

**ANALISIS PENILAIAN KONSUMEN PADA LAPIS KUKUS SUROBOYO
“PAKDE BUDE” BERDASARKAN ATRIBUT PRODUK**

SKRIPSI



Diajukan Oleh :

ADE FORTUNA TUNJUNG SARI

1624010043

FAKULTAS PERTANIAN

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”

JAWA TIMUR

2020

**ANALISIS PENILAIAN KONSUMEN PADA LAPIS KUKUS SUROBOYO
“PAKDE BUDE” BERDASARKAN ATRIBUT PRODUK**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Pertanian
Program Studi Agribisnis**



Diajukan Oleh :

ADE FORTUNA TUNJUNG SARI

1624010043

**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”
JAWA TIMUR
2020**

SKRIPSI

ANALISIS PENILAIAN KONSUMEN PADA LAPIS KUKUS SUROBOYO "PAKDE BUDE" BERDASARKAN ATRIBUT PRODUK

Disusun Oleh :

ADE FORTUNA TUNJUNG SARI

1624010043

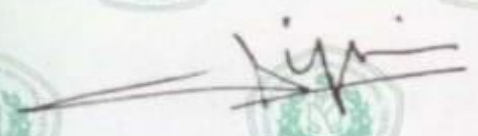
Telah diuji pada tanggal
22 Juli 2020

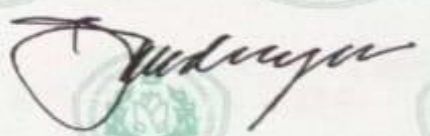
Skrripsi Ini Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan Memperoleh
Gelar Sarjana Pertanian
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

Menyetujui,

Dosen Pembimbing Pendamping,

Dosen Pembimbing Utama,


Ir. Sigit Dwi Nugroho, M.Si
NIP. 19590628 198803 1 00 3



Dr. Ir. Sudyarto, MM
NIP. 19600105 198903 1 00 1

Mengetahui,

Koordinator Program Studi Agribisnis


Dekan Fakultas Pertanian

Dr. Ir. R.A. Nera Augustien K., MP
NIP. 19590824 198703 2001


Ir. Sri Widayanti, MP
NIP. 19620106 199003 2001

**ANALISIS PENILAIAN KONSUMEN PADA LAPIS KUKUS SUROBOYO
"PAKDE BUDE" BERDASARKAN ATRIBUT PRODUK**

Disusun Oleh :

ADE FORTUNA TUNJUNG SARI

1624010043

Telah direvisi pada tanggal
24 Juli 2020

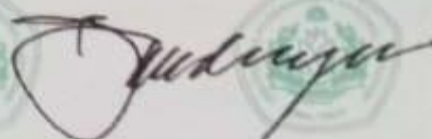
Menyetujui,

Dosen Pembimbing Pendamping,



Ir. Sigit Dwi Nugroho, M.Si
NIP. 19590628 198803 1 00 3

Dosen Pembimbing Utama,



Dr. Ir. Sudiyarto, MM
NIP. 19600105 198903 1 00 1

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 PENILAIAN KONSUMEN PADA LAPIS KUKUS SUROBOYO "PAKDE BUDE" BERDASARKAN ATRIBUT PRODUK "** menyatakan bahwa Skripsi tersebut bebas dari plagiarisme.

Demikian surat pernyataan ini Saya buat dengan sebenar – benarnya dan Saya sanggup mempertanggung jawabkan sesuai dengan hukum dan perundang yang berlaku.

Surabaya, 27 Juli 2020

Yang membuat pernyataan,



Ade Fortuna Tunjung Sari
NPM. 1624010043

**ANALISIS PENILAIAN KONSUMEN PADA LAPIS KUKUS SUROBOYO
"PAKDE BUDE" BERDASARKAN ATRIBUT PRODUK**

***CONSUMER ASSESSMENT STEAMED LAYER CAKE SUROBOYO
"PAKDE BUDE" BASED ON PRODUCT ATTRIBUTES***

Ade Fortuna Tunjung Sari¹, Sudiyarto², Sigit Dwi Nugroho³
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

ABSTRACT

Consumer behaviour is a process that a person or organisation has to find, buy, use, evaluate, and dispose of products or services after being consumed to meet their needs. This research that will be used in this research is dissemination of questionnaires conducted using the Accidental Sampling method. The number of main objects of this research is determined by 50 respondents of Suroboyo "Pakde Bude" product consumers. In his calculations using quantitative descriptive analysis is a method of researching the status of a group of people, an object, a set of conditions, a system of thought, or a class of events in the present and using Fishbein analysis. The results show that texture and flavor attributes have the most important role by consumers in decision making and this product can be ranked Brand Recognition in the pyramid Brand Awareness because there are still few consumers who have the brand mind "Pakde Bude" on its memory.

Keywords: consumer ratings, brand awareness, product attributes

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan Skripsi di Kota Surabaya dengan judul **ANALISIS PENILAIAN KONSUMEN PADA LAPIS KUKUS SUROBOYO “PAKDE BUDE” BERDASARKAN ATRIBUT PRODUK.**

Skripsi ini merupakan salah satu syarat yang wajib dilaksanakan pada semester VIII Program Studi Agribisnis di Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Penulis menyadari bahwa dalam menyusun skripsi ini segala keberhasilan dan kesuksesan tidak lepas dari bantuan Sang Maha Kuasa dan juga tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Untuk itu penulis mengucapkan terimakasih kepada Bapak Dr. Ir. Sudiyarto, MM. selaku dosen pembimbing utama dan Ir. Sigit Dwi Nugroho, M. Si selaku pembimbing pendamping yang telah banyak memberikan pengarahan, masukan, motivasi, dan meluangkan waktu serta tenaganya dengan penuh keikhlasan dan kesabaran untuk membimbing penulis.

Penulis juga menyampaikan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Ir. Nora Augustien K, MP selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Ir. Sri Widayanti, MP selaku Koordinator Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Kedua orang tuaku Bapak Kasiamin dan Ibu Dewi Masita, Kakakku dan adikku tercinta dan seluruh keluarga besarku yang telah banyak memberikan dukungan, do’a, semangat, serta kasih sayang yang tak terhingga.
4. Dosen penguji Bapak Prof. Dr. Ir. Syarif Imam Hidayat, MM. dan Bapak Dr. Ir. Indra Tjahaja A., MP yang senantiasa membimbing dan

mengarahkan penulis dengan penuh kesabaran sehingga penulis bisa bersemangat menyelesaikan revisi dengan baik.

5. Sahabatku Ria, Ratna, Hanifa, Nahdiah, Rina, Kapak Hitam Grup dan Sengklek Grup yang selalu menyemangati dan melewati masa suka duka selama kuliah serta semua teman-teman jurusan agribisnis angkatan 2016. Tak lupa kakak dan adik tingkat di Fakultas Pertanian.
6. Semua saudara dan saudari PPM KH yang senantiasa mendukung, membantu dan mendoakan selama ini.

Penulis menyadari bila dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun serta sumbangan pemikiran yang konstruktif sangat penulis harapkan. Penulis berharap dengan selesainya skripsi ini akan mendapatkan tanggapan positif dan dapat membantu berbagai pihak yang tentunya membutuhkan informasi yang berkaitan dengan tulisan ini.

Surabaya, Juli 2020

penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	vi
HALAMAN PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	8
II. TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Penelitian Terdahulu	10
2.2 Landasan Teori	12
2.2.1 Pengertian Merek	17
2.2.2 Peranan dan Kegunaan Merek.....	21
2.2.3 Brand Equity (Ekuitas Merek)	23
2.2.4 Pengertian Brand Awareness	25

2.2.5 Mencapai Kesadaran Merek	29
2.2.6 Strategi Merek	30
2.2.7 Pengertian Pemasaran	31
2.2.8 Konsep Pemasaran	32
2.2.9 Perilaku Konsumen	35
2.2.10 Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Sikap	39
2.2.11 Pengertian Produk.....	40
2.2.12 Atribut Produk.....	41
2.3 Kerangka Pemikiran dan Hipotesis.....	45
2.3.1 Kerangka Pemikiran	45
2.3.2 Hipotesis.....	48
III. METODE PENELITIAN	49
3.1 Lokasi dan Objek Penelitian	49
3.2 Penentuan Populasi dan Sampel	49
3.3 Metode Pengumpulan Data.....	51
3.4 Definisi dan Pengukuran Variabel	53
3.4.1 Variabel Penelitian.....	53
3.4.2 Pengukuran Variabel	60
3.5 Analisis Data	60
3.5.1 Analisis Deskriptif Kuantitatif Kesadaran Merek.....	60
3.5.2 Analisis Multiatribut Fishbein	62
3.6 Atribut Produk	66
3.6.1 Kinerja Atribut.....	67
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	69
4.1 Gambaran Umum.....	69
4.1.1 Sejarah Lapis kukus Suroboyo “Pakde Bude”	69

4.1.2 Visi dan Misi Organisasi	70
4.1.3 Struktur Organisasi UD. Alam Raya Serasi.....	71
4.1.4 Lokasi Dijualnya Lapis Kukus “Pakde Bude” Suroboyo.....	75
4.1.5 Varian Rasa Lapis Kukus “Pakde Bude” Suroboyo.....	77
4.2 Karakteristik Responden Lapis kukus Suroboyo “Pakde Bude”	78
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	78
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	80
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	82
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	84
4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Rata-rata Pendapatan	85
4.2.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Asal.....	87
4.2.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili Sekarang	89
4.2.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Rasa	90
4.2.9 Karakteristik Responden Berdasarkan Total yang Dibeli	92
4.2.10 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pengeluaran	93
4.3 Kesadaran Merek Terhadap Konsumen Lapis Kukus “Pakde Bude”	94
4.3.1 Analisis Responden Terhadap Variabel Kesadaran Merek	94
4.3.2 Penilaian Konsumen Tentang Kesadaran Merek	104
4.4 Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Lapis “Pakde Bude”	107
4.4.1 Analisis Sikap Konsumen Berdasarkan Atribut Lapis Kukus.....	107
4.4.2 Analisis Tingkat Kepentingan (Evaluation).....	109
4.4.3 Analisis Tingkat Kepercayaan (<i>Belief</i>)	110
4.4.4 Analisis Fishbein Terhadap Atribut - atribut Lapis Kukus	112
V. KESIMPULAN DAN SARAN	116
5.1 Kesimpulan	116
5.2 Saran	117

DAFTAR PUSTAKA.....	119
LAMPIRAN.....	123

DAFTAR TABEL

No	<u>Judul</u>	Halaman
1.1	Penjualan Lapis Kukus “Pakde Bude” Tahun 2019.....	5
2.1	Penelitian Terdahulu.....	11
2.2	Dimensi Atribut Produk.....	44
3.1	Beberapa Atribut Produk Makanan dalam Penelitian Sikap.....	65
3.2	Instrumen untuk Mengukur Komponen Kekuatan Kepercayaan (bi).....	66
3.3	Instrumen untuk Mengukur Komponen Evaluasi Kepentingan (ei).....	66
4.1	Tugas dan tanggung jawab dari struktur organisasi.....	72
4.2	Lokasi Penjualan Lapis Kukus Suroboyo “Pakde Bude”.....	76
4.3	Varian Rasa Lapis Kukus Suroboyo “Pakde Bude”.....	78
4.4	Karakteristik Responden berdasarkan Usia.....	79
4.5	Karakteristik Responden berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	83
4.6	Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan.....	84
4.7	Karakteristik Responden berdasarkan Pendapatan.....	86
4.8	Karakteristik Responden berdasarkan Tempat Asal Responden.....	87
4.9	Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pengeluaran.....	93
4.10	Perhitungan Tingkat Evaluasi.....	110
4.11	Perhitungan Tingkat Kepercayaan.....	111
4.12	Perhitungan Fishbein Berdasarkan Atribut.....	113
4.13	Nilai dan Kategori Sikap Konsumen Terhadap Atribut.....	115

DAFTAR GAMBAR

No	<u>Judul</u>	Halaman
2.1	Piramida " <i>Brand Awareness</i> ".....	28
2.2	Model Perilaku Pengambilan Keputusan Konsumen.....	37
2.3	Tiga sikap komponen.....	39
2.4	Kerangka Pemikiran.....	47
4.1	Struktur Organisasi Bidang UD. Alam Raya Serasi.....	71
4.2	Varian Rasa Lapis Kukus "Pakde Bude" Suroboyo.....	77
4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	81
4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili Sekarang.....	89
4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Rasa.....	91
4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Total Lapis Kukus yang Dibeli....	92
4.7	Konsumen mengetahui UD. Alam Raya Serasi.....	96
4.8	Konsumen Sering Membeli Lapis Kukus Suroboyo "Pakde Bude".....	97
4.9	Responden Mengenal Produk Lapis Kukus Suroboyo "Pakde Bude".....	98
4.10	Mengetahui Lapis Kukus Suroboyo "Pakde Bude" dari Sosmed.....	99
4.11	Konsumen Sering Membeli Lapis Kukus Suroboyo "Pakde Bude".....	100
4.12	Produk Lapis Kukus Suroboyo "Pakde Bude" Identik denan Oleh-oleh.	101
4.13	Merek Lapis Kukus yang Muncul dalam Benak Konsumen Pertama ...	102
4.14	Konsumen Sering Membeli Lapis Kukus Surooyo "Pakde Bude".....	103

DAFTAR LAMPIRAN

No	<u>Judul</u>	Halaman
1.	Kuisisioner Penelitian.....	123
2.	Penjualan Lapis Kukus “Pakde Bude” Pada tahun 2019.....	128
3.	Data Responden.....	128
4.	Varian Rasa Lapis kukus Suroboyo “Pakde Bude”	131
5.	Data Responden Terhadap Variabel Kesadaran Merek.....	131
6.	Data Tingkat Kepercayaan (bi).....	133
7.	Data Tingkat Evaluasi Terpenting (ei).....	134
8.	Range Evaluasi dan Kepercayaan.....	135
9.	Tingkat Penilaian Menggunakan Range.....	136
10.	Range Sikap.....	136