

**ANALISIS PERILAKU DAN PREFERENSI KONSUMEN
KENTANG DI KOTA SEMARANG**

SKRIPSI

Oleh:

KANSHA FATHIYA



**PROGRAM STUDI S1 AGRIBISNIS
FAKULTAS PETERNAKAN DAN PERTANIAN
UNIVERSITAS DIPONEGORO
S E M A R A N G
2024**

ANALISIS PERILAKU DAN PREFERENSI KONSUMEN
KENTANG DI KOTA SEMARANG

Oleh:

KANSHA FATHIYA
NIM: 2302031910109

Salah satu syarat untuk memperoleh
gelar Sarjana Pertanian pada Program Studi S1 Agribisnis
Fakultas Peternakan dan Pertanian Universitas Diponegoro

PROGRAM STUDI S1 AGRIBISNIS
FAKULTAS PETERNAKAN DAN PERTANIAN
UNIVERSITAS DIPONEGORO
S E M A R A N G
2024

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Kansha Fathiya
NIM : 23020319130109
Program Studi : S1 Agribisnis

Dengan ini menyatakan sebagai berikut:

1. Skripsi yang berjudul **Analisis Perilaku dan Preferensi Konsumen Kentang di Kota Semarang** dan penelitian yang terkait dengan skripsi ini adalah hasil kerja saya sendiri.
2. Setiap ide atau kutipan dari orang lain berupa publikasi atau bentuk lainnya dalam skripsi ini telah diakui sesuai dengan standar disiplin ilmu.
3. Penulis juga mengakui bahwa skripsi ini dapat dihasilkan berkat bimbingan dan dukungan penuh dari pembimbing yaitu: **Wahyu Dyah Prastiwi, S.Pt., M.M., M.Sc.** dan **Prof. Dr. Ir. Titik Ekowati, M.Sc.**

Apabila di kemudian hari dalam skripsi ini ditemukan hal-hal yang menunjukkan telah dilakukannya kecurangan akademik maka penulis bersedia gelar sarjana yang telah penulis dapatkan ditarik sesuai dengan ketentuan dari Program Studi S1 Agribisnis, Fakultas Peternakan dan Pertanian, Universitas Diponegoro.

Semarang, Maret 2024

Penulis,



Kansha Fathiya

Mengetahui

Pembimbing Utama

Wahyu Dyah Prastiwi, S.Pt., M.M., M.Sc.

Pembimbing Anggota

Prof. Dr. Ir. Titik Ekowati, M.Sc.

Judul Skripsi : ANALISIS PERILAKU DAN PREFERENSI
KONSUMEN KENTANG DI KOTA
SEMARANG

Nama Mahasiswa : KANSHA FATHIYA

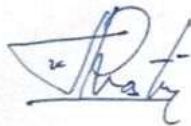
NIM : 23020319130109

Program Studi/Departemen : S1 AGRIBISNIS/PERTANIAN

Fakultas : PETERNAKAN DAN PERTANIAN

Telah disidangkan di hadapan Tim Penguji
dan dinyatakan lulus pada tanggal **21 MAY 2024**

Pembimbing Utama



Wahyu Dyah Prastiwi, S.Pt., M.M., M.Sc.

Pembimbing Anggota



Prof. Dr. Ir. Titik Ekowati, M.Sc.

Ketua program Studi



Ir. Kustopo Budiraharjo, M. P.

Ketua Panitia Ujian Akhir Program



Migie Handayani, S.Pt., M.Si



Prof. Sugiharto, S.Pt., M.Sc., Ph.D.

Ketua Departemen pertanian



Dr. Ir. Heni Rizqiati, S.Pt., M.Si.

ANALISIS PERILAKU DAN PREFERENSI KONSUMEN KENTANG DI KOTA SEMARANG

Kansha Fathiya
Fakultas Peternakan dan Pertanian Universitas Diponegoro

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji perilaku konsumen dan menganalisis preferensi konsumen dalam pembelian kentang segar dan kentang beku. Penelitian dilaksanakan pada tanggal 8 Agustus – 9 September 2023. Lokasi penelitian adalah Kota Semarang yang dipilih secara *purposive*. Metode penelitian yang digunakan adalah survei. Kriteria responden merupakan orang dewasa (usia minimal 21 tahun), tinggal di Semarang, mengkonsumsi kentang segar dan atau kentang beku dalam sebulan terakhir. Metode penentuan sampel menggunakan *purposive sampling* sejumlah 100 responden. Data primer diperoleh secara *online* dengan menyebarkan kuesioner berupa *google form* yang disebarkan melalui media sosial. Data sekunder diperoleh dari jurnal, buku, internet, serta karya tulis lain yang terkait dengan penelitian. Metode analisis data menggunakan analisis deskriptif dan analisis Konjoin. Hasil penelitian menunjukkan perilaku konsumen berupa konsumsi kentang sekali seminggu, jenis kentang biasa, kentang segar, mengolah kentang dengan cara digoreng, membeli kentang di kios sayur/warung, mengkonsumsi kentang dengan alasan kesukaan/kebiasaan, pengeluaran untuk konsumsi kentang yaitu $\leq$ Rp 25.000/bulan, mengkonsumsi $\leq$ 2 kg kentang/minggu per rumah tangga, memperoleh informasi gizi kentang dari media sosial, kurang memahami gizi kentang pada nilai ≤ 50 . Preferensi konsumen kentang menunjukkan kentang segar yang paling disukai memiliki ukuran besar, kulit licin dan mulus, dan jumlah mata ≤ 5 . Urutan atribut terpenting yaitu jumlah mata, ukuran umbi, dan permukaan kulit. Preferensi kentang beku yang paling disukai adalah berbentuk *straight*, harga Rp 39.000 – Rp 58.000, rasa *batter coated*, kemasan 801-1000 gr, dan bermerek dengan urutan kepentingan atribut bentuk, harga, merek, kemasan, dan rasa. Kentang segar memiliki bentuk yang bulat lonjong dan setiap umbinya berbeda-beda. Kentang beku berbentuk kentang yang sudah dikupas dipotong sedemikian rupa menjadi potongan-potongan lonjong.. Harga kentang segar lebih murah dibanding kentang beku. Kemasan kentang segar pada umumnya dikemas dalam sebuah plastik. Kemasan kentang beku sudah pasti ukurannya terdapat di kisaran 450 gr – 1000 gr. Kentang segar dapat diperoleh di tukang sayur, kios sayur, sampai pasar swalayan. Kentang beku dapat diperoleh melalui pasar swalayan atau toko frozen food.

Kata kunci: harga, jumlah mata, kentang. Konjoin, ukuran

ANALYSIS OF CONSUMER BEHAVIOR AND PREFERENCES OF POTATO CONSUMERS IN SEMARANG CITY

ABSTRACT

This research aimed to examine consumer behavior and analyze consumer preferences in purchasing fresh and frozen potatoes. The research was conducted in 8 August – 9 September 2023. The research location are Semarang City which was chosen purposively. The research method used survey with a quantitative type of research. The criteria for respondents were adults (minimum age 21 years), living in Semarang, who had consumed at least fresh potatoes and/or frozen potatoes in the last month. The sampling method was purposive sampling of 100 respondents. Primary data was obtained by distributing questionnaires in the form of a Google form which was distributed via social media. Secondary data was obtained from journals, books, the internet, and other written works related to research. The data analysis method used descriptive analysis and Conjoint analysis. The results showed consumer behavior in the form of consuming potatoes once a week, regular types of potatoes, fresh potatoes, processing potatoes by frying them, buying potatoes at vegetable stalls, consuming potatoes for reasons of preference/habit, respondents's spending on potato consumption is $\leq$ IDR 25,000/ month per household, consume ≤ 2 kg of potatoes/week, obtain potato nutritional information from social media, lack of understanding of potato nutrition at a value of ≤ 50 . Potato consumer preferences showed that the fresh potatoes most liked by consumers are large in size, smooth skin, and have ≤ 5 lateral buds. The most preferred preference for frozen potatoes is straight cut, priced at IDR 39,000 – IDR 58,000, batter coated flavour, 801-1000 gr packaging, and branded. Fresh potatoes have a round, oval shape and each tuber is different. Frozen potatoes in the form of peeled potatoes are cut into short pieces. The price of fresh potatoes is cheaper than frozen potatoes. Fresh potato packaging is generally packaged in plastic. The size of frozen potato packaging is definitely in the range of 450 gr – 1000 gr. Fresh potatoes can be found at greengrocers, vegetable stalls and supermarkets. Frozen potatoes can be obtained from supermarkets or frozen food stores.

Keywords: Conjoint, number of lateral bud, price, potato, size.

KATA PENGANTAR

Kentang merupakan umbi-umbian yang mengalami peningkatan konsumsi di Indonesia. Meningkatnya konsumsi kentang menuntut produsen untuk dapat memenuhi kebutuhan konsumen, sehingga terdapat berbagai macam perilaku dan preferensi konsumen dalam mengkonsumsi kentang. Kajian perilaku konsumen dan analisis preferensi konsumen dalam mengkonsumsi kentang dan kentang beku diperlukan sebagai bahan evaluasi produsen dalam menerapkan strategi pemasaran dan memuaskan konsumen dalam pembelian.

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat, taufik dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan usulan penelitian berjudul “Analisis Perilaku dan Preferensi Konsumen Kentang di Kota Semarang” dengan baik. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Wahyu Dyah Prastiwi, S.Pt., M.M., M.Sc selaku Dosen Pembimbing Utama yang telah senantiasa sabar dalam memberikan bimbingan, saran, dan arahan selama penulisan skripsi
2. Prof. Dr. Ir. Titik Ekowati, M.Sc Dosen Pembimbing Anggota yang telah memberikan bimbingan dan masukan dalam penyusunan skripsi ini
3. Prof. Sugiharto, S.Pt., M.Sc., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Peternakan dan Pertanian Universitas Diponegoro Semarang yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian.
4. Dr. Ir. Heni Rizqiati, S.Pt., M.Si. selaku Ketua Departmen Pertanian.

5. Ir. Kustopo Budiraharjo, M.P. selaku Ketua Program Studi Agribisnis
6. Suryani Nurfadillah S.E., M.Si selaku Koordinator Laboratorium Manajemen Agribisnis
7. Dr. Ir. Edy Prasetyo, M.S. selaku dosen wali yang telah berkenan meluangkan waktu dalam memberikan arahan mengenai penelitian.
8. Seluruh Dosen dan Staf Administrasi Program Studi Agribisnis dan Fakultas Peternakan dan Pertanian Universitas Diponegoro yang telah banyak membantu terkait proses belajar mengajar sekaligus pengurusan administrasi.
9. Bapak Sony Haripurbono dan Ibu Arsita Novirisanti selaku orang tua yang selalu memberikan dukungan dan doanya.
10. Seluruh teman – teman Mahasiswa Agribisnis Universitas Diponegoro Angkatan 2019 yang telah memberikan semangat dan motivasinya dalam menyelesaikan penulisan laporan ini.

Penulis menyadari bahwa di dalam usulan penelitian ini masih terdapat banyak kekurangan. Oleh sebab itu, penulis mengharapkan adanya kritik dan saran dari pembaca yang membangun untuk penyempurnaan laporan ini kedepannya. Demikian kata pengantar dari penulis, semoga usulan penelitian ini dapat mudah dipahami oleh siapapun yang membacanya dan semoga pembaca dapat mengambil manfaatnya.

Semarang, Maret 2024

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR ILUSTRASI	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Tujuan Penelitian.....	5
1.3. Manfaat Penelitian.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1. Kentang	7
2.2. Perilaku Konsumen	8
2.3. Preferensi Konsumen	9
2.4. Komparasi	9
2.5. Atribut Produk.....	10
2.6. Penelitian terdahulu.....	12
BAB III METODE PENELITIAN.....	14
3.1. Kerangka Pemikiran.....	14
3.2. Waktu dan Lokasi Penelitian.....	16
3.3. Metode Penelitian.....	16
3.4. Metode Pengambilan Sampel.....	17
3.5. Metode Pengumpulan Data	18
3.6. Metode Analisis Data	19
3.7. Batasan Istilah dan Konsep Pengukuran Variabel	27
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	29

4.1. Gambaran Umum Kota Semarang.....	29
4.2. Karakteristik Responden.....	31
4.3. Variasi Kentang Pilihan Responden.....	40
4.4. Perilaku Pembelian Kentang	42
4.5. Preferensi Konsumen Kentang.....	50
4.6. Komparasi Kentang Segar dan Kentang Beku.....	67
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	70
5.1. Simpulan.....	70
5.2. Saran.....	71
DAFTAR PUSTAKA	73
LAMPIRAN.....	83
RIWAYAT HIDUP.....	108

DAFTAR TABEL

Nomor	Halaman
1. Atribut dan Sub Atribut Preferensi Kentang Segar	21
2. Hasil Prosedur Ortogonal Kentang Segar	22
3. Hasil Prosedur Ortogonal Kentang Beku	23
4. Luas Wilayah Menurut Kecamatan di Kota Semarang.	29
5. Jumlah Penduduk dan Rasio Jenis Kelamin Menurut Kecamatan di Kota Semarang	30
6. Jumlah dan Persentase Responden Berdasarkan Karakteristik Responden	33
7. Jumlah dan Persentase Responden yang Mempunyai Anak Usia ≤ 18 tahun	35
8. Hasil <i>Crosstab</i> dari keberadaan anak berumur ≤ 18 tahun di keluarga dan Total konsumsi kentang perminggu	36
9. Jumlah dan Persentase Karakteristik Responden Menurut Pengeluaran Untuk Belanja Pangan Per Bulan	37
10. Hasil <i>Crosstab</i> Pendapatan dengan Nominal Belanja Pangan	39
11. Jumlah dan Persentase Responden Berdasarkan Variasi Kentang Pilihan Responden	40
12. Jumlah dan Persentase Responden Berdasarkan Alasan Memilih Kentang.....	41
13. Jumlah dan Persentase Responden Berdasarkan Kategori Konsumsi Kentang	43
14. Hasil Analisis Konjoin Preferensi Kentang Segar.....	51
15. <i>Importance Values</i> Atribut Kentang Segar.....	52
16. Hasil Analisis Konjoin Preferensi Kentang Beku	53

17. <i>Importance Value</i> Kentang Beku.....	54
---	----

DAFTAR ILUSTRASI

Nomor	Halaman
1. Kerangka Pemikiran	15
2. Sebaran Usia Responden Penelitian (n=100)	32
3. Nominal Belanja Kentang dalam sebulan.....	46
4. Sumber dalam Memperoleh Informasi Manfaat Kentang	47
5. Lokasi Responden Memperoleh Kentang.....	48
6. Tingkat Pengetahuan Kandungan Gizi Kentang.....	49
7. Ukuran umbi kentang	56
8. Permukaan kulit kentang	58
9. Mata kentang	59
10. Kentang beku bentuk <i>straight</i>	61
11. Kentang beku rasa <i>batter coated</i>	63
12. Kentang beku kemasan 1000 gr.....	65
13. Kentang beku bermerek.....	66

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Halaman
1. Peta Kota Semarang	83
2. Kuesioner.....	84
3. Output <i>Crosstab</i> Pendapatan dan Pengeluaran Belanja Pangan.....	96
4. Output SPSS <i>Crosstab</i> dan <i>Chi-Square</i> Test Adanya Anak ≤ 18 tahun dan Jumlah Konsumsi Kentang	97
5. Output Analisis Konjoin Kentang Segar	98
6. Output Analisis Konjoin Kentang Beku	102