

Jeani Noviana Rahayu Putri NIM.08.03.2.1.1.00038. Preferensi Konsumen Terhadap Buah Apel Impor di Toko Buah Hokky dan Pasar Tradisional Ampel Surabaya. Dibawah bimbingan Dr. Elys Fauziah, SP.,MP. dan Aminah Happy M.A.,SP.,MSi

ABSTRAK

Preferensi Konsumen terhadap suatu produk sangat dipengaruhi oleh atribut-atribut yang melekat pada produk tersebut. Berkaitan dengan hal tersebut Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan tentang karakteristik konsumen dalam membeli buah apel impor dan menganalisis atribut-atribut yang mempengaruhi konsumen dalam membeli buah apel impor. Penelitian dilakukan di Toko Buah Hokky dan Pasar Tradisional Ampel Surabaya. Metode pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik incidental sampling, dengan responden sebanyak 40 orang. Sedangkan Metode analisis data yang dipergunakan adalah analisis deskriptif dan analisis konjoin. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen buah apel impor berusia antara 20–29 tahun, dengan pendidikan SMA, memiliki pekerjaan karyawan dengan pendapatan lebih dari 2.500.000 rupiah, dan jumlah keluarga sebanyak 1–5 orang. Sedangkan atribut-atribut yang mempengaruhi konsumen dalam membeli buah apel impor adalah harga, warna, ukuran, tekstur, dan kemasan.

Kata kunci : Preferensi Konsumen, Atribut, Konjoin, Apel Impor.

DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR ISI	i
DAFTAR TABEL	iii
DAFTAR GAMBAR	iv
DAFTAR LAMPIRAN	v
I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Tujuan Penelitian	4
II. TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1. Preferensi Konsumen	5
2.2. Perilaku Konsumen	6
2.3. Keputusan Pembelian	7
2.3.1. Proses Pengambilan Keputusan	7
2.3.2. Keputusan Pembelian	8
2.4. Atribut Produk	9
2.5. Hasil Penelitian Terdahulu	9
2.6. Kerangka Berpikir	11
III. METODE PENELITIAN	13
3.1. Metode Penentuan Lokasi	13
3.2. Metode Penentuan Sampel	13
3.3. Skala Pengukuran	14
3.4. Jenis Dan Sumber Data	14
3.4.1. Data Primer	14
3.4.2. Data Sekunder	15
3.5. Metode Analisis Data	15
3.5.1. Analisis Ddeskriptif Kualitatif	15
3.5.2. Analisis Konjoin	15
3.6. Definisi Operasional	19

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	20
4.1. Deskripsi Karakteristik Konsumen	20
4.1.1. Karakteristik Konsumen Berdasarkan Usia	20
4.1.2. Karakteristik Konsumen Berdasarkan Pendidikan	21
4.1.3. Karakteristik Konsumen Berdasarkan Pekerjaan	22
4.1.4. Karakteristik Konsumen Berdasarkan Pendapatan	24
4.1.5. Karakteristik Konsumen Berdasarkan Jumlah Keluarga..	25
4.2. Atribut-Atribut yang Menjadi Pertimbangan Preferensi Konsumen Dalam Membeli Buah Apel Impor di Toko Buah Hokky dan Pasar Tradisional Ampel	26
V. Penutup	40
5.1. Kesimpulan	40
5.2. Saran	40
DAFTAR PUSTAKA	42
LAMPIRAN	44

DAFTAR TABEL

Tabel 1.	Jumlah Impor Buah Indonesia Tahun 2005-2010	1
Tabel 2.	Permintaan dan Konsumsi Buah di Indonesia Tahun 1998-2011	2
Tabel 3.	Atribut dan Level Atribut Produk Apel Impor.....	17
Tabel 4.	Atribut dan Level Atribut Produk Apel Impor.....	27
Tabel 5.	Nilai Persentase Masing-Masing Stimuli Yang Ditawarkan	28
Tabel 6.	Nilai Koefisien Utiliti Masing-Masing Level Atribut Hasil Konjoin....	33
Tabel 7.	Tingkat Kepentingan Atribut	30

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.	Kerangka Berpikir	11
Gambar 2.	Diagram Karakteristik Responden Dalam Membeli Buah Apel Impor di Kota Surabaya Berdasarkan Usia.....	21
Gambar 3.	Diagram Karakteristik Responden Dalam Membeli Buah Apel Impor di Kota Surabaya Berdasarkan Pendidikan	22
Gambar 4.	Diagram Karakteristik Responden Dalam Membeli Buah Apel Impor di Kota Surabaya Berdasarkan Pekerjaan	23
Gambar 5.	Diagram Karakteristik Responden Dalam Membeli Buah Apel Impor di Kota Surabaya Berdasarkan Pendapatan	25
Gambar 6.	Diagram Karakteristik Responden Dalam Membeli Buah Apel Impor di Kota Surabaya Berdasarkan Jumlah Keluarga	26

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisisioner Penelitian	44
Lampiran 2. Data Responden	48
Lampiran 3. Hasil Uji Konjoin	50