

**ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN
TERHADAP TEH SIAP MINUM
DI KOTA BANJARBARU**



FUJA LESNANI

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
BANJARBARU
2023**

**ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN
TERHADAP TEH SIAP MINUM
DI KOTA BANJARBARU**

Oleh

FUJA LESNANI

1810514220041

**Skripsi sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Pertanian pada
Fakultas Pertanian Universitas Lambung Mangkurat**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
BANJARBARU
2023**

RINGKASAN

FUJA LESNANI. Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Teh Siap Minum di Kota Banjarbaru di bawah bimbingan **YUSUF AZIS** dan **DJOKO SANTOSO**.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis atribut yang menjadi preferensi konsumen dan menganalisis atribut yang dipertimbangkan oleh konsumen terhadap teh siap minum di Kota Banjarbaru. Penelitian ini dimulai pada bulan Februari 2023 sampai dengan Mei 2023 yang meliputi tahap persiapan, pengumpulan data, pengolahan sampai dengan tahap penyusunan laporan.

Metode penarikan contoh yang digunakan adalah *Multistage Random Sampling* bertempat di Kelurahan Guntung Payung dan Kelurahan Mentaos dengan jumlah sampel sebesar 49 responden. Metode pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner. Teknik analisis yang digunakan adalah dengan cara melihat frekuensi jawaban terbanyak yang dipilih konsumen dan Analisis Multiatribut *Fishbein*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas responden teh siap minum di Kota Banjarbaru adalah berusia 17-28 tahun (55%), jenis kelamin perempuan (65%), pendidikan terakhir SMA/Sederajat (63%), pekerjaan Mahasiswa (35%), dan penghasilan perbulan Rp 1.000.001 – Rp 5.000.000 (31%). Atribut yang menjadi preferensi konsumen di Kota Banjarbaru adalah rasa original, ukuran 300 ml – 500 ml, harga Rp 4.000 – Rp7.800, kemasan botol plastik dan merek Teh Pucuk Harum. Sedangkan atribut yang paling dipertimbangkan dalam keputusan pembelian teh siap minum di Kota Banjarbaru berturut-turut dari yang paling tinggi sampai terendah yaitu, merek (15,88), harga (15,82), rasa (15,77), kemasan (14,62), dan ukuran (13,60). Sehingga atribut yang paling dipertimbangkan konsumen adalah atribut merek teh siap minum.

Judul : Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Teh Siap Minum di Kota Banjarbaru
Nama : Fuja Lesnani
NIM : 1810514220041
Program Studi : Agribisnis


Menyetujui Tim Pembimbing:

Anggota,



Ir. Djoko Santoso, M.Sc.
NIP. 19620412 198703 1 002


Ketua,



Dr. Ir. H. Yusuf Azis, M.Sc.
NIP. 19630524 198903 1 003

Diketahui oleh:

Ketua Jurusan
Sosial Ekonomi Pertanian



Mira Yulianti, S.P., M.Si.
NIP. 19770714 200212 2 002

Tanggal lulus: 17 Juli 2023

SERTIFIKAT

Nomor : 373 /UN8.1.23/SP/2023

Sertifikat ini diberikan kepada:

FUJA LESNANI

NIM : 1810514220041

Jurusan : Sosial Ekonomi Pertanian

Fakultas : Pertanian

Telah dilakukan pengecekan uji kemiripan Jurnal Tugas Akhir Mahasiswa dengan indeks sebesar:

18%

Banjarbaru, 01 Agustus 2023

a.n. Dekan

Wakil Dekan Bidang Akademik,



Dr. Ika Sumantri, S.Pt., M.Si., M.Sc., IPM.

NIP. 197308071998031003

RIWAYAT HIDUP



Penulis merupakan anak pertama dari dua bersaudara dari pasangan Bapak Lukman dan Ibu Sri Muryanti. Dilahirkan pada tanggal 12 September 2000 di Gantang Gumbang Kecamatan Labuan Amas Selatan, Hulu Sungai Tengah. Menempuh Pendidikan dasar di SDN Banjarbaru Utara 5, lulus pada tahun 2012. Lalu melanjutkan pendidikan ke SMP Negeri 9 Banjarbaru lulus pada tahun 2015. Pada tahun yang sama melanjutkan pendidikan ke SMA Negeri 2 Banjarbaru dengan mengambil jurusan IPA dan lulus pada tahun 2018. Pada tahun yang sama melanjutkan kembali pendidikan ke Universitas Lambung Mangkurat melalui jalur SBMPTN untuk Strata (S1) pada Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Lambung Mangkurat. Penulis mengikuti Kuliah Kerja Nyata (KKN) pada bulan Juli 2021 yang dilaksanakan di Kelurahan Mentaos, Kecamatan Banjarbaru Utara, Kota Banjarbaru, Kalimantan Selatan.

Pada bulan Desember 2022, penulis menyusun proposal yang berjudul Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Teh Siap Minum di Kota Banjarbaru. Selanjutnya, melakukan penelitian lapangan pada Februari 2023, disusul dengan tahap penulisan hasil skripsi sebagai salah satu syarat menyelesaikan jenjang Pendidikan Strata 1 (S1) pada Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Lambung Mangkurat.

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur kehadirat Allah SWT, karena berkat, rahmat dan hidayah-Nya. Saya ucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang terlibat dalam perjalanan studi di Program Studi Agribisnis Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Fakultas Pertanian hingga terselesaikannya penelitian ini, khususnya kepada:

1. Bapak Dr. Ir. Bambang Joko Priatmadi, M.P. selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Lambung Mangkurat Banjarbaru.
2. Bapak Dr. Ir. H. Yusuf Azis, M.Sc. selaku Dosen Pembimbing I dan Bapak Ir. Djoko Santoso M.Sc. selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, nasehat, motivasi, dan ilmu pengetahuan yang tidak ternilai harganya sehingga dapat terselesaikannya skripsi ini.
3. Ibu Ir. Hj. Nuri Dewi Yanti, M.Sc., Ph.D. selaku penguji tamu I dan Ibu Ir. Hj. Kamiliah Wilda, M.P. selaku Dosen Penguji Tamu II yang telah memberikan arahan, saran, dan masukan untuk penyempurnaan dalam penelitian ini.
4. Seluruh Staf Dosen dan Karyawan Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian yang telah memberikan ilmu pengetahuan, pengalaman, dan motivasi
5. Kedua orang tua saya (Lukman dan Sri Muryanti) dan adik saya (Annisa Rasyida) atas dukungan, doa, cinta, kasih sayang, dan segalanya yang tidak ternilai harganya.
6. Teman-teman dekat saya semasa kuliah terutama keluarga Agribisnis 2018 yang telah memberikan kenangan indah di masa kuliah.

DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
PENDAHULUAN.....	1
Latar Belakang	1
Rumusan Masalah	6
Tujuan Penelitian	6
Manfaat Penelitian	6
TINJAUAN PUSTAKA.....	7
Teh Siap Minum.....	7
Perilaku Konsumen	7
Sikap Konsumen	8
Preferensi Konsumen	10
Keputusan Pembelian.....	11
Atribut Produk.....	13
Penelitian Terdahulu	16
Kerangka Pemikiran.....	17
METODE PENELITIAN	19
Tempat dan Waktu Penelitian	19
Jenis dan Sumber Data	19
Metode Penarikan Contoh.....	19
Definisi Operasional.....	20
Analisis Data	22
KEADAAN UMUM DAERAH PENELITIAN	25
Luas dan Letak Geografis Wilayah.....	25

Halaman

Keadaan Penduduk.....	26
Pendidikan.....	27
Kesehatan	29
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	30
Karakteristik Responden	30
Usia Responden.....	30
Jenis Kelamin.....	31
Pendidikan Terakhir	32
Pekerjaan.....	32
Kisaran Penghasilan Perbulan.....	33
Perilaku Pembelian Konsumen	34
Frekuensi Pembelian	35
Jumlah Setiap Pembelian	36
Tempat Pembelian.....	37
Subatribut Teh Siap Minum yang Menjadi Preferensi Konsumen.....	37
Rasa Teh Siap Minum.....	39
Ukuran Teh Siap Minum.....	39
Harga Teh Siap Minum.....	39
Kemasan Teh Siap Minum.....	40
Merek Teh Siap Minum	40
Atribut Teh Siap Minum yang Paling Dipertimbangkan dalam Keputusan Pembelian Oleh Konsumen.....	40
Keyakinan (<i>Belief</i>) Atribut Teh Siap Minum.....	41
Kepentingan (<i>Evaluation</i>) Atribut Teh Siap Minum	42
Nilai Sikap Terhadap Atribut Teh Siap Minum.....	43
KESIMPULAN DAN SARAN.....	46
Kesimpulan	46

Halaman

Saran.....	46
DAFTAR PUSTAKA	47
LAMPIRAN	50

DAFTAR TABEL

Nomor	Halaman
1. Negara-negara dengan produksi teh terbesar di dunia Tahun 2020.....	1
2. Nilai <i>Top Brand Index</i> teh dalam kemasan siap minum Tahun 2018-2021	2
3. Rata-rata pengeluaran per kapita sebulan menurut kelompok komoditas di Kota Banjarbaru, 2019-2020.....	3
4. Jumlah penduduk Kota Banjarbaru Tahun 2017-2021	4
5. Luas wilayah menurut kecamatan di Kota Banjarbaru Tahun 2021	25
6. Jumlah penduduk menurut kecamatan di Kota Banjarbaru Tahun 2019-2021	26
7. Jumlah penduduk per jenis kelamin menurut kecamatan di Kota Banjarbaru Tahun 2019.....	27
8. Jumlah sarana pendidikan di Kota Banjarbaru Tahun 2022	28
9. Sarana kesehatan Kota Banjarbaru Tahun 2021	29
10. Subatribut teh siap minum yang menjadi preferensi konsumen	38
11. Skor keyakinan (<i>bi</i>) terhadap atribut teh siap minum	41
12. Skor evaluasi konsumen (<i>ei</i>) terhadap atribut teh siap minum	43
13. Nilai sikap konsumen (A_0) terhadap atribut teh siap minum.....	43

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Halaman
1. Skema tahapan keputusan pembelian.....	12
2. Skema kerangka pemikiran	18
3. Skema metode penarikan contoh	20
4. Diagram responden berdasarkan usia.....	30
5. Diagram responden berdasarkan jenis kelamin.....	31
6. Diagram responden berdasarkan pendidikan terakhir.....	32
7. Diagram responden berdasarkan pekerjaan	33
8. Diagram responden berdasarkan kisaran penghasilan perbulan	34
9. Diagram frekuensi pembelian teh siap minum.....	35
10. Diagram jumlah setiap pembelian teh siap minum	36
11. Diagram tempat pembelian teh siap minum.....	37

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Halaman
1. Karakteristik responden	51
2. Perilaku pembelian konsumen	53
3. Subatribut teh siap minum yang menjadi preferensi konsumen	55
4. Keyakinan terhadap atribut Teh Pucuk Harum	59
5. Keyakinan terhadap atribut Teh Botol Sosro	61
6. Keyakinan terhadap atribut Teh Gelas	63
7. Keyakinan terhadap atribut Frestea.....	65
8. Keyakinan terhadap atribut Mountea	67
9. Keyakinan terhadap atribut Ultra Teh Kotak	69
10. Evaluasi terhadap atribut teh siap minum	71
11. Nilai sikap konsumen terhadap atribut Teh Pucuk Harum	73
12. Nilai sikap konsumen terhadap atribut Teh Botol Sosro	74
13. Nilai sikap konsumen terhadap atribut Teh Gelas	75
14. Nilai sikap konsumen terhadap atribut Frestea	76
15. Nilai sikap konsumen terhadap atribut Mountea	77
16. Nilai sikap konsumen terhadap atribut Ultra Teh Kotak	78
17. Dokumentasi	79