

**PREFERENSI KONSUMEN SAMBAL KEMASAN MEREK BU RUDY
(Studi Kasus pada Pusat Oleh – Oleh Bu Rudy)**

SKRIPSI



Oleh :

ANUGRAH AKBAR FITRA PUTRA ADIANTI

NPM : 19024010035

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

**PREFERENSI KONSUMEN SAMBAL KEMASAN MEREK BU RUDY
(Studi Kasus Pada Pusat Oleh-Oleh Bu Rudy)**

Oleh :

Anugrah Akbar Fitra Putra Adianti
NPM. 19024010035

Telah disetujui oleh :

Pembimbing Pendamping

Pembimbing Utama



Dita Atasa, SP., MP
NIP. 20219950221236



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

Mengetahui :

Koordinator Program Studi Agribisnis



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

**PREFERENSI KONSUMEN SAMBAL KEMASAN MEREK BU RUDY
(Studi Kasus Pada Pusat Oleh-Oleh Bu Rudy)**

Oleh :

Anugrah Akbar Fitra Putra Adianti
19024010035

Telah dipertahankan dihadapkan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi

Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian

Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

Pada hari Rabu tanggal 23 Agustus 2023

Telah disetujui oleh:

Dosen Pembimbing

Dosen Pembimbing

Pendamping

Utama




Dita Atasa, SP., MP
NIP. 20219950221236

Dr. Ir. Nuriah Yuliati, MP.
NIP. 19620712 199103 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 2022 tentang Hak Cipta dan Permendiknas No.17 Tahun 2010, Pasal 1 Ayat 1 tentang plagiarism, maka saya sebagai Penulis Skripsi dengan judul: **“PREFERENSI KONSUMEN SAMBAL KEMASAN MEREK BU RUDY (Studi Kasus Pada Pusat Oleh-Oleh Bu Rudy)”** menyatakan bahwa Skripsi tersebut bebas dari plagiarism. Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Surabaya, 28 Desember 2023

Yang Membuat Pernyataan,



Anugrah Akbar Fitra Putra Adianti
19024010035

KATA PENGANTAR

Segala Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul **“Preferensi Konsumen Sambal Kemasan Merek Bu Rudy (Studi Kasus pada Pusat Oleh – Oleh Bu Rudy Surabaya)”** guna memenuhi persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana program studi Agribisnis pada Fakultas Pertanian di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Pada kesempatan yang baik ini perkenankan penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Ibu Dr.Ir. Nuriah Yuliati, MP selaku Dosen Pembimbing Utama dan Ibu Dita Atasa, SP., MP selaku Dosen Pembimbing Pendamping yang selalu memberikan arahan kepada penulis dan memberikan solusi selama mengerjakan skripsi beserta semua pihak yang telah membantu dalam kegiatan penulisan proposal skripsi saya, diantaranya yaitu:

1. Kedua orang tua saya yang telah memberikan dukungan doa, semangat, serta kasih sayang yang tak terhingga.
2. Dr. Ir. Wanti Mindari, MP. selaku Dekan Fakultas Pertanian UPN “Veteran” Jawa Timur.
3. Prof. Dr. Ir. H. Syarif Imam Hidayat, MM selaku Ketua Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
4. Dr.Ir. Nuriah Yuliati, MP. selaku Koordinator Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian UPN “Veteran” Jawa Timur.
5. Segenap Bapak/Ibu Dosen Fakultas Pertanian Jurusan Agribisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis.
6. Teman-teman yang telah membantu, menemani, dan memberi dorongan motivasi kepada penulis selama penulisan proposal skripsi

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan baik isi maupun susunannya. Akhir kata penulis berharap hasil penelitian yang telah dilakukan dapat bermanfaat bagi masyarakat dan perusahaan yang membutuhkan. Semoga Allah SWT memberikan balasan yang berlipat atas jasa

serta bantuan yang telah diberikan kepada penulis. Semoga penelitian ini dapat berjalan dengan lancar. Amin.

Surabaya, Desember 2023

Penulis

**PREFERENSI KONSUMEN SAMBAL KEMASAN MERK BU RUDY
(Studi Kasus Pada Pusat Oleh-Oleh Bu Rudy Kota Surabaya)**

*Consumer Preferences for Bu Rudy Chili Sauce
(Case Study at Pusat Oleh-Oleh Bu Rudy in Surabaya City)*

Anugrah Akbar Fitra Putra Adianti, Nuriah Yuliati, Dita Atasa

ABSTRAK

Harga cabai yang fluktuatif di Indonesia memberikan peluang bisnis untuk produk turunan seperti sambal kemasan. Di Kota Surabaya, persaingan pasar sambal kemasan sangat ketat salah satunya sambal kemasan merk Bu Rudy yang dijual pada Pusat Oleh-Oleh Bu Rudy. Oleh karena itu, diperlukan perencanaan strategi berdasarkan preferensi konsumen untuk meraih keunggulan kompetitif. Tujuan penelitian ini adalah: 1) mendeskripsikan proses keputusan pembelian sambal kemasan oleh konsumen di Pusat Oleh-Oleh Bu Rudy Surabaya, 2) menganalisis preferensi konsumen terhadap atribut produk sambal kemasan di Pusat Oleh-Oleh Bu Rudy Surabaya, 3) menganalisis tingkat kepentingan dan kepuasan atribut produk sambal kemasan di Pusat Oleh-Oleh Bu Rudy Surabaya. Metode penentuan sampel menggunakan purposive sampling dengan jumlah responden sebanyak 100 orang. Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif, multiatribut Fishbein, dan IPA. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) proses keputusan pembelian oleh responden dilakukan untuk keperluan oleh-oleh, sumber informasi utama adalah pengalaman menggunakan produk, atribut yang paling diperhatikan adalah sensasi pedas, pembelian dilakukan secara terencana di gerai, dan responden merasa puas setelah mengkonsumsi minuman jamu tradisional. 2) Atribut yang paling utama dipertimbangkan oleh konsumen adalah sensasi pedas. Urutan atribut yang paling diperhatikan adalah kemasan, ragam variasi rasa, harga, label kualitas produk, dan ukuran. 3) Atribut kemasan dan ragam variasi rasa termasuk dalam kuadran I, atribut sensasi pedas termasuk dalam kuadran II, sedangkan atribut harga, label kualitas produk, dan ukuran termasuk dalam kuadran IV.

Kata Kunci : keputusan pembelian, preferensi konsumen, sambal kemasan

ABSTRACT

Fluctuating chili prices in Indonesia provide business opportunities for derivative products such as packaged chili sauce. In Surabaya City, the competition in the packaged chili sauce market is intense, including the "Bu Rudy" brand sold at Bu Rudy Souvenir Center. Therefore, strategic planning based on consumer preferences is needed to achieve competitive advantage. The objectives of this study are: 1) to describe the purchasing decision process of packaged chili sauce by consumers at Bu Rudy Souvenir Center in Surabaya, 2) to analyze consumer preferences for the attributes of packaged chili sauce products at Bu Rudy Souvenir

Center in Surabaya, 3) to analyze the importance and satisfaction level of the attributes of packaged chili sauce products at Bu Rudy Souvenir Center in Surabaya. The sampling method used purposive sampling with a total of 100 respondents. This study employed descriptive analysis, multi-attribute Fishbein, and IPA (Importance Performance Analysis). The results of the study indicate that 1) the purchasing decision process by respondents is driven by the need for souvenirs, with the main source of information being product experience. The attribute that receives the most attention is the spicy sensation. Purchases are planned and made at the store, and respondents feel satisfied after consuming traditional herbal drinks. 2) The most important attribute considered by consumers is the spicy sensation. The order of attributes in terms of attention is packaging, variety of flavors, price, product quality label, and size. 3) Packaging and variety of flavors fall into Quadrant I, spicy sensation falls into Quadrant II, while price, product quality label, and size fall into Quadrant IV.

Keywords: purchasing decision, consumer preference, packaged chili sauce.

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PENGESAHAN	i
SURAT PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah.....	8
1.3. Tujuan Penelitian	8
1.4. Manfaat Penelitian	8
II. TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1. Penelitian Terdahulu	10
2.2. Landasan Teori.....	17
2.2.1. Sambal Kemasan.....	17
2.2.2. Konsumen	18
2.2.3. Keputusan Pembelian.....	19
2.2.4. Preferensi Konsumen	28
2.2.5. Atribut Produk.....	31
2.3. Kerangka Pemikiran.....	35

III. METODE PENELITIAN.....	38
3.1. Tempat dan Waktu Penelitian.....	38
3.2. Metode Penentuan Lokasi.....	38
3.3. Metode Penentuan Sampel dan Jumlah Sampel	39
3.4. Metode Pengumpulan Data.....	41
3.5. Jenis Data	43
3.6. Metode Analisis Data.....	43
3.5.1. Analisis Deskriptif	43
3.5.2. Analisis Fishben.....	45
3.5.3. Analisis IPA (<i>Importance Performance Analysis</i>)	48
3.7. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	52
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	54
4.1. Gambaran Lokasi Penelitian	54
4.2. Karakteristik Konsumen	54
4.3. Proses Keputusan Pembelian Sambal Kemasan	60
4.3.1. Pengenalan Kebutuhan.....	60
4.3.2. Sumber Informasi.....	63
4.3.3. Evaluasi Alternatif	66
4.3.4. Keputusan Pembelian.....	67
4.3.5. Evaluasi Pasca Pembelian.....	71
4.4. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	73
4.5. Preferensi Konsumen Terhadap Atribut Produk.....	75
4.6. Tingkat Kepentingan dan Kepuasan Atribut Sambal Kemasan....	85
V. KESIMPULAN DAN SARAN.....	94

5.1. Kesimpulan	94
5.2. Saran	94
DAFTAR PUSTAKA	96
LAMPIRAN	99

DAFTAR TABEL

Nomor	Judul	Halaman
1.1.	Penjualan Sambal Kemasan Merek Bu Rudy Pada Pusat Oleh - Oleh Bu Rudy Surabaya.....	4
3.1.	Indikator Variabel Proses Pengambilan Keputusan.....	44
3.2.	Nilai Kepentingan (Bi) Dan Nilai Kepuasan (Ei)	46
3.3.	Skala Likert	49
4.1.	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Usia	55
4.2.	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin.....	56
4.3.	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Jumlah Anggota Keluarga.....	57
4.4.	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Tingkat Pendidikan	58
4.5.	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	59
4.6.	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Pendapatan	59
4.7.	Proses Keputusan Pembelian Berdasarkan Tingkat Kepentingan	61
4.8.	Proses Keputusan Pembelian Berdasarkan Motivasi Konsumen.....	61
4.9.	Proses Keputusan Pembelian Berdasarkan Gaya Hidup.....	62
4.10.	Proses Keputusan Pembelian Berdasarkan Sumber Informasi	63
4.11.	Proses Keputusan Pembelian Berdasarkan Media Informasi.....	64
4.12.	Proses Keputusan Pembelian Berdasarkan e-commerce.....	65
4.13.	Proses Keputusan Pembelian Berdasarkan Atribut.....	66
4.14.	Proses Keputusan Pembelian Berdasarkan Alternatif Pembelian.....	67
4.15.	Proses Keputusan Pembelian Berdasarkan Tempat Pembelian	68
4.16.	Proses Keputusan Pembelian Berdasarkan Waktu Pembelian.....	68

4.17. Proses Keputusan Pembelian Berdasarkan Keputusan Pembelian.....	69
4.18. Proses Keputusan Pembelian Berdasarkan Jumlah Pembelian.....	70
4.19. Proses Keputusan Pembelian Berdasarkan Tingkat Kepuasan	71
4.20. Proses Keputusan Pembelian Berdasarkan Pemenuhan Kebutuhan	72
4.21. Proses Keputusan Pembelian Berdasarkan Pembelian Ulang.....	72
4.22. Nilai Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	74
4.23. Penilaian Kepentingan Atribut Produk Sambal Kemasan Bu Rudy	76
4.24. Penilaian Kepuasan Atribut Produk Sambal Kemasan Bu Rudy.....	78
4.25. Hasil Analisis Sikap Konsumen Terhadap Atribut Sambal Kemasan Bu Rudy	79
4.26. Kombinasi Preferensi Konsumen Terhadap Atribut Sambal Kemasan Bu Rudy	84
4.27. Nilai Analisis IPA	85

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul	Halaman
1.1.	Pendapatan Penjualan Saus dan Rempah di Seluruh Dunia Berdasarkan Negara pada Tahun 2019 (dalam jutaan U.S dollar).....	2
2.1.	Proses Pengambilan Keputusan Konsumen	20
2.2.	Kurva Indifferen.....	31
2.3.	Kerangka pemikiran penelitian	37
3.1.	Lokasi Pusat Oleh-Oleh Bu Rudy Surabaya	39
3.2.	Diagram Kartesius Tingkat Kesesuaian Kepentingan dan Kepuasan Produk	51
4.1.	Hasil Diagram IPA.....	86

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Judul	Halaman
1.	Kuesioner	99
2.	Data Karakteristik Responden	106
3.	Data Proses Keputusan Pembelian Pengenalan Kebutuhan Hingga Pencarian Informasi	114
4.	Data Proses Keputusan Pembelian Evaluasi Alternatif Hingga Evaluasi Pasca Pembelian.....	123
5.	Data Penilaian Kepuasan dan Kepentingan IPA.....	141
6.	Data Penilaian Kepuasan (bi) dan Kepentingan (ei) IPA.....	146
7.	Data Preferensi Nilai Atribut	151
8.	Wawancara Manajer Operasional Lapang	156
9.	Wawancara Responden	156
10.	Lokasi Pusat Oleh-Oleh Bu Rudy	156
11.	Produk Sambal Kemasan	157