

Analisis *Willingness to Pay* Keripik Singkong di Kabupaten Langkat dan Faktor-faktor yang Memengaruhinya

Analysis of Willingness to Pay Cassava Chips in Langkat Regency and Factors Affecting It

Futri Medwina Siregar*, Vista Uli Sihombing

Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Sumatera Utara

*Email: futri@usu.ac.id

(Diterima 27-05-2025; Disetujui 26-07-2025)

ABSTRAK

Keripik singkong merupakan salah satu produk olahan singkong yang populer dan memiliki banyak potensi pengembangan. Kabupaten Langkat, Provinsi Sumatera Utara, merupakan salah satu daerah yang memiliki potensi pertanian terbesar di Indonesia, khususnya produksi singkong. Selain itu, sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di daerah ini juga berkembang, terutama dalam pengolahan hasil pertanian menjadi bahan makanan yang dapat dikonsumsi seperti keripik singkong. Penelitian ini memiliki dua tujuan utama yaitu untuk mengestimasi nilai kesediaan membayar atau *Willingness To Pay* (WTP) keripik singkong di Kabupaten Langkat dan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi tingkat WTP keripik singkong di Kabupaten Langkat. Analisis *willingness to pay* keripik singkong menggunakan pendekatan *Contingent Valuation Method* (CVM) dan untuk menganalisis hubungan faktor-faktor yang memengaruhi nilai kesediaan membayar dianalisis menggunakan regresi linear berganda. Hasil rata-rata WTP responden terhadap keripik singkong adalah sebesar Rp 37.920 per kilogram. Nilai rata-rata ini lebih tinggi dari harga produk keripik singkong di pasaran Kabupaten Langkat yakni senilai Rp 35.000 per kilogram. Variabel jenis kelamin, pendapatan, dan citra produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kesediaan membayar keripik singkong.

Kata kunci: kesediaan konsumen, keripik singkong, *Contingent Valuation Method*, analisis regresi linear berganda

ABSTRACT

Cassava chips are one of the popular processed cassava products with significant development potential. Langkat Regency, located in North Sumatra Province, is one of the regions with the largest agricultural potential in Indonesia, particularly in cassava production. In addition, the micro, small, and medium enterprise (MSMEs) sector in this region is also growing, especially in processing agricultural products into consumable foods such as cassava chips. This study has two main objectives: to estimate the willingness to pay (WTP) for cassava chips in Langkat Regency and to analyze the factors that influence the level of WTP for cassava chips in the region. The analysis of willingness to pay for cassava chips uses the Contingent Valuation Method (CVM), and the relationship between factors influencing the WTP value is analyzed using multiple linear regression. The average WTP of respondents for cassava chips is IDR 37,920 per kilogram. This average value is higher than market price of cassava chips in Langkat Regency, which is IDR 35,000 per kilogram. The variables of gender, income, and product image have a significant influence on the willingness to pay for cassava chips.

Keywords: willingness to pay, cassava chips, Contingent Valuation Method, multiple linear regression analysis

PENDAHULUAN

Indonesia adalah negara yang kaya akan sumber daya alam sehingga disebut dengan negara agraris, terutama di bidang pertanian dan Perkebunan. Salah satu komoditas yang paling populer di banyak daerah adalah singkong (*Manihot esculenta*), yang berfungsi sebagai pengganti makanan pokok tradisional dan memiliki arti ekonomi yang strategis jika diolah menjadi produk turunan yang memiliki nilai tambah. Keripik singkong merupakan salah satu produk olahan singkong yang populer dan memiliki banyak potensi pengembangan. Rasanya yang lezat, teksturnya yang renyah, dan harganya cukup terjangkau menjadikan produk ini banyak digemari.

Kabupaten Langkat, Provinsi Sumatera Utara, merupakan salah satu daerah yang memiliki potensi pertanian terbesar di Indonesia, khususnya produksi singkong. Luas panen, produksi dan rata-rata produksi ubi kayu menurut kabupaten/kota dapat digambarkan pada tabel berikut.

Tabel 1. Luas Panen, Produksi dan Rata-Rata Produksi Ubi Kayu Dd Kabupaten Langkat

Tahun	Luas Panen (ha)	Produksi (ton)	Rata-rata produksi (kw/ha)
2023	1.499	43.689	291,44
2022	279,223	7.483	268
2021	259,15	6.608	255
2020	249,47	10.403	417
2019	259,89	11.227,40	432

Sumber: Sumatera Utara dalam angka (2024)

Dari Tabel dapat dilihat, pada Tahun 2023 terjadi lonjakan signifikan dalam luas panen, mencapai 1.499 ha, yang disertai dengan peningkatan produksi menjadi 43.689 ton. Namun demikian, rata-rata produktivitas justru menurun menjadi 291,44 kw/ha, jauh di bawah capaian tahun 2019. Hal ini dapat mengindikasikan adanya pergeseran orientasi petani dari kualitas ke kuantitas, atau bahkan tantangan dalam efisiensi budidaya dan pascapanen. Dalam hal ini, penting untuk mengeksplorasi alternatif strategis hilirisasi produk singkong, salah satunya melalui pengolahan menjadi keripik singkong.

Sementara itu, sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di daerah ini juga berkembang, terutama dalam pengolahan hasil pertanian menjadi bahan makanan yang dapat dikonsumsi seperti keripik singkong. Salah satu kendala utama dalam menciptakan produk olahan lokal adalah memahami pasar dan perilaku konsumen, terutama kesediaan konsumen untuk membeli dan membayar produk tersebut sesuai dengan nilai yang diberikan.

Willingness to Pay (WTP) atau kesediaan untuk membayar adalah gagasan utama dalam memahami bagaimana konsumen berperilaku ketika membeli barang lokal. WTP adalah harga tertinggi yang bersedia dibayar oleh konsumen untuk suatu barang atau jasa. Pengukuran WTP sangat penting dalam hal keripik singkong karena hal ini menunjukkan seberapa besar konsumen menghargai kualitas, kemasan, merek, dan citra produk lokal. Harga jual yang tepat dan rencana pemasaran yang sukses untuk produk keripik singkong yang dibuat oleh para pelaku UMKM di Kabupaten Langkat juga dapat ditentukan dengan menggunakan informasi ini sebagai dasar. Memahami apa yang bersedia dibayar oleh konsumen untuk produk lokal sangat penting karena hal ini memberikan produsen pengetahuan yang dibutuhkan dalam membuat keputusan yang tepat saat membuat pemasaran yang sukses (Printezis, Grebitus, and Hirsch 2019).

Diperlukan kajian ilmiah yang komprehensif mengenai potensi keripik singkong sebagai produk unggulan daerah, selain untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan perlunya mengonsumsi produk lokal. Dengan keunggulan sumber daya manusia dan ketersediaan bahan baku, Kabupaten Langkat memiliki potensi untuk menciptakan keripik singkong sebagai identitas produk lokal yang berdaya saing. Berdasarkan paparan tersebut, maka penelitian ini memiliki dua tujuan utama yaitu (1) untuk mengestimasi nilai kesediaan membayar atau *Willingness To Pay* (WTP) keripik singkong di Kabupaten Langkat dan (2) untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi tingkat WTP keripik singkong di Kabupaten Langkat.

Diharapkan bahwa penelitian ini akan memberikan pemahaman yang menyeluruh mengenai prospek pertumbuhan usaha keripik singkong di Kabupaten Langkat. Dalam rangka menciptakan ekonomi lokal yang berkelanjutan berbasis agroindustri, para pelaku usaha, UMKM, dan pembuat kebijakan daerah.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Langkat. Pemilihan lokasi dilakukan secara sengaja (*Purposive Sampling*) karena daerah tersebut dikenal sebagai sentra UMKM keripik singkong. Jumlah sampel yang digunakan ditentukan dengan metode berikut karena jumlah keseluruhan masyarakat Kabupaten Langkat yang mengonsumsi keripik singkong masih belum diketahui dan dianggap masih rendah, yakni dengan rumus sebagai berikut:

$$n = \frac{p(1-p)(Z_{1-\frac{\alpha}{2}})^2}{D^2}$$

Keterangan:

n = jumlah sampel minimal

Z = tingkat kepercayaan

p = *maximal estimation* (0,5)

D = *limit* dari *eror* atau presisi absolut

Sehingga jumlah responden yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 responden, diperoleh dari:

Z = 95% maka nilainya 1,96

p = 0,5

D = 10%

$$n = \frac{0,5(1-0,5)(1,96)^2}{(0,1)^2}$$

$$= 96,4$$

$$= 100$$

Dalam penelitian ini data yang digunakan adalah data primer, dengan melakukan wawancara secara online menggunakan kuesioner *online google form* maupun wawancara langsung di Lokasi penelitian yakni sentra penjual keripik singkong di Kabupaten Langkat. Penelitian ini dilakukan pada bulan April 2025. Didalamnya terdapat beberapa pertanyaan berbentuk skor dengan menggunakan skala likert terdiri atas sangat setuju, setuju, ragu-ragu atau netral, tidak setuju, dan sangat tidak setuju (Ulfa et al., 2023).. Data sekunder untuk penelitian ini berasal dari jurnal dan penelitian sebelumnya.

Analisis *willingness to pay* keripik singkong menggunakan pendekatan *Contingent Valuation Method* (CVM). Perkiraan harga tertinggi yang bersedia dibayar oleh responden untuk keripik singkong akan dihasilkan dengan menggunakan metode ini. Persamaan nilai kesediaan membayar konsumen dihitung dengan:

$$EWTP = \frac{\sum_{i=1}^n W_i}{n}$$

Keterangan:

EWTP = dugaan nilai kesediaan membayar

W_i = nilai kesediaan membayar ke- i

n = jumlah responden dalam penelitian

i = responden ke- i yang bersedia membayar ($i = 1, 2, 3, \dots, n$)

Untuk mendapatkan besaran nilai WTP, metode survei yang digunakan adalah wawancara model tawar menawar (*bidding game*), yakni responden ditanya apakah mereka bersedia menerima atau membayar sejumlah uang awal. Jika responden menjawab “ya”, maka jumlah uang tersebut akan dikurangi atau ditambah hingga tingkat tertentu (Hilmi, Hurriyati, and Lisnawati 2018).

Untuk menganalisis hubungan faktor-faktor yang memengaruhi nilai kesediaan membayar dianalisis menggunakan regresi linear berganda. Analisis regresi linear berganda dilakukan untuk mengetahui nilai koefisien determinasi, nilai statistik F dan nilai statistik T dari variabel independent terhadap variabel dependen. Adapun model analisis regresi linear berganda yang digunakan adalah:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

Keterangan:

Y = Kesediaan membayar keripik singkong (Rp/kg)

b = Konstanta

$b_1, b_2, \dots, b_6$ = Koefisien regresi

X_1 = Jenis kelamin (0= Laki-laki; 1= Wanita)

X_2 = Umur (Tahun)

X_3 = Pendapatan (Rp/bulan)

X_4 = Lama pendidikan (0= Tingkat pendidikan lainnya; 1= Perguruan Tinggi)

- X5 = Citra produk (Skala likert 1=sangat tidak setuju, 2=tidak setuju, 3=biasa saja, 4=setuju, 5= sangat setuju)
 e = *Error* (Tingkat kesalahan yang ditoleransi)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Responden pada penelitian ini adalah konsumen keripik singkong yang merupakan masyarakat Kabupaten Langkat maupun masyarakat di luar Kabupaten Langkat. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, umur, pendapatan dan pendidikan, dapat disajikan pada tabel sebagai berikut:

Tabel 2. Karakteristik Responden

Karakteristik	Minimum	Maksimum	Mean
Jenis Kelamin	Laki-laki = 36 orang ; Perempuan = 64 orang		
Umur (tahun)	17	65	38
Pendapatan (Rp)	1.000.000	17.500.000	5.672.620
Pendidikan	SMA	Magister	Sarjana

Sumber: Hasil analisis data (2025)

Dari data di atas dapat dilihat, konsumen yang mengkonsumsi keripik singkong, didominasi oleh perempuan sebanyak 64 orang, sedangkan konsumen laki-laki sebanyak 36 orang. Usia minimum konsumen keripik singkong pada penelitian ini adalah 17 tahun, sedangkan usia maksimum adalah 65 tahun. Rata-rata pendapatan konsumen keripik singkong sebesar Rp 5.672.620, dengan pendapatan minimum sebesar Rp 1.000.000 dan pendapatan maksimum sebesar Rp 17.500.000. Pendidikan minimum konsumen keripik singkong pada penelitian ini adalah SMA sedangkan pendidikan maksimum adalah Magister dan pendidikan rata-rata konsumen keripik singkong adalah Sarjana.

Analisis *Willingness to Pay*

Untuk mendapatkan besaran nilai WTP, metode survei yang digunakan adalah wawancara model tawar menawar (*bidding game*), yakni responden ditanya apakah mereka bersedia menerima atau membayar sejumlah uang awal, hal ini bertujuan untuk mengetahui apakah responden bersedia untuk mengalami kenaikan harga keripik singkong di Kabupaten Langkat. Jumlah responden yang bersedia membayar berdasarkan nilai yang disebar sebagai berikut:

Tabel 3. Sebaran Nilai *Willingness To Pay* Keripik Singkong di Kabupaten Langkat

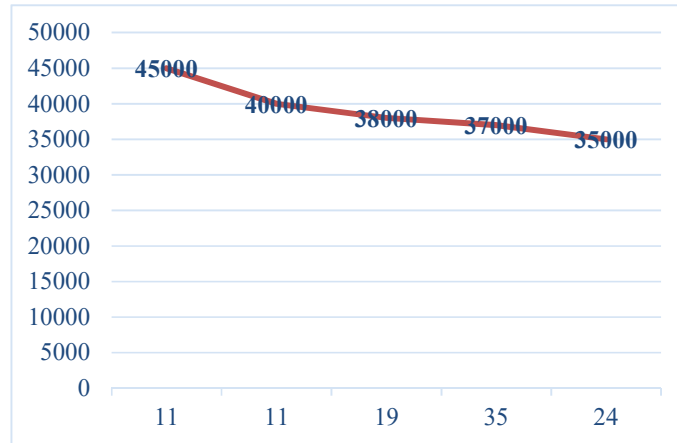
Kenaikan Harga Maksimal (Rp)	Nilai WTP (Rp)	Jumlah Responden	Jumlah WTP (Rp)
0	35.000	24	840.000
2.000	37.000	35	1.295.000
3.000	38.000	19	722.000
5.000	40.000	11	440.000
10.000	45.000	11	495.000
Total		100	3.792.000
Rata-rata Nilai WTP			37.920

Sumber: Hasil analisis data (2025)

Dari hasil penelitian di atas, dari total responden sebanyak 100 orang, sebanyak 76 orang menyatakan bersedia jika terjadi kenaikan harga jual dengan persentase 76%, hal ini menunjukkan bahwa keripik singkong memiliki daya tarik tinggi sehingga keripik singkong merupakan makanan ringan yang digemari masyarakat dan memiliki nilai konsumsi yang kuat. Hal ini sejalan dengan penelitian (Kecamatan and Bangkalan 2013; Riszinin and Dwi Adi Nugroho 2022) bahwa camilan yang disukai semua orang adalah keripik singkong, dimana konsumen masih memiliki pilihan yang lebih signifikan, maka harga tidak terlalu berpengaruh pada keputusan. Sementara itu, 24 orang menyatakan tidak bersedia jika terjadi kenaikan harga jual dengan persentase 24% dikarenakan kenaikan harga dianggap mahal untuk dibeli secara rutin terutama berlaku bagi konsumen dengan penghasilan terbatas seperti pelajar, mahasiswa maupun ibu rumah tangga. Hal ini sejalan dengan penelitian (Pangestu et al., 2022) bahwa dalam hal karakteristik konsumen berdasarkan pekerjaan,

mayoritas mahasiswa yang tidak memiliki penghasilan menginginkan harga yang lebih terjangkau dan sesuai dengan anggaran mereka.

Pada hasil penelitian, diperoleh hasil rata-ran WTP responden terhadap keripik singkong adalah sebesar Rp 37.920 per kilogram. Nilai rata-ran ini lebih tinggi dari harga produk keripik singkong di pasaran Kabupaten Langkat yakni senilai Rp 35.000 per kilogram, sehingga hal ini dapat menjadi surplus konsumen sebesar Rp 2.920 per kilogram. Banyak konsumen yang memilih kenaikan harga Rp 37.000 yakni sebanyak 35 responden karena masih dianggap terjangkau sehingga tidak mengganggu keseimbangan antara kebutuhan dan kemampuan finansial konsumen. Total WTP sebesar Rp 3.792.000 diperoleh dengan mengalikan hasil rata-rata (mean), yang diketahui sebesar Rp 37.920, dengan jumlah responden sebanyak 100. Grafik kurva kesediaan membayar keripik singkong dapat ditunjukkan pada gambar berikut.



Gambar 1. Kurva Kesediaan Membayar Keripik Singkong

Faktor-faktor yang Memengaruhi Kesediaan Membayar

Untuk menganalisis hubungan faktor-faktor yang memengaruhi nilai kesediaan membayar dianalisis menggunakan regresi linear berganda (Fajria 2020). Dalam penarikan hipotesis pada regresi linear berganda dilihat dari beberapa uji, yaitu analisis determinasi (R Square), uji variabel secara serempak (uji F) dan uji parsial (uji T). Variabel bebas yang diduga memengaruhi kesediaan membayar konsumen keripik singkong adalah jenis kelamin, umur, pendapatan, lama pendidikan dan citra produk. Berikut hasil perhitungan analisis regresi logistik menggunakan SPSS 26 dapat dilihat pada tabel berikut

Tabel 4. Hasil Koefisien Determinasi (R Square)

Model	R Square
1	0,551

Sumber: *Output SPSS Versi 26 (2025)*

Berdasarkan Tabel 4 di atas menunjukkan bahwa nilai R Square sebesar 0,551 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel bebas (jenis kelamin, umur, pendapatan, lama pendidikan dan citra produk) dapat menjelaskan variabel terikat (kesediaan membayar keripik singkong) sebesar 55,1% sedangkan sisanya yaitu sebesar 44,9% dijelaskan oleh variabel lain selain variabel terikat pada penelitian ini.

Tabel 5. Hasil Uji F

Model	Sig.
Regression	.000 ^b

Sumber: *Output SPSS Versi 26 (2025)*

Berdasarkan Tabel 5 di atas menunjukkan nilai Sig. uji F sebesar 0,000 atau $<0,05$ ($\alpha = 5\%$) yang berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima, dapat disimpulkan bahwa variabel bebas (jenis kelamin, umur, pendapatan, lama pendidikan dan citra produk) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat (kesediaan membayar keripik singkong).

Tabel 6. Hasil Uji T

Model	Koefisien Regresi	Sig.
	B	
(Constant)	31811,871	.000
Jenis kelamin	-1136,267	.010
Umur	6,589	.693
Pendapatan	.002	.000
Lama pendidikan	-448,436	.346
Citra produk	1015,415	.045

Sumber: *Output SPSS Versi 26 (2025)*

Berdasarkan pada tabel 6 maka diperoleh persamaan regresi linear berganda pada penelitian ini adalah: $Y = 31811,871 - 1136,267 X_1 + 6,589 X_2 + 0,002 X_3 - 448,436 X_4 + 1015,415 X_5$. Nilai koefisien regresi (B) menjelaskan terkait besarnya pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat.

Nilai signifikansi variabel jenis kelamin (X_1) sebesar 0,010 atau $<0,05$ ($\alpha = 5\%$) artinya variabel jenis kelamin (X_1) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kesediaan membayar keripik singkong. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian (Aufanada, Ekowati, and Prastiwi 2017; Nasution 2024) menyatakan bahwa dibandingkan dengan laki-laki, perempuan adalah responden yang paling banyak berbelanja produk makanan.

Nilai signifikansi variabel umur (X_2) sebesar 0,693 atau $>0,05$ ($\alpha = 5\%$) artinya variabel umur (X_2) tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kesediaan membayar keripik singkong. Hal ini sejalan dengan penelitian (Hasanah and Yanuar 2024) menyatakan bahwa variabel umur tidak berpengaruh signifikan terhadap kesediaan membayar.

Nilai signifikansi variabel pendapatan (X_3) sebesar sebesar 0,000 atau $<0,05$ ($\alpha = 5\%$) artinya variabel pendapatan (X_3) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kesediaan membayar keripik singkong. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian (Nurul Nafisah, Netti Tinaprilla 2024; Rofiatin and Bariska 2018) menyatakan bahwa variabel pendapatan berpengaruh signifikan terhadap kesediaan membayar. Oleh karena itu, keinginan untuk membayar, meningkat seiring dengan meningkatnya pendapatan. Konsumen akan lebih mudah menentukan pilihan apa yang akan dibeli Ketika pendapatan naik.

Nilai signifikansi variabel lama pendidikan (X_4) sebesar sebesar 0,346 atau $>0,05$ ($\alpha = 5\%$) artinya variabel lama pendidikan (X_4) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kesediaan membayar keripik singkong. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian (Medida 2021) menyatakan bahwa variabel lama pendidikan tidak berpengaruh signifikan terhadap kesediaan membayar. Keripik singkong adalah produk sederhana dan familiar, sehingga konsumen tidak terlalu menggunakan aspek pendidikan dalam pengambilan keputusan pembelian.

Nilai signifikansi variabel citra produk (X_5) sebesar sebesar 0,045 atau $<0,05$ ($\alpha = 5\%$) artinya variabel citra produk (X_5) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kesediaan membayar keripik singkong. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian (Aulianda 2020; Rohimah, Herman mulyono, and Septiani 2022) menyatakan bahwa variabel brand menyatakan bahwa variabel *brand image* berpengaruh signifikan terhadap kesediaan membayar. Konsumen rela membayar produk yang citranya membawa kesan bahwa produk tersebut layak karena memberikan manfaat yang dirasakan lebih baik. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa salah satu alasan responden bersedia membayar keripik singkong adalah karena produk tersebut dianggap sebagai produk khas Kabupaten Langkat. Berdasarkan hal ini, para pelaku UMKM keripik singkong dapat memasarkan produk mereka sebagai oleh-oleh khas Kabupaten Langkat.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian analisis kesediaan membayar keripik singkong di Kabupaten Langkat dan faktor-faktor yang memengaruhinya diperoleh kesimpulan sebagai berikut : (1) hasil rata-rata WTP responden terhadap keripik singkong adalah sebesar Rp 37.920 per kilogram. Nilai rata-rata ini lebih tinggi dari harga produk keripik singkong di pasaran Kabupaten Langkat yakni senilai Rp 35.000 per kilogram; (2) variabel jenis kelamin (X_1), pendapatan (X_3), dan citra produk (X_5) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kesediaan membayar keripik singkong. Adapun saran yang dapat diberikan

terhadap hasil penelitian ini diantaranya : (1) karena harga keripik singkong lebih rendah daripada harga yang bersedia dibayar konsumen, maka UMKM keripik singkong di Kabupaten Langkat harus mampu menjaga harga saat ini dan singkong dapat memasarkan produk mereka sebagai oleh-oleh khas Kabupaten Langkat (2) mengingat adanya kekurangan penelitian tentang keripik singkong, hal ini disarankan agar pembaca dan peneliti selanjutnya dapat mempertimbangkan perlunya pengembangan studi yang lebih menyeluruh dan tepat tentang kesediaan konsumen dalam membayar keripik singkong.

DAFTAR PUSTAKA

- Aufanada, Vickitra, T. Ekowati, and W. D. Prastiwi. 2017. “Kesediaan Membayar (Willingness to Pay) Konsumen Terhadap Produk Sayur Organik Di Pasar Modern Jakarta Selatan.” *AGRARIS: Journal of Agribusiness and Rural Development Research* 3(2). doi:10.18196/agr.3246.
- Aulianda, Mega. 2020. “PENGARUH BRAND EXPERIENCE DAN BRAND IMAGE TERHADAP WILLINGNESS TO PAY A PRICE PREMIUM DENGAN BRAND LOVE SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Pada Pemilik Mobil Merek Honda HRV Di Samarinda).” *Jurnal Riset Entrepreneurship* 3(2):71. doi:10.30587/jre.v3i2.1475.
- Fajria, Fatha. 2020. “Analisis Kesediaan Membayar (Willingness To Pay) Konsumen Terhadap Sayuran Organik Di Pasar Modern Purwokerto Dan Faktor-Faktor Yang Memengaruhi.” *SEPA: Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis* 17(1):40. doi:10.20961/sepa.v17i1.39863.
- Hasanah, Siti Nuriyah, and Rahmat Yanuar. 2024. “Willingness To Pay Generasi Muda Terhadap Sayuran Organik Di Wilayah Bogor Dan Tasikmalaya.” *Jurnal Agribisnis Indonesia* 12(1):175–89. doi:10.29244/jai.2024.12.1.175-189.
- Hilmi, Rafiqi Zul, Ratih Hurriyati, and Lisnawati. 2018. “FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI WILLINGNESS TO PAY TERHADAP SAYURAN ORGANIK PRODUKSI KELOMPOK WANITA TANI DEWI SRI, KECAMATAN JUNREJO, KOTA BATU.” Universitas Brawijaya.
- Kecamatan, D. I., and Kamal Bangkalan. 2013. “Agriekonomika, ISSN 2301-9948.” 2(2011):153–62.
- Medida, Veneshia Auralia. 2021. “Willingness To Pay Pengunjung Wisatawan Andaman Boonpring Dalam Upaya Pelestarian Lingkungan.” *Geodika: Jurnal Kajian Ilmu Dan Pendidikan Geografi* 5(2):226–35. doi:10.29408/geodika.v5i2.3998.
- Nasution, Mona Etika. 2024. “FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI KESEDIAAN MEMBAYAR (WILLINGNESS TO PAY) BOLU SALAK (Studi Kasus: UD. Bolu Salak Kenanga Di Kota Padangsidimpuan).” Universitas Sumatera Utara.
- Nurul Nafisah, Netti Tinaprilla, Suprehatin. 2024. “FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI WILLINGNESS TO PAY KONSUMEN BERAS ORGANIK DI SUMATERA BARAT.” 12(2):296–305.
- Pangestu, Luthfan, Elys Fauziyah, and Sri Ratna Triyasari. 2022. “Preferensi Konsumen Dalam Membeli Keripik Singkong Di Kecamatan Bangkalan Kabupaten Bangkalan.” *Agriscience* 2(3):775–87. doi:10.21107/agriscience.v2i3.14007.
- Printezis, Iryna, Carola Grebitus, and Stefan Hirsch. 2019. “The Price Is Right!? A Meta-Regression Analysis on Willingness to Pay for Local Food.” *PLoS ONE* 14(5):1–23. doi:10.1371/journal.pone.0215847.
- Riszinin, Yuliana Mama, and Taufik Rizal Dwi Adi Nugroho. 2022. “Preferensi Konsumen Terhadap Pembelian Keripik Singkong Di UD. Sumber Mutiara Kecamatan Sampang Kabupaten Sampang.” *Agriscience* 3(1):58–71. doi:10.21107/agriscience.v3i1.15209.
- Rofiatin, Umi, and Hanif Fikri Bariska. 2018. “Pola Willingness To Pay (Wtp) Dan Faktor – Faktor Yang Memengaruhi Terhadap Pilihan Sayur Organik Dan Anorganik Masyarakat Kota Malang.” *Optima* 2(1):18. doi:10.33366/opt.v2i1.898.

- Rohimah, Miladiyah Jembari, Lalu edy Herman mulyono, and Emilia Septiani. 2022. "Pengaruh Brand Image, Product Innovation Dan Hedonic Value Terhadap Willingness To Pay Premium Price." *Jurnal Riset Pemasaran* 1(1):16–29. doi:10.29303/jrp.v1i1.1749.
- Ulfa, Hollanda Bronovita, Ernoiz Antriandarti, and Agustono Agustono. 2023. "Analisis Kesiediaan Membayar (Willingness to Pay) Beras Merah Organik Oleh Konsumen Di Kota Surakarta." *Paspalum: Jurnal Ilmiah Pertanian* 11(2):381. doi:10.35138/paspalum.v11i2.635.