

**ANALISIS KESEDIAAN MEMBAYAR (*WILLINGNESS TO PAY*) DAN
FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PEMBELIAN TELUR OMEGA
(STUDI KASUS PADA SUPERINDO GALUNGGUNG KOTA MALANG)**

SKRIPSI



Oleh :

ARYA DUTA KRESNA MAHARDIKA
NPM : 19024010103

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
SURABAYA
2023**

**ANALISIS KESEDIAAN MEMBAYAR (*WILLINGNESS TO PAY*) DAN
FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PEMBELIAN TELUR OMEGA
(STUDI KASUS PADA SUPERINDO GALUNGGUNG KOTA MALANG)**

Oleh:

ARYA DUTA KRESNA MAHARDIKA
NPM : 19024010103

Telah diterima pada tanggal 7
Desember 2023

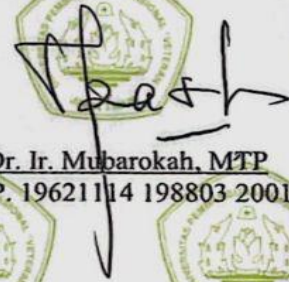
Telah disetujui oleh:

Dosen Pembimbing Pendamping



Dita Atasa, SP., MP
NIP. 21119960607278

Dosen Pembimbing Utama



Dr. Ir. Mubarakah, MTP
NIP. 19621114 198803 2001

Mengetahui,

Koordinator Program Studi Agribisnis



Dr. Ir. Nuriah Yulfiati, MP.
NIP. 19620712 199103 2001

**ANALISIS KESEDIAAN MEMBAYAR (*WILLINGNES TO PAY*) DAN
FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PEMBELIAN TELUR OMEGA
(STUDI KASUS PADA SUPERINDO GALUNGGUNG KOTA MALANG)**

Oleh:

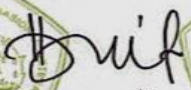
ARYA DUTA KRESNA MAHARDIKA
NPM : 19024010103

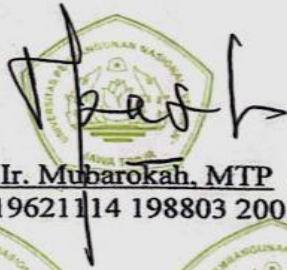
Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada Hari Kamis Tanggal 7 Desember 2023

Telah disetujui oleh:

Dosen Pembimbing Pendamping

Dosen Pembimbing Utama



Dita Atasa, SP., MP
NIP. 21119960607278



Dr. Ir. Mubarakah, MTP
NIP. 19621114 198803 2001

Mengetahui,

Dekan Fakultas Pertanian

Koordinator Program Studi Agribisnis


Dr. Ir. Wanti Mindari, MP.
NIP. 19631208 199003 2001


Dr. Ir. Nuriah Yuliati, MP.
NIP. 19620712 199103 2001

SURAT PERNYATAAN

Berdasarkan Undang-Undang No.19 Tahun 2002 tentang Hak Cipta dan Permendiknas No 17 Tahun 2010, Pasal 1 Ayat 1 tentang plagiarisme. Maka, saya sebagai Penulis Skripsi dengan judul: Analisis Kesiapan Membayar (Willingness To Pay) dan Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Telur Omega (Studi Kasus Pada Superindo Galunggung Kota Malang). Menyatakan bahwa Skripsi tersebut diatas bebas dari plagiarism.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Surabaya, Desember 2023

Yang Membuat Pernyataan



Arya Duta Kresna Mahardika
NPM. 19024010103

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nyalah sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **ANALISIS KESEDIAAN MEMBAYAR (*Willingness to Pay*) DAN FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PEMBELIAN TELUR OMEGA (STUDI KASUS PADA SUPERINDO GALUNGGUNG KOTA MALANG)** tepat pada waktunya. Laporan skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat kelulusan pada Strata-1 Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Penulis menyadari bahwa semua keberhasilan dan kesuksesan tidak terlepas dari rahmat, karunia, serta pertolongan Allah SWT, tak luput juga bantuan dari berbagai pihak. Penulis mengucapkan terima kasih dari lubuk hati yang paling dalam kepada : Dr. Ir. Mubarokah, MTP selaku dosen pembimbing utama dan Dita Atasa, SP., MP selaku dosen pembimbing pendamping telah banyak memberikan pengarahan, masukan, motivasi, dan meluangkan waktu serta tenaganya dengan penuh keikhlasan dan kesabaran dalam membimbing penulis. Penulis juga menyampaikan terima kasih kepada:

1. Dr. Ir. Wanti Mindari, MP. Selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Dr. Ir. Nuriah Yuliati, MP selaku Koordinator Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Orang tua dan saudara penulis yang telah banyak memberikan dukungan, doa, dan semangat dalam menyelesaikan skripsi.

Penulis menyadari skripsi ini tidak luput dari berbagai kekurangan. Penulis mengharapkan saran dan kritik demi kesempurnaan dan perbaikannya sehingga akhirnya laporan skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi bidang pendidikan dan penerapan di lapangan serta bisa dikembangkan lagi lebih lanjut.

Surabaya, Desember 2023

Penulis

**ANALISIS KESEDIAAN MEMBAYAR (*WILLINGNESS TO PAY*) DAN
FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PEMBELIAN TELUR OMEGA
(STUDI KASUS PADA SUPERINDO GALUNGGUNG KOTA MALANG)**

***ANALYSIS OF WILLINGNESS TO PAY (WTP) AND FACTORS
INFLUENCING THE PURCHASE OF OMEGA EGGS (A CASE STUDY AT
SUPERINDO GALUNGGUNG, MALANG CITY)***

Arya Duta Kresna Mahardika, Mubarokah dan Dita Atasa

ABSTRAK

Pengembangan pasar telur Omega di Indonesia, khususnya di Kota Malang, telah menarik perhatian besar karena potensinya dalam memberikan manfaat kesehatan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis segmentasi konsumen, menentukan Kemauan untuk Membayar (WTP) mereka, dan mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian telur Omega. Sebanyak 70 responden disurvei, dan kemauan mereka untuk membayar dievaluasi. Dengan menggunakan Metode Valuasi Kontingen (CVM), penelitian ini pertama-tama menciptakan skenario pasar hipotetis yang memberikan informasi kepada konsumen tentang karakteristik dan manfaat telur omega-3. Permainan penawaran digunakan untuk menentukan nilai-nilai WTP bagi konsumen. Selanjutnya, rata-rata WTP untuk telur omega-3 dihitung berdasarkan data yang dikumpulkan, sehingga memungkinkan pembuatan kurva WTP. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendapatan (T-count < 0,05 (0,007)), jarak (T-count < 0,05 (0,000)), periode waktu (T-count < 0,05 (0,002)), dan pengetahuan (T-count < 0,05 (0,000)) memiliki pengaruh signifikan terhadap Kemauan untuk Membayar di antara pembeli telur Omega, sementara gaya hidup (T-count > 0,05 (0,076)) tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap Kemauan untuk Membayar di antara pembeli telur Omega. Penelitian ini memberikan wawasan berharga bagi produsen telur Omega, pemasar, dan pembuat kebijakan. Ini menggarisbawahi pentingnya memahami preferensi konsumen dan memberikan panduan tentang strategi penetapan harga dan pemasaran. Selain itu, penelitian ini menekankan potensi pertumbuhan berkelanjutan dalam industri telur Omega. Temuan ini dapat menjadi instrumen dalam pengembangan kebijakan dan inisiatif untuk mendorong pilihan diet yang lebih sehat di Indonesia.

Kata kunci : segmentasi konsumen, telur Omega, WTP

ABSTRACT

The development of the Omega egg market in Indonesia, particularly in Malang City, has gained significant attention due to its potential health benefits. This study aimed to analyze consumer segmentation, determine their Willingness to Pay (WTP), and identify factors influencing their purchasing decisions for Omega eggs. A total of 70 respondents were surveyed, and their willingness to pay was evaluated. Using the Contingent Valuation Method (CVM), this study first establishes a hypothetical market scenario that provides consumers with information about the characteristics and benefits of omega-3 eggs. Bidding games are employed to determine the WTP values for the consumers. Subsequently, the average WTP for omega-3 eggs is calculated based on the collected data, allowing for the construction of a WTP curve. The results indicated that income ($T\text{-count} < 0.05$ (0.007)), distance ($T\text{-count} < 0.05$ (0.000)), time period ($T\text{-count} < 0.05$ (0.002)), and knowledge ($T\text{-count} < 0.05$ (0.000)) has significant effect on Willingness to Pay among omega egg buyers meanwhile lifestyle ($T\text{-count} > 0.05$ (0.076)) has no significant effect on Willingness to Pay among omega egg buyers. This research provides valuable insights for Omega egg producers, marketers, and policymakers. It highlights the importance of understanding consumer preferences and offers guidance on pricing and marketing strategies. Additionally, it emphasizes the potential for sustainable growth in the Omega egg industry. These findings can be instrumental in the development of policies and initiatives to promote healthier dietary choices in Indonesia.

Keywords : consumer segmentation, Omega eggs, WTP

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PENGESAHAN	i
SURAT PERNYATAAN	i
KATA PENGANTAR	ii
ABSTRAK.....	vi
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	9
II. TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Penelitian Terdahulu.....	10
2.2 Pengertian Telur dan Fungsi Telur	18
2.2.1 Pengertian Telur	18
2.2.2 Fungsi Telur	18
2.3 Definisi Telur Omega dan Faktor yang Mempengaruhi..... Pembelian Telur Omega	19
2.3.1 Definisi Telur Omega.....	19
2.3.2 Faktor yang Mempengaruhi Pembelian Telur Omega.....	20
2.4 <i>Contingent Valuation Method (CVM)</i>	22
2.5 Kesiediaan Membayar (<i>Willingness to Pay</i>).....	26

2.5.1	Definisi Kesiediaan Membayar (<i>Willingness to Pay</i>)	26
2.5.2	Metode Penentuan <i>Willingness to Pay</i>	27
2.6	Kerangka Pemikiran	28
2.7	Hipotesis Penelitian	30
III.	METODE PENELITIAN.....	33
3.1	Lokasi dan Objek Penelitian	33
3.2	Penentuan Populasi dan Sampel	34
3.3	Pengumpulan Data.....	35
3.4	Metode Analisis Data	36
3.4.1	Kesiediaan Membayar atau <i>Willingness to Pay</i> (WTP) Konsumen Telur Omega	36
3.4.2	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kesiediaan Membayar (WTP) Konsumen Telur Omega.....	38
3.5	Definisi Operasional.....	42
IV.	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	45
4.1	Segmentasi Pasar Konsumen Telur Omega di Superindo Galunggung	45
4.1.1	Segmentasi Geografis Berdasarkan Jarak	45
4.1.2	Segmentasi Demografis	46
4.1.3	Segmentasi Psikografis	49
4.2	Analisis Kesiediaan Membayar (<i>Willingness to Pay</i>) Konsumen Telur Omega di Superindo Galunggung	51
4.2.1	Membangun Pasar Hipotesis (<i>Setting Up The Hypo- thetical Market</i>).....	51
4.2.2	Penentuan Besarnya Nilai WTP (<i>Obtaining Bids</i>).....	52
4.2.3	Menghitung Dugaan Nilai Rataan WTP (<i>Estimating Mean WTP</i>)	53

4.3	Faktor-Faktor yang Memengaruhi Kesiediaan Membayar (<i>Willingness to Pay</i>) Telur Omega di Superindo Galunggung Malang	55
4.3.1	Hasil Output Pengujian	55
4.3.2	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kesiediaan Membayar WTP Telur Omega	60
V.	KESIMPULAN DAN SARAN.....	70
5.1	Kesimpulan.....	70
5.2	Saran	71
	DAFTAR PUSTAKA	72
	LAMPIRAN.....	77

DAFTAR TABEL

Nomor	Teks	Halaman
3.1	Definisi Operasional	43
4.1	Segmentasi Geografis Berdasarkan Jarak Domisili Responden Terhadap Pembelian Telur Omega di Superindo Galunggung Malang	46
4.2	Segmentasi Demografis Berdasarkan Usia Responden Terhadap Pembelian Telur Omega di Superindo Galunggung Malang.....	47
4.3	Segmentasi Demografis Berdasarkan Jenis Kelamin Konsumen Terhadap Pembelian Telur Omega di Superindo Galunggung Kota Malang	48
4.4	Segmentasi Demografis Berdasarkan Tingkat Pendidikan Konsumen Terhadap Pembelian Telur Omega di Superindo Galunggung Kota Malang.....	48
4.5	Segmentasi Demografis Berdasarkan Pekerjaan Konsumen Terhadap Pembelian Telur Omega di Superindo Galunggung Malang	49
4.6	Segmentasi Psikografis Berdasarkan Alasan Responden tidak Merekomendasikan Telur Omega yang dijual di Superindo Malang	50
4.7	Harga Pembelian Telur Omega Paling Maksimal	53
4.8	Kesediaan Responden dalam Membayar	54
4.9	Hasil Uji Validitas	55
4.10	Hasil Uji Reliabilitas.....	56
4.11	Hasil Analisis Linier Berganda.....	56
4.12	Hasil Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov	57
4.13	Hasil Uji Multikolinieritas	57
4.14	Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	58
4.15	Hasil Uji F.....	59
4.16	Hasil Uji t.....	59

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Teks	Halaman
1.1	Rata-Rata Konsumsi Telur Ayam di Indonesia	2
2.1	Kerangka Berpikir	29
4.1	Hasil Uji Heteroskedastisitas	58

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Teks	Halaman
1.	Kuesioner Penelitian	76
2.	Frekuensi Jawaban Responden	79