produk. Analisis tersebut merupakan analisis kesediaan membayar yang berguna untuk menentukan harga yang sesuai dengan kemampuan konsumen serta memastikan keuntungan yang diinginkan oleh perusahaan. Konsep kesediaan membayar merupakan sebuah pengukuran harga maksimum yang bersedia dibayarkan oleh seseorang untuk dapat memperoleh barang atau jasa (Arimurti *et al.,* 2021). Nilai kesediaan membayar konsumen berbeda – beda yang dapat disebabkan oleh berbagai faktor. Berdasarkan hal tersebut, maka dilakukan penelitian ini yang membahas terkait analisis kesediaan membayar konsumen serta faktor – faktor meliputi jumlah pembelian, kualitas, harga, keamanan, dan frekuensi pembelian yang mempengaruhi kesediaan membayar konsumen terkait produk *frozen fruit* di Bali *Food Industry.*

Tujuan penelitian ini untuk 1) mendeskripsikan karakteristik konsumen produk *frozen fruit* di Bali *Food Industry*, 2) menganalisis nilai rata – rata maksimum WTP konsumen yang bersedia membayar lebih produk *frozen fruit* Bali *Food Industry* di Bali, dan 3) menganalisis faktor – faktor yang mempengaruhi kesediaan membayar konsumen terhadap produk *frozen fruit* Bali *Food Industry* di Bali.

METODE PENELITIAN

Penelitian dilaksanakan pada bulan Januari 2024 yang dilakukan dengan menggunakan metode survey. Jenis data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Adapun tiga teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara terstruktur, observasi, dokumentasi, dan studi literatur. Pengambilan sampel

dilakukan dengan dua metode yaitu *purposive sampling* dan *proportionate random sampling.* Metode *purposive sampling* digunakan untuk menentukan lokasi yang dipilih sebagai tempat pengambil sampel responden, yaitu Kabupaten Badung dan Kota Denpasar karena merupakan lokasi dengan penjualan produk *frozen fruit* terbanyak di Bali. Teknik penentuan jumlah sampel responden dilakukan menggunakan rumus slovin (Sidharta *et al.,* 2017):

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan:

n = jumlah sampel (tempat)
N = jumlah populasi (tempat)
E = error

Hasil perhitungan menggunakan rumus slovin didapatkan 58 jumlah sampel responden. Kemudian penentuan jumlah pengambilan sampel responden di setiap daerah dilakukan menggunakan *proportionate random sampling* didapatkan hasil perhitungan jumlah sampel di masing – masing daerah, yaitu 39 sampel di Kabupaten Badung dan 19 sampel di Kota Denpasar. Adapun rumus *proportionate random sampling* sebagai berikut (Agusta *et al.,* 2014):

$$ni = \frac{Ni}{N} \; x \; n$$

Keterangan:

ni = ukuran setiap strata sampel (tempat)
Ni = ukuran setiap strata populasi (tempat)
N = ukuran total populasi (tempat)
n = ukuran total sampel (tempat)

Analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis deksriptif, CVM, dan regresi logistik. Pada penelitian ini, analisis deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan karakteristik konsumen, meliputi lama usaha, jenis, lokasi, jumlah pembelian, kualitas, harga, keamanan produk, dan frekuensi pembelian. Analisis deskriptif dilakukan dengan menggunakan skala likert dan skala numerik melalui kusioner. Penyajian data deskriptif dijabarkan dalam bentuk tabel distribusi frekuensi dan presentase, sedangkan untuk variabel kualitas, harga, dan keamanan produk terdapat perhitungan mean, median, modus, standar deviasi, dan juga terdapat tabel kecendrungan variabel untuk mengkategorikan skor.

Analisis *Contingent Methods Value* (CVM) digunakan untuk menganalisis nilai rata – rata maksimum WTP konsumen yang bersedia membayar lebih. Adapun lima tahapan CVM menurut Fauzi (2004) yang dikuti oleh Habib dan Kuntadi (2020), meliputi membuat pasar hipotesis, penawaran besarnya nilai WTP, menghitung dugaan rataan WTP, menduga kurva nilai tawaran, dan menentukan agregasi WTP.

Analisis regresi logistik digunakan untuk menganalisis faktor – faktor yang mempengaruhi kesediaan membayar konsumen. Adapun persamaan regresi logistic yang digunakan adalah sebagai berikut (Wulandari *et al.,* 2017):

$$Y = ln\left(\frac{p}{1-p}\right) = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e$$

Keterangan:

Y =kesediaan konsumen untuk membayar (ya/tidak)
β_0 = konstanta regresi atau Intersep
$\beta_{1,2,3,4,5}$ =koefisien regresi jumlah pembelian, kualitas produk, harga produk, keamanan produk, dan frekuensi pembelian.
X_1 =jumlah Pembelian (Kg/sekali pembelian)
X_2 = kualitas Produk (skor)
X_3 = harga Produk (skor)
X_4 = keamanan Produk (skor)
X_5 = frekuensi Pembelian (kali/bulan)
e = ketetapan

Pengujian yang digunakan dalam analisis regresi logistik adalah uji kecocokan model, uji G, dan uji *Wald,* sedangkan untuk interpretasi persamaan logistik menggunakan *odds ratio.*

Uji Kecocokan Model

Hipotesis yang digunakan untuk uji kecocokan model adalah (Kusmana, 2014):

H_0 = Model yang dihipotesiskan fit dengan data

H_1 = Model yang dihipotesiskan tidak fit dengan data.

Hipotesis ditolak jika nilai *p – value* uji *Homser and Lemeshow* < tingkat signifikansi 5%, yang berarti bahwa model yang dihipotesiskan tidak fit dengan data.

Uji G

Hipotesis yang digunakan untuk uji G adalah (Astuti *et al.,* 2023):

H_0: $\beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = \beta_4 = 0$ (variabel independen secara serempak tidak mempunyai pengaruh nyata terhadap variabel dependen).

H_1: $\beta_1 \neq \beta_2 \neq \beta_3 \neq \beta_4 \neq 0$ (variabel independen secara serempak mempunyai pengaruh nyata terhadap variabel dependen).

Hipotesis nol ditolak jika *p-value* < a, artinya bahwa variabel independen secara serempak mempengaruhi variabel dependen. Nilai signifikansi < 0,05 dengan tingkat keyakinan 95% maka variabel independen secara signifikan mempengaruhi variabel dependen (Rukini, 2016).

Uji *Wald*

Hipotesis yang digunakan untuk uji *Wald* adalah (Astuti *et al.,* 2023):

H0: $\beta_i = 0$ (variabel independen ke – i tidak mempunyai pengaruh secara nyata terhadap variabel dependen).

H1: $\beta_i \neq 0$ (variabel independen ke – i mempunyai pengaruh secara nyata terhadap variabel dependen).

Hipotesis ditolak jika *p-value* < a, yang berarti bahwa variabel independen ke – i secara parsial mempengaruhi variabel dependen. Sehingga, pada taraf kepercayaan 95% variabel independen dapat dikatakan memiliki pengaruh nyata pada variabel dependen apabila nilai signifikansi < 0,05.

Uji *Odds Ratio*

Uji *odds ratio* merupakan indikator kecenderungan seseorang untuk melakukan atau tidak melakukan kegiatan. Semakin nilai *odds ratio* mendekati nol maka semakin kecil kecenderungan konsumen bersedia membayar lebih (Hendayana, 2013).

Uji Multikolerianitas

Uji multikolerianitas merupakan uji yang digunakan untuk mengevaluasi apakah terdapat hubungan linier antara variabel independent dalam model regresi. Pada penelitiain ini menggunakan nilai VIF dan *Tolerance.* Jika nilai VIF kurang dari 10 dan nilai *Tolerance* > 0,1, maka tidak ada masalah multikolinearitas dalam model regresi pada penelitian ini (Ansori & Fajri, 2018).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Pada penelitian ini, menggunakan responden merupakan konsumen bisnis dari Bali *Food Industry* meliputi restoran, café & bar. Hasil menunjukkan terdapat variasi karakteristik yang beragam pada setiap responden yang berdampak pada perilku konsumen terhadap pembelian dan kesediaan membayar produk *frozen fruit.* Karakteristik konsumen dapat terbentuk dari kebiasaan seseorang dalam menggunakan berbagai produk yang berdampak pada keputusan pembelian konsumen terhadap suatu produk (Atmaja & Utami, 2017). Hasil penelitian menunjukkan data karakteristik responden Bali *Food Industry* mayoritas merupakan restoran dengan lama usaha di rentang 1 – 5

tahun dan paling banyak berdiri sejak 2020, berlokasi di Kabupaten Badung, memiliki jumlah pembelian di rentang 2 – 9 Kg/sekali pembelian, dengan frekuensi pembelian sebear 1 – 6 kali/bulan. Diketahui terkait presepsi responden terhadap kualitas, harga, dan keamanan produk termasuk dalam kategori tinggi, artinya bahwa variabel tersebut sesuai dengan kepuasan dari responden.

Kesediaan Membayar (*Willingness to Pay*)

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa sebanyak 40 responden bersedia untuk membayar lebih produk *frozen* dari Bali *Food Industry*. Adapun salah satu alasan dari kesediaan tersebut adalah responden terlah memahami kualitas produk *frozen fru*it dari Bali *Food Industry* yang dapat meningkatkan kepercayaan yang lebih tinggi sebagai konsumen. Setiap responden memiliki tingkat presentase kesediaannya masing – masing dalam kenaikan harga, sebagai berikut:

Tabel 1. Sebaran Presentase Responden yang Bersedia Membayar Lebih

Kesediaan Membayar Lebih	Jumlah Responden
---%---	---tempat---
5	12
10	18
15	7
20	3
Total	40

Sumber: Data Primer Penelitian, 2024

Berdasarkan Tabel 1. Menunjukkan sebagaimana besar responden bersedia membayar pada tingkat kesediaan anatar 5% sampai dengan 10% lebih tinggi dari harga produk *frozen fruit* saat ini.

Rata-Rata Maksimum

Hasil perhitunagan rata – rata maksimum WTP konsumen produk *frozen fruit* disajikan pada Tabel 2, sebagai berikut:

Tabel 2. Rata - Rata Maksimum WTP Produk Frozen Fruit Bali Food Industry

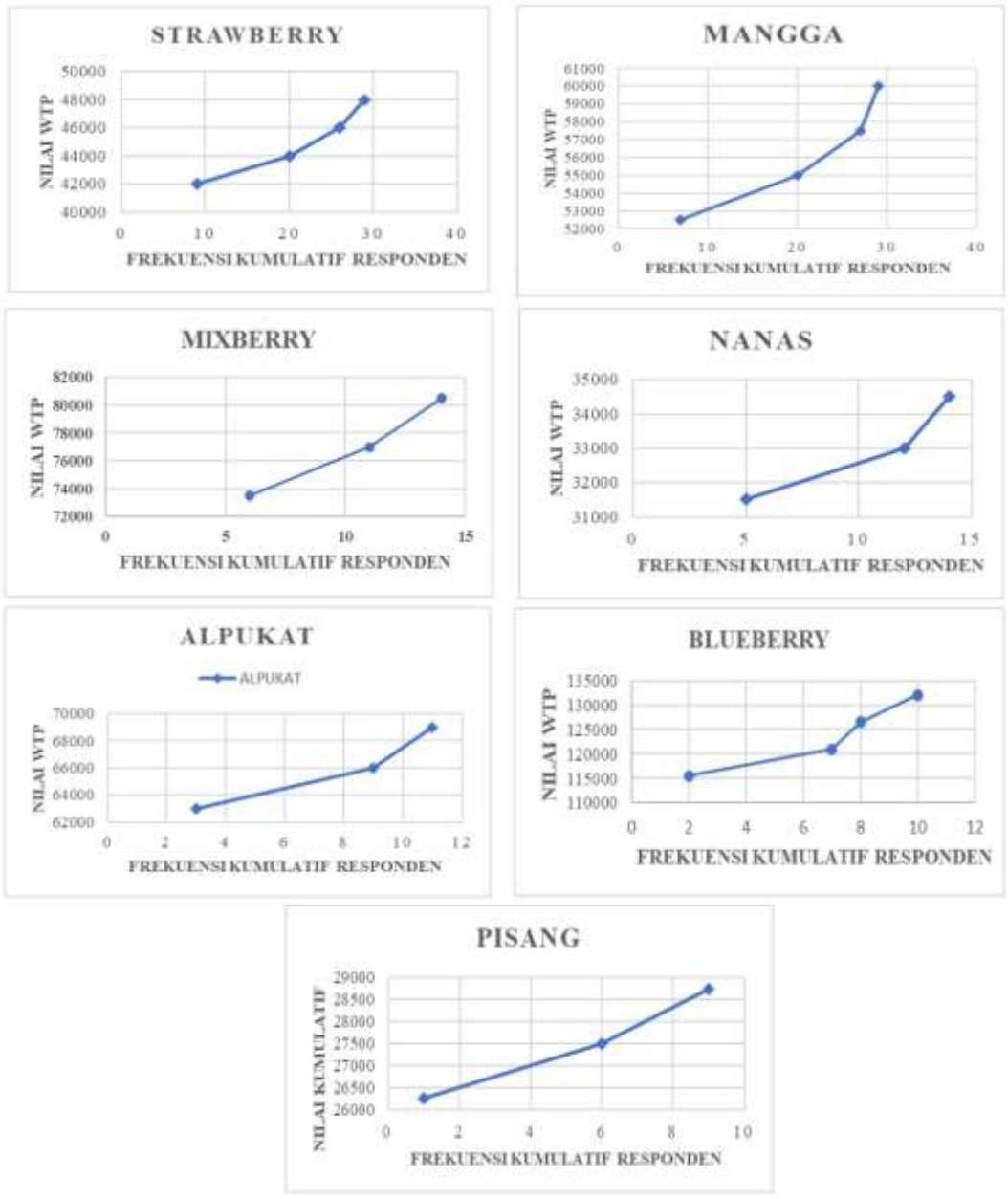
Jenis Produk *Frozen Fruit*	Harga Awal Produk	Rata – Rata Maksimum WTP	Presentase Peningkatan
	---Rp---	---Rp---	---%---
Strawberry	40.000	44.207	10,52
Mangga	50.000	55.345	10,69
Mixberry	70.000	76.250	8,93
Nanas	30.000	32.679	8,93
Alpukat	60.000	65.727	9,55
Blueberry	110.000	122.650	11,50
Pisang	25.000	27.778	11,11

Sumber: Data Primer Penelitian, 2024.

Nilai rata-rata maksimum WTP setiap produk *frozen fru*t di Bali *Food Industry* bergantung pada harga dan kesediaan konsumen untuk membayar lebih produk *frozen fruit*. Nilai rata-rata WTP masing – masing produk berbeda, hal ini dikarenakan adanya perbedaan preferensi konsumen terhadap produk tersebut (Mega et al. 2022).

Kurva WTP

Kurva WTP responden dihasilkan dengan menggunakan sumbu X dan sumbu Y, di mana sumbu X menggambarkan total kumulatif dari responden yang memilih nilai WTP tertentu dan sumbu Y menunjukkan nilai WTP itu sendiri.



Gambar 1. Kurva WTP

Berdasarkan gambar diatas meunjukkan adanya perbedaan nilai WTP di setiap produk *frozen fruit* yang disebabkan karena setiap responden memiliki kisaran harga yang berbeda. Setiap kurva menunjukkan pergerakan mengarah ke atas dan ke kanan. Hal tersebut menggambarkan bahwa terdapat responden yang bersedia membayar produk *frozen fruit* dengan harga yang lebih tinggi dari saat ini. Titik terendah merupakan nilai awal atau titik lelang dengan nilai terendah, maka pergerakan kurba ke atas menunjukkan nilai WTP yang semakin meningkat dan pergerakan kurva ke kanan

menunjukkan bertambahnya jumlah pengunjung yang bersedia membayar (Pertiwi et al. 2022).

Agregasi WTP

Nilai agregasi WTP dari setiap produk *frozen fruit* perlu untuk diketahui guna memperoleh informasi terkait nilai penjualan dengan nilai maksimum yang bersedia dibayarkan oleh setiap konsumen dari Bali *Food Industry*. nilai agregasi WTP perlu diketahui agar pemasar mendapatkan informasi mengenai nilai penjualan dengan nilai maksimum yang bersedia dibayarkan konsumen dari penjualan masing – masing produk (Fajria et al. 2020).

Tabel 3. Agrerasi WTP Produk *Frozen Fruit*

Jenis Produk *Frozen Fruit*	Aregasi WTP
	---Rp---
Strawberry	1.282.000
Mangga	1.605.000
Mixberry	1.067.500
Nanas	457.500
Pisang	250.000
Alpukat	723.000
Blueberry	1.226.500

Sumber: Data Primer Penelitian, 2024.

Agregasi setiap jenis produk *frozen fruit* berbeda yang dikarenakan produk tersebut memiliki harga awal yang berbeda dengan frekuensi responden yang bersedia membayar lebih juga berbeda.

Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Kesediaan Membayar

Analisi regresi logistik digunakan untuk menjelaskan hubungan variabel dependen yang berupa data dikotomik atau biner dengan variabel independen. Variabel independen yang digunakan adalah jumlah pembelian (X1), kualitas produk (X2), harga produk (X3), keamanan produk (X4), dan frekuensi pembelian (X5). Penelitian ini, dilakukan dengan menggunakan SPSS. Berikut adalah hasil perhitungan dari uji kecocokan model:

Tabel 4. Hasil Uji Model

Uji		Hasil
Hosmer and Lemeshow test	*Chi-square*	3,887
	Sig.	0,867
Pseudo R Square	*Nagelkerke R Square*	0,807
Omnibus test	*Chi-square*	49,344
	Sig.	0,000

Sumber: Data Primer Penelitian, 2024.

Berdasarkan hasil penelitian dengan menggunakan SPSS diketahui, bahwa hasil uji *Hosmer and Lemeshow test* menunjukkan nilai *Chi-square* hitung sebesar 3,887 < 15,507 dan nilai signifikansi sebesar 0,867 > 0,05 sehingga H_0 diterima dan H_1 ditolak, artinya model yang dihipotesiskan fit dengan data. hasil uji *Pseudo R Square* pada nilai *Nagelkerke R Square* menujukkan angka 0,807 atau 80,7%. Hasil tersebut menjelaskan bahwa variabel independen mampu menjelaskan variabel dependen sebesar 0,807 atau 80,7% sementara sisanya 19,3% (100% - 80,7%) terdapat variabel

lain di luar model yang menjelaskan variabel dependen. Hasil uji G atau *Omnibus Test of Model Coefficients*, memiliki nilai *Chi-square* hitung sebesar 49,344 < 11,070 dan nilai signifikansi 0,000 < 0,05 sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima yang artinya variabel independen pada penelitian secara serempak mempunyai pengaruh nyata terhadap variabel dependen.

Uji *Wald* dilakukan untuk menguji secara parsial pengaruh dari masing – masing variabel independent terhadap variabel dependen. Melalui Tabel 4. dapat mengetahui secara rinci terkait pengaruh signifikan dari setiap variabel independen terhadap variabel dependen dalam penelitian ini.

Tabel 5. Hasil Uji Wald

Variabel	Koefisien (B)	Wald	P-value (sig.)	Odds Ratio (Exp(B))	Kesimpulan
Jumlah Pembelian	2,398	1,477	0,224	11,003	Tidak Signifikan
Kualitas Produk	1,497	0,620	0,431	4,467	Tidak Signifikan
Harga Produk	-0,470	0,67	0,795	0,625	Tidak Signifikan
Keamanan Produk	-0,065	0,043	0,835	0,937	Tidak Signifikan
Frekuensi Pembelian	0,911	9,831	0,002	2,487	Signifikan

Sumber: Data Primer Penelitian, 2024.

Berdasarkan hasil dari pengujian *Wald* diketahui bahwa variabel frekuensi pembelian mempunyai pengaruh secara parsial terhadap variabel dependen WTP karena memiliki nilai signifikan kurang dari 0,05. H_0 ditolak dan H_1 diterima jika p-value < a (a = tingkat signifikansi 0,05) yang artinya variabel independen ke-i secara parsial mempengaruhi variabel dependen (Fajria et al. 2020). . Kesediaan konsumen untuk membayar lebih produk *frozen fruit* dari harga saat ini dapat dipengaruhi oleh variabel frekuensi pembelian dikarenakan adanya pengalaman positif dari konsumen yang terjadi berulang kali ketika membeli produk frozen fruit dari Bali *Food Industry*. Keinginan konsumen membeli kembali produk didasarkan atas kepercayaan dan nilai positif yang berkaitan dengan tindakan membeli dan menggunakan produk di masa lalu (Marwanto et al. 2022). Sementara, variabel independen yang disebut tidak berpenagruh secara parsial terhadap variabel dependen adalah variabel jumlah pembelian, kualitas produk, harga produk, dan keamanan produk.

Berdasarkan hasil uji *Odds ratio* yang dilihat dari nilai Exp (B) yang dimiliki oleh variabel frekuensi pembelian adalah sebesar 2,487, artinya bahwa semakin bertambah frekuensi pembelian maka kesediaan membayar lebih tinggi untuk produk *frozen fruit* sebesar 2,487 kali lebih besar. Peningkatan jumlah frekuensi pembelian oleh konsumen terjadi karena adanya kelebihan yang ditawarkan oleh pihak Bali *Food Industry*, di antaranya efisiensi waktu ketika menggunakan produk dan ketersediaan produk yang selalu ada dan tidak dipengaruhi oleh musim. Adanya peningkatan atribut atau kelebihan produk yang diberikan kepada konsumen untuk dapat meningkatkan frekuensi pembelian dari konsumen tersebut (Arista et al. 2021). Variabel frekuensi pembelian memperoleh nilai koefisien B sebesar 0,911 yang bernilai positif. Hal tersebut menunjukan bahwa variabel frekuensi pembelian mempunyai hubungan yang positif terhadap kesediaan membayar konsumen.

KESIMPULAN

Karakteristik konsumen produk *frozen fruit* Bali *Food Industry* di Kabupaten Badung dan Kota Denpasar didominasi oleh konsumen dengan jenis usaha restoran, dengan lama usaha 1 – 5 tahun dan mayoritas berdiri sejak tahun 2020 atau selama 4 tahun, dan berlokasi di Kabupaten Badung. Selain itu, juga didominasi oleh konsumen dengan kelompok jumlah pembelian 2 – 10 Kg/sekali pembelian, kualitas produk termasuk kategori tinggi, harga produk termasuk kategori tinggi, keamanan produk termasuk kategori tinggi, serta didominasi oleh konsumen dengan pembelian sebanyak 1 – 6 kali/bulan. Nilai rata – rata maksimum WTP konsumen produk *frozen fruit* Bali *Food Industry* di Kabupaten Badung dan Kota Denpasar untuk jenis produk buah strawberry adalah lebih tinggi 10,52% dari harga saat ini, produk buah mangga lebih tinggi 10,69% dari harga saat ini, produk buah mixberry lebih tinggi 8,93% dari harga saat ini, produk buah nanas lebih tinggi 8,93% dari harga saat ini, produk buah alpukat lebih tinggi 9,55% dari harga saat ini, produk buah blueberry lebih tinggi 11,50% dari harga saat ini, dan produk buah pisang lebih tinggi 11,11% dari harga saat ini. Faktor yang mempengaruhi WTP konsumen produk *frozen fruit* Bali *Food Industry* secara serempak adalah jumlah pembelian, kualitas produk, harga produk, keamanan produk, dan frekuensi pembelian. Secara parsial, faktor yang berpengaruh secara signifikan terhadap kesediaan konsumen membayar lebih untuk mendapatkan produk *frozen fruit* dari harga saat ini adalah frekuensi pembelian.

DAFTAR PUSTAKA

Agusta, Q. T. M., Lestari, D. A. H., & Situmorang, S. (2014). Analisis Pendapatan dan Tingkat Kesejahteraan Rumah Tangga Peternakan Sapi Perah Anggota Koperasi Peternakan Bandung Selatan (KPBS) Pangalengan. *Jurnal Ilmu – Ilmu Agribisnis, 2* (2), 109 – 117.

Ansori, M., & Fajri, S. (2018). Pendeteksian Kecurangan Laporan Keuangan Menggunakan Rasio Keuangan Dengan Umur Perusahaan dan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Kontrol. *Journal of Applied Managerial Accounting, 2* (2), 141 – 159.

Arimurti, N. H., Sularso, K. E., & Hartati, A. (2021). Kesediaan Membayar (Willingness to Pay) Beras Organik di Kabupaten Banyumas dan Faktor yang Mempengaruhinya. *Jurnal Forum Agribisnis, 11* (1), 75 – 89.

Arista, D., Dolorosa, E., & Suharyani, A. (2021). Pengaruh Atribut Produk Kopi Bubuk Instan Indocafe Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen di Kota Pontianak. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian dan Agribisnis, 17* (2), 83 – 94.

Carolina, J., & Tobing, V. C. L. (2019). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Solvabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Ketepatan Waktu Penyampaian Laporan Keuangan Pada Perusahaan Manufaktur di BEI. *Jurnal Akuntansi Barelang, 3* (2), 45 -54.

Dewi, S. U., & Yanuar, R. (2023). Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Petani Terhadap Penjualan Hasil Panen Lada Putih (Studi Kasus: Petani Lada di Desa Bukit Layang Kecamatan Bakam Kabupaten Bangka). *Jurnal Pertanian Agros, 25* (1), 222 – 239.

Fajria, F., Ethika, D., & Kusnaman, D. (2020). Analisis Kesediaan Membayar (Willingness to Pay) Konsumen Terhadap Sayuran Organik di Pasar Modern Purwokerto dan Faktor yang Mempengaruhi. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian dan Agribisnis, 17* (1), 40 – 48.

Habib, E. A., & Kuntadi, E. B. (2020). Analisis Willingness to Pay Beras Organik Aromatik "Botanik" Gapoktan Al – Barokah di Kabupaten Bondowoso. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian, 13* (1), 38 – 52.

Hendayana. R. (2013). Penerapan Metode Regresi Logistik Dalam Menganalisis Adopsi Teknologi Pertanian. *Jurnal Informatika Pertanian, 22* (1), 1-9.

Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. (2021). "Pengembangan Hortikultura Berorientasi Ekspor Tingkatkan Produktivitas, Kualitas, dan Kontinuitas Produk Hortikultura". https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/3358/pengembangan-hortikultura-berorientasi-ekspor-tingkatkan-produktivitas-kualitas-dan-kontinuitas-produk-hortikultura

Mega, A. R. P., Hendrarini, H., & Santoso, W. (2022). Analisis Kesediaan Membayar (Willingness to Pay) Konsumen Terhadap Pembelian Produk Sayuran Melalui Online Market Sayurbox. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh. 9* (1), 362 – 375.

Mujahid, M., Yasin, H., & Mukid, A. (2016). Perbandingan Metode Regresi Logistik Biner dan Metode Backpropagation dalam Menentukan Model Terbaik untuk Klasifikasi Pengguna Program Keluarga Berencana. *Jurnal Gaussian, 5* (1), 133 – 142.

Pertiwi, T. A., Noechadijati, D. E., & Dharmawan, B. (2022). Analasis Kesediaan Membayar (Willingness to Pay) Pengunjung dalam Upaya Pengembangan Agrowisata "Sweetberry" di Kabupaten Cianjur. *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis, 6* (2), 500 – 518.

Rukini. (2016). Model Regresi Logistik Pada Kelulusan Ujian Sertifikasi Pengadaan Barang dan Jasa Pemerintah. *Jurnal Ekonomi Kuantitatif Terapan, 9* (1), 80 – 84.

Sidharta, N.R., Sudarma, I. M. & Djelantik, A. A. A. W. S. (2017). Analisis Efisiensi Teknis Penggunaan Pupuk dan Pestisida Budidaya Asparagus di Desa Pelaga, Kecamatan Petang, Kabupaten Badung. *Jurnal Agribisnis dan Agrowisata, 6* (1), 152 – 161.

Sugiarto, I., Dodi, W., & Rudy, Y. (2020). Meningkatkan Nilai Ekonomi Buah Nanas *Subgrade* dengan Sentuhan Teknologi Penggoreng Vakum. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 4* (1), 43 – 49.

Talakula, Y., Anas, S., & Aqil, M. (2020). Pengaruh Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada RSU Bhakti Rahayu Ambon. *Jurnal Inovasi Penelitian, 1* (7), 1253 – 1270.

Wulandari, Y. A., Hartadi, R., & Sunartomo, A. F. (2017). Analisis Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Petani Melakukan Konversi Lahan Sawah dan Dampaknya Terhadap Pendapatan Petani. *Jurnal Agribest, 1* (2), 152 – 167.

Yulviani, T. S., Junaedi, E. C., & Lubis, N. (2022). Review: Potensi Nitrogen Cair Dalam Mempertahankan Kualitas Vitamin C dan Kadar Air Pada Buah Beku. *Jurnal Sains dan Kesehatan, 4* (5), 522 – 527.