

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Pasar Godean adalah salah satu pasar tradisional yang ada di wilayah Kabupaten Sleman, Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Pasar Godean berlokasi di jalan Godean Km. 9, Sidoagung, Godean, Sleman, Yogyakarta (Lampiran 2). Lokasi sangat mudah dijangkau karena dilewati dua jalur bus disamping letaknya yang strategis karena terletak di kota kecamatan. Berdasarkan keunggulan-keunggulan tersebut maka, Pasar Godean menjadi andalan bagi masyarakat Kecamatan Godean dan sekitarnya untuk memasarkan dan mendapatkan barang kebutuhan hidup sehari-hari. Pasar Godean buka dari pukul 05.00 WIB hingga pukul 17.00 WIB. Pasar tradisional ini masih menganut sistem pasaran menurut kalender hari Jawa, maka hari pasaran paling ramai kunjungan konsumen di Pasar Godean yaitu pada saat hari Pon pada hari penanggalan Jawa. Pasar Godean terkenal dengan sentra hasil olahan belutnya. Dahulu di depan Pasar Godean berjajar penjual peyek belut yang menjadi incaran para wisatawan. Sekarang pedagang peyek belut tersebut sudah direlokasi dan dijadikan satu di sebelah selatan Pasar Godean yang menjadi pusat penjualan peyek belut.

Pasar Godean menempati lahan yang memiliki luas area seluas 9.000 m². Luas ini terdiri dari bangunan permanen kios, los, los sementara dan fasilitas umum. Kios atau toko dibedakan dalam beberapa kelas dari kelas I sampai III tergantung dari strategis tidaknya letak kios tersebut. Jumlah pedagang yang ada di pasar ini

mencapai 1.721 orang. Pasar Godean merupakan salah satu dari enam pasar besar yang ada di Kabupaten Sleman, Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Kabupaten Sleman memiliki enam pasar yang masuk dalam kategori besar, yakni antara lain Pasar Sleman, Pasar Pakem, Pasar Tempel, Pasar Godean, Pasar Gamping dan Pasar Prambanan (Republika, 2018). Pasar ini menjual berbagai kebutuhan masyarakat seperti sembako, sayuran, buah-buahan, perkakas rumah tangga, jajan pasar, lauk pauk, minuman tradisional (aneka jamu), rempah-rempah (bumbu masak), aneka macam kardus dan plastik, kerajinan/gerabah dan aneka kebutuhan masyarakat lainnya. Fasilitas publik yang ada di pasar ini meliputi area untuk parkir mobil & motor untuk pedagang dan pengunjung, kamar mandi umum, warung makan, dan kantor sekretariat pasar.

4.2. Gula Kelapa

Gula kelapa atau sering dikenal dengan istilah gula jawa atau gula merah adalah gula yang biasanya memiliki wujud padat dengan warna yang coklat kekuningan hingga coklat tua. Gula kelapa dihasilkan dari nira kelapa yang dipanaskan hingga mengental lalu dicetak dan didinginkan (Pratama *et al.*, 2015). Gula kelapa memiliki rasa, bentuk dan aroma yang khas dan berbeda dari gula jenis lain sehingga penggunaannya tidak dapat digantikan oleh jenis gula yang lain. Selain memiliki fungsi sebagai pemberi rasa manis pada olahan makanan gula kelapa juga berfungsi untuk memberikan kesan warna coklat yang menarik pada makanan.

Gula kelapa yang beredar di Pasar Godean memiliki dua macam bentuk yang berbeda, bentuk setengah elips dan bentuk silindris. Hal ini sesuai dengan pendapat Wibisono *et al.* (2012) gula kelapa yang ada di pasaran biasanya bentuk setengah elips yang dicetak menggunakan tempurung kelapa, ada pula yang berbentuk silindris yang dicetak menggunakan cetakan dari potongan batang bambu. Gula kelapa yang ada di Pasar Godean berasal dari Kabupaten Kulon Progo dan wilayah Kabupaten Sleman sendiri. Warna gula kelapa yang ada di Pasar Godean juga sangat beragam dari warna yang kuning cerah hingga coklat kehitaman serta ukurannya dari yang kecil dengan diameter 5 cm hingga yang besar dengan diameter mencapai 15 cm.

4.3. Karakteristik Konsumen Gula Kelapa

Responden yang dilibatkan dalam penelitian ini yaitu konsumen gula kelapa yang ada di Pasar Godean dengan jumlah 100 orang dengan kriteria membeli produk gula kelapa untuk digunakan sendiri guna memenuhi kebutuhan sehari-hari. Responden dengan jumlah yang mencapai 100 orang ini ditentukan dengan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kepercayaan 90% dan nilai galat (e) 10%. Penentuan responden dilakukan menggunakan teknik Accidental Sampling. Menurut Sugiyono (2008) teknik Accidental Sampling yaitu teknik sampling yang penentuannya siapa saja yang bertemu dengan peneliti dan memiliki karakteristik yang sesuai maka orang tersebut dapat digunakan sebagai sampel. Dalam penelitian ini karakteristik yang dipakai yaitu konsumen gula kelapa yang ada di Pasar Godean yang membeli gula kelapa untuk dikonsumsi sendiri. Berdasarkan pengumpulan

data responden tersebut dengan cara wawancara langsung yang dibantu dengan alat bantu berupa kuisisioner, diperoleh hasil karakteristik umum konsumen gula kelapa yang ada di Pasar Godean, Kabupaten Sleman, Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta berdasarkan jenis kelamin, status pernikahan, dan pendapatan rata-rata per bulan.

4.3.1. Jenis Kelamin

Karakteristik responden yang pertama adalah karakteristik berdasarkan jenis kelaminnya. Jenis kelamin anggota keluarga mempengaruhi konsumsi senuah rumah tangga baik secara jumlah ataupun jenis produk yang dikonsumsi (Curatman, 2010). Jenis kelamin anggota dapat mempengaruhi konsumsi sebuah keluarga karena kebutuhan konsumsi antara perempuan dan laki-laki berbeda. Jumlah responden berdasarkan jenis kelaminnya secara lengkap dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Jumlah dan Presentase Responden Menurut Karakteristik Jenis Kelamin

No.	Karakteristik Jenis Kelamin	Jumlah Responden -----orang-----	Persentase -----%-----
1.	Perempuan	94	94
2.	Laki-laki	6	6
	Jumlah	100	100

Tabel 4. menunjukkan bahwa karakteristik dari konsumen gula kelapa yang ada di Pasar Godean terdiri dari 94 konsumen berjenis kelamin perempuan dan 6 konsumen berjenis kelamin laki-laki. Sebagian besar dari konsumen gula kelapa

yang ada di Pasar Godean adalah perempuan yang mencapai tingkat presentasi sebesar 94%. Konsumen gula kelapa yang ada di Pasar Godean sebagian besar adalah perempuan dapat terjadi karena pada umumnya perempuan adalah pihak yang paling berperan dalam membeli segala bahan kebutuhan pokok rumah tangga sehari-hari. Hal ini sesuai dengan pendapat Eliza *et al.* (2011) yang menyatakan bahwa pemenuhan kebutuhan pokok dalam rumah tangga dilakukan oleh perempuan sehingga dalam pembelanjaan kebutuhan pokok sebagian besar dilakukan oleh perempuan. Said (2007) menambahkan, bahwa gula kelapa merupakan salah satu kebutuhan pokok rumah tangga yang termasuk dalam golongan sembako (sembilan bahan pokok).

4.3.2. Usia

Memahami usia konsumen adalah hal yang sangat penting bagi para produsen sebuah produk ataupun penjual suatu produk. Pemahaman mengenai usia konsumen sangat penting karena konsumen yang mempunyai tingkat usia yang berbeda akan mengkonsumsi produk yang berbeda pula. Curatman (2010) menyatakan bahwa perbedaan usia juga akan mengakibatkan perbedaan selera dan kesukaan konsumen terhadap karakteristik produk yang ditawarkan oleh penjual kepada mereka. Usia konsumen juga akan berpengaruh terhadap jenis produk yang dikonsumsi oleh mereka serta jumlah konsumsinya. Karakteristik konsumen yang menjadi konsumen gula kelapa di Dasar Godean secara jelas dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Jumlah dan Presentase Responden Menurut Karakteristik Kelompok Usia

No.	Karakteristik Kelompok Usia	Jumlah Responden	Persentase
	-----tahun-----	-----orang-----	-----%-----
1.	16 – 25	0	0
2.	26 – 35	18	18
3.	36 – 45	27	27
4.	46 – 55	36	36
5.	56 – 65	15	15
6.	> 66	4	4
	Jumlah	100	100

Tabel 5 menunjukkan bahwa karakteristik dari konsumen gula kelapa terbanyak yang ada di Pasar Godean berdasarkan kelompok usianya yaitu terdiri dari 36% adalah konsumen dengan rentang usia antara 46-55 tahun. Konsumen gula kelapa yang ada di Pasar Godean diawali dari usia rentang 26 tahun lalu naik dan turun lagi di usia 65 tahu dengan puncak pada rentang usia antara 46-55 tahun. Persebaran konsumen terjadi pada rentang usia antara 26 – 65 tahun ini dapat terjadi karena gula kelapa merupakan kebutuhan pokok yang sifatnya merupakan kebutuhan rumah tangga yang tergolong kedalam sembilan bahan pokok (sembako) sehingga masyarakat yang sudah berumah tanggalah akan membeli gula kelapa. Senduk (2009) menyatakan bahwa sembako merupakan kebutuhan keluarga, sehingga yang membeli kebutuhan ini adalah masyarakat yang sudah berkeluarga. Said (2007) menambahkan, bahwa gula kelapa adalah merupakan salah satu kebutuhan pokok rumah tangga yang termasuk dalam golongan sembako (sembilan bahan pokok). Rentang usia ini adalah rentang usia yang ideal dimana seseorang berrumah tanga bersama dengan pasangannya. Kelompok usia antara 21-70 tahun

adalah usia dimana umumnya seseorang sudah menikah dan juga masih hidup bersama dengan pasangannya dalam suatu rumah tangga bersama keluarganya dalam serumah.

4.3.3. Jumlah Anggota Keluarga

Konsumsi sebuah keluarga terhadap suatu produk dipengaruhi oleh jumlah anggota keluarga. Jumlah anggota keluarga akan berpengaruh terhadap jumlah konsumsi rumah tangga. Semakin banyak jumlah anggota keluarga maka kebutuhan keluarga tersebut akan suatu produk mana juga akan semakin banyak Curatman (2010) menyatakan bahwa salah satu faktor yang mempengaruhi jumlah konsumsi rumah tangga adalah jumlah anggota keluarga dan komposisi keluarga rumah tangga itu sendiri. Karakteristik responden berdasarkan jumlah anggota keluarga dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6. Jumlah dan Presentase Responden Menurut Karakteristik Jumlah Anggota Keluarga .

No.	Karakteristik Jumlah Anggota Keluarga	Jumlah Responden	Persentase
	-----orang-----		-----%-----
1.	1	0	0
2.	2	8	8
3.	3	26	26
4.	4	25	25
5.	5	37	37
6.	6	4	4
7.	9	0	0
	Jumlah	100	100

Berdasarkan Tabel 6. dapat diketahui bahwa sebagian besar jumlah anggota keluarga responden konsumen gula kelapa yang ada di Pasar Godean adalah keluarga dengan jumlah anggota keluarga yang terdiri 5 orang anggota keluarga dengan persentase sebesar 37%. Jumlah anggota keluarga ini dinilai wajar untuk ukuran sebuah keluarga yang ada di wilayah Indonesia dengan anggota terdiri dari ayah, ibu dan anak.

Banyaknya jumlah anggota ini mempengaruhi jumlah konsumsi gula kelapa. Jumlah anggota keluarga yang kecil disebabkan karena keluarga tersebut hanya terdiri dari keluarga batin atau inti saja. Jumlah anggota keluarga yang besar disebabkan dalam keluarga tersebut tidak hanya terdiri dari keluarga batin atau inti saja namun terkadang juga keluarga yang terdapat ikatan darah seperti kakek atau nenek. Hal ini sesuai dengan pendapat Lestari (2012) yang menyatakan bahwa untuk masyarakat Indonesia sebuah keluarga yang tinggal dalam satu rumah tidak hanya keluarga inti saja namun terkadang juga keluarga batin yang terdapat ikatan darah seperti kakek atau nenek. Banyak faktor yang mempengaruhi besarnya jumlah konsumsi rumah tangga salah satunya adalah jumlah anggota keluarga dan komposisi keluarga itu sendiri.

4.3.4. Pendapatan Responden

Pendapatan keluarga merupakan salah satu komponen karakteristik responden yang dapat mempengaruhi tingkat konsumsi sebuah keluarga. Karakteristik responden menurut pendapatan dapat dilihat pada Tabel 7.

Tabel 7. Jumlah dan Presentase Responden Menurut Karakteristik Pendapatan

No.	Karakteristik Rentang Pendapatan -----Rp/bln-----	Jumlah Responden -----orang-----	Persentase -----%-----
2.	< 2.500.000	6	6
3.	2.500.000 – 6.000.000	82	82
5.	> 6.000.000	12	12
Jumlah		100	100

Pendapatan responden menurut Tabel 7 diketahui bahwa pendapatan dari konsumen gula kelapa yang ada di Pasar Godean sebagian besar adalah masyarakat dengan kelas pendapatan menengah dengan presentase sebesar 82%. Pendapatan konsumen gula kelapa yang ada di Pasar Godean secara lebih terperinci terdiri dari 6% kelas menengah ke bawah dengan tingkat pendapatan keluarga kurang dari Rp 2.500.000,00, 82% kelas menengah dengan tingkat pendapatan antara Rp 2.600.000,00 – Rp 6.000.000,00 dan 12% kelas menengah ke atas dengan tingkat pendapatan yang mencapai lebih dari Rp 6.000.000,00. BPPK Kementrian Keuangan (2015) menyatakan bahwa di Indonesia yang termasuk golongan pendapatan kelas menengah adalah seseorang yang memiliki pendapatan bulanan dengan nominal antara Rp 2.600.000,00 – Rp 6.000.000,00, kurang dari Rp 2.500.000,00 merupakan kelas menengah ke bawah, dan yang pendapatannya lebih dari Rp 6.000.000,00 merupakan kelas menengah ke atas.

Faktor terbesar yang mempengaruhi tingkat konsumsi rumah tangga yaitu total pendapatan. Hal ini sesuai dengan pendapat Putong (2015) menyatakan bahwa faktor terbesar yang mempengaruhi tingkat konsumsi rumah tangga yaitu total pendapatan dan kekayaan rumah tangga itu sendiri. Curatman (2010) menambahkan bahwa pendapatan rumah tangga amat besar pengaruhnya terhadap

tingkat konsumsi. Tingkat pendapatan yang semakin tinggi maka semakin tinggi pula tingkat konsumsinya, karena ketika tingkat pendapatan meningkat kemampuan rumah tangga untuk membeli aneka kebutuhan konsumsi menjadi semakin besar atau mungkin pula pola hidup makin konsumtif, setidaknya semakin menuntut kualitas yang baik.

4.3.5. Jumlah Konsumsi Gula Kelapa

Jumlah konsumsi gula kelapa merupakan seberapa banyaknya gula kelapa yang dikonsumsi oleh konsumen dalam rentang waktu satu bulan. Karakteristik konsumen menurut frekuensi konsumsi gula kelapa dapat dilihat pada Tabel 8.

Tabel 8. Jumlah dan Presentase Responden Menurut Karakteristik Banyaknya Konsumsi Perbulan.

No.	Karakteristik Banyak Konsumsi	Jumlah Responden	Persentase
	-----kg/bulan-----	-----orang-----	-----%-----
1.	0,5	10	10
2.	1	27	27
3.	1,5	16	16
4.	2	22	22
5.	2,5	25	25
	Jumlah	100	100

Responden konsumen gula kelapa lebih banyak mengkonsumsi gula kelapa sebanyak 1 kg dalam periode satu bulan dengan presentase sebesar 27% . Hal ini besedikit berbeda dengan pendapat Said (2007) yang menyatakan jumlah konsumsi gula kelapa sekitar 19 kg/keluarga/tahun. Namun tidak sedikit pula ruamh tangga yang mengkonsumsi gula kelapa dengan jumlah 2,5 kg. Hal ini dapat terjadi karena

penelitian dilakukan di wilayah Yogyakarta yang masyarakatnya suka cita rasa manis sehingga konsumsi gula kelapa masyarakat yang tinggal di wilayah Yogyakarta lebih besar. Nugroho et. al. (2012) menyatakan bahwa dari segi makanan khas, masyarakat asli Yogyakarta lebih suka dengan makanan yang berasa manis dan tidak terlalu pedas.

4.4. Analisis Proses Keputusan Pembelian

4.4.1. Alasan Pembelian

Proses keputusan pembelian diawali dengan pengenalan kebutuhan. Kebutuhan timbul akibat rangsangan yang dirasakan konsumen. Pada tahap ini konsumen mencoba mengenal produk yang mereka butuhkan sesuai dengan keinginannya dan apa alasan mereka untuk mengkonsumsi suatu produk. Analisa tahap pengenalan kebutuhan dalam proses keputusan pembelian produk gula kelapa dilakukan dengan mengidentifikasi alasan konsumen dalam membeli produk gula kelapa.

Tabel 9. Jumlah dan Presentase Responden berdasarkan Alasan Membeli Gula Kelapa.

No.	Alasan Membeli Gula Kelapa	Jumlah Responden -----orang-----	Persentase -----%-----
1	Faktor rasa	77	77
2	Mudah didapat	0	0
3	Harga terjangkau	0	0
4	Kebiasaan	22	22
5	Manfaat kesehatan	1	1
	Jumlah	100	100

Tabel 9. menunjukkan bahwa alasan terbanyak responden membeli gula kelapa karena faktor rasa dengan presentase jumlah responden yang menjawab sebesar 77%. Konsumen membeli gula kelapa karena gula kelapa memiliki rasa yang unik dan khas yang dapat membedakanya dengan gula jenis lainya. Hal ini sesuai dengan pendapat Pratama *et al.* (2015) yang menyayakan gula kelapa memiliki cita rasa yang khas sehingga penggunaannya tidak dapat digantikan oleh jenis gula yang lain.

Alasan konsumen selanjutnya yang menjadi dasar pembelian adalah karena kebiasaan dengan presentase jumlah responden yang menjawab sebesar 22%. Konsumen merasa terbiasa mengkonsumsi gula kelapa untuk kebutuhan tertentu yang posisinya tidak dapat digantikan oleh gula jenis lainya. Sudah menjadi budaya bagi masyarakat Indonesia terutama terutama Jawa untuk mengkonsumsi gula kelapa dalam keseharian Hal ini membuktikan bahwa pengaruh kebiasaan/ budaya berpengaruh sangat besar dalam penentuan keputusan pembelian. Hal ini sesuai dengan pendapat Rengkuti (2009) yang menyatakan bahwa faktor sosial budaya yang terdiri dari kebudayaan, budaya khusus, kelas sosial, kelompok sosial dan refrensi serta keluarga menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam menentukan proses keputusan pembelian dalam.

Faktor lain yang menjadi alasan dalam konsumsi gula kelapa adalah faktor manfaat kesehatan dengan presentase jumlah responden yang menjawab sebesar 1%. Segelintir konsumen merasa bahwa mengkonsumsi gula kelapa untuk kebutuhan tertentu memiliki dampak kesehatan yang baik bagi tubuh dibandingkan dengan mengkonsumsi gula jenis lainya. Menurut Yanto *et al.* (2015)

menambahkan gula kelapa memiliki indek glikemik tergolong rendah (35%) jika dibandingkan dengan gula tebu (75%), sedangkan batas kadar glikemik gula yang baik untuk kesehatan adalah 40%.

4.4.2. Tingkat Kepentingan

Tingkat kepentingan adalah salah satu alasan seorang dalam proses keputusan pembelian terhadap sebuah produk. Tingkat kepentingan yang semakin tinggi maka konsumen akan semakin mengutamakan untuk membeli dan mengkonsumsi produk tersebut. Analisa tingkat kepentingan dalam proses keputusan pembelian produk gula kelapa dilakukan dengan mengidentifikasi seberapa penting konsumen dalam membeli produk gula kelapa.

Tabel 10. Jumlah dan Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Kepentingan Membeli Produk Gula Kelapa.

No.	Tingkat Kepentingan Membeli Gula Kelapa	Jumlah Responden -----orang-----	Persentase -----%-----
1	Sangat penting	61	61
2	Penting	39	39
3	Biasa saja	0	0
4	Tidak penting	0	0
5	Sangat tidak penting	0	0
Jumlah		100	100

Tabel 10. menunjukkan bahwa hanya ada dua golongan tingkat kepentingan dalam mengkonsumsi gula kelapa. Sebanyak 61% responden menyatakan sangat penting dan 39% responden menyatakan penting. Tingkat kepentingan sangat penting dan penting saja yang dipilih karena gula kelapa keberadaanya untuk

dikonsumsi sangatlah vital terutama bagi masyarakat Yogyakarta yang terkenal akan khas citarasa masakan yang manis. Citarasa masakan yang manis ini berasal dari gula kelapa yang digunakan untuk pemanisnya. Posisi gula kelapa untuk olahan tertentu tidak dapat digantikan dengan gula jenis lain karena apabila digantikan dengan gula jenis lain makan tidak akan menghasilkan aroma serta rasa khas gula kelapa sehingga masyarakat menilai masakan menjadi kurang enak. Hal ini sesuai dengan pendapat Mashud dan Matana (2014) yang menyatakan bahwa gula kelapa merupakan hasil pengolahan nira kelapa dengan cita rasa yang khas sehingga penggunaannya tidak dapat digantikan oleh jenis gula yang lain untuk beberapa jenis makanan.

Gula kelapa selain sebagai pemberi rasan manis dengan rasa dan aroma yang khas, gula kelapa juga memiliki fungsi sebagai pewarna alami bagi beberapa makanan olahan. Makanan olahan yang memanfaatkan gula kelapa sebagai pewarna alami diantaranya yaitu dodol, wajik dan bacem. Hal ini sesuai dengan pendapat Rahayu *et al.* (2016) gula merah selain bermanfaat sebagai penyedap rasa, pengganti gula pasir, gula merah juga sebagai pewarna alami, menghasilkan warna kecoklatan yang menarik tampilan masakan.

4.4.3. Tingkat Loyalitas Konsumen

Tingkat loyalitas konsumen adalah tingkat kesetiaan konsumen dalam mengkonsumsi sebuah produk saat produk tersebut berada pada berbagai macam kondisi pasar yang berjalan. Analisa loyalitas dalam proses keputusan pembelian produk gula kelapa dilakukan dengan mengidentifikasi tingkat tetap membeli

konsumen dalam membeli produk gula kelapa atau beralih ke produk lain yang ada di pasaran untuk menggantikan fungsinya.

Tabel 11. Jumlah dan Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Loyalitas Konsumen Membeli Produk Gula Kelapa

No.	Loyalitas Konsumen Membeli Gula Kelapa	Jumlah Responden -----orang-----	Persentase -----%-----
1	Tetap membeli gula kelapa	100	100
2	Membeli gula jenis lain	0	0
3	Tidak membeli/menunda	0	0
4	Lainya	0	0
Jumlah		100	100

Berdasarkan tabel 11. menunjukkan bahwa seluruh konsumen gula kelapa di Pasar Godean yang dijadikan responden menyatakan bahwa akan tetap membeli produk gula kelapa meskipun harganya naik. Perilaku konsumen ini dapat terjadi karena fungsi dalam beberapa keperluan, posisi gula kelapa yang tidak dapat tergantikan oleh gula jenis lain. Hal ini sesuai dengan pendapat Pratama *et al.* (2015) yang menyayakan gula kelapa memiliki cita rasa yang khas sehingga penggunaannya tidak dapat digantikan oleh jenis gula yang lain. Kenaikan harga yang masih dapat ditolelir oleh konsumen gula kelapa tentunya kenaikan harga yang masih wajar untuk sebuah bahan kebutuhan pokok rumah tangga. Apabila kenaikan harga sudah melebihi ambang wajar maka konsumen gula kelapa juga akan memikirkan kemungkinan lain untuk menggantikan konsumsi gula kelapa.

4.4.4. Evaluasi Pasca Pembelian

Proses keputusan pembelian oleh konsumen tidak berakhir pada saat produk telah dibeli melainkan diakhiri dengan evaluasi pasca pembelian. Perilaku pasca pembelian akan memperlihatkan apakah konsumen merasa puas atau tidak puas terhadap produk yang telah dibelinya. Analisa tahap evaluasi pasca pembelian produk gula kelapa dilakukan dengan mengidentifikasi tingkat kepuasan konsumen setelah membeli gula kelapa.

Tabel 12. Jumlah dan Presentase Responden Berdasarkan Tingkat Kepuasan.

No	Tingkat Kepuasan	Jumlah Responden -----orang-----	Persentase -----%-----
1	Sangat puas	60	60
2	Puas	40	40
3	Agak puas	0	0
4	Tidak puas	0	0
5	Sangat tidak puas	0	0
Jumlah		100	100

Tabel 12. Menunjukkan bahwa 60% dari konsumen gula kelapa merasa sangat puas dengan gula kelapa yang biasa dikonsumsi dan sisanya menyatakan puas dengan gula kelapa yang biasa dikonsumsi dengan presentase sebanyak 40% konsumen. Konsumen merasa sangat puas dan puas karena menilai produk gula kelapa yang dijual oleh para pedagang gula kelapa yang ada di Pasar Godean sudah memenuhi kriteria produk yang mereka inginkan dan berkualitas baik sehingga para konsumen merasa sangat puas atau puas. Hal ini sesuai dengan pendapat Irawan (2009) yang menyatakan konsumen merasa puas jika produk yang dikonsumsi memberikan manfaat seperti apa yang diharapkan atau bahkan lebih. Keluhan juga pernah dirasakan oleh para konsumen terhadap gula kelapa yang ditawarkan oleh para pedagang. Keluhan para konsumen diantaranya yaitu gula yang sedikit terasa

asin, gula sedikit kotor, gula lembek dan gula kelapa terdapat campuran gula pasir dalam pembuatannya. Winarno (2014) menyatakan bahwa gula kelapa yang baik adalah gula kelapa yang kadar air yang sedikit dan bersih dari cemaran. Setandar Nasional Indonesia (1995) mengenai gula palma menambahkan untuk gula palma padat kanduangan air maksimal 10%.

4.5. Uji Korelasi

4.5.1. Hubungan Usia Responden Dengan Jumlah Konsumsi Gula Kelapa

Uji korekasi antara usia responden dengan jumlah konsumsi gula kelapa menunjukkan tingkat keeratan hubungan antara keduanya yang ditunjukkan oleh nilai koefisien korelasi dan nilai sig.(2-tailed).

Tabel 13. Output Korelasi Spearman antara Usia Responden Dengan Jumlah Konsumsi Gula Kelapa.

			Usia Responden	Jumlah Konsumsi
Spearman's rho	Usia Responden	Korelasi	1.000	-.045
		Koefisien		
		Sig. (2-tailed)	.	.660
		N	100	100
	Jumlah Konsumsi	Korelasi	-.045	1.000
		Koefisien		
Sig. (2-tailed)		.660	.	
	N	100	100	

Tabel output hasil perhitungan korelasi antara usia responden dengan jumlah konsumsi gula kelapa, nilai N menunjukkan jumlah responden berjumlah 100 orang dan nilai koefisien korelasinya -0,045 yang artinya korelasi diantara

keduanya sangat lemah. Hal ini sesuai pendapat Nisfiannoor (2009) yang menyatakan bahwa jika nilai koefisien korelasi $0 - 0,25$ artinya korelasi diantara keduanya sangat lemah. Tanda negatif pada koefisien korelasi menunjukkan bahwa arah korelasi bellawanan arah, yang artinya semakin bertambahnya usia maka semakin rendah jumlah konsumsinya. Nilai sig.(2-tailed) adalah 0,660 yang besarnya masih lebih besar daripada batas kritis $\alpha = 0,05$, berarti tidak terdapat hubungan yang signifikan antara kedua variabel ($0,660 < 0,05$). Hal ini didukung oleh pendapat Barliana dan Cahyani (2012) yang menyatakan untuk melihat signifikansi hubungan antara variabel dapat dianalisis dengan melihat nilai Sig (two-tailed), jika nilai Sig (two-tailed) < 0.05 maka hubungan kedua variabel signifikan dan jika nilai Sig (two-tailed) > 0.05 maka hubungan kedua variabel tidak signifikan.

4.5.2. Hubungan Jumlah Keluarga Dengan Jumlah Konsumsi Gula Kelapa

Uji korekasi antara jumlah keluarga dengan jumlah konsumsi gula kelapa menunjukkan tingkat keeratan hubungan antara keduanya yang ditunjukkan oleh nilai koefisien korelasi dan nilai sig.(2-taild).

Tabel 14. Output Korelasi Spearman antara Jumlah Keluarga Dengan Jumlah Konsumsi Gula Kelapa.

	Jumlah Keluarga	Jumlah Konsumsi
--	-----------------	-----------------

Spearman's rho	Jumlah anggota keluarga	Korelasi	1.000	.411**
		Koefisien		
		Sig. (2-tailed)	.	.000
	Jumlah konsumsi	N	100	100
		Korelasi	.411**	1.000
		Koefisien		
		Sig. (2-tailed)	.000	.
		N	100	100

Tabel output hasil perhitungan korelasi antara jumlah keluarga dengan jumlah konsumsi gula kelapa, nilai N menunjukkan jumlah responden berjumlah 100 orang dan nilai koefisien korelasinya 0,411 yang artinya korelasi diantara keduanya cukup. Hal ini sesuai pendapat Nisfiannoor (2009) yang menyatakan bahwa jika nilai koefisien korelasi 0,26 – 0,50 artinya korelasi diantara keduanya cukup. Tanda positif pada koefisien korelasi menunjukkan bahwa arah korelasi searah, yang artinya semakin bertambahnya jumlah anggota keluarga maka semakin banyak jumlah konsumsinya. Nilai sig.(2-tailed) adalah 0,000 yang besarnya masih lebih kecil daripada batas kritis $\alpha = 0,05$, berarti terdapat hubungan yang signifikan antara kedua variabel ($0,000 < 0,05$). Hal ini didukung oleh pendapat Barliana dan Cahyani (2012) yang menyatakan untuk melihat signifikansi hubungan antara variabel dapat dianalisis dengan melihat nilai Sig (*two-tailed*), jika nilai Sig (*two-tailed*) < 0.05 maka hubungan kedua variabel signifikan dan jika nilai Sig (*two-tailed*) > 0.05 maka hubungan kedua variabel tidak signifikan.

4.5.3. Hubungan Tingkat Pendidikan Dengan Jumlah Konsumsi Gula Kelapa

Uji korekasi antara tingkat pendidikan dengan jumlah konsumsi gula kelapa menunjukkan tingkat keeratan hubungan antara keduanya yang ditunjukkan oleh nilai

koefisien korelasi dan nilai sig.(2-tailed).

Tabel 15. Output Korelasi Spearman Antara Tingkat Pendidikan Dengan Jumlah Konsumsi Gula Kelapa.

			Tingkat Pendidikan	Jumlah Konsumsi
Spearman's rho	Tingkat pendidikan	Korelasi	1.000	.010
		Koefisien		
		Sig. (2-tailed)	.	.920
	Jumlah konsumsi	Korelasi	.010	1.000
		Koefisien		
		Sig. (2-tailed)	.920	.
		N	100	100

Tabel output hasil perhitungan korelasi antara antara tingkat pendidikan dengan jumlah konsumsi gula kelapa, nilai N menunjukkan jumlah responden berjumlah 100 orang dan nilai koefisien korelasinya 0,010 yang artinya korelasi diantara keduanya sangat lemah. Hal ini sesuai pendapat Nisfiannoor (2009) yang menyatakan bahwa jika nilai koefisien korelasi 0 – 0,25 artinya korelasi diantara keduanya sangat lemah. Tanda positif pada koefisien korelasi menunjukkan bahwa arah korelasi searah, yang artinya semakin tinggi tingkat pendidikan maka semakin tinggi jumlah konsumsinya. Nilai sig.(2-tailed) adalah 0,920 yang besarnya masih lebih besar daripada batas kritis $\alpha = 0,05$, berarti tidak terdapat hubungan yang signifikan antara kedua variabel ($0,920 < 0,05$). Hal ini didukung oleh pendapat Barliana dan Cahyani (2012) yang menyatakan untuk melihat signifikansi hubungan antara variabel dapat dianalisis dengan melihat nilai Sig (two-tailed), jika nilai Sig (two-tailed) < 0.05 maka hubungan kedua variabel signifikan dan jika nilai Sig (two-tailed) > 0.05 maka hubungan kedua variabel tidak signifikan.

4.5.4. Hubungan Golongan Pendapatan Dengan Jumlah Konsumsi Gula

Kelapa

Uji korekasi antara golongan pendapatan dengan jumlah konsumsi gula kelapa menunjukkan tingkat keeratan hubungan antara keduanya yang ditunjukkan oleh nilai koefisien korelasi dan nilai sig.(2-tailed).

Tabel 16. Output Korelasi Spearman Antara Golongan Pendapatan Dengan Jumlah Konsumsi Gula Kelapa.

		Golongan pendapatan	Jumlah konsumsi
Spearman's rho	Golongan pendapatan	Korelasi Koefisien	1.000
		Sig. (2-tailed)	.666
	N	100	
	Jumlah konsumsi	Korelasi Koefisien	.044
Sig. (2-tailed)			.666
N		100	

Tabel output hasil perhitungan korelasi antara golongan pendapatan dengan jumlah konsumsi gula kelapa, nilai N menunjukkan jumlah responden berjumlah 100 orang dan nilai koefisien korelasinya 0,044 yang artinya korelasi diantara keduanya sangat lemah. Hal ini sesuai pendapat Nisfiannoor (2009) yang menyatakan bahwa jika nilai koefisien korelasi 0 – 0,25 artinya korelasi diantara keduanya sangat lemah. Tanda positif pada koefisien korelasi menunjukkan bahwa arah korelasi searah, yang artinya semakin bertambahnya jumlah pendapatan maka semakin tinggi jumlah konsumsinya. Nilai sig.(2-tailed) adalah 0,666 yang

besarnya masih lebih besar daripada batas kritis $\alpha = 0,05$, berarti tidak terdapat hubungan yang signifikan antara kedua variabel ($0,666 < 0,05$). Hal ini didukung oleh pendapat Barliana dan Cahyani (2012) yang menyatakan untuk melihat signifikansi hubungan antara variabel dapat dianalisis dengan melihat nilai Sig (*two-tailed*), jika nilai Sig (*two-tailed*) $< 0,05$ maka hubungan kedua variabel signifikan dan jika nilai Sig (*two-tailed*) $> 0,05$ maka hubungan kedua variabel tidak signifikan.

4.6. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner

Kuesioner penelitian yang telah diisi oleh para responden sebelum dilakukan uji analisis lain diuji kesahihan dan kekonsistennannya dengan menggunakan uji validitas dan reliabilitas. Pengujian kuesioner dilakukan terhadap 100 kuisisioner yang telah diisi oleh konsumen gula kelapa yang ada di Pasar Godean yang terpilih menjadi responden. Uji validitas dilakukan pada taraf tingkat kepercayaan 90% ($\alpha = 0,1$). Kevalidan kuesioner dilihat dengan cara membandingkan antara r-hitung dengan r-tabel. Nilai r-tabel yang dipakai adalah 0,197 pada taraf signifikan ($\alpha = 0,1$). Sugiyono (2015) menyatakan bahwa pertanyaan dalam kuisisioner dinyatakan valid apabila nilai r-hitung yang merupakan nilai dari Corrected Item-Total Correlation lebih besar daripada r tabel ($r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$). Hasil pengujian validitas kuesioner menunjukkan bahwa r-hitung dari tiap butir pertanyaan memiliki nilai yang lebih besar daripada r-tabel. Hal tersebut menunjukkan bahwa pertanyaan-pertanyaan yang ada dalam kuesioner dinyatakan valid.

Pengujian validitas dan reliabilitas tiap butir kuesioner penelitian ini dilakukan dengan bantuan aplikasi SPSS 23. Setelah kuesioner dinyatakan valid maka selanjutnya dilakukan uji reliabilitas. Metode yang digunakan untuk menguji reliabilitas kuesioner dalam penelitian ini adalah dengan teknik Cronbach's alpha. Gozali (2016) menyatakan bahwa nilai Cronbach's alpha tersebut harus lebih besar dari 0,60 supaya kuisisioner dapat dikatakan reliabel. Berdasarkan hasil pengujian dengan teknik tersebut didapat nilai alpha sebesar 0,736. Nilai ini lebih besar dari 0,60 yang artinya bahwa pertanyaan pada kuesioner dinyatakan reliabel. Hasil uji validitas dan reliabilitas dapat dilihat pada Lampiran 4. dan Lampiran 5.

4.7. Preferensi Konsumen Gula Kelapa

Preferensi konsumen terhadap produk gula kelapa dapat diketahui dari atribut yang dipilih oleh para konsumen gula kelapa. Preferensi konsumen terhadap suatu produk dapat diukur dengan mengetahui aspek dari kualitas produk tersebut. Hal ini sesuai dengan pendapat Ghazali (2016) yang menyatakan bahwa preferensi konsumen dapat diketahui dengan cara menilai kombinasi atribut prroduk yang melekat pada suatu produk yang beredar di pasaran. Atribut yang digunakan sebagai objek pilihan para konsumen gula kelapa dalam penelitian ini adalah atribut bentuk, atribut ukuran dan atribut warna dari gula kelapa yang ada di Pasar Godean. Hasil analisis Konjoin mengenai preferensi konsumen gula secara lebih jelas dapat dilihat pada tabel 17.

Tabel 17. Hasil Analisis Konjoin Preferensi Konsumen Gula Kelapa di Pasar Godean.

Atribut		<i>Utility Estimate</i>	<i>Std, Error</i>
Bentuk	Setengah elips	0.070	0.135
	Silindris	-0.070	0.135
Ukuran	Kecil	0.030	0.135
	Besar	-0.030	0.135
Warna	Hitam	0.042	0.135
	Kuning	-0.042	0.135
(Constant)		2.765	0.135

Berdasarkan Tabel 17. diketahui bahwa atribut bentuk gula kelapa dengan bentuk setengah elips bernilai utilitas positif dengan nilai utilitasnya 0,070 yang artinya konsumen lebih produk gula kelapa dengan bentuk setengah elips kelapa dibanding dengan produk gula kelapa dengan bentuk silindris. Atribut ukuran gula kelapa dengan ukuran kecil juga mempunyai nilai utilitas positif dengan nilai utilitasnya 0,030 yang artinya konsumen lebih menyukai gula kelapa dengan ukuran kecil dibandingkan dengan gula kelapa dengan ukuran yang besar.

Atribut gula kelapa warna dengan warna coklat kehitaman juga mempunyai nilai utilitas positif dengan nilai utilitasnya 0,042 yang artinya konsumen lebih menyukai gula kelapa dengan warna coklat kehitaman dibandingkan dengan gula kelapa dengan warna coklat kekuningan. Nilai utilitas atau *utility* ini menggambarkan suka atau tidaknya konsumen gula kelapa terhadap atribut produk gula kelapa yang melekat pada produk. Menurut Gozali (2016) nilai *utility* merupakan selisih antara nilai rata-rata faktor tertentu dengan nilai *constant*, jika nilai *utility* positif maka responden suka dengan stimulasi tersebut dan jika nilai *utility* negatif artinya responden kurang suka terhadap stimulasi tersebut. Hasil *output* lengkap mengenai analisis Konjoin dapat dilihat pada Lampiran 17. Urutan kepentingan (*importance value*) terhadap atribut gula kelapa dapat dilihat pada Tabel 18.

Tabel 18. Presentase Urutan Atribut Gula Kelapa Berdasarkan Kepentingannya.

No.	Atribut	Persentase
		-----%-----
1.	Bentuk	28,328
2.	Ukuran	35,636
3.	Warna	36,036

Menurut Gozali (2016) nilai *importance value* adalah nilai yang paling mempengaruhi atribut yang paling disukai. Pada Tabel 21 terlihat atribut yang paling penting pertama adalah warna dari produk gula kelapa itu sendiri dengan nilai *importance value* sebesar 36,036%, kedua adalah ukuran dari produk gula kelapa dengan nilai *importance value* 35,636%, dan yang terakhir adalah bentuk dari produk gula dengan nilai *importance value* 28,328%.

4.7.1. Atribut Warna Gula Kelapa

Atribut warna gula kelapa memiliki nilai *importance value* sebesar 36,036%. Atribut warna gula berdasarkan tabel 12 memiliki nilai *importance value* yang paling tinggi diantara yang lainnya. Nilai *importance value* tertinggi artinya konsumen gula kelapa lebih mengutamakan atribut warna gula kelapa dibanding atribut lainnya. Warna gula kelapa dianggap penting oleh para konsumen karena fungsi gula kelapa dalam banyak olahan makanan dan minuman selain untuk pemberi rasa manis alami pada olahan makanan juga berperan sebagai pewarna yang dapat memberikan warna yang menarik pada makanan hasil olahan itu sendiri. Hal ini sesuai pendapat Zuliana *et al.* (2016) yang menyatakan bahwa selain berfungsi sebagai pemanis, gula kelapa juga berfungsi sebagai pemberi warna

coklat pada makanan olahan. Pemilihan warna gula kelapa yang sesuai dengan tujuan penggunaannya akan berakibat pada warna hasil olahan makanan ataupun minuman yang menarik.

Pada atribut warna yang melekat pada gula kelapa konsumen lebih memilih gula kelapa yang berwarna coklat kehitam dibandingkan dengan gula kelapa yang berwarna coklat kekuningan. Konsumen lebih memilih gula berwarna coklat kehitaman karena gula berwarna coklat kehitaman akan memberikan warna coklat yang menarik untuk beberapa macam olahan pangan. Dengan banyaknya kebutuhan olahan makanan yang membutuhkan warna kecoklatan dari gula kelapa maka akibatnya konsumen lebih memilih gula berwarna coklat kehitaman. Makanan dan minuman olahan yang membutuhkan warna dari gula yang berwarna coklat kehitaman supaya penampilannya menarik misalnya baceman, wajik, dodol dan juga dawet. Gula yang berwarna coklat kekuningan jika digunakan pada olahan makanan atau minuman ini maka hasil olahannya akan menjadi pucat dan tidak menarik.

4.7.2. Atribut Ukuran Gula Kelapa

Ukuran gula kelapa menjadi prioritas ke dua konsumen dalam memilih gula kelapa dibawah warna gula kelapa. Ukuran gula kelapa memiliki nilai importance value sebesar 35,636%. Atribut ukuran dipandang penting oleh konsumen karena ukuran suatu produk yang dibelinya untuk dikonsumsi biasanya akan disimpan terlebih dahulu sebagian tidak langsung dikonsumsi semuanya untuk kebutuhan yang mempunyai masa simpan cukup lama seperti gula. Jadi dalam membeli gula

konsumen juga akan memikirkan ukuran yang sesuai untuk kemudahannya dalam menyimpan produk yang dibelinya supaya efisien tempat dan mudah dalam penggunaannya.

Pada atribut ukuran yang melekat pada gula kelapa konsumen gula kelapa yang ada di Pasar Godean lebih memilih gula kelapa dengan ukuran yang berukuran kecil dibandingkan dengan gula kelapa yang berukuran besar. Gula kelapa yang berukuran kecil lebih mudah dalam menyimpannya dibandingkan dengan gula kelapa yang berukuran besar. Gula kelapa yang berukuran kecil selain lebih mudah dalam penyimpanannya gula kelapa yang berukuran kecil juga lebih mudah dalam penggunaannya karena sudah berukuran kecil atau kalau mau dibagi lagi juga lebih mudah dibandingkan gula kelapa dengan ukuran yang besar. Hal ini sesuai dengan pendapat Heri dan Lukman (2007) yang menyatakan bahwa permintaan pasar saat ini sudah berubah dengan gula kelapa berdiameter lingkaran kecil sangat diminati oleh konsumen karena ukurannya yang unik, mudah disimpan, dan mudah digunakan jika dibandingkan dengan kemasan tempurung besar.

4.7.3. Atribut Bentuk Gula Kelapa

Bentuk gula kelapa menjadi prioritas ke tiga konsumen dalam memilih gula kelapa dibawah warna dan ukuran gula kelapa. Bentuk gula kelapa memiliki nilai importance value sebesar 28,328%. Bentuk gula kelapa yang beredar di pasaran terdiri dari berbagai bentuk sesuai cetakan yang digunakan untuk mencetak gula kelapa itu sendiri. Cetakan yang digunakan oleh para pengrajin gula kelapa umumnya dari tempurung kelapa dan juga dari bambu. Cetakan ini digunakan karena keberadaannya dekat dengan mereka dan kemudahannya dalam mendapatkan

cetakan tersebut. Gula kelapa dengan bentuk setengah elips di Pasar Godean keberadaannya lebih mendominasi dibandingkan dengan bentuk lainnya. Hal tersebut mirip dengan penelitian Sampit *et al.* (2016) yang menyatakan bahwa gula kelapa yang dijual di pasaran terutama di Sumatera Utara dijual dalam bentuk menyerupai batok kelapa atau setengah elips.

Atribut bentuk gula kelapa yang ada di pasar goden terdiri dari dua bentuk gula kelapa. Bentuk gula kelapa berdasarkan pada cetakan yang digunakan oleh pengrajin gula yaitu bentuk setengah elips dan bentuk silindris. Pada atribut bentuk konsumen gula kelapa yang ada di Pasar Godean lebih suka bentuk setengah elips dibandingkan dengan cetakan bambu. Gula kelapa dengan bentuk setengah elips lebih diminati karena bentuk gula kelapa seperti ini dinilai lebih familiar dibandingkan dengan bentuk gula kelapa yang silindris. Hal ini sesuai dengan pendapat Wibisono *et al.* (2012) yang menyatakan gula kelapa yang biasanya dijual di pasaran umumnya berbentuk setengah elips, bentuk setengah elips ini dihasilkan dari cetakan yang digunakan berupa tempurung kelapa.