

RINGKASAN

Romadhoni Hidayatulloh. 0910440192. Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Produk Saus di Sidoarjo. Di bawah bimbingan Prof. Dr. Ir. Budi Setiawan, MS selaku pembimbing utama dan Fahriyah, SP. MSi selaku pembimbing pendamping.

Berkembangnya produk makanan olahan, menyebabkan berkembang pula akan permintaan bahan tambahan makanan pendamping seperti kecap, cuka, sambal, maupun saus. Hal ini menyebabkan permintaan akan bahan tambahan makanan semakin naik tidak terkecuali dengan produk tambahan makanan yaitu saus. Menurut Salsabila (2011) saus merupakan cairan yang biasanya dikentalkan dengan salah satu bahan pengental, sehingga menjadi setengah cair (*semi liquid*), dan disajikan bersama makanan dengan maksud untuk mempertinggi kualitas makanan tersebut. Jadi bisa dikatakan saus merupakan bahan makanan pendamping guna menunjang makanan utama.

Saus yang diproduksi di masyarakat terkadang merupakan produk saus yang kurang memperhatikan efek kesehatan. Produsen saus lokal mulai berpacu untuk menawarkan harga yang relatif murah sehingga mengurangi kualitas dari produk saus itu sendiri. Produk saus seperti ini ternyata memiliki segmentasi pasar tersendiri di masyarakat khususnya para konsumen. Melihat kondisi di lapang dimana produk saus yang seperti ini dalam penjualan ternyata mengalami *kontinyuitas* atau keberlanjutan dengan artian meskipun produk ini memiliki efek samping yang negatif dan kurang memperhatikan kesehatan, produk saus ini tetap dibeli oleh konsumen. Setiap perusahaan saus berusaha meningkatkan pangsa pasarnya dengan cara mengetahui dan berusaha memenuhi kebutuhan konsumen dengan menawarkan sausnya melalui berbagai atribut produk yang melekat pada saus. Atribut produk yang melekat pada suatu produk khususnya produk saus, dapat memberikan sikap dan persepsi yang berbeda pada konsumen sesuai kebutuhan dan keinginannya. Konsumen yang percaya terhadap atribut suatu produk saus akan memberikan penilaian tersendiri dalam pengambilan keputusan pembelian produk saus sesuai kebutuhan dan keinginannya. Tujuan dari penelitian ini adalah (1) menganalisis sikap konsumen terhadap atribut atribut yang terdapat pada produk saus dan (2) menganalisis preferensi konsumen terhadap produk saus.

Lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (*purposive*) di Kabupaten Sidoarjo. Pemilihan lokasi karena berdasarkan survei pendahuluan di Kabupaten Sidoarjo sebagian besar pada kios pasar banyak menjual produk saus lokal. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer, dan data sekunder. Teknik yang digunakan untuk menentukan sampel responden adalah *accidental sampling*. Dengan menggunakan rumus Malhotra, didapatkan jumlah responden sebanyak 50 orang responden. Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif, Uji Cochran Q dan model sikap Multiatribut Fishbein.

Dari 10 atribut yang ditawarkan kepada responden dan di uji dengan Uji Cochran Q, terdapat 4 atribut yang dipertimbangkan. 4 atribut produk saus yang dipertimbangkan yaitu atribut harga, kebersihan produk, ketersediaan produk, dan citra merk karena atribut ini memiliki skor rata-rata yang paling tinggi dibandingkan dengan skor atribut yang lainnya. Hal ini dilihat dari hasil Uji Cochran Q bahwa nilai Q_{hit} adalah 1 dan Q_{tab} adalah 9,48. Sehingga nilai



$Q_{hit} < Q_{tab}$ yaitu $1 < 9,48$. Sikap konsumen terhadap atribut saus yang dipertimbangkan merupakan atribut yang dipertimbangkan dalam melakukan pembelian terhadap produk saus. Preferensi konsumen terhadap produk saus diperoleh melalui analisis multiatribut Fishbein. Hasil dari analisis multiatribut Fishbein diperoleh nilai yaitu 66,5856 yaitu masuk skala penilaian baik. Hal ini menunjukan bahwa produk saus lokal melalui atribut-atribut yang dimiliki diterima di konsumen.

Saran yang bisa dijadikan sebagai bahan rujukan meliputi (1)untuk menurunkan konsumsi masyarakat terhadap produk saus yang kurang sehat sesuai standart makanan, maka perlu dikembangkan produk saus yang sesuai standart kesehatan dengan menerapkan strategi harga yang mampu bersaing secara kompetitif dengan produk saus yang kurang sehat. (2)Selain strategi harga, strategi yang lain yang perlu dikembangkan adalah melalui peningkatan citra merk dengan strateginya melaui promosi. (3)Bagi penelitian selanjutnya disarankan agar membahas lebih rinci dan spesifik tentang kualitas produk saus dan juga pengetahuan konsumen terhadap kesehatan

Kata kunci : saus, atribut produk, sikap konsumen, preferensi konsumen,



SUMMARY

Romadhoni Hidayatulloh. 0910440192. Consumer Preferences Analysis Of Sauce Product in Sidoarjo. Under guidance of Prof. Dr. Ir. Budi Setiawan MS as main supervisor and Fahriyah, SP. MSi as companion supervisor.

Development of processed food products, will also lead to growing demand for complementary food additives such as soy sauce, vinegar, chili sauce, and Sauce. This leads to the demand for more food additives ride is no exception with added food products like sauce. According Salsabila (2011) sauce is a liquid which is usually thickened with a thickening agent, so that it becomes semi-liquid (*semi-liquid*), and serviced with food in order to enhance the quality of the food. So, sauce is an ingredient complementary foods to support the main meal.

Sauce that produced sometimes have less attention toward health effects. Local sauce products began to race to offer a relatively cheap price, thereby reducing the quality of the sauces product itself. Sauce products like this turned out to have its own market segmentation in the community, especially the consumer. Seeing the conditions in which sauces products like this in turns sales face with a sense of continuity or sustainability even though these products have negative side effects and lack of attention to health, this sauce products remains purchased by consumers. Every sauce company must have tried to increase its market share by knowing and trying to meet the needs of consumers by offering the sauce through a variety of product attributes attached to the sauce. Product attributes which attached to a particular product sauce products, can provide a different attitude and perception on consumer needs and their desire. Consumers who believe in the attributes of a product will give its own purchasing decisions assessment in a sauce product according to the needs and desires. The purpose of this study was (1) to analyze consumer attitudes toward the attributes contained in the sauce product attributes and (2) to analyze consumer preferences towards sauce product.

Location on the study was intentionally done (*purposive*) in Sidoarjo. Site selection based on preliminary surveys in Sidoarjo where most sellers sauce in many market stalls selling local sauce products. Types of data used in this study consisted of primary data and secondary data. The technique used to determine the sample of respondents was accidental sampling. By using the formula Malhotra, found the number of respondents, that is 50 respondents This research used descriptive analysis, Cochran Q test and Multiatribut Fishbein Attitude Model.

At least of 10 attributes that offered to the respondent and tested with the Cochran Q test, there are four attributes considered. That 4 product attributes are the attributes considered sauce price, hygenity of products, availability of products, and brand image because this attribute has an average score that highest score compared to the other attributes. It is seen from the results of the Cochran Q test that the value Q_{hit} is 1 dan Q_{tab} is 9,48. So the value $Q_{hit} < Q_{tab}$ is 1 < 9,48. Attitudes of consumers towards the sauce attributes considered an attribute considered in the purchase of the sauce product. Consumer preferences for products obtained through analysis sauce multiatribut Fishbein. Results of the analysis of the values obtained multiatribut Fishbein 66.5856 entered grading



scale is good. This shows that the local sauce products through owned attributes received in the consumer.

Suggestions that can be used as reference material among others (1) to reduce domestic consumption of unhealthy sauces products according to standard food, it is necessary to develop products according to sauce medical standard by applying a pricing strategy that is able to compete competitively with sauce products that are less healthy. (2) In addition to pricing strategies, other strategies need to be developed is through with its strategy to increase brand image through promotion. (3) To discuss future research suggested that more detailed and specific about the product quality sauce and consumer knowledge to health

Keywords: sauces, product attributes, consumer attitudes, consumer preferences,



KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga mahasiswa dapat mengerjakan skripsi yang berjudul **“ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP PRODUK SAUS DI SIDOARJO”** ini dapat terselesaikan dengan baik. Adapun tujuan pembuatan skripsi ini yaitu sebagai salah satu syarat untuk dapat memperoleh gelar Sarjana Pertanian Fakultas Pertanian Universitas Brawijaya Malang. Penyelesaian skripsi ini dapat terwujud tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Untuk itu mahasiswa ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir Budi Setiawan, MS selaku dosen pembimbing utama atas bimbingan, arahan, waktu dan motivasi yang diberikan kepada mahasiswa dalam penyelesaian skripsi ini.
2. Ibu Fahriyah, SP. MSi selaku dosen pembimbing pendamping atas bimbingan, arahan, waktu dan motivasi yang diberikan kepada mahasiswa dalam penyelesaian skripsi ini.
3. Bapak Dr. Ir. Syafrial, MS dan ibu Dr. Suhartini, MP selaku dosen penguji yang telah memberikan arahan dan bimbingan yang diberikan kepada mahasiswa dalam penyelesaian skripsi ini
4. Seluruh dosen Fakultas Pertanian Universitas Brawijaya atas ilmu yang diberikan selama pembuatan skripsi.
5. Kawan-kawan agribisnis angkatan 2008 atas bimbingan dan pengalaman yang diberikan kepada adik kelasnya angkatan 2009 mengenai gambaran pembuatan skripsi.
6. Teman-teman angkatan 2009 khususnya WARRIOR atas pengalaman yang diberikan selama kuliah sampai pembuatan skripsi.
7. Serta dukungan semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.



Menyadari adanya keterbatasan pengetahuan, referensi, dan pengalaman, maka penulis sangat mengharapkan saran dan masukan yang membangun demi perbaikan skripsi ini. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Malang, Agustus 2013

Romadhoni H.
NIM 0910440192

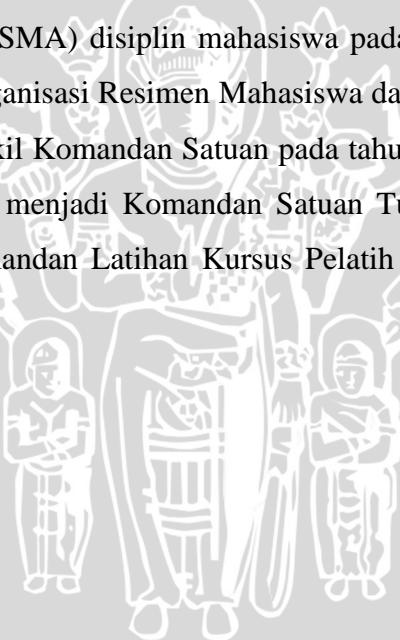
UNIVERSITAS BRAWIJAYA



RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan di Sidoarjo pada tanggal 26 Maret 1991 sebagai putra pertama dari tiga bersaudara dari pasangan Bapak Listiyono dan Ibu Umi Daroini. Penulis memulai penempuhan pendidikan pada SDN Larangan Kecamatan Candi Kabupaten Sidoarjo dan lulus pada tahun 2004, kemudian melanjutkan ke SMPN 2 Sidoarjo dan lulus pada tahun 2006. Setelah itu melanjutkan ke SMA Antartika Sidoarjo dan lulus pada tahun 2009. Penulis menjadi mahasiswa Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Brawijaya pada tahun 2009 melalui jalur PSB.

Selama menjadi mahasiswa, penulis pernah menjadi panitia dalam kegiatan yang diadakan oleh panitia PK2MABA Fakultas Pertanian pada tahun 2011 yaitu menjadi sie (DISMA) disiplin mahasiswa pada acara POSTER 2011. Penulis juga aktif dalam organisasi Resimen Mahasiswa dan jabatan terakhir yang dipegang yaitu sebagai Wakil Komandan Satuan pada tahun 2013. Kegiatan yang pernah dikuti yaitu pernah menjadi Komandan Satuan Tugas Raid Brevert dan KTA tahun 2011 dan Komandan Latihan Kursus Pelatih Nasional XXVI tahun 2013.



DAFTAR ISI

| | Halaman |
|--|---------|
| RINGKASAN | i |
| SUMMARY | iii |
| KATA PENGANTAR..... | v |
| RIWAYAT HIDUP | vii |
| DAFTAR ISI..... | viii |
| DAFTAR GAMBAR..... | x |
| DAFTAR TABEL | xi |
| DAFTAR LAMPIRAN | xii |
| | |
| I. PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Perumusan Masalah | 4 |
| 1.3 Tujuan Penelitian | 6 |
| 1.4 Kegunaan Penelitian | 6 |
| | |
| II. TINJAUAN PUSTAKA | 8 |
| 2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu | 8 |
| 2.2 Tinjauan Teoritis Saus | 11 |
| 2.3 Tinjauan Teoritis Produk | 13 |
| 2.4 Tinjauan Teoritis konsumen..... | 14 |
| 2.5 Tinjauan Teoritis Perilaku konsumen | 15 |
| 2.6 Tinjauan Teoritis Sikap Konsumen..... | 18 |
| 2.7 Tinjauan Teoritis Preferensi Konsumen | 19 |
| | |
| III. KONSEP KERANGKA PEMIKIRAN | 22 |
| 3.1 Kerangka Pemikiran | 22 |
| 3.2 Hipotesis..... | 25 |
| 3.3 Pembatasan Masalah | 25 |
| 3.4 Definisi Operasional Dan Pengukuran Variabel | 25 |
| | |
| IV. METODE PENELITIAN..... | 27 |
| 4.1 Lokasi dan Waktu Penelitian | 27 |
| 4.2 Metode Penentuan Responden | 27 |
| 4.3 Metode Pengumpulan Data | 28 |
| 4.4 Metode Analisis Data..... | 28 |
| 4.4.1 Analisis Deskriptif | 28 |
| 4.4.2 Analisis kuantitatif | 28 |
| | |
| V. PEMBAHASAN | 35 |
| 5.1 Karakteristik Umum Responden | 35 |
| 5.2 Uji Atribut Produk Saus | 39 |
| 5.3 Analisis Preferensi Konsumen | 42 |
| | |
| VI. KESIMPULAN DAN SARAN..... | 51 |
| 6.1 Kesimpulan | 51 |
| 6.2 Saran..... | 51 |



DAFTAR PUSTAKA

53

LAMPIRAN



Nomor

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Teks

1. Skema Kerangka Pemikiran 24



DAFTAR TABEL

| Nomor | Teks | Halaman |
|-------|--|---------|
| 1. | Syarat Mutu Saus Tomat | 12 |
| 2. | Instrumen Penelitian..... | 30 |
| 3. | Kategori Tingkat Kepentingan Konsumen Terhadap Atribut Produk Saus | 32 |
| 4. | Kategori Tingkat Kepercayaan Konsumen Terhadap Atribut Produk Saus | 33 |
| 5. | Kategori Sikap Konsumen Terhadap Atribut Produk saus | 33 |
| 6. | Karakteristik Responden Berdasarkan Usia | 35 |
| 7. | Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... | 36 |
| 8. | Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan..... | 37 |
| 9. | Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan..... | 38 |
| 10. | Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Per Bulan... | 39 |
| 11. | Uji Atribut Cochran..... | 40 |
| 12. | Tingkat Kepentingan dan Kategori Tingkat Kepentingan Atribut Produk..... | 44 |
| 13. | Tingkat Kepercayaan dan Kategori Tingkat Kepercayaan Atribut Produk..... | 45 |
| 14. | Analisis Sikap Konsumen Produk Saus | 46 |
| 15. | Tabulasi Nilai Atribut Uji Cochran Q | 58 |
| 16. | Tabulasi Nilai Analisis Kepentingan Atribut | 64 |
| 17. | Tabulasi Nilai Analisis Kepercayaan Atribut..... | 65 |



DAFTAR LAMPIRAN

Nomor

Teks

Halaman

| | | |
|----|---|----|
| 1. | Kuisisioner | 55 |
| 2. | Tabulasi Nilai Uji Cochran Q..... | 58 |
| 3. | Perhitungan Uji Cochran Q | 61 |
| 4. | Tabulasi Analisis Preferensi Konsumen | 64 |
| 5. | Dokumentasi Produk Saus | 68 |

