

**HUBUNGAN UMUR DAN PENDIDIKAN DENGAN PERSEPSI KONSUMEN
MENGENAI BUAH IMPOR DI KOTA SURAKARTA**



Skripsi ini Disusun untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Ijazah S1 Gizi

Disusun Oleh :

FIQI DWI KARTIKA
J310120023

**PROGRAM STUDI ILMU GIZI
FAKULTAS ILMU KESEHATAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2016**

HALAMAN PERSETUJUAN

**HUBUNGAN UMUR DAN PENDIDIKAN DENGAN PERSEPSI
KONSUMEN MENGENAI BUAH IMPOR DI KOTA SURAKARTA**

PUBLIKASI ILMIAH

oleh:

FIQI DWI KARTIKA

J 310 120 023

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji oleh:

Dosen Pembimbing

Pembimbing I



(Dr. Mutalazimah, SKM., M.Kes)
NIK/NIDN: 786/06-1711-7301

Pembimbing II



(Rusdin Rauf, STP., MP)
NIK/NIDN: 110.1634/06-1109-7803

HALAMAN PENGESAHAN

**HUBUNGAN UMUR DAN PENDIDIKAN DENGAN PERSEPSI
KONSUMEN MENGENAI BUAH IMPOR DI KOTA SURAKARTA**

OLEH

FIQI DWI KARTIKA

J 310 120 023

**Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Fakultas Ilmu Kesehatan
Universitas Muhammadiyah Surakarta
Pada hari Senin, 26 September 2016
dan dinyatakan telah memenuhi syarat**

Dewan Penguji:

1. Dr. Mutalazimah, SKM., M.Kes
(Ketua Dewan Penguji)
2. Pramudya Kurnia, STP., M.Agr
(Anggota I Dewan Penguji)
3. Dwi Sarbini, SST., M.Kes
(Anggota II Dewan Penguji)



Dekan,



Dr. Suwaji, M.Kes
NIP. 195311231983031002

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam naskah publikasi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila kelak terbukti ada ketidakbenaran dalam pernyataan saya diatas, maka akan saya pertanggungjawabkan sepenuhnya.

Surakarta, 25 Oktober 2016

Penulis



FIQI DWI KARTIKA

J 310 120 023

HUBUNGAN UMUR DAN PENDIDIKAN DENGAN PERSEPSI KONSUMEN MENGENAI BUAH IMPOR DI KOTA SURAKARTA

Abstrak

Persepsi merupakan penglihatan bagaimana cara seseorang melihat sesuatu. Pendidikan dan umur mempengaruhi persepsi konsumen terhadap suatu produk yang dikonsumsi. Produk yang berkualitas akan mendorong persepsi konsumen untuk memilih dan melakukan keputusan berdasarkan informasi yang diterima oleh konsumen. Konsumen memiliki kriteria yang berbeda-beda dalam memilih buah-buahan yang akan dibeli dan dikonsumsi sehingga konsumen akan memilih buah yang kualitas serta mutu yang lebih baik maupun harga yang lebih murah. Secara umum, atribut pada buah impor menimbulkan daya tarik bagi konsumen sehingga konsumen cenderung membeli buah impor yang mutu serta kualitas yang lebih baik maupun sesuai dengan kebutuhannya. Penelitian kuantitatif dengan pendekatan *cross-sectional* dengan jumlah responden 46 orang yang diperoleh dengan teknik *consecutive random sampling*. Data umur dan pendidikan ini didapatkan melalui wawancara sedangkan persepsi konsumen didapatkan dari data kuersioner dengan jumlah 22 pernyataan. Analisis ini menggunakan uji statistik *rank spearman*. Sebagian besar konsumen dengan umur dewasa memiliki persepsi mengenai buah impor baik lebih tinggi yaitu 28,6 % dibanding dengan konsumen yang memiliki umur remaja dan lansia hanya 20,0 % dan 0 %. Konsumen dengan pendidikan menengah memiliki persepsi konsumen mengenai buah impor baik lebih tinggi yaitu 30,0 % dibanding dengan pendidikan dasar dan tinggi hanya 0 % dan 20,8 %. Tidak ada hubungan antara umur dengan persepsi konsumen mengenai buah Impor di Kota Surakarta dibuktikan dengan nilai $p > 0,05$. Ada hubungan antara pendidikan dengan persepsi konsumen mengenai buah Impor di Kota Surakarta dibuktikan dengan nilai $p < 0,05$.

Kata Kunci : umur, pendidikan, persepsi, konsumen, buah impor

Abstract

Perception is a vision of how people see things. Education and age affect consumers' perceptions of a product that is consumed. A quality product will encourage the perception of consumers to choose and to make a decision based on the information received by consumers. Consumers have different criteria in choosing fruits that will be purchased and consumed so that consumers will choose fruit quality as well as better quality and cheaper prices. In general, the attributes of imported fruit raises appeal to consumers so that consumers tend to buy imported fruit quality and better quality and in accordance with their needs. Quantitative research with cross-sectional approach was conducted. The number of respondents as much as 46 people, were obtained by consecutive random sampling technique. Age and education data were obtained through interviews, while consumer perception of the data obtained using quersioner with number of 22 statements. Rank spearman was used in statistical analysis. More of adults consumers gave the highest perception, was 28,6 % bigger than teenager and elderly, were 20,0 % and 0 % respectively. Consumers with secondary education revealed the perception better than basic and higher educations, were 30,0 %, 0 % and 20,8 % respectively. There was no correlation between age and the perception of consumers regarding the fruit imports in Surakarta evidenced by the value of $p > 0.05$. There was a

correlation between education and consumer perception regarding fruit imports in Surakarta evidenced by the value of $p < 0.05$.

Keywords: age, education, perceptions, consumers, imported fruit

1. PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara agraris yang kaya akan sumber daya alam yang melimpah, terutama hasil pertanian. Buah-buahan adalah salah satu potensi terbesar yang ada di Indonesia. Hal ini tercermin dari beraneka ragamnya buah tropis yang terdapat di Indonesia seperti apel, jeruk, pisang, pepaya, dan rambutan. Buah merupakan sumber vitamin A, C, serat dan mineral yang sangat berguna sebagai zat pengatur tubuh manusia (Olgawati, dkk. 2014).

Konsumsi buah masyarakat Indonesia terhadap buah-buahan saat ini belum memenuhi standar FAO. Dirjen Hortikultura Kementerian Pertanian (2010) menyatakan bahwa tingkat konsumsi buah masyarakat Indonesia saat ini masih rendah yaitu pada tahun 2013 sebesar 34,55 kg/kapita/tahun. Standar konsumsi yang direkomendasikan oleh Food and Agriculture Organization (FAO) yaitu 65,75 kg/kapita/tahun sedangkan di Indonesia saat ini tingkat konsumsi buah hanya 40 kg/kapita/tahun (Sadeli, dkk. 2012).

Permintaan atau kebutuhan buah-buahan saat ini dipenuhi oleh penawaran dari produksi dalam negeri dan buah impor. Berdasarkan data perkembangan volume buah impor pada tahun 2013 sebanyak 535,461 ton dan pada tahun 2014 sebanyak 711,569 ton dikarenakan kualitas buah lokal Indonesia belum bisa menunjukkan keunggulannya dibandingkan dengan buah impor dari luar sehingga menyebabkan kenaikan volume buah impor selalu meningkat (Siregar, 2011 dala Olgawati, dkk. 2014).

Peningkatan buah impor salah satunya dipengaruhi oleh selera konsumen terhadap rasa, aroma, warna dan penampilan buah impor. Konsumen adalah pribadi seseorang yang mendorong keinginan untuk melakukan kegiatan guna mencapai suatu tujuan (Setiadi, 2003). Keinginan individu untuk mencapai tujuan atau pengambilan keputusan didasari oleh motivasi dan juga persepsi (Imancezar, 2011).

Persepsi merupakan penglihatan bagaimana cara seseorang melihat sesuatu (Hakim, 2005). Persepsi berkaitan dengan tingkat pendidikan dan pengalaman seseorang. Tingkat pendidikan mempengaruhi konsumen dalam pemilihan produk yang diinginkannya, hal ini dikarenakan tingkat pendidikan seseorang mempengaruhi cara berfikir dan persepsinya terhadap suatu produk yang dikonsumsi (Fauzina, 2013).

Faktor yang mempengaruhi persepsi diantaranya faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal meliputi fisiologis, perhatian, minat, pengalaman dan ingatan sedangkan faktor eksternal meliputi stimulus, objek dan lingkungan (Gibson, 2005). Keadaan fisiologis (lelah, stress, sakit,

sehat dan bahagia) juga berpengaruh terhadap persepsi. Selain itu, faktor umur juga berdampak pada persepsi. Umur dan tahapan siklus hidup dapat membentuk pola konsumsi orang dewasa, biasanya mengalami perubahan atau transformasi (perubahan bentuk, rupa, sifat) tertentu pada saat mereka menjalani hidupnya (Setiadi, 2003).

Produk yang berkualitas akan mendorong persepsi konsumen untuk memilih dan melakukan keputusan berdasarkan informasi yang diterima oleh konsumen. Konsumen juga memiliki kriteria yang berbeda-beda dalam memilih buah-buahan yang akan dibeli dan dikonsumsi sehingga konsumen akan memilih buah yang kualitas serta mutu yang lebih baik maupun harga yang lebih murah (Sumarwan, 2004 dalam Nafisah, dkk. 2014). Buah impor memang memiliki atribut yang berbeda dari buah lokal seperti rasa, aroma, tekstur, warna, keamanan, harga serta nilai gizi. Secara umum, atribut pada buah impor menimbulkan daya tarik bagi konsumen sehingga konsumen cenderung membeli buah impor yang mutu serta kualitas yang lebih baik maupun sesuai dengan kebutuhannya (Sudiyarto, 2009).

Berdasarkan hasil penelitian Sadeli dan Utami (2012), sebanyak 65 persen responden menyatakan bahwa buah impor lebih sering dibeli dibandingkan dengan buah lokal dalam 12 bulan terakhir. Sedangkan 35 persen responden lainnya menyatakan sebaliknya. Hal ini menunjukkan bahwa buah lokal kurang diminati oleh konsumen dan konsumen lebih memilih untuk membeli buah impor guna memenuhi kebutuhan dan kepuasannya.

Berdasarkan survey pendahuluan yang dilakukan di Kota Surakarta didapat persentase persepsi konsumen mengenai buah impor termasuk kategori sedang yaitu sebesar 64%. Responden memiliki persepsi mengenai buah impor berdasarkan beberapa karakteristik, diantaranya yaitu warna, aroma, rasa, tekstur dan keamanan (Ferdinand, dkk. 2011).

Berdasarkan latar belakang diatas, maka perlu dilakukan penelitian untuk mengkaji lebih dalam lagi mengenai buah impor dengan melakukan penelitian untuk mengetahui hubungan antara umur dan pendidikan dengan persepsi konsumen mengenai buah impor di Kota Surakarta.

2. METODE

Penelitian ini menggunakan penelitian observasional dengan pendekatan *cross sectional*. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan April - Agustus 2016, sedangkan lokasi penelitian dilaksanakan di Kota Surakarta. Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen yang menikmati buah yaitu sebanyak 46 responden.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan sistem *consecutive random sampling*. Kriteria inklusi yaitu responden yang dapat berkomunikasi secara verbal, dapat membaca dan menulis, berdomisili di Kota Surakarta, bersedia menjadi responden penelitian, responden yang pernah menikmati buah.

Data dalam penelitian ini meliputi data primer dan data sekunder. Data primer yaitu identitas responden, umur, pendidikan, persepsi konsumen mengenai buah impor. Penelitian ini tidak menggunakan data sekunder.

Data umur dan pendidikan diperoleh dari wawancara secara langsung. Data persepsi diperoleh dari jumlah 22 pernyataan secara langsung yang dikategorikan kurang ≤ 26 , sedang $\leq 26-63,99$ dan baik ≥ 64 (Azwar, 2012).

Pengolahan dan analisis data menggunakan program komputer yaitu *software* SPSS 17 for windows. Mengetahui hubungan umur dengan persepsi konsumen mengenai buah impor menggunakan analisis *rank spearman*, sedangkan untuk hubungan pendidikan dengan persepsi konsumen mengenai buah impor menggunakan analisis *rank spearman*.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kota Surakarta, dikenal juga dengan Kota Solo dengan jumlah penduduk 563.659 jiwa. Kota Surakarta dibagi menjadi 5 kecamatan dan terdiri dari 51 kelurahan. Lima kecamatan yang ada di Surakarta tersebut yaitu Kecamatan Pasar Kliwon yang terdiri dari 9 kelurahan, Kecamatan Jebres terdiri dari 11 Kelurahan, Kecamatan Banjarsari terdiri dari 13 kelurahan, Kecamatan Laweyan terdiri dari 11 Kelurahan, dan Kecamatan Serengan yang terdiri dari 7 Kelurahan.

Kota Surakarta berkaitan dalam hal perdagangan dan berdekatan dengan potensi alam dan industri komoditas perdagangan dan juga sebagai pemasok buah-buahan Impor sehingga masyarakat dapat dengan mudah untuk mendapatkan buah lokal maupun impor di wilayah Kota Surakarta.

3.1 Analisis Univariat

3.1.1 Karakteristik Responden

Tabel 1
Distribusi Karakteristik Responden

Variabel	Frekuensi	Persentase(%)
Usia responden		
Remaja	5	10,9
Dewasa	33	71,7
Lansia	8	17,4
Pendidikan responden		
Dasar	2	4,3
Menengah	20	43,5
Tinggi	24	52,5

Tabel 1 menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen berumur dewasa dengan persentase 71,7%. Menurut Notoatmojo (2007), makin tua umur seseorang maka akan mempengaruhi pengetahuan sehingga mempengaruhi daya ingat seseorang dan tingkat pendidikan yang dimiliki. Berdasarkan data pendidikan terakhir responden mayoritas responden memiliki pendidikan tinggi

yaitu sebesar 52,5%. Menurut Nafisah (2014), tingkat pendidikan terkait dengan tingkat intelektualitas sehingga tingkat pendidikan mempengaruhi konsumen dalam pilihan suatu produk yang diinginkannya.

3.1.2 Distribusi persepsi konsumen

Tabel 2
Distribusi Persepsi Konsumen

Variabel	Frekuensi	Persentase (%)
Persepsi Konsumen		
Baik	11	23,9
Sedang	35	76,1

Sebagian besar konsumen memiliki persepsi sedang yaitu 76,1%. Persepsi tersebut dipengaruhi oleh faktor fisiologis, minat, pengalaman, lingkungan. Distribusi karakteristik statistik deskriptif berdasarkan persepsi konsumen dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3
Karakteristik statistik deskriptif berdasarkan persepsi konsumen

Statistik Deskriptif	Skor Persepsi
Mean	51,3376
Standar Deviasi	11,33942
Nilai Minimum	31,11
Nilai Maximum	68,77

Mean atau rata-rata skor persepsi konsumen 51,3376 yang berarti bahwa persepsi konsumen mengenai buah impor tergolong pada kategori sedang. Nilai minimum pada penelitian ini adalah 31,11 yang berarti kategori persepsi konsumen sedang. Nilai maksimum pada karakteristik statistik deskriptif berdasarkan persepsi konsumen adalah sebesar 68,77 yang berarti bahwa persepsi konsumen mengenai buah impor tergolong kategori baik.

3.2 Analisis Bivariat

3.2.1 Hubungan umur dengan persepsi konsumen mengenai buah impor

Tabel 5
Hubungan umur dengan persepsi konsumen mengenai buah impor

Variabel	Keputusan Membeli				Total		Nilai p
	Baik		Sedang		N	%	
	N	%	N	%			
Umur							
Remaja	1	20,0	4	80,0	5	100	0.566
Dewasa	10	28,6	25	71,4	35	100	
Lansia	0	0	6	100,0	6	100	

Tabel 5 diatas dapat disimpulkan bahwa konsumen dengan umur dewasa memiliki persepsi baik mengenai buah impor lebih tinggi sebesar 28,6 % dibanding dengan konsumen yang memiliki

umur remaja dan lansia hanya 20,0 % dan 0 %. Hal ini dapat diartikan bahwa dengan umur dewasa, konsumen memiliki persepsi baik mengenai buah impor. Berdasarkan nilai p yang menunjukkan 0,566 berarti H_0 diterima sehingga disimpulkan bahwa tidak ada hubungan antara umur dengan persepsi konsumen mengenai buah impor.

Kelompok umur yang berbeda memberikan perilaku yang berbeda. Umur dewasa memiliki cara berfikir dan mengambil keputusan yang optimal. Umur sangat berpengaruh terhadap karakteristik individu (Olson, dkk. 2000).

3.2.2 Hubungan pendidikan dengan persepsi konsumen mengenai buah impor

Tabel 6
Hubungan pendidikan dengan persepsi konsumen mengenai buah impor

Variabel	Keputusan Membeli				Total		Nilai p
	Baik		Sedang		N	%	
	N	%	N	%			
Pendidikan							
Dasar	0	0	2	100,0	2	100	0,040
Menengah	6	30,0	14	70,0	20	100	
Tinggi	5	20,8	19	79,2	24	100	

Tabel 6 dapat disimpulkan bahwa bahwa konsumen dengan pendidikan menengah memiliki persepsi konsumen mengenai buah impor baik lebih tinggi sebesar 30,0 % dibanding dengan pendidikan dasar dan tinggi hanya 0 % dan 20,8 %. Hal ini dapat diartikan bahwa belum tentu konsumen dengan pendidikan menengah memiliki persepsi buah impor yang baik. Berdasarkan nilai p menunjukkan 0,040 berarti H_0 ditolak sehingga disimpulkan bahwa ada hubungan antara pendidikan dengan persepsi konsumen mengenai buah impor.

Pendidikan dapat mempengaruhi konsumen dalam melakukan pilihan terhadap suatu produk yang diinginkan karena pendidikan seseorang akan mempengaruhi nilai-nilai yang dianutnya yaitu cara berfikir, cara pandang dan persepsinya terhadap suatu produk yang dikonsumsi (Fazrina, dkk. 2013). Tabel 12 menjelaskan bahwa semakin tinggi pendidikan seseorang maka persepsi konsumen tentang produk khususnya buah impor semakin baik. Pendidikan memiliki peranan penting dalam aspek sosial dan pandangan terhadap suatu hal sehingga apabila pendidikan tinggi maka pengetahuan dan cara pandang seseorang akan menjadi lebih baik (Syamsianah, dkk. 2010).

4. KESIMPULAN

Konsumen dengan umur dewasa memiliki persepsi mengenai buah impor baik lebih tinggi yaitu 28,6 %. Konsumen dengan pendidikan menengah memiliki persepsi konsumen mengenai buah impor baik lebih tinggi yaitu 30,0 %.

Tidak ada hubungan antara umur dengan persepsi konsumen mengenai buah Impor di Kota Surakarta dibuktikan dengan nilai $p < 0,05$ yaitu $p = 0,566$.

Ada hubungan antara pendidikan dengan persepsi konsumen mengenai buah Impor di Kota Surakarta dibuktikan dengan nilai $p < 0,05$ yaitu $p = 0,040$.

5. SARAN

Berdasarkan penelitian yang dilakukan maka disarankan dengan adanya pengalaman maupun faktor dari lingkungan konsumen dapat lebih memperhatikan atribut-atribut yang terdapat dari buah impor sehingga konsumen dapat memenuhi kebutuhan untuk pemenuhan gizinya. Penelitian ini membutuhkan waktu yang cukup lama untuk dapat menganalisis semua faktor yang dapat mempengaruhi persepsi konsumen walaupun konsumen sudah banyak yang mengenal Buah Impor. Perlu adanya penelitian selanjutnya yang membahas semua faktor yang mempengaruhi dan pernyataan disesuaikan dengan tujuan pada penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Arini. 2012. *Mengapa Seorang Ibu Harus Menyusui ?*. Yogyakarta. Flash Books
- Azra, Azyumardi. 1999. *Esai-Esai Intelektual Muslim Dan Pendidikan Islam*, Yogyakarta. Logos.
- Badan Pusat Statistik. 2007. *Survey Biaya Hidup Tahun 2007*. Surakarta
- Bambang, S. 1996. *Budi Daya Apel*. Yogyakarta. Kasinius.
- Dewantara, Ki Hajar. 1977. *Pendidikan*. Yogyakarta. Majelis Luhur Persatuan Taman Siswa.
- Direktorat Jenderal Hortikultura. 2011. *Data Produksi Buah-buahan Tahun 2011*. Departemen Pertanian. Direktorat Jenderal Hortikultura. Jakarta.
- Direktorat Jenderal Hortikultura. 2014. *Data Produksi Buah-buahan Tahun 2014*. Departemen Pertanian. Direktorat Jenderal Hortikultura. Jakarta.
- Ferdinand F. Wirth, John L. Stanton, and James B. Wiley 2011. *The Relative Importance of Search versus Credence Product Attributes: Organic and Locally Grown*. Agricultural and Resource Economics Review 40/1, 48-62. Northeastern Agricultural and Resource Economics Association
- Handayani, L dan Prayitno. 2009. *Kajian Pengaruh Lama Waktu Pemaparan Terhadap Kandungan Pb Pada Buah Apel Yang Dijual Pada Buah Di Tepi Jalan Colombo*. Sigma 12 (1) : 55-70
- Hasbullah. 2001. *Dasar – Dasar Ilmu Pendidikan*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Hidayat, AAL. 2011. *Metode Penelitian Kesehatan Paradigma Kuantitatif Health Books Publishing*. Surabaya
- Imancezar, RG. 2011. *Analisis Pengaruh Motivasi Konsumen, Persepsi Konsumen, dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Distro District Sider di Semarang)*: Semarang
- Kementerian Pertanian. 2012. *Data Volume Impor Buah-buahan*. Jakarta: Kementerian Pertanian, Republik Indonesia.

- Kementerian Pertanian. 2014. *Data Volume Impor Buah-buahan*. Jakarta: Kementerian Pertanian, Republik Indonesia.
- Kotler Philip, Gary Amstrong. “*Dasar-dasar Pemasaran*”, Edisi Kesembilan, Indeks Kelompok Gramedia, Jakarta, 2003.
- Kotler P, Gary A. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran. Ed-12. Jilid 1*. Erlangga. Jakarta
- Olgawati, CA., Mardikanto, T., Sundari, TM. 2014. *Analisis Citra Beberapa Buah Apel Lokal Di Kalangan Konsumen Pada Berbagai Pasar Di Kota Surakarta*. Universitas Sebelas Maret: Surakarta
- Olson, J. C., & Peter, J. P. 2002. *Consumer Behavior: Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Rahayu, JN., Fauziah, E., Ariyani, A HM. 2012. *Preferensi Konsumen Terhadap Buah Apel Impor Di Toko Buah Hokky Dan Pasar Tradisional Ampel Surabaya*. Universitas Trunojoyo Madura: Madura
- Setiadi, NJ. 2003. *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Kencana: Jakarta
- Siregar, S dan Q. Amri. 2011. Pemerintah Perketat Impor Buah. <http://www.indonesiainancetoday.com/read/6656/Pemerintah-Perketat-Impor-Buah>. Diakses pada tanggal 11 Februari 2013.
- Sudiyarto. 2009. Rancangan Model Penelitian Perilaku Konsumen Terhadap Produk Agribisnis Lokal dan Impor. *Jurnal Eksekutif* 6(1) ; 233-244.
- Syamsianah,A., Mufnaetty., Mahardikha, MD. 2010. *Hubungan Tingkat Pendidikan dan Pengetahuan Ibu Tentang Asi Dengan Lama Pemberian ASI Eksklusif Pada Balita Usia 6-24 Bulan Di Desa Kebonagung Kecamatan Kebonagung Kabupaten Pacitan Provinsi Jawa Timur*. Universitas Muhammadiyah Semarang: Semarang