

ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN BUAH KIWI PADA HYPERMART DI KOTA SURABAYA

SKRIPSI



Oleh :

VANYA AGITA SARI
1624010089

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA
TIMUR
SURABAYA
2022**

SKRIPSI

**ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN BUAH KIWI PADA
HYPERMART DI KOTA SURABAYA**

Oleh:

Vanya Agita Sari
NPM : 1624010089

Telah Diujikan pada tanggal :
18 Agustus 2022

Skripsi ini Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan Memperoleh
Gelar Sarjana Pertanian

Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

Menyetujui,

Pembimbing Utama

Prof. Dr. Ir. Teguh Soedarto, MP
NIP. 19560620 198703 1004

Pembimbing Pendamping

Prasmita Dian Wijayati, SP. M, Si
NIP. 20219920812235

Mengetahui,

Dekan Fakultas Pertanian

plt. Koordinator Program Studi
Agribisnis

Dr. Ir. R.A. Nora Augustien K., M.P.
NIP 19590824 198703 2001

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

**ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN BUAH KIWI PADA
HYPERMART DI KOTA SURABAYA**

Oleh:

**Vanya Agita Sari
NPM : 1624010089**

**Telah Direvisi pada tanggal :
7 September 2022**

Menyetujui,

Pembimbing Utama

Prof. Dr. Ir. Teguh Soedarto, MP
NIP. 19560620 198703 1004

Pembimbing Pendamping

Prasmita Dian Wijayati, SP. M, Si
NIP. 20219920812235

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 PREFERENSI KONSUMEN BUAH KIWI PADA HYPERMART DI KOTA SURABAYA**" menyatakan bahwa Skripsi tersebut diatas bebas dari Plagiarisme.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar – benarnya dan saya sanggup mempertanggungjawabkan sesuai dengan hukum dan perundangan yang berlaku.

Surabaya, 7 September 2022

Yang membuat Pernyataan,



Vanya Agita Sari
NPM : 1624010089

ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN BUAH KIWI PADA HYPERMART DI KOTA SURABAYA

Vanya Agita Sari¹, Teguh Soedarto², Prasmita Dian Wijayati³

Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Uversitas Pembangunan Nasional
“Veteran” Jawa Timur

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji tentang preferensi konsumen buah kiwi di Hypermart. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui karakteristik konsumen buah kiwi, menganalisis atribut-atribut buah kiwi yang menjadi pertimbangan konsumen, dan menganalisis tingkat kepuasan konsumen saat membeli buah kiwi di Hypermart. Pada penelitian ini, menggunakan teknik *purposive sampling* dan diperoleh sebanyak 50 responden. Analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif, analisis multiatribut *Fishbein*, serta analisis skala likert. Hasil dari penelitian ini adalah 1) Karakteristik konsumen buah kiwi didominasi oleh perempuan, berusia 21 – 30 tahun, pendidikan terakhir Sarjana (S1), bekerja sebagai pegawai swasta dengan penghasilan perbulan >5.000.000. 2) Atribut yang paling utama menjadi pertimbangan konsumen adalah atribut rasa, dan konsumen memberikan sikap yang positif terhadap keseluruhan atribut buah kiwi. Selain atribut rasa, kedua atribut lainnya yang menjadi pertimbangan konsumen adalah kemanfaatan dan kandungan gizi. 3) Konsumen memberikan tanggapan yang sangat puas saat berbelanja buah kiwi di Hypermart. Diantara enam elemen pernyataan yang diajukan, yang paling dinilai sangat puas oleh konsumen adalah kualitas buah kiwi di Hypermart.

Kata Kunci: Atribut, Buah Kiwi, Karakteristik, Preferensi Konsumen, Kepuasan Konsumen

KIWI FRUIT CONSUMER PREFERENCE ANALYSIS IN HYPERMART SURABAYA CITY

Vanya Agita Sari¹, Teguh Soedarto², Prasmita Dian Wijayati³

Departement of Agribusiness, Faculty of Agriculture, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" East Java

ABSTRACT

This study examines the consumer preferences for kiwi fruit at Hypermart. The purpose of this study is to determine the characteristics of consumers of kiwi fruit, analyze the attributes of kiwi fruit that are considered by consumers, and analyze the level of consumer satisfaction when buying kiwi fruit at Hypermart. In this study, using the purposive sampling technique, we obtained as many as 50 respondents. The analysis used is descriptive analysis, Fishbein, and Likert scale analysis. The results of this study are: 1) The characteristics of kiwifruit consumers are dominated by women, aged 21–30 years; the latest education is a bachelor's degree (S1); they work as private employees with a monthly income of > 5,000,000. 2) The most important attribute to be considered by consumers is the taste attribute, and consumers give a positive attitude towards all attributes of kiwi fruit. In addition to the taste attribute, the other two attributes that are considered by consumers are benefits and nutritional content. 3) Consumers give very satisfied responses when shopping for kiwi fruit at Hypermart. Among the six elements of the proposed statement, the one most highly satisfied by consumers is the quality of the kiwi fruit at Hypermart.

Keywords: *Attributes, Kiwi Fruit, Characteristics, Consumer Preference, Consumer Satisfaction*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala nikmatnya, sehingga penulis dapat menyusun penelitian yang berjudul “ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN BUAH KIWI PADA HYPERMART DI KOTA SURABAYA” ini dengan baik dan semaksimal mungkin. Adapun tujuan dari penulisan proposal skripsi ini adalah persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana strata 1 (S-1) di Jurusan/Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis dengan segala kerendahan hati ingin mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada kedua dosen pembimbing, yaitu Prof. Dr. Ir. Teguh Soedarto, MP dan Prasmita Dian Wijayati, SP. M, Si yang telah memberikan banyak ilmu, bimbingan, pengarahan, masukan, motivasi, dan meluangkan waktu serta tenaga dengan penuh kesabaran, semangat, dan keikhlasan untuk membimbing penulis.

Terselesaikannya skripsi ini juga tidak terlepas dari bantuan banyak pihak yang selalu memberikan bimbingan, dorongan, serta semangat. Penulis juga ingin mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada beberapa pihak, diantaranya adalah :

1. Dr. Ir. R.A. Nora Augustien K, MP selaku Dekan Fakultas Pertanian, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Dr. Ir. Hamidah Hendrarini, M.Si selaku plt. Ketua Jurusan Agribisnis, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Dr. Ir. Nuriah Yuliati, M.P. selaku plt. Koordinator Program Studi

Agribisnis, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

4. Dr. Ir. Nuriah Yuliati, M.P. dan Ir. Eko Priyanto, MP selaku Dosen Pengaji yang telah memberikan bimbingan dan arahannya dalam penulisan proposal skripsi.
5. Kedua orang tua dan keluarga besar tercinta yang selalu mendoakan, memotivasi, mendukung serta memberikan pengorbanan secara moril maupun materi kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan proposal skripsi ini.
6. Seluruh teman-teman di Fakultas Pertanian khususnya kelas Agribisnis B serta sahabat-sahabat yang selalu membantu, memberi dukungan dan motivasi kepada penulis.
7. Konsumen buah kiwi yang telah bersedia memberikan bantuan dan turut serta berpartisipasi dalam mengisi kuesioner.
8. Serta semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Penulis berharap adanya kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak. Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih banyak kepada semua pihak yang membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Dan penulis berharap agar penelitian ini bermanfaat bagi kita semua.

Surabaya, September 2022

Penulis

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERNYATAAN.....	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
II. TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.2 Landasan Teori.....	17
2.2.1 Buah Kiwi	17
2.2.2 Perilaku Konsumen	20

2.2.2.1 Pengertian Perilaku Konsumen	20
2.2.2.2 Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	20
2.2.2.3 Jenis-Jenis Perilaku Konsumen	26
2.2.2.4 Model Perilaku Konsumen	26
2.2.2.5 Proses Pengambilan Keputusan Konsumen	28
2.2.2.6 Manfaat Keputusan Konsumen	30
2.2.3 Preferensi Konsumen	31
2.2.3.1 Pengertian Preferensi Konsumen	31
2.2.3.2 Faktor-Faktor yang Menentukan Preferensi Konsumen.....	35
2.2.3.3 Preferensi Konsumen Pangan.....	36
2.2.4 Atribut	36
2.2.4.1 Dimensi Atribut Produk	36
2.2.4.2 Atribut-Atribut Buah	38
2.2.5 Tingkat Kepuasan Konsumen	40
2.2.5.1 Pengertian Kepuasan Konsumen	40
2.2.5.2 Ciri-ciri Konsumen yang Puas	42
2.2.6 Karakteristik Konsumen.....	42
2.3 Kerangka Pemikiran.....	44
III. METODE PENELITIAN	46
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian.....	46
3.2 Jenis dan Sumber Data.....	47

3.3	Populasi dan Sampel	47
3.3.1	Populasi	47
3.3.2	Sampel dan Metode Penentuan Sampel	47
3.4	Metode Pengumpulan Data.....	49
3.4.1	Wawancara	49
3.4.2	Kuesioner	49
3.4.3	Studi Kepustakaan.....	49
3.5	Analisis Data.....	50
3.5.1	Analisis Deskriptif.....	52
3.5.2	Analisis Multiatribut Fishbein.....	53
3.5.3	Analisis Deskriptif (Skala Likert)	57
3.6	Definisi Operasional	58
IV.	GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	61
4.1	Sejarah Singkat PT. Matahari Putra Prima Tbk	61
4.2	Pencapaian Hypermart	62
4.3	Lokasi Hypermart	63
V.	HASIL DAN PEMBAHASAN	65
5.1	Uji Instrumen Data.....	65
5.1.1	Uji Validitas	65
5.1.2	Uji Reliabilitas.....	68
5.2	Karakteristik Konsumen	69

5.2.1 Umur.....	69
5.2.2 Jenis Kelamin	70
5.2.3 Pendidikan.....	71
5.2.4 Pekerjaan	72
5.2.5 Penghasilan.....	74
5.3 Atribut-atribut	75
5.3.1 Kepercayaan Konsumen terhadap Atribut-atribut Buah Kiwi	76
5.3.2 Evaluasi Kepentingan dari Atribut-atribut Buah Kiwi.....	77
5.3.3 Analisis Sikap Konsumen terhadap Atribut Buah Kiwi.....	80
5.4 Tingkat Kepuasan Konsumen	86
5.4.1 Kualitas Buah Kiwi di Hypermart.....	86
5.4.2 Harga Buah Kiwi di Hypermart	88
5.4.3 Kenyamanan Tempat Saat Berbelanja Buah Kiwi di Hypermart	90
5.4.4 Lokasi Hypermart sangat Strategis Sehingga Mudah Dijangkau.....	91
5.4.5 Ketersediaan Buah Kiwi di Hypermart	93
5.4.6 Diskon pada Buah Kiwi yang diberikan oleh Hypermart	94
VI. KESIMPULAN DAN SARAN	97
6.1 Kesimpulan	97
6.2 Saran	97
DAFTAR PUSTAKA	99
LAMPIRAN.....	105

DAFTAR TABEL

Nomor	Judul	Halaman
1.1	Volume dan Nilai CIF Import Buah Kiwi Tahun 2015-2019	3
1.2	Perbandingan Kekuatan Buah Kiwi dibanding Buah-buahan lain (per 100 gram)	3
2.1	Kandungan Gizi dalam Kiwi.....	18
2.2	Model Perilaku Konsumen.....	28
3.1	Kategori Nilai tingkat Evaluasi dan Tingkat Kepercayaan Konsumen	55
3.2	Kategori Nilai Sikap (Ao) dan Nilai Sikap Keseluruhan (Ao total)	56
3.3	Interval Skor Jawaban Likert	58
4.1	Kontribusi Penjualan dari Gerai Bisnis MPPA	62
5.1	Hasil Uji Validitas Kepercayaan/keyakinan Konsumen Buah Kiwi.....	66
5.2	Hasil Instrumen Uji Validitas Evaluasi Konsumen Buah Kiwi	67
5.3	Hasil Uji Validitas Tingkat Kepuasan Konsumen Buah Kiwi	67
5.4	Hasil Uji Reliabilitas kepercayaan/keyakinan konsumen buah kiwi	68
5.5	Hasil Uji Reliabilitas Evaluasi Konsumen Buah Kiwi	69
5.6	Hasil Uji Reliabilitas Tingkat Kepuasan Konsumen Buah Kiwi	69
5.7	Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	70
5.8	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	71
5.9	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	72
5.10	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Pekerjaan.....	73
5.11	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Penghasilan	74
5.12	Penilaian Tingkat Kepercayaan (bi) Atribut Buah Kiwi.....	77
5.13	Penilaian Tingkat Evaluasi Kepentingan (ei) Atribut Buah Kiwi.....	78
5.14	Penilaian Sikap Konsumen (Ao) Buah Kiwi	80

5.15 Kepuasan Konsumen terhadap Kualitas Buah kiwi di Hypermart	87
5.16 Kepuasan Konsumen terhadap Harga Buah Kiwi di Hypermart	88
5.17 Kepuasan Konsumen terhadap Kenyamanan Tempat Berbelanja Buah Kiwi di Hypermart	90
5.18 Kepuasan Konsumen terhadap Lokasi Hypermart yang Strategis	92
5.19 Kepuasan Konsumen terhadap Ketersediaan Buah Kiwi di Hypermart	93
5.20 Kepuasan Konsumen terhadap Diskon/potongan Harga Buah Kiwi di Hypermart	95

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul	Halaman
2.1	Model Perilaku Konsumen.....	27
2.2	Proses Pengambilan Keputusan Konsumen	29
2.3	Kerangka Pemikiran.....	45

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Judul	Halaman
Lampiran 1.	Kuesioner Penelitian Responden	105
Lampiran 2.	Karakteristik Responden.....	111
Lampiran 3.	Hasil Data Kuesioner Tingkat Kepercayaan/keyakinan Konsumen	114
Lampiran 4.	Hasil Data Kuesioner Tingkat Evaluasi Konsumen	116
Lampiran 5.	Hasil Data Kuesioner Tingkat Kepuasan Konsumen	118
Lampiran 6.	Hasil Uji Validitas Tingkat Kepercayaan/Keyakinan Konsumen	120
Lampiran 7.	Hasil Uji Validitas Tingkat Evaluasi Konsumen.....	121
Lampiran 8.	Hasil Uji Validitas Tingkat Kepuasan Konsumen.....	122