

**KARAKTERISTIK SOSIAL EKONOMI KONSUMEN CUKA APEL  
(Studi Kasus Di Kota Batu, Jawa Timur)**

***SOCIO-ECONOMIC CHARACTERISTICS OF APPLE VINEGAR CONSUMERS  
(Case Study In Batu Town, East Java)***

**Adam Wahyu Bunaya<sup>1)</sup>, Djoko Koestiono<sup>2)</sup>**

<sup>1)</sup> Mahasiswa Sosial Ekonomi Pertanian, Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian,  
Universitas Brawijaya, Malang

<sup>2)</sup> Dosen Sosial Ekonomi Pertanian, Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian,  
Universitas Brawijaya, Malang

**ABSTRACT**

*Consumers are way more interested in buying apple vinegar product as the increasing awareness to live healthier. Preferences and customer satisfaction continues to develop demanding an improvement in the quality of the rice so that manufacturers need to know the behavior of the consumer to be able to produce products according to consumer expectations. The purpose of this study are: (1) describe the purchasing behavior of apple vinegar, (2) determine the socioeconomic characteristics of consumers of cider vinegar. The research was conducted in the town of Batu, East Java and uses primary data types. The analytical method used is descriptive analysis and cross tabulation (cross-tabulations). The results of the study provides an overview of consumer behavior starts some of the decision making process, description purchasing behavior, and socioeconomic characteristics of consumers. Tabulate data showed consumption of apple vinegar is important because as health needs. Consumers get information about apple vinegar from the family. Consumers buy vinegar once a month for more than 1 to 6 months and is used as a medical drug. Characteristics of apple vinegar consumers mostly women, with ages between 20 and 47. Consumers apple vinegar have a college education is a bachelor. Consumers apple vinegar has a revenue of Rp 10,000,000.00 or more per month. Consumers apple vinegar women are housewives.*

*Keywords : consumer, apple vinegar, characteristic*

**ABSTRAK**

Konsumen semakin berminat pada produk cuka apel menyusul meningkatnya kesadaran untuk hidup yang lebih sehat. Preferensi dan kepuasan konsumen terus berkembang menuntut adanya peningkatan pada kualitas beras sehingga produsen harus mengetahui perilaku konsumen untuk bisa menghasilkan produk yang sesuai harapan konsumen. Tujuan penelitian ini adalah: (1) mendeskripsikan perilaku pembelian cuka apel, (2) mengetahui karakteristik sosial ekonomi konsumen cuka apel. Penelitian ini dilaksanakan di kota Batu, Jawa Timur dan menggunakan jenis data primer. Metode analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif dan *cross tabulation* (tabulasi silang). Hasil penelitian memberikan gambaran beberapa perilaku konsumen dimulai dari proses pengambilan keputusan, deskripsi perilaku pembelian, dan karakteristik sosial ekonomi konsumen. Tabulasi data menunjukkan konsumsi cuka apel penting karena sebagai kebutuhan kesehatan. Konsumen mendapatkan informasi mengenai cuka apel dari keluarga. Konsumen membeli cuka satu kali setiap bulannya selama lebih dari 1 hingga 6 bulan dan digunakan sebagai obat kesehatan. Karakteristik konsumen cuka apel sebagian besar perempuan, dengan tingkat usia antara 20 hingga 47. Konsumen cuka apel memiliki pendidikan tinggi yaitu sarjana. Konsumen cuka apel memiliki pendapatan Rp 10.000.000,00 atau lebih per bulannya. Konsumen cuka apel perempuan merupakan ibu rumah tangga.

Kata kunci : konsumen, cuka apel, karakteristik

## I. PENDAHULUAN

Apel salah satu buah yang banyak dikonsumsi di Indonesia. Berdasarkan Badan Pusat Statistik (BPS) dalam Widyawati 2012, Rata-rata konsumsi buah apel di Indonesia mencapai 1,1 kg perkapita pertahun. Apel mengandung quercetin dalam jumlah tinggi. Dalam 100 gram buah apel, terkandung sekitar 4,42 mg aglikon quercetin dan 13,2 mg glikosida quercetin. Kandungan quercetin ini bervariasi tiap buahnya dipengaruhi oleh perbedaan varietas, nutrisi tanaman yang dipakai, kondisi pertumbuhan, proses pengolahan, dan penyimpanan.

Apel merupakan komoditas utama paling terkenal di kota Batu atau bisa dikatakan sebagai buah khas kota tersebut yang memiliki ciri khas dan dapat membawa nama kota Batu sebagai “Kota Apel”. Hal ini disebabkan karena apel dapat dibudidayakan dan berhasil dikembangkan di daerah Batu dan sekitarnya. Apel yang rasanya manis, agak asam, dan renyah ini digemari dan disukai konsumen diberbagai kalangan, sehingga permintaan apel ini semakin meningkat baik dari Malang sendiri, Surabaya, dan semua wilayah di Jawa Timur, Jawa Tengah, Jawa Barat, DKI Jakarta bahkan tersebar diberbagai propinsi di Indonesia.

Kota Malang, merupakan pusat budidaya buah apel (Batu dan Poncokusumo). Apel (*Malus sylvestris Mill*) Malang terdapat dalam berbagai varietas unggulan yang memiliki karakteristik dan kekhasan tersendiri seperti *Rome Beauty*, *Manalagi*, *Anna*, dan *Wangling*. Dari keempat varietas unggulan tersebut, apel *Rome Beauty* dan *Manalagi* merupakan yang paling populer dan banyak terlihat dijual di swalayan. Tetapi kepopuleran dua varietas apel tersebut tergantikan seiring dengan banyaknya apel impor yang masuk ke Indonesia. Harga apel impor yang relatif lebih murah menyebabkan apel lokal tidak mampu bersaing di pasaran sehingga produsen apel di Indonesia memikirkan bagaimana caranya membuat produk yang berbahan baku apel, seperti kripik apel, jenang apel, sari apel, dan cuka apel.

Di antara produk tersebut, cuka apel merupakan salah satu olahan yang cukup populer saat ini. Cuka apel merupakan produk herbal yang terbuat dari buah apel yang difermentasi dengan beberapa bahan alami atau kimia dasar. Salah satu merk cuka apel yang cukup terkenal di masyarakat Indonesia adalah *Tahesta* yang telah berproduksi membuat cuka apel sejak 2001 (TAHESTA, 2016).

Prospek industri usaha cuka apel dinilai baik dan layak untuk dikembangkan karena potensi pasar yang mendukung, dilihat dari khasiat cuka apel yang begitu banyak seperti penekan nafsu makan dan penurunan berat badan atau sebagai obat diet dimana khasiat tersebut merupakan alasan utama konsumen menggunakan produk tersebut. Dengan adanya cuka apel ini dapat meningkatkan pendapatan, memberikan lapangan kerja serta dapat membuktikan bahwa kualitas masyarakat semakin maju dan berkembang.

Tujuan penelitian ini untuk: (1) Mendeskripsikan perilaku pembelian cuka apel, (2) dan mengetahui karakteristik sosial ekonomi cuka apel. Pemilihan tempat dilakukan sengaja dengan mempertimbangkan di kota Batu, Jawa Timur terdapat banyak produk olahan apel, terutama produk cuka apel. Penelitian dilakukan pada bulan Mei 2016. Metode penentuan sampel pada penelitian ini adalah *accidental sampling*.

## II. METODE PENELITIAN

Penelitian mengenai preferensi konsumen beras berlabel dilakukan di kota Batu, Jawa Timur. Pemilihan lokasi secara sengaja dengan pertimbangan bahwa lokasi tersebut merupakan daerah yang terkenal dengan produksi buah apel baik buah maupun produk olahan dari apel. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan April hingga Mei 2016.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Data primer meliputi hasil wawancara, observasi dan dokumentasi sedangkan data sekunder meliputi data studi literatur. Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *accidental sampling* sejumlah 20 konsumen berdasarkan karakteristik yang ditentukan. Karakteristik responden pada penelitian ini diklasifikasikan berdasarkan usia, jenis kelamin, pendidikan terakhir, pendapatan keluarga, pengalaman mengkonsumsi cuka apel, dan frekuensi pembelian.

Berdasarkan tujuan yang telah diuraikan pada penelitian ini, maka metode analisis yang digunakan adalah sebagai berikut :

### **Tujuan 1 : mendeskripsikan perilaku pembelian cuka apel**

Analisis data yang dilakukan pada penelitian ini adalah analisis deskriptif yaitu mendeskripsikan suatu gambaran dengan kalimat secara sistematis dan akurat mengenai fakta-fakta, serta hubungan antara fenomena yang diteliti.

Analisis deskriptif yaitu untuk mendeskriptifkan bagaimana perilaku pembelian cuka apel pada masyarakat perkotaan dengan melakukan tabulasi data sebelum dideskripsikan (Indrato, 2014).

### **Tujuan 2 : mengetahui karakteristik sosial ekonomi konsumen cuka apel**

Membuat tabel frekuensi sederhana berdasarkan data dan informasi yang diperoleh dari kuesioner. Data tersebut kemudian dikelompokkan berdasarkan jawaban yang sama, ditabulasikan, yang kemudian di presentasikan dan diinterpretasikan data dari hasil tabulasi tersebut.

## **III. HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Analisis Deskriptif**

#### **1. Proses Pengambilan Keputusan Pembelian**

##### **a. Pengenalan Kebutuhan**

Keputusan membeli suatu produk diawali ketika konsumen menyadari adanya kebutuhan akan produk tersebut. Pada tabel 1 menunjukkan seberapa pentingnya responden mengkonsumsi cuka apel:

Tabel 1. Tingkat Kepentingan Konsumsi Cuka Apel Oleh Konsumen Apotek Sehat Kota Batu Tahun 2016.

No	Tingkat Kepentingan	Jumlah Responden Konsumen Cuka Apel	Persentase (%)
1	Sangat Penting	9	45
2	Penting	10	50
3	Ragu-Ragu	1	5
4	Tidak Penting	0	0
5	Sangat Tidak Penting	0	0
Total		20	100

Sumber: Data Primer, 2016

Pada tabel diatas sebanyak 9 orang atau 45% dari jumlah total responden beranggapan mengkonsumsi cuka apel sangat penting. Sebanyak 10 orang lainnya atau 50% dari jumlah total responden beranggapan mengkonsumsi cuka apel penting. Dan sebanyak 1 orang atau 5% dari jumlah total responden memilih ragu-ragu karena baru beberapa kali mengkonsumsi cuka apel.

##### **b. Pencarian Informasi**

Setelah pengenalan kebutuhan terjadi, maka konsumen akan mencari informasi yang berhubungan dengan cuka apel. Informasi yang ada dapat berupa pengetahuan yang tersimpan dalam ingatan (internal) dan informasi yang diperoleh dari lingkungan sekitar (eksternal).

Tabel 2. Sumber Informasi Cuka Apel yang Diperoleh Konsumen Apotek Sehat Kota Batu Tahun 2016.

No	Sumber Informasi	Jumlah Responden Konsumen Cuka Apel	Persentase (%)
1	Penjual	5	25
2	Keluarga	10	50
3	Teman	2	10
4	Diri Sendiri	2	10
5	Iklan	1	5
Total		20	100

Sumber: Data Primer, 2016

Pada tabel diatas sumber informasi yang paling banyak didapatkan sebanyak 10 orang atau 50% dari jumlah total responden adalah dari keluarga sendiri yang telah mengkonsumsi cuka apel. Sebanyak 5 orang atau 25% dari jumlah total responden mendapatkan informasi dari penjual baik di tempat biasa membeli maupun di tempat lain. Dua sumber yang masing-masing sebanyak 2 orang atau 10% dari jumlah total adalah teman dan diri sendiri. Sebanyak 1 orang atau 5% dari jumlah total responden mendapat informasi dari iklan yang tersebar baik media cetak maupun media online.

## 2. Deskripsi Perilaku Pembelian Cuka Apel Oleh Konsumen

### a. Frekuensi Pembelian

Pembelian cuka apel terjadi karena memang suatu kebutuhan sehari-hari atau karena adanya kebutuhan khusus yang mengharuskan untuk menggunakan cuka apel sebagai bahan campuran makanan atau minuman dan alasan lainnya bagi para konsumen untuk mengkonsumsi cuka apel. Berikut merupakan distribusi responden dari frekuensi pembelian yang dapat menjelaskan bahwa responden sering atau rutin mengkonsumsi cuka apel.

Tabel 3. Frekuensi Pembelian Cuka Apel Oleh Konsumen Apotek Sehat Kota Batu Tahun 2016.

No	Frekuensi Pembelian Cuka Apel	Jumlah Responden Konsumen Cuka Apel	Persentase (%)
1	1 kali pembelian	13	65
2	2 kali pembelian	6	30
3	3 kali pembelian atau lebih	1	5
Total		20	100

Sumber: Data Primer, 2016

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa responden yang paling banyak membeli cuka apel adalah dengan intensitas 1 kali pembelian setiap bulannya yaitu sebanyak 13 orang atau 65% dari keseluruhan responden. Responden terbanyak berikutnya adalah dengan intensitas 2 kali pembelian setiap bulannya dengan jumlah responden sebanyak 6 orang atau 30% dari total responden. Responden yang paling sedikit adalah responden dengan 3 kali pembelian atau lebih setiap bulannya yaitu 1 orang atau 5% dari total keseluruhan responden. Dari data tersebut menandakan bahwa cuka apel memang diminati oleh beberapa kalangan masyarakat dengan melakukan pembelian minimal 1 kali setiap bulannya. Frekuensi pembelian cuka apel tidak terlalu sering pada persentase responden terbanyak karena pemakaian cuka apel digunakan untuk konsumsi sendiri atau konsumsi rumah dengan anggota keluarga yang sedikit atau tidak semua anggota keluarga mengkonsumsi cuka apel.

### b. Pengalaman Konsumsi Cuka Apel

Pengalaman merupakan sesuatu yang telah dialami seseorang dalam mengkonsumsi cuka apel. Dalam membeli atau mengkonsumsi cuka apel tidak hanya satu atau dua kali tetapi berbulan-bulan bahkan bertahun-tahun. Berikut merupakan tabel distribusi responden mengenai latar belakang konsumen di apotek Sehat dalam membeli cuka apel:

Tabel 4. Pengalaman Konsumsi Cuka Apel Oleh Konsumen Apotek Sehat Kota Batu Tahun 2016.

No	Pengalaman Konsumsi Cuka Apel	Jumlah Responden Konsumen Cuka Apel	Persentase (%)
1	1 Bulan	5	25
2	6 Bulan	8	40
3	1 Tahun	5	25
4	2 Tahun	2	10
5	>2 Tahun	0	0
Total		20	100

Sumber: Data Primer, 2016

Berdasarkan data diatas sebanyak 8 orang atau 40% dari jumlah total responden telah membeli dan mengkonsumsi cuka apel selama 6 bulan. Berikutnya sebanyak 5 orang atau 25% dari jumlah total responden masing-masing telah membeli dan mengkonsumsi cuka apel selama 1 bulan dan dengan jumlah responden yang sama telah membeli dan mengkonsumsi cuka apel selama 1 tahun. Kemudian sebanyak 2 orang atau 10% dari jumlah total responden telah membeli dan mengkonsumsi cuka apel selama 2 tahun.

### c. Latar Belakang Pembelian Cuka Apel

Latar belakang pembelian cuka apel merupakan alasan konsumen lebih memilih untuk membeli produk cuka apel. Alasan karakteristik dan kualitas dari cuka apel itu sendiri, harga cuka apel, manfaat cuka apel dan gaya hidup dari konsumen cuka apel. Karakteristik cuka apel yang sering dilihat oleh konsumen adalah dari sisi manfaat, karena konsumen mengenal cuka apel karena manfaat yang diberikan.

Pengertian kualitas cuka apel merupakan mutu atau tingkat baik atau buruk produk tersebut. Seorang konsumen memiliki gaya hidup yang berbeda, tidak terkecuali konsumen cuka apel dalam perilaku pembelian produk cuka apel. Berikut merupakan tabel distribusi responden mengenai latar belakang konsumen di apotek Sehat dalam membeli cuka apel:

Tabel 5. Latar Belakang Pembelian Cuka Apel Oleh Konsumen Apotek Sehat Kota Batu Tahun 2016.

No	Latar belakang Pembelian Cuka Apel	Jumlah Responden Konsumen Cuka Apel	Persentase (%)
1	Manfaat/sebagai obat	16	80
2	Rutinitas/kebiasaan	4	20
	Total	20	100

Sumber: Data Primer, 2016

Berdasarkan pada tabel dapat diketahui bahwa latar belakang atau alasan konsumen membeli produk cuka apel yang paling tinggi adalah karena cuka apel memiliki manfaat yang baik yaitu sebanyak 16 orang atau 80% dari total responden. Cuka apel memiliki banyak manfaat bagi kesehatan tubuh seperti mencegah diabetes dan sebagai obat anti kanker sehingga cuka apel sendiri sering disebut sebagai obat, tetapi tidak banyak yang mengetahui khasiatnya dan hanya membandingkan dengan cuka biasa yang digunakan sebagai tambahan makanan.

### 3. Karakteristik Sosial Ekonomi Konsumen Cuka Apel

#### a. Karakteristik Konsumen Menurut Jenis Kelamin

Jenis kelamin merupakan hal yang penting untuk diketahui dalam konsep perilaku konsumen karena jenis kelamin memiliki pengaruh yang besar. Seorang laki-laki pasti memiliki pengaruh yang berbeda dengan perempuan, demikian pula dalam kebutuhan konsumsi cuka apel. Berikut ini merupakan tabel distribusi responden berdasarkan jenis kelamin :

Tabel 6. Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Pada Konsumen Apotek Sehat Kota Batu Tahun 2016.

No	Jenis Kelamin	Jumlah Responden Konsumen Cuka Apel	Persentase (%)
1	Laki-Laki	9	45
2	Perempuan	11	55
	Total	20	100

Sumber: Data Primer, 2015

Pada tabel diatas dari keseluruhan responden yang berjumlah 20 orang tersebut merupakan responden konsumen cuka apel di Rumah Tangga Perkotaan khususnya di kota Batu. Dari data yang telah diperoleh menunjukkan bahwa warga kota Batu yang membeli dan mengkonsumsi cuka apel lebih banyak

perempuan dengan jumlah 55% atau sebanyak 11 orang. Sisanya 45% responden atau sebanyak 9 orang beranggokakan laki-laki.

#### b. Karakteristik Konsumen Menurut Tingkat Usia

Pada umumnya pada konsumen yang masih berusia muda kurang sadar akan pentingnya konsumsi cuka apel karena tubuh mereka masih kuat dan jarang terkena penyakit, sedangkan pada usia yang dewasa hingga semakin tua lebih sadar akan kesehatan asupan nutrisi dan mineral yang penting untuk dikonsumsi. Berikut ini merupakan distribusi responden berdasarkan kelompok usia yang dimiliki:

Tabel 7. Jumlah Responden Berdasarkan Usia Pada Konsumen Apotek Sehat Kota Batu Tahun 2016.

No	Usia	Jumlah Responden Konsumen Cuka Apel	Persentase (%)
1	20 - 47 Tahun	17	85
2	48 - 71 Tahun	3	15
Total		20	100

Sumber: Data Primer, 2016

Data pada tabel diatas menunjukkan bahwa pada usia 20 hingga 47 tahun terdapat 17 orang atau 85% dari keseluruhan responden yang berjumlah 20 yang membeli atau mengkonsumsi cuka apel. Pada usia 48 hingga 71 tahun terdapat 3 orang atau 15% dari keseluruhan responden. Responden konsumen cuka apel yang paling banyak berada pada rentang usia 20 – 47 tahun dengan persentase 85%. Usia seseorang akan berpengaruh pada motivasi dan minat seseorang dalam mengkonsumsi sesuatu. Di usia rendah pada umumnya konsumen yang membeli cuka apel di apotek Sehat gemar mengkonsumsi cuka apel sebagai campuran bahan masakan dan minuman karena berbagai faktor kesehatan yang harus dijaga serta pemenuhan kebutuhan asupan nutrisi dan mineral dan gaya hidup yang sedang dijalani. Sehingga minat beli dan konsumsi di usia rendah lebih besar daripada yang memiliki usia tinggi

#### c. Karakteristik Konsumen Menurut Tingkat Pendidikan

Pendidikan akan memengaruhi nilai-nilai yang dianut dalam suatu adat, etika, cara berfikir, cara pandang, bahkan persepsi pada suatu masalah yang akan datang. Semakin tinggi pendidikan yang dijalani maka semakin tinggi pula pola pemikiran yang dimiliki oleh seseorang. Konsumen yang memiliki pendidikan yang tinggi akan lebih responsif terhadap informasi yang disampaikan. Berikut ini merupakan tabel distribusi responden berdasarkan tingkat pendidikan:

Tabel 8. Jumlah Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Pada Konsumen Apotek Sehat Kota Batu Tahun 2016.

No	Pendidikan	Jumlah Responden Konsumen Cuka Apel	Persentase (%)
1	SMP	0	0
2	SMA	6	30
3	Diploma	3	15
4	Sarjana	9	45
5	Pasca Sarjana	2	10
Total		20	100

Sumber: Data Primer, 2016

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa konsumen cuka apel banyak yang telah menempuh pendidikan hingga tingkat Sarjana sebanyak 9 orang atau 45% dari keseluruhan responden. Responden yang memiliki pendidikan SMA sebanyak 6 orang atau 30% dari total responden. Selanjutnya sebanyak 3 orang atau 15% dari total keseluruhan responden memiliki pendidikan Diploma (D1-D3). Terakhir 2 orang atau 10% dari total responden memiliki pendidikan tertinggi yaitu Pasca Sarjana. Cuka apel merupakan produk yang memiliki harga yang tidak murah jika dibandingkan dengan cuka biasa, akan tetapi memiliki kualitas bagus. Konsumen cenderung tertarik terhadap kualitas yang ditawarkan.

#### d. Karakteristik Konsumen Menurut Tingkat Pendapatan Keluarga

Pendapatan merupakan imbalan yang diterima oleh seseorang konsumen atau *partner* kerja dari pekerjaan yang dilakukannya ditujukan untuk mencari nafkah. Pendapatan pada umumnya diterima dalam bentuk uang dan merupakan sumber daya material yang penting bagi konsumen. Jumlah pendapatan

menggambarkan besarnya daya beli seseorang. Sedangkan besar kecilnya daya beli akan menggambarkan banyaknya produk dan jasa yang bisa dikonsumsi atau dibeli oleh konsumen bersama semua anggota keluarganya. Berikut merupakan distribusi responden konsumen cuka apel berdasarkan pendapatan tiap periode tertentu:

Tabel 9. Jumlah Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan Konsumen Apotek Sehat Kota Batu Tahun 2016.

No	Pendapatan (Rp)	Jumlah Responden Konsumen Cuka		Persentase (%)
		Apel		
1	< 1.000.000	7		35
2	1.100.000 - 3.000.000	2		10
3	3.100.000 – 6.000.000	2		10
4	6.100.000 – 10.000.000	1		5
5	> 10.000.000	8		40
Total		20		100

Sumber: Data Primer, 2016

Pada tabel diatas menunjukkan bahwa jumlah responden dengan pendapatan lebih dari Rp 10.000.000 memiliki jumlah responden 8 orang atau 40% dari total responden, kemudian responden dengan pendapatan kurang dari atau hingga Rp 1.000.000 sebanyak 7 orang atau 35% dari total responden. Berikutnya responden dengan pendapatan sekitar Rp 1.100.000 hingga Rp 3.000.000 serta Rp 3.100.000 hingga Rp 6.000.000 masing – masing sebanyak 2 orang atau 10% dari total responden. Terakhir responden dengan pendapatan antara Rp 6.100.000 hingga Rp 10.000.000 sebanyak 1 orang atau 5% dari total responden. Dalam hal harga, cuka apel yang dirasa oleh beberapa orang terlalu mahal, tetapi pada faktanya beberapa orang lainnya mengatakan bahwa harga cuka apel sepadan dengan kualitas dan manfaat dari cuka apel dan masih cukup terjangkau.

#### e. Karakteristik Konsumen Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Jenis pekerjaan yang dimiliki seseorang merupakan gambaran dari kondisi lingkungan kerja serta kebutuhannya akan suatu produk. Pekerjaan seseorang dapat memengaruhi keputusan pembelian terhadap barang atau jasa. Oleh karena itu jenis pekerjaan responden penting untuk diketahui karena berpengaruh terhadap perilaku konsumen atas suatu produk. Data distribusi jenis pekerjaan responden dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 10. Jumlah Responden Berdasarkan Pekerjaan Pada Konsumen Apotek Sehat Kota Batu Tahun 2016.

No	Pendidikan	Jumlah Responden Konsumen Cuka Apel	Persentase (%)
1	Ibu Rumah Tangga	8	40
2	Pegawai Negeri Sipil	1	5
3	Pegawai Swasta	4	20
4	Wiraswasta	7	35
Total		20	100

Sumber: Data Primer, 2016

Berdasarkan data di atas didapatkan hasil bahwa responden ibu rumah tangga yang paling banyak membeli beras berlabel yaitu sebanyak 8 orang atau 40% dari total responden. Responden terbanyak berikutnya dengan pekerjaan wiraswasta sebanyak 7 orang atau 35% dari total responden. Responden dengan pekerjaan sebagai pegawai swasta sebanyak 4 orang atau 20% dari total responden dan pekerjaan sebagai pegawai negeri sipil sebanyak 1 orang atau 5% dari total responden. Hal ini menunjukkan ibu rumah tangga yang lebih sering membeli atau menggunakan produk cuka apel, baik untuk konsumsi pribadi maupun konsumsi keluarga.

## IV. KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang dilakukan untuk menjawab masalah dalam penelitian ini maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Hasil analisis deskriptif perilaku konsumen cuka apel menganggap konsumsi cuka apel penting karena sebagai kebutuhan kesehatan. Konsumen mendapatkan informasi mengenai cuka apel dari keluarga. Konsumen membeli cuka satu kali setiap bulannya baik untuk konsumsi sendiri maupun konsumsi keluarga. Responden telah mengkonsumsi cuka apel selama lebih dari 1 hingga 6 bulan dan digunakan sebagai obat kesehatan.
2. Karakteristik konsumen cuka apel sebagian besar perempuan, dengan tingkat usia antara 20 hingga 47 tahun dimana pada rentang usia tersebut termasuk usia muda dan memiliki kebutuhan akan kesehatan. Konsumen cuka apel memiliki pendidikan tinggi yaitu sarjana dimana pendidikan tinggi juga lebih memiliki pengetahuan luas dan lebih mudah untuk mencari informasi. Konsumen cuka apel memiliki pendapatan Rp 10.000.000,00 atau lebih per bulannya. Konsumen cuka apel perempuan merupakan ibu rumah tangga yang memiliki kegiatan mengurus urusan rumah seperti memasak.

#### **Saran**

Beberapa saran yang dapat diberikan berdasarkan hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Produsen atau penjual sebaiknya dapat melihat dan memahami berbagai bentuk perilaku konsumen sehingga dapat melakukan perencanaan pemasaran yang sesuai dengan segmentasi pasar.
2. Produsen cuka apel sebaiknya harus lebih giat dalam kegiatan promosi produk cuka apel.
3. Melakukan evaluasi pengamatan bagi konsumen untuk mengetahui perilaku dan keinginan konsumen cuka apel.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

Badan Pusat Statistik. 2006. *Statistik Indonesia*. Jakarta: BPS

