

**ANALISIS SIKAP DAN PREFERENSI KONSUMEN  
PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN BUAH PISANG  
DI PASAR TRADISIONAL KOTA SEMARANG**

---

**SKRIPSI**

---

**Oleh**

**EWIN RUMAPEA**



**PROGRAM STUDI S1 AGRIBISNIS  
FAKULTAS PETERNAKAN DAN PERTANIAN  
UNIVERSITAS DIPONEGORO  
S E M A R A N G  
2020**

**ANALISIS SIKAP DAN PREFERENSI KONSUMEN  
PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN BUAH PISANG  
DI PASAR TRADISIONAL KOTA SEMARANG**

**Oleh**

**EWIN RUMAPEA  
NIM : 23040116120014**

**Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pertanian  
pada Program Studi 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  
2020**

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ewin Rumapea  
NIM : 23040116120014  
Program Studi : S1 Agribisnis

Dengan ini menyatakan sebagai berikut :

1. Karya ilmiah yang berjudul :  
**Analisis Sikap dan Preferensi Konsumen pada Keputusan Pembelian Buah Pisang di Pasar Tradisional Kota Semarang**, dan penelitian yang terkait dengan karya ilmiah ini adalah hasil kerja saya sendiri.
2. Setiap ide atau kutipan dari orang lain berupa publikasi atau bentuk lainnya dalam karya ilmiah ini, telah diakui sesuai dengan standar prosedur disiplin ilmu.
3. Saya juga mengakui karya ilmiah ini dapat dihasilkan berkat bimbingan dan dukungan penuh pembimbing saya, yaitu : **Dr. Ir. Wiludjeng Roessali, M.Si.** dan **Dr. Ir. Edy Prasetyo, M.S.**

Apabila dikemudian hari dalam karya ilmiah ini ditemukan hal-hal yang menunjukkan telah dilakukannya kecurangan akademik oleh saya, maka gelar akademik saya yang telah saya dapatkan ditarik sesuai dengan ketentuan dari Program Studi Agribisnis Fakultas Peternakan dan Pertanian Universitas Diponegoro.

Semarang, Oktober 2020

Penulis

Ewin Rumapea

Mengetahui

Pembimbing Utama

Pembimbing Anggota

Dr. Ir. Wiludjeng Roessali, M.Si.  
NIP. 19590130 198601 2 002

Dr. Ir. Edy Prasetyo, M.S.  
NIP. 19570226 98603 1 002

**Judul Skripsi** : **ANALISIS SIKAP DAN PREFERENSI KONSUMEN PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN BUAH PISANG DI PASAR TRADISIONAL KOTA SEMARANG**

**Nama Mahasiswa** : **EWIN RUMAPEA**

**Nomor Induk Mahasiswa** : **23040116120014**

**Program Studi/Departemen** : **S1 AGRIBISNIS/PERTANIAN**

**Fakultas** : **PETERNAKAN DAN PERTANIAN**

**Telah disidangkan di hadapan Tim Penguji dan dinyatakan lulus pada tanggal .....**

**Pembimbing Utama**

**Pembimbing Anggota**

**Dr. Ir. Wiludjeng Roessali, M.Si.**  
**NIP. 19590130 198601 2 002**

**Dr. Ir. Edy Prasetyo, M.S.**  
**NIP. 19570226 98603 1 002**

**Ketua Panitia Ujian Akhir Program**

**Ketua Program Studi**

**Dr. Ir. Bambang Mulyatno S., M.S.**  
**NIP. 19560317 198303 1 002**

**Ir. Kustopo Budiraharjo, M.P.**  
**NIP. 19651121 199203 1 001**

**Dekan Fakultas Peternakan dan Pertanian**

**Ketua Departemen**

**Dr. Ir. B. W. H. E. Prasetiyono., M.S., M.Agr.**  
**NIP. 19631102 198902 1 001**

**Dr. Ir. Didik W. Widjajanto, M.Sc.**  
**NIP. 19641106 198803 1 002**

## RINGKASAN

**EWIN RUMAPEA. 23040116120014. 2020.** Analisis Sikap dan Preferensi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Buah Pisang di Pasar Tradisional Kota Semarang. (Pembimbing : **WILUDJENG ROESSALI DAN EDY PRASETYO**).

Pisang merupakan salah satu jenis buah yang sangat diminati masyarakat Indonesia. Banyaknya varietas buah pisang yang beredar di ritel-ritel buah akan mempengaruhi perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian. Perilaku pembelian dapat dipengaruhi sikap dan preferensi konsumen. Tujuan penelitian ini adalah 1) untuk mengidentifikasi jumlah jenis pisang yang terbanyak dibeli konsumen di pasar tradisional Kota Semarang; 2) menganalisis sikap konsumen terhadap atribut yang paling dipertimbangkan dalam keputusan pembelian buah pisang di pasar tradisional Kota Semarang; 3) menganalisis preferensi konsumen terhadap atribut buah pisang di pasar tradisional Kota Semarang. Penelitian dilaksanakan pada bulan Februari 2020 sampai dengan Maret 2020 di enam pasar tradisional Kota Semarang.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Penentuan sampel dilakukan dengan *quota sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 108 responden yang dipilih secara purposif atau sengaja dipilih sesuai kriteria penelitian untuk mewakili keseluruhan populasi. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan cara wawancara kepada responden dengan bantuan kuesioner terstruktur, observasi dan pencatatan. Jenis data yang dikumpulkan terdiri dari data primer dan data sekunder. Analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif, analisis sikap *Multiatribut Fishbein*, dan analisis *Conjoint*. Analisis deskriptif dilakukan untuk mengidentifikasi jumlah jenis pisang yang terbanyak dibeli konsumen. Analisis *Multiatribut Fishbein* digunakan untuk mengetahui penilaian sikap apakah positif atau negatif, serta juga dapat diketahui atribut buah pisang yang paling dipertimbangkan konsumen. Analisis *Conjoint* digunakan untuk menganalisis preferensi konsumen.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa jenis buah pisang yang paling sering dibeli konsumen adalah pisang kepok dengan persentase 45%, sedangkan pisang yang paling jarang dibeli adalah pisang mas dengan persentase 6%. Sikap konsumen terhadap atribut yang dipertimbangkan dalam keputusan pembelian buah pisang berturut-turut adalah atribut rasa (17,17) bernilai positif, warna kulit buah (14,97) bernilai netral, ukuran (10,46) bernilai negatif, dan jumlah buah tiap sisir (9,95) bernilai negatif. Preferensi konsumen ditunjukkan oleh *importance value* yang paling diprioritaskan yaitu buah pisang dengan rasa agak manis, warna kulit kuning kehijauan, jumlah buah tiap sisir yang banyak (>16 buah), dan ukuran sedang (10-14 cm).

**ANALISIS SIKAP DAN PREFERENSI KONSUMEN  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BUAH PISANG  
DI PASAR TRADISIONAL KOTA SEMARANG**

***(ANALYSIS OF ATTITUDES AND CONSUMER PREFERENCES ON  
PURCHASE DECISION BANANA FRUITS IN TRADITIONAL MARKET  
OF SEMARANG MONICIPALITY)***

Oleh  
Ewin Rumapea

**ABSTRAK**

Pisang merupakan salah satu jenis buah yang sangat diminati masyarakat Indonesia. Banyaknya varietas buah pisang yang beredar di ritel-ritel buah akan mempengaruhi perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi jumlah jenis pisang yang terbanyak dibeli konsumen, menganalisis sikap konsumen terhadap atribut yang paling dipertimbangkan oleh konsumen dalam membeli buah pisang, serta menganalisis preferensi konsumen dalam keputusan pembelian buah pisang di pasar tradisional Kota Semarang. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Penentuan sampel dilakukan dengan *quota sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 108 responden yang dipilih sesuai kriteria penelitian untuk mewakili keseluruhan populasi. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan cara wawancara kepada responden dengan bantuan kuesioner terstruktur, observasi dan pencatatan. Jenis data yang dikumpulkan terdiri dari data primer dan data sekunder. Data penelitian dianalisis menggunakan analisis deskriptif, analisis sikap *Multiatribut Fishbein*, dan analisis *Conjoint*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa jenis buah pisang yang paling sering dibeli konsumen adalah pisang kepok dengan persentase 45%, sedangkan pisang yang paling jarang dibeli adalah pisang mas dengan persentase 6%. Sikap konsumen terhadap atribut yang dipertimbangkan dalam keputusan pembelian buah pisang berturut-turut adalah atribut rasa (17,17) bernilai positif, warna kulit buah (14,97) bernilai netral, ukuran (10,46) bernilai negatif, dan jumlah buah tiap sisir (9,95) bernilai negatif. Preferensi konsumen ditunjukkan oleh *importance value* yang paling diprioritaskan yaitu buah pisang dengan rasa agak manis, warna kulit kuning kehijauan, jumlah buah tiap sisir yang banyak (>16 buah), dan ukuran sedang (10-14 cm).

**Kata kunci :** buah pisang, konsumen, pasar tradisional, preferensi, sikap

## **ABSTRACT**

Banana is one type of fruit that is very popular with Indonesian people. The large number of banana varieties circulating in fruit retailers will influence consumer behavior in purchasing decisions. This research aimed to identify the highest number of types of bananas purchased by consumers, to analyze consumer attitudes towards the attributes most considered by consumers in buying bananas, and to analyze consumer preferences in purchasing decisions for bananas in traditional markets in Semarang City. The method used in this research is a survey method. The sample was determined by quota sampling with a total sample of 108 respondents selected according to the research criteria to represent the entire population. The data collection method in this research by interviews respondents with the help of structured questionnaires, observation and recording. The types of data collected of primary data and secondary data. The research data were analyzed with descriptive analysis, Fishbein's multi-attribute analysis, and Conjoint analysis. The results showed that the type of banana most often bought by consumers was Kepok banana with a percentage of 45%, while the banana that was most rarely bought was the mas banana with a percentage of 6%. Consumers' attitudes towards the attributes considered in purchasing decisions for bananas was the taste attribute (17.17) was positive, the skin color (14.97) was neutral, the size (10.46) was negative, and the number of fruits per comb (9.95) was negative. Consumer preference is indicated by importance priority, namely bananas with a slightly sweet taste, greenish yellow skin color, a large number of fruit per comb (> 16 pieces), and medium size (10-14 cm).

Keywords: bananas, consumers, traditional markets, preferences, attitudes

## KATA PENGANTAR

Pisang merupakan salah satu jenis buah yang sangat diminati masyarakat Indonesia karena memiliki rasa yang enak, kandungan gizi yang tinggi, dapat diolah menjadi berbagai produk olahan pisang, harga terjangkau, serta memiliki ketersediaan yang tinggi di pasar. Banyaknya jenis pisang dengan atribut-atributnya yang beragam akan mempengaruhi perilaku konsumen. Suatu perilaku konsumen dipengaruhi oleh sikap dan preferensi konsumen. Memahami sikap dan preferensi konsumen akan sangat membantu produsen atau pemasar dalam membuat strategi pemasaran yang efektif dan efisien.

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nya penyusunan skripsi yang berjudul “Analisis Sikap dan Preferensi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Buah Pisang di Pasar Tradisional Kota Semarang” ini dapat diselesaikan guna memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan studi pada jurusan Agribisnis Fakultas Peternakan dan Pertanian Universitas Diponegoro.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi tidak akan selesai tanpa adanya dukungan dari berbagai pihak baik moril maupun materil. Penulis menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini kepada :

1. Dr. Ir. Wiludjeng Roessali, M.Si. selaku Dosen Pembimbing Utama dan Dr. Ir. Edy Prasetyo, M.S. selaku Dosen Pembimbing Anggota yang telah berkenan membimbing dan mengarahkan penulis selama penyusunan skripsi.



2. Dr. Ir. Bambang Waluyo Hadi Eko Prasetyono, M.S., M.Agr. selaku Dekan Fakultas Peternakan dan Pertanian Universitas Diponegoro Semarang.
3. Dr. Ir. Didik Wisnu Widjajanto, M.Sc. selaku Ketua Departemen Pertanian.
4. Ir. Kustopo Budiraharjo, M.P. selaku Ketua Program Studi Agribisnis Fakultas Peternakan dan Pertanian Universitas Diponegoro Semarang.
5. Dr. Ir. Wiludjeng Roessali, M.Si. selaku Kepala Laboratorium Manajemen Agribisnis yang telah menyetujui judul penelitian ini untuk Skripsi.
6. Ir. Kustopo Budiraharjo, M.P. selaku Dosen Wali yang telah memberikan bimbingan selama masa perkuliahan.
7. Bapak/Ibu Dosen Fakultas Peternakan dan Pertanian, Universitas Diponegoro yang telah memberikan bimbingan dan ilmu selama masa perkuliahan.
8. Kedua orang tua, Bapak Alm. Morlan Rumapea dan Ibu Riana Pandiangan yang telah memberikan dukungan baik moril maupun materil, serta doa yang tiada henti-hentinya kepada penulis.
9. Sanak saudara dan segenap keluarga, serta teman-teman yang telah menyemangati dan membantu menyelesaikan skripsi ini.
10. Teman-teman S1 Agribisnis 2016 Fakultas Peternakan dan Pertanian, Universitas Diponegoro atas kebersamaan selama masa perkuliahan.
11. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu-persatu oleh penulis.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih terdapat kekurangan, maka dari itu penulis mengharapkan segala bentuk kritik, saran dan masukan dari berbagai pihak yang bersifat membangun. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan semua pihak khususnya dalam bidang Agribisnis.

Semarang, Oktober 2020

Penulis

## DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI .....	xi
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR ILUSTRASI .....	xv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvi
BAB I. PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	4
1.3. Tujuan Penelitian .....	4
1.4. Manfaat Penelitian .....	5
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA .....	6
2.1. Telaah Penelitian Terdahulu .....	6
2.2. Pisang .....	7
2.3. Perilaku Konsumen .....	9
2.4. Sikap Konsumen .....	10
2.5. Preferensi Konsumen .....	12
2.6. Atribut Produk .....	14
2.7. Keputusan Pembelian .....	15
2.8. Pasar Tradisional .....	18
BAB III. METODOLOGI .....	19
3.1. Kerangka Pemikiran .....	19
3.2. Waktu dan Lokasi Penelitian .....	20
3.3. Metode Penelitian dan Pengambilan Sampel .....	21
3.4. Sumber dan Jenis Data .....	22
3.5. Metode Pengumpulan Data .....	23
3.6. Metode Analisis Data .....	23
3.7. Batasan Masalah.....	32
3.8. Definisi Konsep dan Pengukuran .....	32
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN .....	34

4.1. Gambaran Umum Kota Semarang .....	34
4.2. Karakteristik Responden .....	38
4.3. Perilaku Pembelian Konsumen .....	45
4.4. Sikap Konsumen terhadap Atribut Buah Pisang .....	50
4.5. Preferensi Konsumen terhadap Atribut Buah Pisang .....	56
BAB V. SIMPULAN DAN SARAN .....	62
5.1. Simpulan .....	62
5.2. Saran .....	62
DAFTAR PUSTAKA .....	64
LAMPIRAN .....	69
RIWAYAT HIDUP .....	81

## DAFTAR TABEL

Nomor	Halaman
1. Komposisi Zat Gizi Pisang per 100 g Buah Segar .....	9
2. Kategori Tingkat Kepercayaan dan Tingkat Kepentingan Responden terhadap Atribut Buah Pisang .....	27
3. Kategori Nilai Sikap (Ao) terhadap Atribut Buah Pisang .....	27
4. Atribut Buah Pisang dan Tarafnya (Level) .....	29
5. Jumlah Stimuli Atribut Buah Pisang .....	30
6. Skala Likert Penilaian Responden terhadap Kombinasi Atribut Buah Pisang.....	31
7. Letak Geografis Kota Semarang .....	34
8. Perbandingan Luas Wilayah di Kota Semarang Tahun 2016 .....	35
9. Ketinggian Tempat di Kota Semarang .....	36
10. Jumlah Penduduk Kota Semarang Periode Desember 2019 .....	37
11. Jumlah Penduduk Kota Semarang Berdasarkan Mata Pencaharian di Kota Semarang tahun 2016 .....	38
12. Jumlah dan Persentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin ....	39
13. Jumlah dan Persentase Responden Berdasarkan Usia .....	40
14. Jumlah dan Persentase Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan .....	41
15. Jumlah dan Persentase Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	42
16. Jumlah dan Persentase Responden Berdasarkan Jumlah Anggota Keluarga .....	44
17. Jumlah dan Persentase Responden Berdasarkan Pendapatan Rumah Tangga per Bulan .....	45

18. Perilaku Pembelian Konsumen Buah Pisang .....	46
19. Nilai dan Kategori Kepercayaan ( $b_i$ ) terhadap Atribut Buah Pisang .....	51
20. Nilai dan Kategori Kepentingan ( $e_i$ ) terhadap Atribut Buah Pisang .....	53
21. Nilai Sikap Konsumen ( $A_0$ ) terhadap Atribut Buah Pisang .....	54
22. Hasil Analisis <i>Conjoint</i> Preferensi Buah Pisang .....	56
23. <i>Importance Values</i> Atribut Buah Pisang .....	58

## DAFTAR ILUSTRASI

Nomor	Halaman
1. Kerangka Pemikiran .....	20

## DAFTAR LAMPIRAN

Nomor		Halaman
1.	Kuesioner .....	69
2.	Peta Kota Semarang .....	75
3.	Daftar Pemetaan Pasar Tradisional Kota Semarang .....	76
4.	Nilai Sikap Konsumen ( $A_0$ ) terhadap Atribut Buah Pisang .....	78
5.	<i>Output Conjoint</i> .....	79
6.	Dokumentasi .....	80