

**ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP KACANG  
SIHOBUK DI KECAMATAN SIPOHOLON KABUPATEN  
TAPANULI UTARA**

**SKRIPSI**

**OLEH:**

**RICHARDOWIJAYA SIBARANI**

**198220135**



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS  
FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS MEDAN AREA  
MEDAN  
2023**

**UNIVERSITAS MEDAN AREA**

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 28/11/23

Access From (repository.uma.ac.id)28/11/23

**ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP KACANG  
SIHOBUK DI KECAMATAN SIPOHOLON KABUPATEN  
TAPANULI UTARA**

**SKRIPSI**

*Skripsi Ini Disusun Sebagai Salah Satu Syarat Untuk  
Menyelesaikan Studi S1 di Fakultas Pertanian  
Universitas Medan Area*



**OLEH**

**RICHARDOWIJAYA SIBARANI**

**19.822.0135**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS  
FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS MEDAN AREA  
MEDAN  
2023**

Judul Skripsi : Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Kacang Sihobuk Di Kecamatan Sipoholon Kabupaten Tapanuli Utara  
Nama : Richardowijaya Sibarani  
NPM : 19.822.0135  
Prodi/Fakultas : Agribisnis/Pertanian

Disetujui Oleh:

Komisi Pembimbing

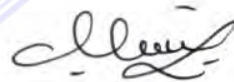


**Ahmad Rizki Harahap, S.Pd., M. Si**  
Pembimbing

Diketahui Oleh:



**Dr. Ir. Zulheri Noer, MP**  
Dekan



**Marizha Nurcahyani, S.ST, M.Sc**  
Ketua Program Studi

Tanggal Lulus: 27 September 2023

## HALAMAN PERNYATAAN

---

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun, sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah, dan etika penulisan ilmiah.

Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi- sanksi lainnya dengan peraturan yang berlaku, apabila di kemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.

Medan, November 2023



RICHARDOWIJAYA SIBARANI

198220135

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

---

Sebagai sivitas akademik Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Richardowijaya Sibarani  
NPM : 198220135  
Program Studi : Agribisnis  
Fakultas : Pertanian  
Jenis karya : Tugas Akhir/Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul : Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Kacang Sihobuk Di Kecamatan Sipoholon Kabupaten Tapanuli Utara beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalih media atau formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir/skripsi/tesis saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat : Medan

Pada tanggal : November 2023

Yang menyatakan



( Richardowijaya Sibarani)

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui karakteristik konsumen kacang sihobuk di kecamatan sipoholon kabupaten tapanuli utara, Untuk menganalisis preferensi konsumen dalam membeli kacang sihobuk di kecamatan sipoholon kabupaten tapanuli utara, untuk mengetahui atribut apa sajakah yang berpengaruh dalam membeli kacang sihobuk di kecamatan sipoholon kabupaten tapanuli utara. Metode yang digunakan untuk penelitian ini untuk Pengambilan sampel yaitu konsumen kacang sihobuk dilakukan dengan metode accidental sampling (teknik sampling kebetulan). Hasil penelitian dan Pembahasan Berdasarkan penelitian dan analisis yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa karakteristik responden konsumen kacang sihobuk secara umum di dominasi oleh perempuan dengan rentang usia terbanyak pada usia 21-30 tahun yang paling banyak menyukai kacang sihobuk dengan pekerjaan responden di tempat penelitian paling dominan adalah bekerja sebagai pegawai negeri ataupun swasta dengan pendidikan terakhir responden paling banyak adalah SMA dengan pendapatan responden konsumen kacang sihobuk di lokasi penelitian paling banyak Rp.1.600.000-2.500.000 dengan ciri-ciri pembeli konsumen kacang sihobuk adalah wisatawan dimana paling banyak membeli kacang sihobuk adalah wisatawan. Hasil preferensi konsumen menunjukkan bahwa semua atribut yang diamati dalam penelitian ini berbeda nyata atau terdapat perbedaan dalam setiap atribut yang berarti bahwa hipotesis nol ( $H_0$ ) ditolak hipotesis alternatif ( $H_a$ ) diterima karena dari ketiga atribut yang diamati,  $x^2$  hitung lebih besar daripada  $x^2$  tabel. Artinya, preferensi konsumen terhadap kacang sihobuk di kecamatan sipoholon tidak sama atau terdapat perbedaan preferensi konsumen terhadap kacang sihobuk tersebut, kemudian dikategorikan menjadi lebih spesifik. Kategori tersebut adalah 1) Rasa kacang sihobuk: manis, gurih, dan garing 2) harga kacang sihobuk Rp. 10.000 Rp.20.000 Rp.30.000. dan Rp 50.000 3) kemasan kacang sihobuk, menarik, simpel, praktis, dan kualitas baik. Atribut yang mempengaruhi pembelian kacang sihobuk yaitu rasa, harga, dan kemasan berdasarkan penelitian, diharapkan yang dilakukan di lapangan dapat dilihat bahwa konsumen kacang sihobuk lebih tertarik pada rasa kacang sihobuk yang gurih, dan berdasarkan harga yang di dapat di lokasi penelitian dilapangan dapat dilihat bahwa konsumen kacang sihobuk lebih berminat membeli kacang sihobuk diharga yang Rp.20.000 dan kemasan kacang sihobuk yang ada di lokasi penelitian dapat dilihat bahwa konsumen kacang sihobuk lebih suka pada kemasan yang menarik.

## ABSTRACT

This study aims to determine the characteristics of sihobuk bean consumers in Sipoholon sub-district, North Tapanuli district, to analyze consumer preferences in buying Sihobuk beans in Sipoholon sub-district, North Tapanuli regency, to find out what attributes influence buying Sihobuk beans in Sipoholon sub-district, North Tapanuli regency. The method used for this study for sampling, namely sihobuk bean consumers, was carried out using the accidental sampling method (accidental sampling technique). Research Results and Discussion Based on the research and analysis that has been carried out, it can be concluded that the characteristics of respondents who consume sihobuk nuts are generally dominated by women with the widest age range at the age of 21-30 years who like sihobuk beans the most with the respondent's work in the most dominant research location. are working as civil servants or private employees with the last education of the most respondents being high school students with the income of respondents as sihobuk bean consumers at the study site at most Rp. 1,600,000-2,500,000 with the characteristics of peanut consumer buyers

Sihobuk are tourists where tourists buy the most Sihobuk nuts. The results of consumer preferences show that all the attributes observed in this study are significantly different or there are differences in each attribute, which means that the null hypothesis ( $H_0$ ) is rejected, the alternative hypothesis ( $H_a$ ) is accepted because of the three observed attributes, the calculated  $\chi^2$  is greater than the  $\chi^2$  table. This means that consumers' preference for Sihobuk nuts in Sipoholon sub-district is not the same or there are differences in consumer preferences for Sihobuk nuts, then they are categorized to be more specific. The categories are 1) Sihobuk peanut taste: sweet, savory and crunchy 2) Sihobuk peanut price is Rp. 10,000 Rp. 20,000 Rp. 30,000. and IDR 50,000 3) packaging of sihobuk nuts, attractive, simple, practical, and of good quality. Attributes that influence the purchase of sihobuk beans, namely taste, price, and packaging based on research, it is hoped that what is done in the field can be seen that consumers of sihobuk beans are more interested in the delicious taste of sihobuk beans, and based on the prices obtained at research locations in the field, it can be seen that consumers Sihobuk beans are more interested in buying Sihobuk beans at a price of Rp. 20,000 and the packaging of Sihobuk nuts at the research site can be seen that Sihobuk bean consumers prefer attractive packaging.

## RIWAYAT HIDUP

Penulis di lahirkan pada tanggal 08 april 2001 di Aektangga, kecamatan garoga kabupaten Tapanuli Utara Provinsi Sumatera Utara. Penulis merupakan anak keenam dari tujuh bersaudara dari pasangan Bapak parulian sibarani dan Nelly Tambunan. Pendidikan yang telah ditempuh penulis yaitu pada tahun 2013 menyelesaikan pendidikan Sekolah Dasar di SD Aektangga Jae. Tahun 2016 menyelesaikan pendidikan Sekolah Menengah Pertama di SMP Negri 2 garoga. Tahun 2019 menyelesaikan pendidikan sekolah Menengah Atas di SMA Negri 1 Garoga. Pada tahun 2019 diterima di Fakultas Pertanian Universitas Medan Area dengan Program Studi Agribisnis.

Selama menjadi mahasiswa, pada tahun 2023 penulis mengikuti magang merdeka belajar yang ditempatkan di PTPN IV AIR BATU dari bulan mei sampai bulan agustus. Dan pada tahun 2023 penulis melakukan Penelitian Skripsi dengan judul “Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Kacang Sihobuk Di Kecamatan Sipoholon Kabupaten Tapanuli Utara



## KATA PENGANTAR

Segala puji syukur penulis ucapkan kehadiran Tuhan yang Maha Esa atas anugerah dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi penelitian ini dengan judul “Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Kacang Sihobuk Di Kecamatan Sipoholon Kabupaten Tapanuli Utara”.

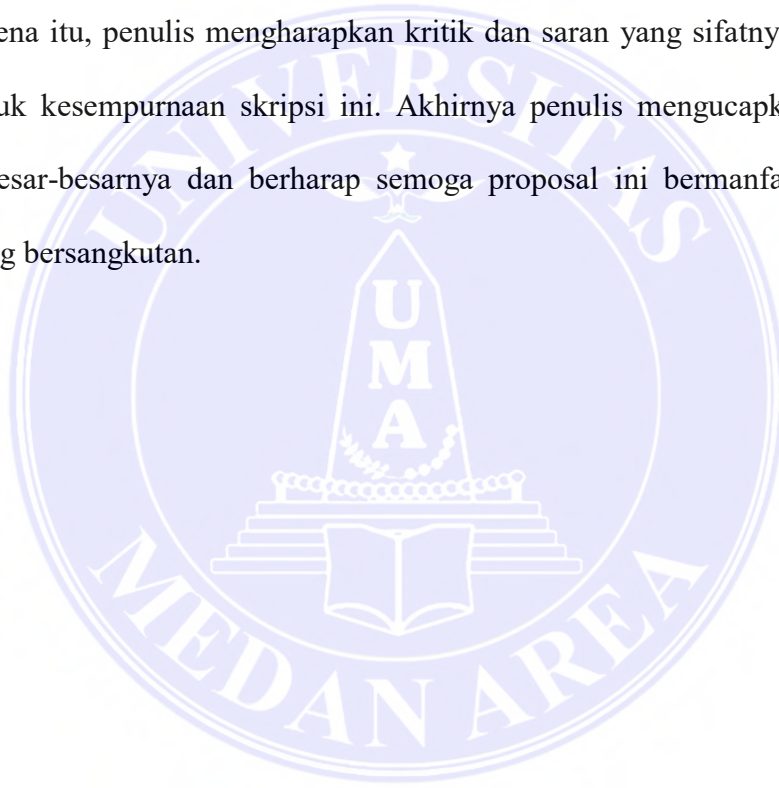
Skripsi ini merupakan salah satu syarat kelulusan srata satu pada program studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Medan Area. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan Ucapan terima kasih dan rasa hormat kepada:

1. Bapak Dr.Ir. Zulheri Noer, M.P selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Medan Area.
2. Ibu Marizha Nurcahyani, S.ST, M, Sc selaku Ketua Program Studi Agribisnis Universitas Medan Area.
3. Bapak Ahmad Rizki Harahap, S.Pd., M, Si selaku dosen Pembimbing yang telah membimbing dan memperhatikan selama masa penyusunan proposal ini.
4. Bapak, Ibu selaku Dosen Fakultas Pertanian Universitas Medan Area yang telah membimbing dan memperhatikan selama masa pendidikan di program studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Medan Area.
5. Kedua orang tua tercinta Bapak Parulian Sibarani dan ibunda tercinta Nelly tambunan serta keluarga dan teman-teman yang memberi doa dan dukungan baik secara moril maupun material bagi penulis dalam menyelesaikan pendidikan di Universitas Medan Area.
6. Bapak Ibu yang ada di tempat penelitian yang telah memberikan kesempatan tempat untuk melakukan penelitian.

7. Bapak ibu yang ada di tempat penelitian yang telah memberikan kesempatan tempat untuk melakukan penelitian.

Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah memberikan bantuan dan dukungan selama penulis menempuh pendidikan dan penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun untuk kesempurnaan skripsi ini. Akhirnya penulis mengucapkan trimakasih sebesar-besarnya dan berharap semoga proposal ini bermanfaat bagi pihak yang bersangkutan.



Medan November 2023

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Richardowijaya', is positioned above the name in parentheses.

(Richardowijaya Sibarani)

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vii</b>
<b>RIWAYAT HIDUP</b> .....	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>ix</b>
<b>BAB I . PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Hipotesis penelitian .....	7
1.5 Manfaat Penelitian.....	8
1.6 Kerangka Pemikiran .....	8
<b>BAB II . TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>10</b>
2.1 Kacang Tanah .....	10
2.2 Kacang Sihobuk.....	12
2.3 Preferensi konsumen.....	15
2.4 Atribut Produk .....	19
2.5 Penelitian Terdahulu.....	21
<b>BAB III . METODE PENELITIAN</b> .....	<b>25</b>
3.1 Metode penelitian .....	25
3.2 Lokasi Penelitian .....	25
3.3 Populasi dan sampel .....	25
3.4 Populasi .....	26
3.5 Sampel .....	26
3.6 Jenis dan Sumber Data .....	27
3.7 Teknik Pengumpulan Data .....	27
3.8 Teknik Analisis Data .....	28
3.9 Definisi operasional.....	29
<b>BAB IV . GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN</b> .....	<b>32</b>

4.1 Gambaran umum lokasi penelitian .....	32
4.2 Kondisi Geografis .....	33
4.3 Luas wilayah .....	34
4.4 Sejarah Industri Kacang Sihobuk .....	35
4.5 Deskripsi Produksi Kacang Tanah Tapanuli Utara .....	36
4.6 Proses Pembuatan Kacang Sihobuk .....	39
4.7 Pemasaran Kacang .....	40
<b>BAB V . HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>42</b>
5.1 Karakteristik Responden .....	42
5.1.1 Karakteristik Sampel Konsumen Kacang Sihobuk .....	42
5.1.2 Jenis Kelamin .....	42
5.1.3 Umur .....	43
5.1.4 Pendidikan .....	44
5.1.5 Pekerjaan .....	45
5.1.6 Pendapatan .....	46
5.1.7 Ciri-ciri pembeli .....	47
5.2 Perilaku Pembelian Konsumen .....	48
5.2.1 Frekuensi pembelian kacang sihobuk .....	49
5.2.2 Tingkat kepuasan konsumen .....	50
5.2.3 Alasan Pembelian .....	51
5.2.4 Frekuensi pembelian produk kacang sihobuk .....	52
5.2.5 Jumlah Pembelian .....	53
5.2.6 Tempat Pembelian Kacang Sihobuk .....	54
5.3 Preferensi Konsumen Kacang Sihobuk .....	55
5.3.1 Analisis Chi Square .....	55
5.4 PEMBAHASAN .....	59
5.4.1 KARAKTERISTIK .....	59
5.4.2 Preferensi konsumen .....	60
5.4.3 Atribut produk .....	61
<b>BAB VI . KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>62</b>
6.1 Kesimpulan .....	62
6.2 Saran .....	63
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>64</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>67</b>

## DAFTAR TABEL

Table 1. 1 Produksi Tanaman Pangan Kacang Tanah, Jagung, Ubi Kayu, padi Di Kabupaten Tapanui Utara Dari Tahun 2018-2020.....	2
Tabel 1. 2. Luas Panen, Produksi Tanaman Kacang Tanah Di Kecamatan Sipohlon Tahun 2018-2020.....	5
Tabel 5. 1 Karakteristik responden konsumen kacang sihobuk berdasarkan jenis kelamin.....	42
Tabel 5. 2 Karakteristik responden konsumen kacang sihobuk berdasarkan umur .....	43
Tabel 5. 3 Karakteristik responden konsumen kacang sihobuk berdasarkan pekerjaan. ....	42
Tabel 5. 4 Karakteristik Responden konsumen Kacang Sihobuk berdasarkan pendidikan.....	43
Tabel 5. 5 karakteristik Responden Konsuenn Kacang Sihobuk Berdasarkan Pendapatan .....	46
Tabel 5. 6 Karakteristik Responden Konsumen Kacang Sihobuk Berdasarkan ciri-ciri pembeli.....	47
Tabel 5. 7 Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Membeli Kacang Sihobuk di Kecamatan Sipoholon.....	49
Tabel 5. 8 Tabel Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Kacang Sihobuk di Kecamatan Sipoholon .....	50
Tabel 5. 9 Alasan Konsumen Membeli Kacang Sihobuk .....	51
Tabel 5. 10 Frekuensi pembelian produk kacang sihobuk oleh konsumen.....	52
Tabel 5. 11 Jumlah Pembelian kacang sihobuk .....	53
Tabel 5. 12 Tempat Pembelian Kacang Sihobuk Di Kecamatan Sipoholon.....	54
Tabel 5. 13 Preferensi Konsumen Terhadap Kacang Sihobuk Di Kecamatan Sipoholon .....	56
Tabel 5. 14 Preferensi Konsumen Terhadap Kacang Sihobuk .....	57

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1. Tong tempat kacang sihobuk diproses .....	3
Gambar 1. 2 Proses penyortiran yang akan dipasarkan .....	4
Gambar 1. 3 Bentuk kemasan kacang sihobuk .....	4
Gambar 1. 4. Skema Gambar Pemikiran.....	9



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kusioner Penelitian.....	64
Lampiran 2. Karakteristik Responden Kacang Sihobuk .....	70
Lampiran 3. Prilaku Konsumen dan Preferensi Konsumen Kacang Sihobuk .....	70
Lampiran 4. Hasil Preferensi Konsumen Kacang Sihobuk.....	75
Lampiran 5. Hasil Analisis Chi Square.....	77
Lampiran 6. Hasil Interpretasi Data SPSS .....	78
Lampiran 7. Surat Pengantar Riset Penelitian.....	80
Lampiran 8. Surat Ijin Penelitian .....	81
Lampiran 9. Surat Selesai Penelitian .....	82
Lampiran 10. Dokumentasi di Lapangan .....	80



## **BAB I. PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Indonesia memiliki sektor pertanian yang luas, didukung oleh sumber daya alam yang melimpah di sebagian besar wilayahnya. Sektor pertanian memiliki potensi besar dalam pembangunan nasional Indonesia dengan tujuan untuk meningkatkan kesejahteraan dan taraf hidup petani serta meningkatkan pendapatan mereka. Salah satu komoditas yang dapat memberikan dorongan dalam meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan petani adalah kacang tanah. (Darmisa, 2018)

Kacang tanah, salah satu jenis tanaman pangan, memiliki tingginya kandungan protein dan lemak. Permintaan akan kacang tanah di Indonesia terus meningkat sejalan dengan pertumbuhan penduduk, karena kacang tanah dapat dijadikan berbagai produk makanan dan tambahan gizi. Kebutuhan akan kacang tanah juga bertambah seiring dengan upaya memenuhi gizi yang seimbang, variasi makanan, dan kemajuan dalam teknologi pengolahan pangan. Saat ini, produksi kacang tanah di Tapanuli Utara belum mencukupi kebutuhan masyarakat setempat, sehingga impor dari luar negeri diperlukan untuk memenuhi kebutuhan ini. (Siregar et al., 2017)

Kacang tanah menjadi salah satu komoditi pertanian yang dibutuhkan oleh masyarakat, karena dapat digunakan sebagai bahan makanan dan bahan baku industri. Kacang tanah dalam produksinya yang tidak membutuhkan tenaga khusus karena dalam pertumbuhannya sendiri dapat dilakukan tumpang sari



dengan tanaman lain sehingga dapat menghasilkan dua kali panen dari tanaman yang berbeda sehingga dapat membantu pendapatan keluarga petani.

Kecamatan Sipoholon merupakan salah satu kecamatan yang berada di Tapanuli Utara dimana di Kecamatan Sipoholon ini merupakan salah satu kecamatan yang mempunyai potensi pertanian yang cukup baik. Dalam sektor pertanian, komoditi yang paling dominan ditanam di daerah Kabupaten Tapanuli Utara ini yaitu sektor bahan makanan seperti tanaman padi, palawija dan tanaman hortikultura. Komoditi pangan yang diusahakan yaitu padi, jagung, ubi dan kacang tanah (BPS, 2021).

Table 1. 1 Produksi Tanaman Pangan Kacang Tanah, Jagung, Ubi Kayu, padi Di Kabupaten Tapanui Utara Dari Tahun 2018-2020

No	Tanaman pangan	Produksi (ton)		
		2019	2020	2021
1	Kacang tanah	1.373,00	2.489,30	2.524,00
2	Jagung	90.854,90	128.531,00	104.288,00
3	Padi	111.456,109	111.791,69	41.930,98
4	Ubi Kayu	6.420,10	6.258,00	6.456,00

Sumber: BPS Tapanuli Utara (2021)

Berdasarkan tabel 1.1 bahwasanya produksi tanaman pangan di kabupaten tapanuli utara seperti jagung, padi, palawija, ubi kayu dan kacang tanah banyak dihasilkan. Dari data salah satu tanaman pangan yang berpotensi di Tapanuli Utara yaitu kacang tanah dimana produksi tertinggi berada pada tahun 2021 selama tiga tahun terakhir dimana hasil produksi kacang tanah yang dihasilkan pada tahun 2021 (2.524,00) ton. Hal ini menjadi salah satu faktor peneliti dalam mengangkat judul tentang kacang tanah.

Kacang tanah, sebagai salah satu jenis tanaman pangan, memiliki kandungan protein dan lemak yang tinggi. Permintaan akan kacang tanah di Indonesia terus meningkat sejalan dengan pertumbuhan penduduk karena kacang

tanah dapat dijadikan bahan untuk berbagai produk makanan dan tambahan gizi. Kebutuhan terhadap kacang tanah juga meningkat seiring dengan upaya untuk mencapai pola makan yang seimbang, menghadirkan variasi dalam pangan, serta kemajuan dalam teknologi pengolahan makanan. Saat ini, produksi kacang tanah di Tapanuli Utara belum mencukupi kebutuhan masyarakat setempat, sehingga impor dari luar negeri diperlukan untuk mengatasi kekurangan ini. (SINAGA et al., 2015)

Kacang tanah, sebagai salah satu jenis tanaman pangan, memiliki tingginya kandungan protein dan lemak. Permintaan akan kacang tanah di Indonesia terus meningkat seiring dengan pertumbuhan penduduk, karena kacang tanah dapat dijadikan bahan dasar untuk berbagai produk makanan dan tambahan gizi. Kebutuhan akan kacang tanah juga meningkat sejalan dengan usaha untuk mencapai pola makan yang seimbang, menghadirkan variasi dalam pangan, serta kemajuan dalam teknologi pengolahan makanan. Saat ini, produksi kacang tanah di Tapanuli Utara masih belum mencukupi kebutuhan masyarakat setempat, sehingga impor dari luar negeri diperlukan untuk mengatasi kekurangan ini. (Widodo & Setijorini, 2021)



Gambar 1. 1. Tong tempat kacang sihobuk diproses



Gambar 1. 2 Proses penyortiran yang akan dipasarkan

Kemasan kacang sihobuk dalam setiap toko memiliki kemasan yang berbeda yang membedakan kemasan yaitu salah satunya harga dimana harga per kemasan yang dimulai dari harga Rp 10.000 Rp 20.000 Rp 30.000 Rp 50.000 Rp 100.000 Rp 200.000 dengan harga yang berbeda semua kemasan dibuat berbagai macam.



Gambar 1. 3 Bentuk kemasan kacang sihobuk

Kecamatan Sipoholon merupakan salah satu kecamatan di kabupaten tapanuli utara yang mempunyai potensi pertanian yang cukup baik. Salah satu komoditi unggulan di kecamatan Sipoholon adalah tanaman kacang tanah. Keberadaan komoditi ini akan menopang usaha kecil masyarakat yang akan berdampak pada peningkatan pendapatan masyarakat itu sendiri.

Tabel 1. 2. Luas Panen, Produksi Tanaman Kacang Tanah Di Kecamatan Sipoholon Tahun 2018-2020

No	Uraian	2018	2019	2020
1	Luas panen (Ha)	173,9	163,5	154,70
2	Produksi (Ton)	345,62	324,40	237,46

*Sumber: Kecamatan Sipoholon dalam Angka 2021*

Berdasarkan tabel 1.2 menunjukkan bahwasanya jumlah produksi kacang tanah di kecamatan sipoholon dari tahun 2018-2020 mengalami penurunan. Masyarakat mengolah kacang tanah menjadi kacang garing Sihobuk dengan tujuan menambah nilai tambah dan meningkatkan pendapatan masyarakat. Usaha industry rumah tangga yang mengolah kacang tanah hingga saat ini masih berkembang untuk produk akhir yang siap dipasarkan yaitu kacang Sihobuk.

Perilaku konsumen mencakup segala keputusan yang diambil oleh setiap individu tentang apa yang ingin mereka beli. Konsumen memiliki kebebasan untuk memilih produk yang mereka inginkan atau butuhkan, serta memiliki kontrol penuh terhadap mengapa mereka ingin membeli, di mana mereka membeli, dan kapan mereka membeli. Keputusan ini sangat tergantung pada preferensi dan kebebasan individu.

Perilaku konsumen juga dapat dijelaskan sebagai serangkaian proses yang dihadapi oleh individu saat mereka mencari, memilih, dan membeli produk berdasarkan minat pribadi mereka. Preferensi konsumen, atau selera terhadap produk, adalah faktor utama yang memengaruhi keputusan konsumen. Preferensi ini melibatkan berbagai faktor yang memicu individu dalam menentukan pilihan pembelian mereka..(Mulyati, 2017)

Dalam setiap pemasaran produk, suatu keputusan berada di tangan konsumen. Oleh karena itu keberadaan konsumen dan preferensi sangat dibutuhkan, terkhususnya dalam keberlangsungan usaha penjualan kacang sihobuk.(Musa & Nifita, 2019)

Dalam 3 tahun terakhir, konsumsi kacang sihobuk di Kecamatan Sipoholon mengalami penurunan. Penurunan ini disebabkan oleh kualitas kacang sihobuk yang kurang memuaskan, yang berdampak negatif pada selera konsumen dalam membeli kacang, dan akibatnya, permintaan terhadap kacang sihobuk menurun. Oleh karena itu, produsen perlu memahami tingkat preferensi konsumen dalam pembelian kacang sihobuk, seperti rasa, harga, berat per kemasan, desain kemasan produk, dan layanan tambahan dalam penjualan.

Dengan menurunnya selera konsumen, produsen kacang sihobuk diharapkan dapat mengumpulkan informasi tentang preferensi konsumen dalam pembelian kacang sihobuk. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan penjualan kacang sihobuk di wilayah Sipoholon, Tapanuli Utara.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang ada, maka permasalahan yang dapat diuraikan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimanakah karakteristik konsumen Kacang Sihobuk di Kecamatan Sipoholon Kabupaten Tapanuli Utara?
2. Bagaimanakah preferensi konsumen dalam membeli kacang sihobuk di Kecamatan Sipoholon Kabupaten Tapanuli Utara?
3. Atribut apa sajakah yang berpengaruh dalam membeli kacang sihobuk di Kecamatan Sipoholon kabupaten Tapanuli Utara?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis karakteristik konsumen kacang sihobuk di Kecamatan Sipoholon Kabupaten Tapanuli Utara
2. Untuk menganalisis preferensi konsumen dalam membeli kacang sihobuk di Kecamatan Sipoholon Kabupaten Tapanuli Utara
3. Untuk mengetahui atribut apa sajakah yang berpengaruh dalam membeli kacang sihobuk di Kecamatan Sipoholon kabupaten Tapanuli Utara

## 1.4 Hipotesis penelitian

- 1) Diduga kualitas rasa, harga dan kemasan pemasaran mempengaruhi terhadap preferensi.
- 2) Atribut yang meliputi rasa, harga dan kemasan berpengaruh pada terhadap preferensi konsumen kacang sihobuk di kecamatan sipoholon kabupaten tapanuli utara.

## 1.5 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian diatas, maka diharapkan manfaat dari penelitian ini yaitu:

- 1) Bagi peneliti, dapat menambah pengetahuan dan sebagai salah satu syarat kelulusan dalam memperoleh gelar sarjana di Fakultas Pertanian Program Studi agribisnis Universitas Medan Area
- 2) Bagi pengusaha kacang sihobuk, dapat menjadi referensi dan bahan informasi mengenai preferensi konsumen kacang sihobuk
- 3) Pihak lain, diharapkan sebagai sumber informasi dan pengetahuan dan menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya.

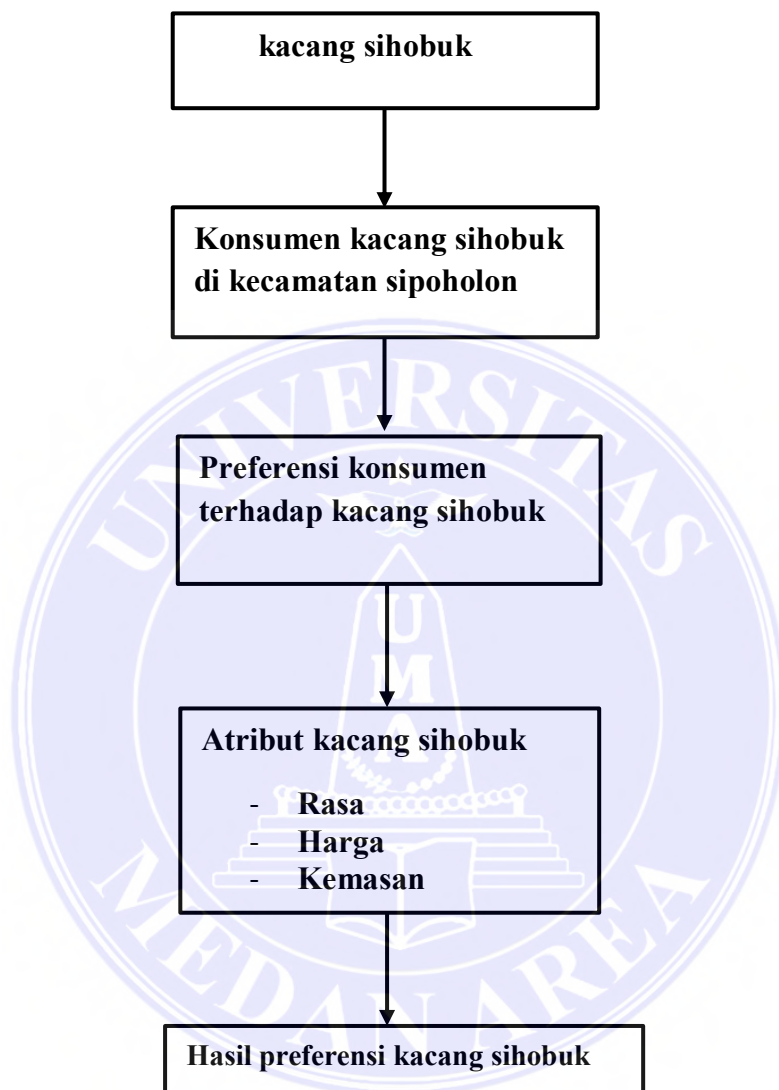
## 1.6 Kerangka Pemikiran

Preferensi konsumen dalam mengonsumsi kacang sihobuk dipengaruhi oleh berbagai faktor budaya lokal. Ini mencerminkan kebiasaan konsumsi di antara masyarakat di Kecamatan Sipoholon, Kabupaten Tapanuli Utara. Terdapat lima atribut yang dapat diamati pada produk kacang sihobuk, yaitu:

- a. Rasa yang ada pada kacang sihobuk.
- b. Harga pada kacang sihobuk.
- c. Kemasan kacang sihobuk.

Pemilihan tiga atribut pertama adalah untuk menentukan tingkat penting dan kesesuaian produk kacang sihobuk dengan preferensi konsumen. Hasil dari penelitian produk kacang sihobuk akan disekat menggunakan analisis chi-square, dengan tujuan untuk mengidentifikasi atribut produk kacang sihobuk yang paling sesuai dengan preferensi konsumen. Untuk menjalankan penelitian ini dengan

lebih efektif dan mencapai tujuan yang diinginkan, kami menggunakan kerangka pemikiran berikut:



Gambar 1. 4. Skema Gambar Pemikiran



## BAB II. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Kacang Tanah

Kacang tanah (*Arachis Hypogaea* L.) adalah salah satu jenis tanaman polong atau legume yang termasuk dalam keluarga Fabaceae dan diusahakan secara budidaya. Kacang tanah juga merupakan salah satu tanaman yang sangat populer dan penting di Indonesia, selain kedelai. Tanaman kacang tanah memiliki asal-usulnya di Benua Amerika, khususnya di Brazil. Kacang tanah pertama kali diperkenalkan ke Indonesia pada awal abad ke-17, ketika dibawa oleh pedagang Cina dan Portugis. (Dharmaningtyas, 2011)

Menurut (Pertanian, 2019), klasifikasi dari kacang tanah adalah sebagai berikut:

- Kingdom : *Plantae*
- Sub kingdom : *Viridiplantae*
- Infra Kingdom : *Streptophyta*
- Super Divisi : *Embryophyta*
- Divisi : *Tracheophyta*
- Sub Divisi : *Spermatophytina*
- Kelas : *Magnoliopsida*
- Ordo : *Fabales*
- Family : *Fabaceae*
- Genus : *Arachis* L.
- Spesies : *Arachis hipogaeae* L.

Kacang tanah tumbuh secara perdu dengan tinggi sekitar 30-50 cm, memiliki daun yang tersusun secara majemuk dan kecil. Tanaman kacang tanah memiliki dua jenis pertumbuhan yang berbeda, yaitu tipe tegak dan tipe menjalar. Kacang tanah tipe tegak lebih disukai oleh petani karena masa pertumbuhannya sekitar 100-120 hari dan lebih mudah dalam pemanenan. Di sisi lain, kacang tanah tipe menjalar lebih cenderung menjalar ke arah cabang tanaman yang memudahkan penyebaran tanaman ini. (Prayoga & Ruwaida, 2017)

Kacang tanah adalah salah satu tanaman yang mungkin mengalami penyerbukan sendiri. Walaupun penyerbukan silang alami pada kacang tanah bisa terjadi, probabilitasnya sangat rendah, sekitar 0,5%. Bunga kacang tanah memiliki struktur yang menyerupai kupu-kupu kecil, dengan komponen-komponen seperti kelopak, mahkota bunga, benang sari, dan kepala putik. Mahkota bunga kacang tanah berwarna kuning dan terdiri dari lima lembaran, di mana masing-masing memiliki bentuk yang berbeda. Lembaran terbesar disebut sebagai bendera, dan di sisi kanan dan kiri bendera terdapat sayap yang bersatu di bawahnya, membentuk cakar. Bunga kacang tanah juga memiliki sepuluh benang sari, di mana dua di antaranya lebih pendek dari yang lain. (Trustinah, 2015)

Kacang tanah saat ini menjadi salah satu tanaman yang diproduksi dalam jumlah besar di lima negara, yaitu Amerika Serikat, Nigeria, China, India, dan Indonesia. Penggunaan kacang tanah di Indonesia sangat beragam karena kacang tanah dapat diolah menjadi berbagai jenis camilan, seperti kacang tanah yang direbus dengan kulit, dipanggang, atau digoreng. Selain itu, kacang tanah juga dapat digunakan sebagai bumbu makanan yang ditaburkan di atas hidangan atau sebagai penambah rasa makanan. Kacang tanah memiliki banyak manfaat

kesehatan, seperti menjaga tingkat kolesterol, mengurangi keriput, mengandung serat pangan tinggi, menjadi sumber tambahan energi, dan memiliki sifat pencegahan kanker.

Namun, kacang tanah juga memiliki kekurangan, seperti potensi menyebabkan alergi pada sebagian orang yang mengonsumsinya. Beberapa produksi kacang tanah juga mengandung aflatoksin yang dapat membahayakan kesehatan konsumennya. Di masyarakat, kacang tanah paling sering dimanfaatkan untuk diolah menjadi camilan dengan berbagai metode pengolahan yang berbeda.(Widodo & Setijorini, 2021)

## **2.2 Kacang Sihobuk**

Kacang Sihobuk merupakan produk olahan dari kacang tanah yang dihasilkan dengan cara sangrai menggunakan pasir. Kacang Sihobuk adalah produk yang khas dari Tapanuli Utara, terutama di daerah Kecamatan Tarutung dan Sipoholon. Nama "Sihobuk" sesuai dengan asal produk ini, yang berasal dari Tarutung, Tapanuli Utara. Produk ini adalah salah satu bentuk pengolahan dari kacang tanah.

Awalnya, Kacang Sihobuk berasal dari Kabupaten Tapanuli Utara, ketika tanah di Sihobuk mengalami longsor dan penduduk yang terdampak dipindahkan ke Desa Silangkitang. Para warga yang terkena dampak bencana tersebut mencari cara untuk memenuhi kebutuhan ekonomi mereka dengan mendirikan usaha pengolahan kacang yang kemudian dikenal sebagai Kacang Garing Sihobuk. Hingga saat ini, Kacang Sihobuk masih diproduksi oleh pengusaha rumah tangga

sebagai salah satu sumber penghasilan ekonomi dan sebagai bentuk pengenangan terhadap Desa Sihobuk yang pernah mengalami bencana longsor.

Proses pembuatan kacang sihobuk dari kacang tanah asli Tapanuli Utara ini memerlukan perhatian serius terhadap kualitasnya. Untuk membuat kacang sihobuk, langkah-langkah yang diikuti adalah sebagai berikut:

1. Rendam Kacang Tanah: Kacang tanah direndam dalam air selama sekitar 3-5 jam. Ini dapat membantu membersihkan kacang dan mempersiapkannya untuk proses berikutnya.
2. Pengeringan: Setelah direndam, kacang tanah kemudian dijemur hingga kering. Proses pengeringan ini penting untuk menghilangkan kelembaban dari kacang dan membuatnya siap untuk proses sangrai.
3. Proses Pemasakan: Kacang tanah yang telah kering kemudian disangrai dengan pasir menggunakan kayu bakar hingga matang. Proses pengadukan kacang dalam pasir memerlukan usaha dan perhatian yang besar untuk menghasilkan kacang sihobuk dengan rasa gurih yang khas.

Hasil akhir dari proses ini adalah kacang sihobuk yang memiliki tekstur gurih dan sempurna, dengan kacang yang empuk dan enak dijadikan camilan di rumah atau saat beraktivitas di luar, seperti saat dalam perjalanan jauh, pesta, atau saat bersantai.

Proses ini merupakan bagian dari warisan budaya lokal yang menghasilkan camilan yang unik dan lezat dari kacang tanah asli Tapanuli Utara. Kacang garing adalah jenis makanan ringan yang sangat terkenal dan populer di kalangan

masyarakat. Produk kacang garing ini sering dijual di berbagai tempat seperti pasar, terminal bus, stasiun kereta api, dan toko-toko kacang tanah. Kacang tanah telah menjadi tanaman yang penting dalam produksi kacang garing.

Biasanya, kacang garing di pasaran dikemas dalam kantong plastik transparan dengan label yang menarik untuk menarik perhatian pembeli. Tujuan utama dari proses pengolahan kacang garing adalah untuk mengawetkan bahan dasar (kacang tanah). Proses ini melibatkan penambahan garam dan pengeringan. Garam digunakan sebagai bahan pengawet, sementara pengeringan bertujuan untuk mengurangi kadar air dalam bahan tersebut. Pengurangan kadar air ini dapat menghambat pertumbuhan mikroba yang dapat merusak produk. Dengan demikian, kacang garing menjadi lebih tahan lama dan aman untuk dikonsumsi dalam jangka waktu yang lebih lama. Proses pengolahan ini menjaga keunikan dan kenikmatan kacang garing, yang merupakan bagian penting dari tradisi lokal dan budaya kuliner di Tapanuli Utara. (Pt et al., 2009)

Kacang Sihobuk adalah kacang yang mengalami proses sangrai dengan menggunakan pasir. Ini adalah makanan ringan yang merupakan jajanan khas dari Tapanuli Utara, terutama suku Batak, dan berasal dari Desa Sihobuk, Tarutung, Tapanuli Utara. (Anonymous, 2009).

Proses produksi kacang garing sihobuk ini meliputi:

- 1) Sortir bahan baku
- 2) Perendaman
- 3) Penggongsengan
- 4) Sortir kacang yang telah digongseng
- 5) Pengemasan

## 6) Pemasaran

### 2.3 Preferensi konsumen

Preferensi konsumen adalah selera pribadi yang bersifat subjektif terhadap suatu produk, yang dipengaruhi oleh berbagai atribut seperti kualitas produk, harga, promosi, dan kemasan. Preferensi ini muncul dalam tahap evaluasi singkat yang dilakukan oleh konsumen saat mereka membuat keputusan pembelian.

Ketika konsumen dihadapkan pada berbagai pilihan produk atau jasa dengan berbagai atribut yang berbeda, preferensi mereka terbentuk sebagai hasil dari pertimbangan mereka terhadap merek, kualitas, harga, promosi, dan kemasan produk tersebut. Preferensi ini mencerminkan pandangan konsumen terhadap mana yang mereka anggap lebih baik atau sesuai dengan kebutuhan dan keinginan mereka.

Mengidentifikasi dan memahami preferensi konsumen adalah penting bagi produsen dan pemasar dalam merancang produk, strategi harga, promosi, dan kemasan yang dapat memenuhi ekspektasi dan keinginan konsumen, sehingga meningkatkan peluang sukses produk di pasaran. (Kotler, 2009).

Preferensi konsumen merupakan faktor utama dalam ekonomi yang membantu menjelaskan mengapa individu memilih suatu produk daripada yang lain. Dalam konteks ekonomi, selera individu diasumsikan sebagai sesuatu yang ada dan relatif stabil, yang berarti bahwa setiap individu memiliki preferensi atau selera pribadi mereka yang cenderung konsisten seiring berjalannya waktu.

Memahami preferensi konsumen adalah penting karena dapat membantu kita dalam memahami bagaimana perubahan dalam pendapatan dan harga memengaruhi permintaan terhadap barang dan jasa. Selain itu, pemahaman ini membantu menjelaskan mengapa beberapa produk lebih sensitif terhadap perubahan harga dan pendapatan daripada produk lain. Hal ini memiliki dampak signifikan dalam analisis ekonomi, perencanaan pemasaran, dan pengambilan keputusan bisnis, serta membantu dalam merancang strategi yang lebih efisien dalam memasarkan produk dan mencapai sasaran konsumen.

Menurut Assael sebagaimana yang dikutip oleh Jono M Munandar, Pandangan yang di berikan mengenai preferensi konsumen adalah sangat tepat. Preferensi konsumen dapat diartikan sebagai pilihan, kesukaan, atau hal yang lebih disukai oleh konsumen dalam konteks produk (barang atau jasa) yang mereka konsumsi. Preferensi ini terbentuk melalui persepsi konsumen terhadap produk, yang melibatkan perhatian terhadap pesan, pemahaman, dan ingatan.

Presepsi ini yang menetap dan tertanam dalam pikiran konsumen akhirnya menjadi preferensi, yang mencerminkan suka atau tidak suka terhadap produk tertentu. Konsumen sendiri adalah individu atau orang yang menggunakan barang atau jasa dalam konteks masyarakat, baik untuk kepentingan pribadi, keluarga, orang lain, atau makhluk hidup lainnya, dan tidak untuk tujuan komersial.

Preferensi konsumen adalah gambaran dari kesukaan konsumen terhadap berbagai pilihan produk yang ada. Memahami preferensi konsumen adalah kunci dalam merancang produk, strategi pemasaran, dan layanan yang lebih sesuai

dengan kebutuhan dan keinginan konsumen, sehingga dapat meningkatkan keberhasilan produk di pasaran. (Kotler, Manajemen Pemasaran, 1997).

Menurut Wardhani (2015), preferensi konsumen memiliki peranan krusial dalam domain pemasaran, karena sangat terkait dengan kesuksesan suatu perusahaan dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan, yaitu keputusan pembelian konsumen yang didasarkan pada preferensi mereka. Preferensi konsumen dibagi menjadi lima dimensi, yaitu harga, kualitas layanan, merek, aspek fisik, dan kualitas produk makanan.

Menurut Nicholson (1994), hubungan preferensi memiliki tiga sifat dasar: A) Kelengkapan (completeness) - Jika A dan B adalah dua kondisi atau situasi, setiap individu selalu dapat menentukan apakah:

- 1) Mereka lebih suka A daripada B,
- 2) Mereka lebih suka B daripada A, atau
- 3) Mereka memiliki preferensi yang setara antara A dan B.

Berdasarkan sifat ini, setiap individu diasumsikan dapat dengan pasti memutuskan pilihan mereka tanpa ragu-ragu, karena mereka memiliki pengetahuan tentang mana yang lebih baik dan yang lebih buruk, sehingga selalu mampu memilih di antara dua alternatif.

B) Transitivitas (transitivity) - Jika seseorang menyatakan bahwa mereka lebih menyukai A daripada B, dan juga lebih menyukai B daripada C, maka secara konsisten mereka harus lebih menyukai A daripada C. Dengan kata lain, tidak boleh ada kontradiksi dalam pernyataan preferensi seseorang.



C) Kontinuitas (Continuity) Jika seseorang menyatakan lebih menyukai A daripada B, ini berarti segala kondisi di bawah A tersebut disukai daripada kondisi di bawah pilihan B. Analisis preferensi konsumen adalah analisis yang bertujuan untuk mengetahui apa yang disukai dan yang tidak disukai konsumen, juga untuk menentukan urutan kepentingan dari suatu atribut produk maupun produk itu sendiri. Dengan menggunakan analisis preferensi ini akan diperoleh urutan kepentingan karakteristik produk seperti apa yang paling penting atau yang paling disukai (Khadijah, 2017).

C) Kontinuitas (Continuity) - Jika seseorang menyatakan preferensi mereka untuk A lebih daripada B, maka ini berarti bahwa segala kondisi di bawah A juga lebih disukai daripada kondisi di bawah B. Dengan kata lain, tidak boleh ada loncatan atau perubahan mendadak dalam preferensi mereka.

Analisis preferensi konsumen bertujuan untuk mengidentifikasi apa yang diinginkan dan tidak diinginkan oleh konsumen, serta untuk menentukan urutan prioritas atribut produk atau produk itu sendiri. Dengan menggunakan analisis preferensi ini, kita dapat menentukan urutan pentingnya karakteristik produk, seperti yang paling krusial atau yang paling diinginkan (Khadijah, 2017).

Preferensi konsumen adalah hasil dari seleksi produk yang mencerminkan apakah produk tersebut mendapat penerimaan atau penolakan dari konsumen. Preferensi ini timbul sebagai hasil dari persepsi konsumen terhadap suatu produk, dan mencerminkan tingkat kecenderungan atau ketidacenderungan konsumen terhadap berbagai pilihan produk yang ada. Teori preferensi ini digunakan untuk

menilai tingkat kepuasan atau ketidakpuasan konsumen terhadap produk tersebut (Wardhani et al., 2016).

## 2.4 Atribut Produk

(Hidayat et al., 2012) berpedapat bahwa atribut produk adalah elemen-elemen utama yang dianggap signifikan oleh pelanggan dan menjadi dasar dalam memutuskan untuk membeli. Atribut produk ini mencakup merek, kemasan, garansi, layanan, dan aspek lainnya. Atribut-atribut produk dianggap sebagai faktor yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Semakin lengkap dan komprehensif atribut-atribut suatu produk, semakin besar kemungkinan produk tersebut akan diminati oleh konsumen..(Pradana & Reventiary, 2016)

Atribut produk merujuk pada faktor-faktor yang dipertimbangkan oleh konsumen ketika mereka membuat keputusan pembelian, baik itu terkait merek tertentu atau kategori produk secara keseluruhan, yang dapat berupa ciri-ciri yang melekat pada produk atau menjadi bagian dari produk itu sendiri (Sudrajad & Andriani, 2015). Berikut adalah beberapa contoh atribut produk yang dimaksud:

1. Harga adalah nilai yang dapat diukur dalam bentuk uang atau barang lain yang digunakan sebagai ganti dari suatu produk atau layanan pada suatu waktu dan lokasi tertentu, yang memberikan manfaat kepada individu atau kelompok tertentu.
2. Merek adalah simbol atau identifikasi yang digunakan oleh produsen pada produk yang mereka hasilkan untuk membedakannya dari produk lain sebagai tanda pengenalan.

3. Kemasan adalah wadah atau bungkus yang memiliki kemampuan untuk meningkatkan nilai dan utilitas (fungsi) suatu produk.
4. Kualitas adalah keseluruhan dari semua fitur dan karakteristik yang ada pada produk, yang mampu memenuhi kepuasan konsumen.

Jika sebuah produk memiliki atribut atau karakteristik yang sejalan dengan ekspektasi konsumen, maka produk tersebut akan dianggap sesuai oleh konsumen. Produk yang memenuhi harapan konsumen memiliki peluang lebih besar untuk dibeli oleh mereka..(Mowen, J. C., & Minor, 2002)

Atribut produk mencerminkan karakteristik unik dari suatu produk, baik yang bersifat fisik maupun non-fisik. Atribut produk dapat bervariasi tergantung pada kualitas, desain, merek, kemasan, warna, harga, layanan, dan sebagainya. (Amstrong, Gary, & Philip, 2012). Terdapat tiga macam komponen atribut produk, yaitu:

1. Kualitas produk, kualitas produk merupakan satu hal yang penting dalam sebuah pemasaran produk. Kualitas menjadi factor penting yang memiliki dampak langsung terhadap kinerja produk barang ataupun jasa. Maka dari itu kualitas suatu produk akan berdampak pada tingkat kepuasan para pelanggan.
2. Fitur produk, fitur produk merupakan sebuah produk yang ditawarkan dalam berbagai macam fitur, model dan merupakan satu hal yang penting perusahaan atau pengusaha dalam menciptakan tingkat model yang lebih tinggi dengan menambahkan lebih banyak fitur produk lainnya.

3. Gaya dan desain produk, gaya dan desain produk ini penting dikarenakan dapat menambah nilai pelanggan melalui gaya dan desain produk yang berbeda. Melalui gaya dan desain produk yang menarik akan menambah keinginan konsumen dalam membeli produk barang maupun produk jasa.

## 2.5 Penelitian Terdahulu

(Utomo et al., n.d.) Hasil analisis preferensi konsumen terhadap beras siger di Bandar Lampung menunjukkan bahwa konsumen memiliki pandangan positif terhadap beras siger sebagai opsi pengganti beras. Sebagian besar konsumen adalah pria yang mendapatkan penghasilan dari pekerjaan, dengan pengeluaran bulanan rata-rata berkisar antara Rp.1.500.000 hingga Rp.2.500.000. Awalnya, alasan untuk mengonsumsi beras siger adalah untuk manfaat kesehatan. Informasi tentang beras siger umumnya diperoleh dari anggota keluarga, dan manfaat produk ini menjadi fokus utama. Meskipun demikian, beras siger kurang diminati dibandingkan dengan beras biasa.

Konsumen dalam pembelian beras siger cenderung membuat keputusan berdasarkan situasi tertentu dan rata-rata konsumsinya sekitar 2 kg per bulan, serta memiliki kecenderungan untuk membeli kembali produk ini. Variabel yang paling penting dalam pemilihan beras siger adalah manfaat (dengan skor 4,35), diikuti oleh komposisi (3,73), pengaruh anggota keluarga (3,65), motivasi (3,58), informasi (3,53), dan harga beras (3,40), dengan skala penilaian maksimum 5. Atribut yang paling baik dalam performa produk beras siger adalah manfaat

(4,35), diikuti oleh komposisi (3,95), harga beras (3,83), kemudahan pembelian (3,60), dan motivasi (3,58), dengan skala penilaian maksimum 5.

Sitti Khadijah Yahya Hiola 2017 Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Produk Olahan Ayam di Kota Makassar mengindikasikan bahwa preferensi masyarakat terhadap produk unggas, khususnya daging ayam, mengalami perubahan. Terdapat peningkatan permintaan terhadap produk olahan daging ayam, dan produsen beragam bentuk produk olahan ayam untuk memenuhi permintaan tersebut. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi atribut-atribut produk yang mencerminkan preferensi konsumen terhadap produk olahan ayam, menentukan tingkat kegunaan dari masing-masing atribut produk olahan ayam, dan menganalisis preferensi konsumen terhadap produk olahan ayam.

Penelitian ini dilaksanakan selama dua bulan, yaitu dari bulan Juli hingga Agustus 2017, di Kota Makassar. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang mengunjungi pasar modern di Kota Makassar. Sampel penelitian terdiri dari 100 responden yang dipilih dengan metode Accidental sampling. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis konjoin.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa preferensi konsumen terhadap produk olahan ayam cenderung lebih tinggi untuk produk dengan harga di atas Rp. 40.000,-, beraroma ayam dan bumbu, memiliki label SNI, dan kemasan ukuran sedang. Faktor pertimbangan utama bagi konsumen dalam membeli produk olahan ayam adalah harga, diikuti oleh kemasan, aroma, dan label, yang menjadi faktor pertimbangan terakhir.(Khadijah & Hiola, 2017)

Darmisa 2018. Penelitian mengenai analisis pemasaran kacang tanah di Desa Palakka, Kecamatan Barru, Kabupaten Barru, yang dilakukan di bawah bimbingan Siti Wardah dan Firmansyah dari Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Makassar memiliki tujuan untuk menganalisis saluran pemasaran, margin, dan efisiensi pemasaran kacang tanah.

Hasil penelitian menunjukkan adanya tiga tipe saluran pemasaran kacang tanah di Desa Palakka, Kecamatan Barru, Kabupaten Barru, yaitu:

1. Saluran Pemasaran I: Petani → Pedagang Pengecer → Konsumen.
2. Saluran Pemasaran II: Petani → Pedagang Pengumpul → Konsumen.
3. Saluran Pemasaran III: Petani → Pedagang Pengumpul → Pedagang Besar → Konsumen.

Margin pemasaran pada saluran I adalah sebesar Rp 2.500, pada saluran II adalah sebesar Rp 2.250, dan pada saluran III adalah sebesar Rp 18.000. Dilihat dari segi efisiensi ekonomis, saluran pemasaran I adalah yang paling efisien dengan efisiensi sebesar 2,54. Saluran pemasaran II memiliki efisiensi sebesar 2,78, sedangkan saluran pemasaran III memiliki efisiensi sebesar 8,95%.

Hal ini mengindikasikan bahwa saluran pemasaran kacang tanah yang melibatkan petani yang menjual langsung ke pedagang pengecer (saluran I) lebih efisien daripada saluran pemasaran yang melibatkan pedagang pengumpul dan pedagang besar (saluran II dan III). Ini menunjukkan potensi untuk meningkatkan efisiensi pemasaran dengan mempertimbangkan saluran yang paling efisien dalam distribusi kacang tanah di wilayah tersebut..(Darmisa, 2018)

Nurisa asrienda shafira1\*, elly rasmikayati2, bobby rachmat saefudin 2021  
Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana preferensi konsumen terhadap produk olahan mangga yang diproduksi di Indonesia, di mana produksi mangga bersifat musiman, dengan jumlah yang berlimpah selama musim panen dan menjadi langka di luar musim panen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas konsumen produk olahan mangga adalah perempuan berusia sekitar 21 tahun, dengan uang saku bulanan berkisar antara Rp500.000 hingga Rp1.000.000. Mereka umumnya tinggal di daerah Jawa.

Preferensi konsumen terhadap produk olahan mangga lebih condong pada produk puree mangga dengan rasa yang sedikit masam dan harga yang terjangkau, yaitu di bawah Rp15.000. Urutan atribut produk yang dianggap penting oleh konsumen adalah harga (dengan andil sebesar 46%), jenis produk (sebanyak 41%), dan rasa produk (sekitar 13%).(Pertanian & Padjadjaran, 2021)

Andi rizkiyah hasbi 2019 Judul Penelitian: "Preferensi Konsumen terhadap Produk Olahan Sagu: Studi Kasus pada Kue Bagea dengan Harga Rp. 15.000 - Rp. 35.000, Kemasan Sedang, dan Ketersediaan yang Mudah"

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi preferensi konsumen terhadap produk olahan sagu, dengan memfokuskan perhatian pada beberapa atribut yang melekat pada produk olahan sagu tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa atribut yang paling diperhitungkan oleh konsumen dalam pembelian produk olahan sagu adalah kue bagea dengan rasa kacang yang dijual dengan harga Rp. 15.000 - Rp. 35.000, kemasan sedang, dan mudah diperoleh.(Hasbi&Sari,2019)

## **BAB III.**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Metode penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dalam pengolahan data dan informasi. Metode kuantitatif adalah suatu pendekatan yang berfokus pada pembentukan dan deskripsi objektif tentang situasi atau fenomena dengan menggunakan data berbentuk angka. Proses ini dimulai dari pengumpulan data, analisis data, hingga penyajian dan interpretasi hasil. Pendekatan kuantitatif dipilih karena memungkinkan pengolahan data dengan cara yang lebih sederhana dan mudah dimengerti serta diinterpretasikan.

#### **3.2 Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Sipoholon, Kabupaten Tapanuli Utara, dan pemilihan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (purposive). Alasan di balik pemilihan lokasi ini adalah karena Kecamatan Sipoholon, Kabupaten Tapanuli Utara, dikenal sebagai wilayah yang aktif dalam usaha pengolahan produk kacang sihobuk, dan diharapkan mampu menyediakan informasi yang relevan untuk keperluan penelitian ini.

#### **3.3 Populasi dan sampel**

Dalam penelitian ini, objek penelitian diperlukan untuk mengatasi permasalahan dan mencapai solusi. Populasi merupakan fokus utama penelitian ini, dan dengan menentukan populasi, peneliti dapat mulai proses pengolahan data. Untuk mempermudah proses pengolahan data, penulis akan memilih sejumlah indikator dari populasi yang disebut sebagai sampel. Melalui



penggunaan sampel ini, peneliti dapat mengelola data dengan lebih efisien dan hasil penelitian diharapkan menjadi lebih baik.

### 3.4 Populasi

Populasi memiliki jumlah yang sangat besar, maka penelitian ini menggunakan sampel yang merupakan subset atau sebagian kecil dari keseluruhan populasi. Sampel dipilih untuk mewakili populasi yang lebih besar dalam penelitian ini. Dengan cara ini, data yang diperoleh dari sampel dapat digunakan untuk membuat generalisasi atau kesimpulan yang dapat diterapkan pada populasi keseluruhan. (Arikunto, 2006). Anggota sampel yang tepat digunakan dalam penelitian menurut (Sugiyono, 2013) tergantung pada tingkat kesalahan yang dikehendaki. Semakin banyak sampel dari populasi yang diteliti, maka semakin kecil peluang kesalahan dan sebaliknya. Populasi yang terdapat dari konsumen kacang Sihobuk Kecamatan Sipoholon Kabupaten Tapanuli Utara.

### 3.5 Sampel

Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *accidental sampling* (teknik sampling kebetulan). *Accidental sampling* (teknik sampling kebetulan) menurut sugiyono (2013) “Accidental sampling merujuk pada pengambilan sampel responden berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang ditemui sedang membeli kacang sihobuk di lokasi penelitian dapat digunakan sebagai sampel apabila orang tersebut memenuhi kriteria sebagai sumber data. Karena populasi konsumen kacang sihobuk yang tidak dapat ditentukan dengan pasti, dalam penelitian ini diputuskan untuk menggunakan 60 sampel dari konsumen yang membeli kacang sihobuk di sepanjang Jalan Sipoholon sebagai representasi dalam penelitian.(Lonardi et al., 2021)

### 3.6 Jenis dan Sumber Data

Jenis data sumber data penelitian memiliki peran kunci dalam menentukan metode pengumpulan data yang tepat. Data yang digunakan dalam studi ini dibagi menjadi dua kategori berdasarkan cara mereka diperoleh. Data Primer adalah data yang secara langsung dikumpulkan oleh peneliti dari sumber asli atau lokasi di mana objek penelitian berlangsung.

1. Data primer diperoleh secara langsung melalui wawancara dengan konsumen produk kacang sihobuk di wilayah Kecamatan Sipoholon, Kabupaten Tapanuli Utara.
2. Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung dari sumber data yang telah ada, seperti catatan atau laporan yang telah tersedia di arsip pemerintah. Ini juga bisa diperoleh dari referensi buku, jurnal, artikel, sumber informasi internet, lembaga statistik pusat, dan berbagai sumber terkait lainnya.

### 3.7 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah langkah yang harus diterapkan dalam penelitian untuk memperoleh data sesuai dengan tujuan penelitian. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam studi ini mencakup:

1. Pengumpulan data dilakukan dengan cara mengamati kondisi di lokasi penelitian, terutama yang terkait dengan produk Kacang Sihobuk di Kecamatan Sipoholon, Kabupaten Tapanuli Utara.
2. Wawancara digunakan sebagai metode pengumpulan data primer dalam penelitian ini. Wawancara dilakukan dengan pihak-pihak yang terkait dengan produk Kacang Sihobuk menggunakan

kuesioner atau daftar pertanyaan untuk mendapatkan deskripsi dan variabel yang diperlukan dari responden.

3. Penggunaan dokumentasi bertujuan untuk menggantikan data yang diperoleh dalam bentuk catatan atau gambar untuk memberikan informasi yang lebih komprehensif terkait dengan penelitian mengenai produk Kacang Sihobuk di Kecamatan Sipoholon, Kabupaten Tapanuli Utara.

### 3.8 Teknik Analisis Data

Untuk mengidentifikasi karakteristik konsumen Kacang Sihobuk di Kecamatan Sipoholon, Kabupaten Tapanuli Utara, penelitian ini menggunakan analisis data deskriptif melalui survei lapangan. Metode ini melibatkan pengumpulan informasi dan wawancara langsung dengan konsumen Kacang Sihobuk di wilayah tersebut.

Untuk mengetahui atribut produk kacang sihobuk yang sesuai dengan preferensi konsumen, digunakan Analisis Chi Square ( $X^2$ ), (Heryana, 2017) dengan rumus sebagai berikut:

$$x^2 = \sum_{i=1}^k \left[ \frac{(fo - fe)^2}{fe} \right]$$

**keterangan:**

$X^2$  = chi square

$F_o$  = frekuensi hasil pengamatan pada penelitian

$F_e$  = frekuensi yang diharapkan pada penelitian

$i \dots k$  = kategori atribut dalam variable produk Kacang sihobuk dimana

$$f_e = \frac{R_i \times C_i}{\sum R_i}$$

**keterangan:**

$R_i$  = Jumlah baris ke –  $i$

$C_i$  = Jumlah kolom ke –  $i$

$\sum R_i$  = Jumlah pengamatan

Chi square disebut juga dengan kai kuadrat. Uji square adalah salah satu jenis komperatif non parametris yang dilakukan pada dua variable, dimana skala data kedua variabel adalah nominal. (Heryana, 2017)

**3.9 Definisi operasional**

Definisi operasional bertujuan untuk mencegah kesalahan pemahaman dan perbedaan penafsiran terkait dengan istilah-istilah yang terdapat dalam judul skripsi. Dalam konteks rencana judul penelitian "Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Kacang Sihobuk di Kecamatan Sipoholon, Kabupaten Tapanuli Utara," hal-hal yang perlu dijelaskan dalam definisi operasional mencakup:

Dengan menjelaskan secara rinci definisi operasional ini, penelitian akan lebih terarah dan mencegah adanya kebingungan atau penafsiran yang tidak konsisten terkait dengan penggunaan istilah dalam judul penelitian.

1. Produk kacang sihobuk merupakan chiri khas makanan yang terkenal dari kecamatan sipoholon di kecamatan tapanuli utara.
2. Preferensi konsumen merupakan tingkat selera seseorang terhadap produk olahan kacang sihobuk di kecamatan sipoholon kabupaten tapanuli utara

3. Perilaku konsumen adalah faktor-faktor yang menjadi dasar bagi konsumen dalam mengambil keputusan pembelian produk olahan kacang sihobuk di Kecamatan Sipoholon, Kabupaten Tapanuli Utara. Dimana perilaku konsumen dalam melakukan pembelian kacang sihobuk yang dimulai dari faktor atau keputusan membeli kacang sihobuk yaitu dapat dilihat dari 60 responden dalam penelitian yang dilakukan dimana konsumen membeli kacang karena suka dan tingkat kepuasan konsumen dari hasil penelitian yaitu konsumen merasa puas dengan produk kacang sihobuk dan alasan pembelian konsumen dalam penelitian yang dilakukan bahwa konsumen memilih kacang sihobuk sebagai oleh-oleh dimana responden kacang sihobuk adalah kebanyakan dari wisatawan dengan jumlah pembelian kacang sihobuk paling sering adalah 2-3 bungkus dalam setiap pembelian oleh konsumen dengan waktu pembelian yang tidak dapat ditentukan dan konsumen memilih membeli kacang sihobuk di toko tradisional.
4. Atribut produk merujuk pada komponen-komponen suatu produk yang dianggap signifikan oleh konsumen dan menjadi faktor penentu dalam proses pengambilan keputusan pembelian. Atribut produk ini mencakup elemen seperti rasa, harga, dan kemasan yang berkaitan dengan kacang sihobuk yang tersedia di Kecamatan Sipoholon. Dimana atribut tersebut yang dimulai dari
  - a) Rasa.

Pada hasil penelitian yang dilakukan rasa kacang sihobuk paling banyak disukai konsumen baik dari wisatawan ataupun

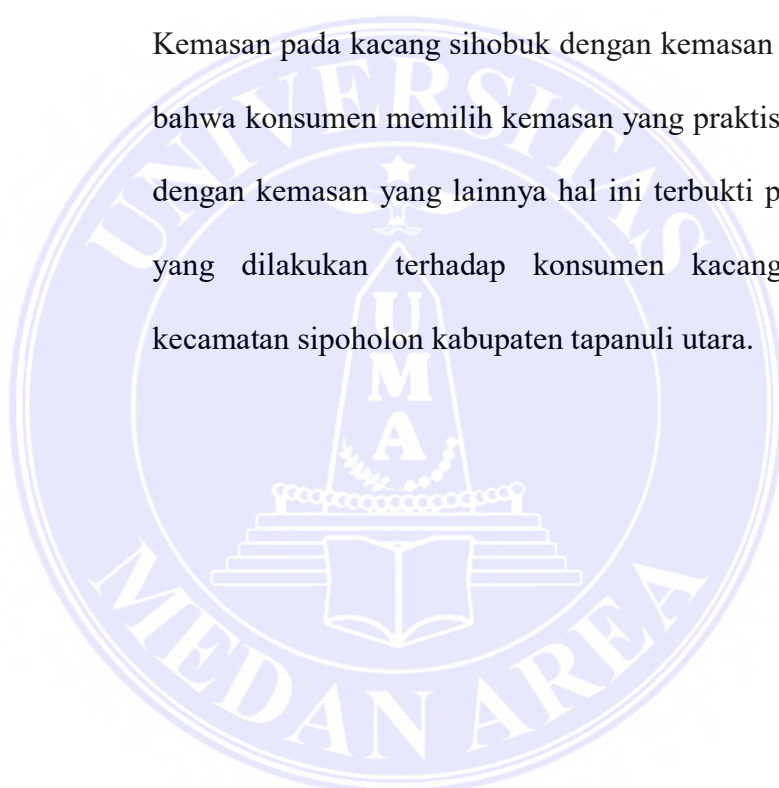
penduduk lokal jarena kacang sihobuk mempunyai rasa yang gurih.

b) Harga

Pada hasil penelitian yang telah dilakukan dapat dilihat bahwa konsumen kacang sihobuk lebih banyak membeli kacang sihobuk diharga Rp. 20.000.

c) Kemasan

Kemasan pada kacang sihobuk dengan kemasan yang beragam bahwa konsumen memilih kemasan yang praktis dibandingkan dengan kemasan yang lainnya hal ini terbukti pada penelitian yang dilakukan terhadap konsumen kacang sihobuk di kecamatan sipoholon kabupaten tapanuli utara.



## BAB V.

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### 5.1 Karakteristik Responden

##### 5.1.1 Karakteristik Sampel Konsumen Kacang Sihobuk

Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen atau pembeli kacang sihobuk yang berada di kecamatan sipoholon kabupaten tapanuli utara. Kriteria yang bisa dijadikan sampel dalam penelitian ini adalah konsumen yang sedang membeli kacang sihobuk yang ada di kecamatan sipoholon. Jumlah sampel yang di ambil dalam penelitian ini sebanyak 60 responden atau konsumen, dimana karakteristik konsumen meliputi jenis kelamin, umur, pekerjaan, pendidikan, pendapatan, ciri-ciri pembeli.

##### 5.1.2 Jenis Kelamin

Berdasarkan penelitian yang dilakukan dilapangan maka jenis kelamin responden dapat dilihat pada tabel 5.1.

Tabel 5. 1 Karakteristik responden konsumen kacang sihobuk berdasarkan jenis kelamin

No	Jenis kelamin	Jumlah	Persentase
	Jiwa	Jiwa	(%)
1	Laki-laki	28	47%
2	Perempuan	32	53%
	Total	60	100%

*Sumber: Data Primer (2023)*

Berdasarkan tabel 5.1 diatas dapat dilihat bahwa jenis kelamin responden konsumen kacang sihobuk terbanyak adalah adalah perempuan sebanyak 28 orang dengan persentase sebanyak 47% sedangkan jenis

kelamin responden laki-laki sebanyak 32 orang dengan persentase 43% hal ini menunjukkan bahwa konsumen kacang sihobuk di lokasi penelitian di dominasi oleh perempuan hal ini bisa terjadi karena kebanyakan perempuan yang membeli kacang sihobuk karena perempuan lebih suka berbelanja daripada laki-laki di lokasi penelitian yaitu toko tradisional kecamatan sipoholon kabupaten tapanuli utara.

### 5.1.3 Umur

Berdasarkan penelitian yang dilakukan maka umur responden dapat dilihat pada tabel 5.2

Tabel 5. 2 Karakteristik responden konsumen kacang sihobuk berdasarkan umur

No	Umur (tahun)	Jumlah (jiwa)	Persentase (%)
1	15-20	3	5%
2	21-30	43	71%
3	31-40	10	17%
4	41-50	3	5%
5	51-60	1	2%
Total		60	100%

Sumber: Data primer Diolah (2023)

Berdasarkan tabel 5.2 dapat dapat diketahui bahwa dari 60 konsumen terdapat 43 orang dengan persentase 71% pada rentang umur 21-30 tahun, 10 orang dengan persentase 17% dengan rentang usia 31-40 tahun, 3 orang dengan persentase 5% dengan rentang usia 41-50, 1 orang dengan persentase 2% dengan rentang usia 51-60, 3 orang dengan persentase 5% dengan rentang usia 15-20 tahun. Pada penelitian ini menunjukkan bahwa di tempat penelitian terdapat 71%



konsumen dengan rentang usia 21-30 tahun lebih banyak membeli kacang sihobuk sedangkan 2% konsumen dengan rentang usia 51-60 tahun lebih sedikit membeli kacang sihobuk yang berada di tempat penelitian yaitu di kecamatan sipoholon hal ini terjadi karena kebanyakan di umur 31-60 tahun telah mengurangi mengkonsumsi kacang karena kacang dapat menimbulkan rematik dan pada umur 21-30 tahun masih banyak yang suka dengan kacang sihobuk karena belum ada merasakan efek dari kacang sihobuk.

#### 5.1.4 Pendidikan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan dilapangan maka pendidikan responden kacang sihobuk dapat dilihat pada tabel 5.4.

Tabel 5. 3 Karakteristik Responden konsumen Kacang Sihobuk berdasarkan pendidikan

No	Pendidikan	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	SD	1	2%
2	SMP	2	3%
3	SMA	41	69%
4	S1	16	26%
	Total	60	100

*Sumber: Data Primer Diolah (2023)*

Berdasarkan Tabel 5.4 diatas dapat dilihat bahwa responden konsumen kacang kacang sihobuk dengan pendidikan terakhir terbanyak Sma adalah sebanyak 41 orang dengan persentase 69% sedangkan responden konsumen kacang sihobuk dengan tingkat pendidikan terakhir paling sedikit adalah pendidikan SD sebanyak 1 orang dengan persentase 2% tingkat pendidikan SMP

sebanyak 2 orang dengan persentase 3%. Dari hasil wawancara kepada responden konsumen di lokasi penelitian tersebut, konsumen kacang sihobuk dengan pendidikan terakhir paling banyak dengan pendidikan terakhir SMA.

### 5.1.5 Pekerjaan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan dilapangan maka pekerjaan responden konsumen kacang sihobuk dapat dilihat pada tabel 5.3

Tabel 5. 4 Karakteristik responden konsumen kacang sihobuk berdasarkan pekerjaan.

No	Pekerjaan	Jumlah Jiwa	Persentase (%)
1	Pelajar	3	5%
2	Mahasiswa	17	28%
3	Pegawai	20	33%
4	Ibu rumah tangga	9	15%
5	Petani	9	15%
6	Peternak	1	2%
7	Belum kerja	1	2%
	Total	60	100

Sumber: data primer diolah (2023)

Berdasarkan tabel 5.3 diatas dapat dilihat bahwa responden konsumen kacang sihobuk dengan pekerjaan terbanyak adalah sebagai pegawai sebanyak 20 orang dengan persentase 33% sedangkan responden konsumen kacang sihobuk yang paling sedikit yaitu yaitu bekerja sebagai peternak sebanyak 1 orang dengan persentase 2%. Hal ini menunjukkan bahwa responden konsumen kacang sihobuk di lokasi penelitian rata-rata bekerja sebagai pegawai.

### 5.1.6 Pendapatan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan dilapangan maka responden dengan pendapatan dapat dilihat pada tabel 5.5

Tabel 5. 5 karakteristik Responden Konsuenn Kacang Sihobuk Berdasarkan Pendapatan

No	Pendapatan (Rp)	Jumlah Jiwa	Persentase (%)
1	500.000-1.000.000	2	4%
2	1.100.000-1.500.000	3	5%
3	1.600.00-2.500.000	28	46%
4	2.600.000-4.500.000	6	10%
5	Belum berpendapatan	21	35%
Total		60	100%

Sumber: Data Primer Diolah (2023)

Berdasarkan tabel 5.5 tingkat pendapatan responden konsumen kacang sihobuk yang ada di kecamatan sipoholon menunjukkan bahwa pendapatan yang paling dominan adalah 28 responden dengan persentase 46% dengan tingkat pendapatan Rp. 1.600.000-2.500.000 per bulan. Selanjutnya 21 responden dengan persentase 35% dimana responden belum berpendapatan selanjutnya 6 responden dengan persentase 10% dengan tingkat pendapatan Rp. 2.600.000-4.500.000 keempat 3 responden dengan persentase 4% dengan tingkat pendapatan Rp 1.100.00-1.500.000 dan yang terakhir yaitu dengan 2 responden dengan persentase 4% dengan tingkat pendapatan paling rendah dengan tingkat pendapatan Rp 500.000-1.000.000.

Hal ini menunjukkan bahwa tingkat pendapatan responden konsumen kacang sihobuk di lokasi penelitian terdapat bahwa tingkat pendapatan paling

tinggi yaitu Rp 1.600.000-2.500.000 dengan responden 28 orang dengan persentase 46% sedangkan tingkat pendapatan paling rendah yaitu Rp 500.000-1.000.000 dengan responden 2 orang dengan persentase 4%.

### 5.1.7 Ciri-ciri pembeli

Berdasarkan penelitian yang dilakukan dilapangan maka karakteristik ciri-ciri pembeli dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 5. 6 Karakteristik Responden Konsumen Kacang Sihobuk Berdasarkan ciri-ciri pembeli

No	Ciri-ciri pembeli	Jumlah (jiwa)	Persentase (%)
1	Wisatawan	41	69%
2	Penduduk lokal (kecamatan sipoholon)	19	31%
	Jumlah	60	100%

Sumber: Data Primer Diolah (2023)

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa ciri-ciri konsumen antara wisatawan dengan penduduk lokal dimana wisatawan dengan responden 41 orang dengan persentase 69% sedangkan pembeli paling sedikit yaitu penduduk lokal dengan responden 19 orang dengan persentase 31%. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen kacang sihobuk ditempat penelitian dikecamatan sipoholon dimana paling banyak diminati oleh wisatawan dengan responden 41 Orang dengan persentase 69%. Dimana hal ini dapat terjadi karena wisatawan lebih suka kacang sihobuk dibandingkan penduduk lokal karena wisatawan jarang atau bisa dibbilang tidak dapat menentu untuk mengkonsumsi kacang sihobuk sehingga wisatawan ketika bertamasya ataupun berkunjung ke sipoholon ingin

menkonsumsi kacang sihobuk mereka tidak ingin pulang sebelum mengonsumsi atau menjadikan kacang sihobuk menjadi sebagai oleh mereka ketika ingin hendak pulang dari sipoholon kabupaten tapanuli utara dimana kacang wisatwan yang dimaksud disini ialah masyarakat atau konsumen yang berdatangan kecamatan sipoholon bauk itu dari kecamatan yang lain yang ada dikabupaten tapanuli utara ataupun masyarakat yang berdatangan dari kabupaten lain ke kecamatan sipoholon untuk bertamasya dimana kecamatan sipoholon termasuk salah satu tempat rekreasi yaitu air panas sipoholon sehingga wisatawan banyak juga yang berdatangan ke sipoholon ada juga yang mempunyai urusan tersendiri dan penduduk lokal yang dimaksud disini ialah masyarakat yang ada di kecamatan sipoholon.

## 5.2 Perilaku Pembelian Konsumen

Perilaku pembelian kacang sihobuk oleh responden adalah tindakan yang melibatkan mereka secara langsung dalam proses memperoleh, mengonsumsi, dan menghabiskan kacang sihobuk. Studi tentang perilaku konsumen responden dalam hal kacang sihobuk merupakan upaya untuk memahami identitas responden konsumen kacang sihobuk, cara mereka melakukan pembelian, waktu dan tempat pembelian, serta alasan di balik pembelian mereka.

Studi mengenai perilaku konsumen kacang sihobuk oleh produsen menjadi suatu keharusan karena produsen harus memiliki pemahaman yang mendalam tentang konsumen, termasuk preferensi dan proses pengambilan keputusan konsumen terkait kacang sihobuk. Menyelidiki kebutuhan dan keinginan saat ini dari konsumen sangat krusial. Memahami konsumen akan membimbing produsen dalam merancang strategi pemasaran yang sesuai dan efektif.

### 5.2.1 Frekuensi pembelian kacang sihobuk

Perilaku pembelian kacang sihobuk oleh konsumen kacang sihobuk yang ada di kecamatan sipoholon kabupaten tapanuli utara dapat dilihat pada tabel dibawah ini faktor utama yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli kacang sihobuk di kecamatan sipoholon.

Tabel 5. 7 Faktor Yang Mempengaruhi keputusan Konsumen Dalam Membeli Kacang Sihobuk di Kecamatan Sipoholon

No	Faktor yang mempengaruhi konsumen untuk membeli	Jumlah (jiwa)	Persentase%
1	Suka	31	52
2	Tertarik	12	20
3	Penasaran	6	10
4	Tidak mahal	3	5
5	Harga yang murah	8	13
	Jumlah	60	100

Sumber: Data Primer Diolah (2023)

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa faktor yang mempengaruhi konsumen untuk membeli kacang sihobuk di tempat lokasi penelitian kecamatan sipoholon kabupaten tapanuli utara dengan responden 60 dimana 31 responden orang atau konsumen membeli kacang sihobuk karena suka, 12 responden membeli kacang sihobuk hanya karna tertarik, 6 responden membeli kacang sihobuk karena penasaran terhadap kacang sihobuk, 3 orang responden membeli kacang sihobuk karena tidak mahal dan 8 responden konsumen membeli kacang sihobuk hanya karena harga kacang sihobuk yang murah. Hal ini menunjukkan bahwa yang mempengaruhi konsumen untuk membeli kacang sihobuk yang ada di kecamatan sipoholon adalah karena konsumen suka dengan kacang sihobuk berdasarkan tabel diatas.

### 5.2.2 Tingkat kepuasan konsumen

Dapat dilihat mengenai tingkat kepuasan konsumen terhadap kacang sihobuk yang ada di kecamatan sipoholon.

Tabel 5. 8 Tabel Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Kacang Sihobuk di Kecamatan Sipoholon

No	Tingkat kepuasan	Jumlah (jiwa)	Persentase %
1	Sangat puas	10	17
2	Puas	47	78
3	Tidak puas	3	5
4	Sangat tidak puas	0	
5	Netral	0	
	Jumlah	60	100

Sumber: Data Primer Diolah (2023)

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa tingkat kepuasan konsumen akan kacang sihobuk yang ada dilokasi penelitian di kecamatan sipoholon kabupaten tapanuli utara dimana responden sebanyak 60 terdapat bahwa 10 orang memilih sangat puas dengan kacang sihobuk, 47 responden memilih puas dengan kacang sihobuk, 3 orang memilih tidak puas dan netral tidak satupun yang memilih opsi tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat kepuasan konsumen terhadap kacang sihobuk yang ada di kecamatan sipoholon dengan 60 responden bahwa konsumen paling banyak memilih puas terhadap kacang sihobuk yang memilih puas ada 47 responden. Hal ini dapat terjadi karena konsumen kacang sihobuk sangat puas dengan kacang sihobuk dengan rasa yang gurih menurut responden, konsumen juga puas ketika berbelanja langsung ke toko tradisional mereka bebas memilih sesuai dengan selera konsumen masing-masing.

### 5.2.3 Alasan Pembelian

Alasan pembelian kacang sihobuk perilaku konsumen pembelian kacang sihobuk menurut alasan pembelian dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 5. 9 Alasan Konsumen Membeli Kacang Sihobuk

No	Tujuan pembelian	Jumlah (jiwa)	Persentase %
1	Persediaan untuk di rumah	1	2
2	Sebagai oleh-oleh	31	51
3	Cemilan	24	40
4	Karena penasaran	4	7
5	Alasan lain	0	0
	Total	60	100

*Sumber: Data Primer Diolah (2023)*

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa sebagian besar konsumen kacang sihobuk di tempat penelitian di kecamatan sipoholon, yaitu sebanyak 60 responden yang diteliti dimana terdapat 1 responden membeli kacang sihobuk dengan tujuan untuk persediaan di rumah. 31 responden yang melakukan pembelian kacang sihobuk dengan alasan oleh-oleh. 24 responden memilih melakukan pembelian untuk dijadikan sebagai cemilan dan 4 responden melakukan pembelian hanya karna rasa penasaran saja terhadap kacang sihobuk. Hal ini menunjukkan bahwa dari 60 responden paling banyak memilih kacang sihobuk untuk dijadikan oleh-oleh. Hal ini juga di dukung oleh peneliti sebelumnya (Anissa Pebrianty 2022) dimana produk olahannya dijadikan sebagai oleh-oleh.



### 5.2.4 Frekuensi pembelian produk kacang sihobuk

Frekuensi pembelian produk kacang sihobuk oleh konsumen di kecamatan sipoholon kabupaten tapanuli utara

Tabel 5. 10 Frekuensi pembelian produk kacang sihobuk oleh konsumen

No	Frekuensi pembelian	Jumlah (jiwa)	Persentase (%)
1	Setiap hari	1	2
2	Satu bulan sekali	5	8
3	Seminggu sekali	1	2
4	Tidak menentu	50	83
5	Lainnya sebutkan	3	5
Jumlah		60	100

Sumber: Data Primer Diolah (2023)

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa sebagian responden di tempat penelitian di kecamatan sipoholon melakukan pembelian kacang sihobuk yang berbeda dengan sebanyak 60 responden. Responden yang membeli kacang sihobuk setiap terdapat 1 responden dengan alasan keluarga mereka sangat menyukai kacang sihobuk, 5 responden membeli kacang sihobuk dalam satu bulan sekali, 1 responden dalam seminggu sekali membeli kacang sihobuk dengan alasan responden membeli kacang sihobuk seminggu sekali adalah karena keluarga mereka ingin mengirimkan kacang sihobuk ketempat keluarga mereka yang jauh di perantauan, 50 responden melakukan pembelian kacang sihobuk dengan pembelian yang tidak bisa di tentukan waktunya atau tidak menepat, 3 responden melakukan pembelian dengan alasan tersendiri. Hal ini menunjukkan bahwa responden konsumen kacang sihobuk yang ada di tempat penelitian melakukan pembelian dengan waktu yang tidak di tentukan atau tidak menentu di

karenakan responden kacang sihobuk kebanyakan wisatawan sehingga responden kacang sihobuk tidak menentu dalam pembelian kacang sihobuk.

### 5.2.5 Jumlah Pembelian

Banyaknya kacang sihobuk yang dibeli oleh responden konsumen kacang sihobuk yang ada di tempat penelitian kecamatan sipoholon. Dibawah ini adalah informasi mengenai tempat pembelian kacang sihobuk di kecamatan sipoholon.

Tabel 5. 11 Jumlah Pembelian kacang sihobuk

No	Jumlah pembelian	Jumlah (jiwa)	Persentase %
1	1	11	18
2	2-3	29	48
3	4-5	10	17
4	5-6	8	14
5	Lebih dari 6	2	3
	Jumlah	60	100

Sumber: Data Primer Diolah (2023)

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen kacang sihobuk yang ada di kecamatan sipoholon membeli kacang sihobuk sebanyak 2-3 bungkus dalam setiap pembelian yang dilakukan yaitu sebanyak 29 responden, 11 responden membeli kacang sihobuk dengan jumlah 1 bungkus dalam setiap pembeliannya, 10 responden membeli kacang sihobuk 4-5 bungkus dalam setiap pembeliannya, 8 responden membeli kacang sihobuk dengan 5-6 bungkus dalam setiap pembeliannya dan paling sedikit pembelian konsumen kacang sihobuk adalah lebih 6 bungkus dalam setiap pembelian kacang sihobuk yang dilakukan responden. Dapat di simpulkan bahwa responden kacang sihobuk yang berada di kecamatan lebih banyak membeli kacang sihobuk dengan 2-3

bungkus dalam setiap pembeliannya. Hal ini dapat dilihat bahwa kebanyakan konsumen kacang sihobuk adalah wisatawan sehingga konsumen memilih pembelian kacang sihobuk dengan jumlah 2-3 bungkus dimana kacang sihobuk yang mudah dibawa tidak terlalu mengganggu ketika dimasukkan ke tas ataupun ke tempat lainnya.

Dengan demikian, penelitian ini dapat memberikan produsen informasi yang berharga untuk menjaga persediaan dan memilih atribut-atribut yang penting dalam produk kacang sihobuk yang sedang diteliti. Atribut-atribut tersebut mencakup rasa kacang sihobuk, harga kacang sihobuk, tekstur, dan kemasan kacang sihobuk.

### 5.2.6 Tempat Pembelian Kacang Sihobuk

Banyaknya kacang sihobuk yang dibeli oleh responden konsumen kacang sihobuk yang ada ditempat penelitian kecamatan sipoholon kabupaten tapanuli utara. Dibawah ini dapat dilihat informasi tempat pembelian kacang sihobuk di kecamatan sipoholon.

Tabel 5. 12 Tempat Pembelian Kacang Sihobuk Di Kecamatan Sipoholon

No	Tempat Penelitian	Jumlah (jiwa)	Persentase%
1	Toko tradisional	50	83
2	Super market	4	7
3	Mini market	5	8
4	Pasar	0	0
5	Online	1	2
	Jumlah	60	100

*Sumber: Data Primer Diolah (2023)*

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa sebanyak 60 responden dib lokasi penelitian yaitu di kecamatan sipoholon kabupaten tapanuli utara dimana responden memilih tempat pembelian yang berbeda-beda.50 responden memilih membeli kacang sihobuk di toko tradisional, 4 orang atau responden memilih membeli kacang sihobuk di super market, 5 orang atau responden membeli kacang sihobuk di mini market, 1 orang memilih membeli kacang sihobuk dari online. Dapat disimpulkan bahwa konsumen kacang sihobuk lebih banyak melakukan pembelian kacang sihobuk di toko tradisional dimana dari 60 responden ada sebanyak 50 responden orang yang memilih membeli kacang di toko tradisional dimana responden memilih membeli kacang sihobuk di toko tradisional karena responden lebih puas dengan kacang sihobuk ketika langsung membeli kacang sihobuk di toko tradisional dengan harga yang murah dan bebas memilih langsung dengan kemasan yang berbeda sehingga konsumen sangat puas dengan berbelanja di toko tradisional.

### **5.3 Preferensi Konsumen Kacang Sihobuk**

#### **5.3.1 Analisis Chi Square**

Preferensi konsumen terhadap kacang sihobuk merupakan pilihan suka atau tidak suka oleh seseorang terhadap produk kacang yang di konsumsi. Pilihan tersebut berbeda-beda antara responden terhadap kacang sihobuk di kecamatan sipoholon dianalisis menggunakan chi square yang dibantu oleh spss. Preferensi konsumen kacang sihobuk di kecamatan sipoholon dapat diketahui oleh dari atribut kacang sihobuk berdasarkan rasa, harga dan kemasan. Preferensi konsumen terhadap kacang sihobuk di kecamatan sipoholon dapat dilihat berdasarkan tabel dibawah ini

Tabel 5. 13 Preferensi Konsumen Terhadap Kacang Sihobuk Di Kecamatan Sipoholon

Atribut kacang sihobuk	X <sup>2</sup> Hitung	Df	X <sup>2</sup> Tabel	Keterangan
<b>Rasa</b>	1,658	6	0,948	Terdapat perbedaan
<b>Harga</b>	1,504	6	0,959	Terdapat perbedaan
<b>Kemasan</b>	0,198	1	0,657	Terdapat perbedaan

Sumber: Data Primer Diolah (2023)

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa semua atribut yang diamati dalam penelitian ini berbeda nyata atau terdapat perbedaan dalam setiap atribut yang berarti bahwa hipotesis nol (Ho) ditolak dan hipotesis alternatif (Ha) diterima karena dari ketiga atribut tersebut yang diamati,  $x^2$  hitung lebih besar daripada  $x^2$  tabel. Artinya, preferensi konsumen kacang sihobuk terhadap kacang sihobuk di kecamatan sipoholon tidak sama atau terdapat perbedaan preferensi konsumen terhadap produk kacang sihobuk perbedaan tersebut didasari oleh perbedaan tingkat selera atau preferensi konsumen terhadap kacang sihobuk dan sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh (Setyaningsih et al., 2009) dimana pada penelitian ini juga dijelaskan bahwa preferensi konsumen tidak sama dan terdapat perbedaan, dengan studi kasus buah salak di pasar tradisional kota surakarta tidak sama atau terdapat perbedaan preferensi konsumen terhadap buah salak.

Dari ketiga atribut kacang sihobuk tersebut, kemudian kategori tersebut adalah: 1) rasa kacang sihobuk: manis, gurih, dan garing, 2) harga kacang sihobuk Rp. 10.000. Rp. 20.000, Rp. 30.000 dan Rp. 50.000, 3) kemasan kacang sihobuk, menarik, simpel, praktis, dan kualitas baik.hal sejalan dengan penelitian yang

dilakukan oleh menunjukkan bahwa seluruh variabel buah salah berbeda nyata pada taraf kepercayaan 95%.

Analisis preferensi konsumen terhadap kacang sihobuk di kecamatan sipoholon dapat diketahui dengan melihat kategori atau kriteria atribut yang paling banyak dipilih oleh konsumen. Preferensi konsumen terhadap kacang sihobuk dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 5. 14 Preferensi Konsumen Terhadap Kacang Sihobuk

Atribut kacang sihobuk	Preferensi konsumen	Jumlah orang	Persentase%
Rasa	Manis	17	28
	Gurih	33	55
	Garing	10	17
	Asin	-	-
	Pahit	-	-
Harga	10.000	26	43
	20.000	27	45
	30.000	3	5
	50.000	4	7
Kemasan	Menarik	20	34
	Simpel	17	28
	Praktis	17	28
	Kualitas baik	6	10

Sumber: Data Primer Diolah (2023)

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa atribut-atribut kacang sihobuk memiliki pandangan dan perbedaan masing-masing oleh setiap preferensi konsumen.

## 1. Rasa

Rasa gurih produk kacang sihobuk dengan jumlah terbanyak sebanyak 33 responden dengan persentase 55%, rasa yang manis sebanyak 17 responden dengan jumlah persentase 28,3% dan rasa yang garing sebanyak 10 responden dengan persentase 16,66%, sedangkan dengan rasa asin dan pahit sama sekali tidak ada. Berdasarkan penelitian yang dilakukan di lapangan dapat dilihat pada rasa kacang sihobuk yang gurih.

## 2. Harga

Harga kacang sihobuk dengan nominal Rp.20.000 sebanyak 27 responden dengan jumlah persentase 45%, harga dengan nominal Rp. 10.000 sebanyak 26 responden dengan persentase 43,3%, harga dengan nominal Rp. 50.000, sebanyak 4 responden dengan jumlah persentase 6,7% dan yang terakhir harga dengan nominal Rp. 30.000 sebanyak 3 responden dengan jumlah persentase 3%. Berdasarkan penelitian yang dilakukan di lapangan dapat dilihat bahwa konsumen kacang sihobuk lebih tertarik atau berminat membeli kacang sihobuk dengan nominal Rp 20.000, hal ini dikarenakan di harga Rp.20.000 lebih menguntungkan bagi konsumen karena isi Rp.20.000 lebih banyak.

Harga produk kacang sihobuk memiliki pengaruh besar terhadap keputusan konsumen dalam membeli produk ini. Variasi harga yang ada seringkali membuat konsumen merasa bingung dalam melakukan pembelian produk kacang sihobuk. Dalam kondisi di mana harga bervariasi, konsumen perlu mempertimbangkan dengan cermat sebelum

memutuskan produk mana yang sesuai dengan anggaran dan preferensi mereka. Oleh karena itu, pengelolaan dan penetapan harga yang tepat oleh produsen dan penjual dapat menjadi faktor penting dalam menarik minat konsumen dan membuat keputusan pembelian menjadi lebih mudah.

### 3. Kemasan

Pada kemasan konsumen juga memiliki pandangan tersendiri kemasan yang menarik sebanyak 20 orang dengan jumlah persentase 33,3%, kemasan yang simpel dan praktis sama-sama sebanyak 17 orang dengan jumlah persentase 28,3% dan konsumen yang memilih kualitas baik hanya 6 orang dengan jumlah persentase sebesar 10%. Hasil penelitian lapangan menunjukkan bahwa konsumen lebih tertarik pada kemasan yang menarik. Faktor kemasan yang menarik menjadi pertimbangan penting bagi konsumen saat memutuskan untuk membeli produk kacang sihobuk. Ini menjadi lebih signifikan jika konsumen berniat membawa produk kacang sihobuk tersebut ke luar daerah atau mengirimkannya sebagai oleh-oleh kepada kerabat atau teman. Dengan kemasan yang menarik, produk kacang sihobuk tidak hanya memenuhi kebutuhan rasa, tetapi juga memberikan nilai tambah dalam hal penampilan dan kepuasan penerima yang akan menerima produk tersebut sebagai hadiah atau oleh-oleh.

## 5.4 PEMBAHASAN

### 5.4.1 KARAKTERISTIK

Dari hasil penelitian berdasarkan data yang didapat dan diolah maka dapat dilihat bahwa karakteristik responden konsumen kacang sihobuk secara umum di dominasi oleh perempuan dengan rentang usia terbanyak pada usia 21-30 tahun



yang paling banyak menyukai kacang sihobuk dengan pekerjaan responden di tempat penelitian paling dominan adalah bekerja sebagai pegawai negeri ataupun swasta dengan pendidikan terakhir responden paling banyak adalah SMA dengan pendapatan responden konsumen kacang sihobuk di lokasi penelitian paling banyak Rp.1.600.000-2.500.000 dengan ciri-ciri pembeli konsumen kacang sihobuk adalah wisatawan dimana paling banyak membeli kacang sihobuk adalah wisatawan.

#### 5.4.2 Preferensi konsumen

Hasil analisis preferensi konsumen menunjukkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan dalam setiap atribut yang diamati dalam penelitian ini. Ini berarti bahwa hipotesis nol ( $H_0$ ) ditolak, dan hipotesis alternatif ( $H_a$ ) diterima karena nilai  $\chi^2$  yang dihitung lebih besar daripada nilai  $\chi^2$  yang terdapat dalam tabel distribusi. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa preferensi konsumen terhadap kacang sihobuk di Kecamatan Sipoholon tidak seragam, dan terdapat perbedaan dalam preferensi konsumen terhadap kacang sihobuk tersebut. Selanjutnya, preferensi konsumen tersebut dapat dikategorikan menjadi lebih spesifik dalam tiga aspek utama:

- 1) Rasa kacang sihobuk: Manis, gurih, dan garing.
- 2) Harga kacang sihobuk: Dalam kisaran Rp. 10.000, Rp. 20.000, Rp. 30.000, dan Rp. 50.000.
- 3) Kemasan kacang sihobuk: Menarik, simpel, praktis, dan kualitas baik.

Dengan demikian, perbedaan preferensi konsumen dalam ketiga aspek ini menjadi lebih terperinci dan dapat membantu produsen untuk lebih tepat dalam memenuhi keinginan konsumen.

### 5.4.3 Atribut produk

Atribut yang mempengaruhi pembelian kacang sihobuk yaitu rasa, harga, dan kemasan berdasarkan penelitian, diharapkan yang dilakukan di lapangan dapat dilihat bahwa konsumen kacang sihobuk lebih tertarik pada rasa kacang sihobuk yang gurih, dan berdasarkan harga yang di dapat di lokasi penelitian dilapangan dapat dilihat bahwa konsumen kacang sihobuk lebih berminat membeli kacang sihobuk diharga yang Rp.20.000 dan kemasan kacang sihobuk yang ada di lokasi penelitian dapat dilihat bahwa konsumen kacang sihobuk lebih suka pada kemasan yang menarik.

## BAB VI. KESIMPULAN DAN SARAN

### 6.1 Kesimpulan

- 1 Berdasarkan penelitian dan analisis yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa karakteristik responden konsumen kacang sihobuk secara umum di dominasi oleh perempuan dengan rentang usia terbanyak pada usia 21-30 tahun yang paling banyak menyukai kacang sihobuk dengan pekerjaan responden di tempat penelitian paling dominan adalah bekerja sebagai pegawai negeri ataupun swasta dengan pendidikan terakhir responden paling banyak adalah SMA dengan pendapatan responden konsumen kacang sihobuk di lokasi penelitian paling banyak Rp.1.600.000-2.500.000 dengan ciri-ciri pembeli konsumen kacang sihobuk adalah wisatawan dimana paling banyak membeli kacang sihobuk adalah wisatawan.
- 2 Hasil analisis preferensi konsumen menunjukkan adanya perbedaan dalam setiap atribut, yang mengindikasikan bahwa hipotesis nol ( $H_0$ ) ditolak, dan hipotesis alternatif ( $H_a$ ) diterima. Hal ini terjadi karena nilai  $\chi^2$  yang dihitung lebih besar daripada nilai  $\chi^2$  yang terdapat dalam tabel distribusi. Ini berarti bahwa preferensi konsumen terhadap kacang sihobuk di Kecamatan Sipoholon tidak seragam atau menunjukkan perbedaan dalam hal atribut-atribut yang diamati.
- 3 Atribut yang mempengaruhi pembelian kacang sihobuk yaitu rasa, harga, dan kemasan bahwa rasa kacang sihobuk yang disukai konsumen yang gurih dengan harga Rp. 20.000 dan kemasan yang menarik.

## 6.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dilapangan, diharapkan bagi produsen kacang sihobuk berdasarkan preferensi konsumen kacang sihobuk agar lebih di pertimbangkan pilihan kombinasi kacang sihobuk berdasarkan preferensi konsumen yaitu

1. Dalam meningkatkan minat konsumen untuk mengkonsumsi kacang, produsen sebaiknya lebih memperhatikan dan menyesuaikan produk mereka dengan aspek-aspek yang dapat memberikan kepuasan bagi konsumen. Ini dapat dilakukan dengan meningkatkan produksi dan variasi rasa produk untuk menarik minat konsumen.
2. Pemerintah diharapkan dapat lebih fokus pada dukungan bagi konsumen dengan mengeluarkan kebijakan yang mengatur penetapan harga jual kacang sihobuk di Kecamatan Sipoholon, Kabupaten Tapanuli Utara.
3. Peneliti berikutnya diharapkan untuk melakukan penelitian yang berfokus pada aspek pemasaran yang lebih teknis dan optimal.

## DAFTAR PUSTAKA

- bps. (2021). Tapanuli Utara Dalam Angka.
- Darmisa. (2018). Analisis Pemasaran Kacang Tanah Di Desa Palakka Kecamatan Barru Kabupaten Barru. Skripsi Publikasi, 1–75.
- Dharmaningtyas, K. S. (2011). Analisis Perbedaan Pendapatan Antara Usahatani Pola Rotasi Jagung-Padi-Kacang Tanah Dengan Usahatani Pola Rotasi Padi-Padi-Padi Pada Lahan Sawah Di Kabupaten .... [https://Digilib.Uns.Ac.Id/Dokumen/Detail/20490%0Ahttps://Digilib.Uns.Ac.Id/Dokumen/Download/20490/Ndywodi=/Analisis-Perbedaan-Pendapatan-Antara-Usahatani-Pola-Rotasi-Jagung-Padi-Kacang-Tanah-Dengan-Usahatani-Pola-Rotasi-Padi-Padi-Padi-Pada-Lahan-Sawah-Di-](https://digilib.uns.ac.id/dokumen/detail/20490%0Ahttps://digilib.uns.ac.id/dokumen/download/20490/ndywodi=/analisis-perbedaan-pendapatan-antara-usahatani-pola-rotasi-jagung-padi-kacang-tanah-dengan-usahatani-pola-rotasi-padi-padi-padi-pada-lahan-sawah-di-)
- Hasbi, A. R., & Sari, H. (2019). Preferensi Konsumen Terhadap Produk Olahan Sagu Analysis Of Consumer Preferences On Sago Products In Palopo. 8(3), 235–242.
- Heryana, A. (2017). Uji Chi-Square. Catatan Ade Heryana, 1–19. [http://Adeheryana.Weblog.Esaunggul.Ac.Id/2017/06/04/Uji-Chi-Square/](http://adeheryana.weblog.esaunggul.ac.id/2017/06/04/uji-chi-square/)
- Hidayat, A. T., Elita, M. F., & Setiawan, A. (2012). Hubungan Antara Atribut Produk Dengan Minat Beli Konsumen. *Ejurnal Mahasiswa Universitas Padjadjaran*, 1(1), 1–14. [http://Journals.Unpad.Ac.Id](http://journals.unpad.ac.id)
- Khadijah, S., & Hiola, Y. (2017). Olahan Ayam Di Kota Makassar Analysis Of Consumer Preferences On Chicken Products In Makassar. 6(August), 174–184.
- Lonardi, S., Lan, W. P., Hutabarat, F. A. M., Nugroho, N., & Supriyanto, S. (2021). Peranan Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna E-Commerce Shopee Di Politeknik Cendana. *Journal Of Business And Economics Research (Jbe)*, 2(3), 80–85. [https://Doi.Org/10.47065/Jbe.V2i3.955](https://doi.org/10.47065/jbe.v2i3.955)
- Mowen, J. C., & Minor, M. (2002). *Perilaku Konsumen*. Jakarta : Erlangga, 90. [http://Repo.Iain-Tulungagung.Ac.Id/13765/5/Bab Ii.Pdf](http://repo.iain-tulungagung.ac.id/13765/5/Bab%20ii.pdf)
- Mulyati, S. (2017). The Effect Of Giving Credits To Increasing Small And Medium Business Income (Case Study Of Pt. Bpr Pundi Community Debtors In Batam City). *Measurement*, 11(1), 26–37.
- Musa, A., & Nifita, A. T. (2019). Preferensi Konsumen Dalam Berbelanja Pada Online Shop. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 7(1), 153–162. [https://Online-Journal.Unja.Ac.Id/Jmbp/Article/View/16943](https://online-journal.unja.ac.id/jmbp/article/view/16943)
- Pertanian, F., & Padjadjaran, U. (2021). Analisis Preferensi Konsumen Analysis Of Consumer Preferences For Processed Mango Products Pendahuluan Mangga Merupakan Tanaman Hortikultura Yang Cukup Penting Baik Untuk Pasar Domestik Maupun Pasar Ekspor . Berdasarkan Data Fao ( 2019 ) ,

Komoditas Mangga. 7(2), 1033–1044.

- Pradana, M., & Reventiary, A. (2016). Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Customade (Studi Di Merek Dagang Customade Indonesia). *Jurnal Manajemen*, 6(1), 1–10. <https://doi.org/10.26460/Jm.V6i1.196>
- Prayoga, A., & Ruwaida, I. P. (2017). *Buku Ajar Teknologi Produksi Tanaman Pangan*.
- Pt, D. I., Sosro, S., Tengah, J., Produksi, P., Botol, T. E. H., Pt, D. I., Sosro, S., & Tengah, J. (2009). *Laporan Magang*.
- Setyaningsih, F. D., Pertanian, F., & Maret, U. S. (2009). Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Buah Salak (*Salacca Edulis*).
- Sinaga, D., Antara, M., & Agung, I. (2015). Analisis Nilai Tambah Dan Bep Kacang Garing Sihobuk Di Desa Silangkitang Kecamatan Sipoholon Kabupaten Tapanuli Utara. *E-Journal Agribisnis Dan Agrowisata (Journal Of Agribusiness And Agritourism)*, 4(5), 317–326. <https://bit.ly/3jpr5bm>
- Siregar, S. H., Mawarni, L., & Irmansyah, T. (2017). Pertumbuhan Dan Produksi Kacang Tanah (*Arachis Hypogea L.*) Dengan Beberapa Sistem Olah Tanah Dan Dan Asosiasi Mikroba. *Jurnal Agroekoteknologi Fp Usu*, 5(1), 202–207.
- Sudrajad, A. B., & Andriani, D. R. (2015). The Influence Of Product Attributes Against Consumer Decision In The Purchase Of Floss Oyster Mushroom Product Ailanifood Company In Malang East Java. 26(2), 71–79.
- Trustinah. (2015). Sumber Daya Genetik Kacang Tanah. Monograf Balitkabi No. 13, 60–83.
- Utomo, T. P., Rasyid, H. Al, Mukti, N., Teknologi, J., Pertanian, H., Pertanian, F., Lampung, U., Jurusan, A., Hasil, T., Fakultas, P., Universitas, P., Pendidikan, J., Fakultas, D., & Universitas, K. (N.D.). Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Beras Siger Di Bandar Lampung. 1.
- Wardhani, W., Sumarwan, U., & Yuliati, L. N. (2016). Pengaruh Persepsi Dan Preferensi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Hunian Green Product. *Jurnal Manajemen Dan Organisasi*, 6(1), 45. <https://doi.org/10.29244/Jmo.V6i1.12183>
- Widodo, W. D., & Setijorini, L. E. (2021). Tanaman Pangan Utama Di Indonesia. *Budi Daya Tanaman Pangan Utama*, 1–511. <https://pustaka.ut.ac.id/lib/luht4344-budidaya-tanaman-pangan-utama-edisi-3/#tab-id-3>
- Amstrong, Gary, & Philip. (2012). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta: Prenhalindo.
- Arikunto, S. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik Edisi Iv*. Jakarta: Rineka Cipta.

Kabupaten Sipo Holon Dalam Angka, 2021

Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Makassar.

Khadijah, S. (2017). Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Produk Olahan Ayam Di Kota Makassar. Makassar: Universitas Muhammadiyah Makassar.

Kotler. (1997). Manajemen Pemasaran. Jakarta: Prentice Hall.

Kotler. (2009). Manajemen Pemasaran. Jakarta: Erlangga.

Nicholson, W. (1994). Teori Ekonomi Mikro. Jakarta: Rajawali Press.

Pebrianty, Annisa. (2022). Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Produk Olahan Dangka Sapi Di Desa Cendana Kecamatan Cendana Kabupaten Enrekang Makassar: Universitas Muhammadiyah Makassar.

Raffi. (2006). Upaya Menurunkan Kontaminasi Aflatoksin Pada Kacang Tanah. Jurnal Engineering Pertanian.

Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D. Bandung: Alfabeta Cv.

## DAFTAR LAMPIRAN

### Lampiran 1. Kusioner Penelitian

#### LAMPIRAN DAFTAR KUSIONER RESPONDEN

##### Judul Penelitian:

**“Analisis Preferensi Konsumen Terhadap kacang sihobuk di kecamatan sipoholon kabupaten tapanuli utara”**

Dengan hormat,

Dalam kesempatan ini saya mohon bantuan dari Bapak/Ibu/Saudara untuk meluangkan waktu guna mengisi angket yang saya sertakan berikut ini.

Angket ini diperlukan untuk kepentingan penelitian dalam rangka menyusun skripsi untuk program sastra-1 (S1) di Universitas Medan Area . Mengingat betapa pentingnya data ini, maka saya sangat mengharapkan agar angket ini diisi dengan lengkap sesuai kondisi yang sebenarnya.

Responden diharapkan dapat menjawab seluruh pertanyaan dan memberi tanda sialang (x) pada kolom yang tersedia

##### Bagian I (Informasi Umum Responden)

1. Nama:
2. Usia:     tahun
3. Jenis kelamin:
  - Laki-laki
  - Perempuan
4. Pendidikan terakhir
  - SD
  - SMP
  - SMA
  - S1
  - Lainnya
5. Pekerjaan Anda Saat Ini:
  - Pelajar/Mahasiswa
  - Pegawai Negri
  - Ibu Rumah Tangga
  - Petani
  - Peternak
6. Jumlah Pendapatan Perbulan
  - 500.000 – 1.000.000
  - 1.100.000 – 1.500.000
  - 1.600.000 – 2.500.000



- ✓ 2.600.000 – 4.500.000
- 7. Cri-ciri pembeli
  - ✓ Wisatawan
  - ✓ Penduduk lokal

**(Perilaku Beli Konsumen)**

- 8. Apakah faktor utama yang mempengaruhi keputusan anda untuk membeli kacang sihobuk
  - ✓ Suka
  - ✓ Tertarik
  - ✓ Penasaran
  - ✓ Tidak mahal
  - ✓ Harga yang murah
- 9. Apakah anda merasa puas dengan produk olahan kacang sihobuk
  - ✓ Sangat Puas
  - ✓ Puas
  - ✓ Tidak puas
  - ✓ Sangat tidak puas
  - ✓ Netral
- 10. Alasan anda membeli kacang sihobuk:
  - ✓ Persediaan untuk dirumah
  - ✓ Sebagai oleh-oleh
  - ✓ Cemilan
  - ✓ Karena rasa penasaran
  - ✓ Lainnya, sebutkan....
- 11. Kapan (Berapa kali) anda membeli produk kacang sihobuk?
  - ✓ Setiap Hari
  - ✓ Satu bulan Sekali
  - ✓ Lainnya, sebutkan
  - ✓ Seminggu sekali
  - ✓ Tidak menentu
- 12. Jumlah pembelian kacang sihobuk(bungkus)
  - ✓ 1
  - ✓ 2-3
  - ✓ 4-5
  - ✓ 5-6
  - ✓ Lebih dari 6
- 13. Bagaimana anda biasa membeli kacang sihobuk?
  - ✓ Toko tradisional

- ✓ Supermarket
- ✓ Mini market
- ✓ Pasar
- ✓ Online

### **Preferensi Konsumen Terhadap kacang sihobuk**

14. Bagaimana rasa produk kacang sihobuk yang anda beli?

- ✓ Manis
- ✓ Gurih
- ✓ Garing
- ✓ Asin
- ✓ Pahit

15. Kacang sihobuk yang anda beli di harga berapa

- ✓ Rp 10.000
- ✓ Rp 20.000
- ✓ Rp 30.000
- ✓ Rp.50.000
- ✓ Lebih dari 50

16. Bagaimana kemasan produk kacang sihobuk yang anda beli?

- ✓ Menarik
- ✓ simpel
- ✓ Praktis
- ✓ Kualitas Baik
- ✓ Lainnya sebutkan

**Lampiran 2. Karakteristik Responden Kacang Sihobuk**

No	Nama	Umur (Tahun)	Jenis Kelamin	Pendidikan	Pekerjaan	ciri-ciri pembeli	Pendapatan(Rp)
1	vensa gultom endang	26	laki-laki	SMA	petani	wisatawan	1.600.000-2.500.000
2	siregar ramot	28	perempuan	S1	pegawai	wisatawan	1.600.000-2.500.000
3	sormin	27	perempuan	S1	pegawai	wisatawan	2.500.000-4.500.000
4	lastry sinaga divanni	29	perempuan	S1	pegawai	wisatawan	2.500.000-4.500.001
5	situmorang delia	25	perempuan	S1	pegawai ibu rumah	wisatawan	1.600.000-2.500.000
6	pakpahan lysbon	40	perempuan	SMA	tangga	wisatawan	0-500.000-1.600.000
7	pasaribu junus	47	laki-laki	SMA	petani	wisatawan	1.600.000-2.500.000
8	tambunan Reslina	36	laki-laki	SMA	petani	wisatawan	1.600.000-2.500.001
9	lubis Raja bonar	30	perempuan	SMA	tangga	wisatawan penduduk	0-500.000
10	pasaribu Ronal	17	laki-laki	SMA	pelajar	lokal	0-500.000
11	Panjaitan Daniel	35	laki-laki	S1	-	wisatawan	0-500.000
12	Nababan josua	23	laki-laki	SMA	-	wisatawan penduduk	0-500.000-1.100.000
13	simajuntak remy	40	laki-laki	SMA	petani ibu rumah	lokal penduduk	1.500.000-1.100.000
14	siahaan yohana	30	perempuan	SMA	tangga	lokal	1.500.000-1.600.000
15	silali kristopel	24	perempuan	SMA	petani	wisatawan penduduk	2.500.000-1.600.000
16	tambunan heniana	30	laki-laki	SMA	pegawai	lokal	2.500.000-1.600.000
17	waruhu desy	27	perempuan	SMA	pegawai ibu rumah	wisatawan penduduk	2.500.000-1.600.000
18	siantury sintia wati	35	perempuan	SMA	tangga	lokal	1.600.000-2.500.000
19	huatabarat ervin	23	perempuan	SMA	pelajar	wisatawan	0-500.000-500.000
20	panjaitan winne	34	laki-laki	SMA	peternak	wisatawan penduduk	1.000.000-500.000
21	gultom gideon	21	perempuan	SMA	mahasiswa	lokal	1.000.000
22	crisnaldi nainggolan	21	laki-laki	SMA	mahasiswa	penduduk lokal	0-500.000
23	las manalu nopesary	23	perempuan	SMA	mahasiswa	wisatawan penduduk	0-500.000-1.600.000
24	samosir andre	25	perempuan	S1	pegawai	lokal penduduk	2.500.000-1.600.000
25	simajuntak tanica	28	laki-laki	SMA	pegawai	lokal penduduk	2.500.000-1.600.000
26	simatupang	25	perempuan	SMA	pegawai	lokal	1.600.000-2.500.000
27	reni	30	perempuan	SMA	ibu rumah	penduduk	1.100.000-

	situmorang				tangga	lokal	1.500.000
	ulima					penduduk	1.600.000-
28	sihotang	25	perempuan	SMA	pegawai	lokal	2.500.000
	imanul					penduduk	2.600.000-
29	boerutu	37	laki-laki	SMA	pegawai	lokal	4.500.000
	hakim					penduduk	2.600.000-
30	sutono	37	laki-laki	SMA	pegawai	wisatawan	4.500.000
	tommy						
31	silalahi	24	laki-laki	SMA	mahasiswa	wisatawan	0-500.000
	ibu rumah						1.600.000-
32	deaglan	61	perempuan	SD	tangga	wisatawan	2.500.000
	Febri						
33	Manalu	22	perempuan	SMA	mahasiswa	wisatawan	0-500.000
	yohana						
34	sinaga	22	perempuan	SMA	mahasiswa	wisatawan	0-500.000
							2.600.000-
35	sutrisno	39	laki-laki	SMA	pegawai	wisatawan	4.500.000
	jhon						1.600.000-
36	sitohang	28	laki-laki	S1	pegawai	wisatawan	2.500.00
	febrianty					penduduk	
37	Siregar	22	perempuan	SMA	mahasiswa	lokal	0-500.000
	leyressa					penduduk	
38	lubis	24	perempuan	S1	-	lokal	0-500.000
	kordias						1.600.000-
39	lubis	25	laki-laki	S1	pegawai	wisatawan	2.500.000
	voster						1.600.000-
40	girsang	29	laki-laki	S1	petani	wisatawan	2.500.000
							2.600.000-
41	roy purba	27	laki-laki	SMA	petani	wisatawan	4.500.000
	karlos						1.600.000-
42	pandiangan	25	laki-laki	SMA	petani	wisatawan	2.500.000
	servina				ibu rumah	penduduk	1.100.000-
43	siagiaan	36	perempuan	SMA	tangga	lokal	1.500.000
						penduduk	
44	mardia lubis	16	perempuan	SMA	pelajar	lokal	0-500.000
	endang						1.100.000-
45	sibarani	23	perempuan	SMA	petani	wisatawan	1.500.000
	Lalutu					penduduk	1.600.000-
46	Lubis	42	laki-laki	S1	pegawai	lokal	2.500.000
	herikson						1.600.000-
47	tambunan	37	laki-laki	SMA	petani	wisatawan	2.500.000
	dame						
48	pasaribu	19	perempuan	SMA	pelajar	wisatawan	0-500.000
	elida				ibu rumah		1.600.000-
49	situngkir	42	perempuan	SMA	tangga	wisatawan	2.500.000
	bedsyeba						
50	Tambunan	21	perempuan	SMA	mahasiswa	wisatawan	0-500.000
						penduduk	1.600.000-
51	deo siregar	25	laki-laki	S1	pegawai	lokal	2.500.000
	willy						
52	jonatan						
	purba	23	laki-laki	SMA	mahasiswa	wisatawan	0-500.000
	dohara						
53	simbolon	24	laki-laki	SMA	mahasiswa	wisatawan	0-500.000
	melki						
54	tobing	24	laki-laki	S1	-	wisatawan	0-500.000

	tamara						
55	girsang fatmasari	23	perempuan	SMA	mahasiswa	wisatawan penduduk	0-500.000
56	siregar rafael	22	perempuan	SMA	mahasiswa	penduduk lokal	0-500.000
57	hutabarat junaodi	26	laki-laki	S1	pegawai	penduduk lokal	2.600.000- 4.500.000
58	simorangkir eunike	22	laki-laki	SMA	mahasiswa	wisatawan	0-500.000
59	perdana heddi	22	perempuan	SMA	mahasiswa	wisatawan	0-500.000
60	tampubolon	21	perempuan	SMA	mahasiswa	wisatawan	0-500.000

Sumber: Data Primer Diolah (2023)



**Lampiran 3. Prilaku Konsumen dan Preferensi Konsumen Kacang Sihobuk**

No	Nama	Perilaku Konsumen						Preferensi Konsumen		
		1	2	3	4	5	6	1	2	3
1	Heddy tampubolon	1	2	2	2	2	5	3	1	2
2	Eunike perdana	2	2	2	5	3	1	3	2	2
3	unaodi simorangkir	4	2	2	5	3	2	3	4	4
4	Rafael hutabarat Hotmasari	5	2	3	4	5	3	2	2	3
5	nainggolan	1	2	3	5	2	1	2	2	3
6	Tamara girsang	2	2	2	5	2	1	2	3	2
7	Melki tobing	1	2	3	5	1	1	1	1	3
8	Dohara simbolon	2	2	2	5	2	1	2	2	1
9	Willy purba	2	2	2	2	2	1	2	2	4
10	Deo siregar	2	2	3	5	1	1	1	1	3
11	Bedsyeba tambunan	1	2	2	5	2	1	2	2	3
12	Elida situngkir	1	1	3	5	2	1	3	2	4
13	Dame pasaribu	1	2	2	5	1	1	2	1	2
14	Herikson tambunan	1	2	3	5	2	1	1	1	3
15	Lalutua lubis	1	1	1	5	2	2	2	2	3
16	Endang sibarani	2	2	2	5	2	1	2	2	1
17	Elvin pasaribu	1	1	2	1	1	1	1	1	2
18	Mardiyyah lubis	1	1	3	5	2	3	2	1	3
19	Servina siagian	1	1	3	5	2	3	1	1	1
20	Karlos pandiangan	5	2	2	5	3	1	2	2	3
21	Roy purba	3	2	2	5	2	1	1	2	1
22	Voster girsang	1	2	2	2	2	1	1	2	1
23	Kordias lubis	3	2	2	5	3	1	1	2	1
24	Leiressa lubis	1	2	2	5	2	1	2	2	1
25	Febriyanti siregar	1	2	4	2	1	3	1	1	1
26	Jhon sitohang	3	2	4	5	2	1	2	2	3
27	Sutrisno	1	2	2	5	3	1	1	3	1
28	Yohana sinaga	3	5	4	3	2	2	3	2	3
29	Febry manalu	5	2	2	5	3	2	2	1	3
30	Deaglan situmeang	1	1	2	2	2	1	3	4	1
31	Tommy silalahi	1	2	2	5	2	1	1	2	2
32	Sutono Imanul hakmi	1	1	2	5	4	1	2	4	2
33	boerutu	1	2	2	5	5	1	3	3	3
34	Ulima sitohang	5	2	2	5	2	1	2	1	1
35	Reni sitomorang	4	2	2	5	3	1	2	1	3
36	Tanica simatupang	1	2	3	5	4	1	2	1	1
37	Andre simajuntak	5	2	2	5	3	1	2	1	3
38	Nopesari samosir	2	2	3	5	4	1	2	1	3

39	Ilas manalu	1	1	3	5	4	3	3	1	2
40	Gideon nainngolan	1	2	3	5	1	1	2	1	2
41	Wiine gultom	2	2	3	5	1	1	2	1	1
42	Ervin panjaitan	3	5	4	5	1	1	3	1	3
43	Sintia wati hutabarat	5	5	3	5	1	1	3	1	2
44	Sesy siantury	5	2	3	5	4	1	2	1	1
45	Heriana waruhu	2	2	2	5	4	1	1	2	2
46	Kristopel tambunan	5	2	3	5	2	1	2	1	2
47	Yohana silali	2	2	2	5	3	1	2	2	1
48	Reny siahaan	4	2	3	4	2	1	2	1	1
49	Josua simajuntak	1	2	3	5	3	1	2	1	1
50	Daniel nababan	1	2	2	5	4	1	2	2	1
51	Ronal panjaitan	1	2	2	5	2	1	2	4	4
52	Bonar pasaribu	2	1	3	5	2	1	1	1	4
53	Reslina lubis	1	1	2	5	1	1	1	2	2
54	Junus tambunan	1	2	3	5	2	1	1	2	2
55	Lysbon pasaribu	1	2	3	5	2	1	2	2	1
56	Delia pakpahan	1	2	3	5	1	1	2	1	2
57	Divanni situmorang	3	2	2	5	4	1	2	2	1
58	Ramot siregar	1	2	3	4	2	1	2	2	4
59	Vensa gultom	1	2	3	5	2	1	1	2	2
60	Lastry sinaga	2	2	2	5	2	1	1	2	2
Total										
	1	31	10	1	1	11	50	17	26	20
	2	12	47	31	5	29	4	33	27	17
	3	6	3	24	1	10	5	10	3	17
	4	3	0	4	3	8	0	0	4	6
	5	8	0	0	50	2	1	0	0	0

Sumber: Data Primer Diolah (2023)

**Lampiran 4. Hasil Preferensi Konsumen Kacang Sihobuk.**

No	Nama	Rasa	Kode	Harga	Kode	Kemasan	Kode
1	Heddy tampubolon	garing	3	10000	1	simpel	2
2	Eunike perdana	garing	3	20000	2	simpel	2
3	unaodi simorangkir	garing	3	50000	4	kualitas baik	4
4	Rafael hutabarat	gurih	2	20000	2	praktis	3
5	Hotmasari nainggolan	gurih	2	20000	2	praktis	3
6	Tamara girsang	gurih	2	30000	3	simpel	2
7	Melki tobing	manis	1	10000	1	praktis	3
8	Dohara simbolon	gurih	2	20000	2	praktis	3
9	Willy purba	gurih	2	20000	2	kualitas baik	4
10	Deo siregar	manis	1	10000	1	praktis	3
11	Bedsyeba tambunan	gurih	2	20000	2	praktis	3
12	Elida situngkir	garing	3	20000	2	kualitas baik	4
13	Dame pasaribu	gurih	2	10000	1	simpel	2
14	Herikson tambunan	manis	1	10000	1	praktis	3
15	Lalutua lubis	gurih	2	20000	2	praktis	3
16	Endang sibarani	gurih	2	20000	2	menarik	1
17	Elvin pasaribu	manis	1	10000	1	simpel	2
18	Mardiyyah lubis	gurih	2	10000	1	praktis	3
19	Servina siagian	manis	1	10000	1	menarik	1
20	Karlos pandiangan	gurih	2	20000	2	kualitas baik	4
21	Roy purba	manis	1	20000	2	menarik	1
22	Voster girsang	manis	1	20000	2	menarik	1
23	Kordias lubis	manis	1	20000	2	menarik	1
24	Leiressa lubis	gurih	2	20000	2	menarik	1
25	Febriyanti siregar	manis	1	10000	1	menarik	1
26	Jhon sitohang	gurih	2	20000	2	kualitas baik	4
27	Sutrisno	manis	1	30000	3	menarik	1
28	Yohana sinaga	garing	3	20000	2	praktis	3
29	Febry manalu	gurih	2	10000	1	praktis	3
30	Deaglan situmeang	manis	1	50000	4	menarik	1
31	Tommy silalahi	gurih	2	20000	2	simpel	2
32	Sutono	gurih	2	50000	4	simpel	2
33	Imanul hakmi boerutu	garing	3	30000	3	praktis	3
34	Ulima sitohang	gurih	2	10000	1	menarik	1
35	Reni sitomorang	gurih	2	10000	1	praktis	3
36	Tanica simatupang	gurih	2	10000	1	menarik	1
37	Andre simajuntak	gurih	2	10000	1	praktis	3
38	Nopesari samosir	gurih	2	10000	1	menarik	1
39	Ilas manalu	garing	3	10000	1	simpel	2



40	Gideon nainngolan	gurih	2	10000	1	simpel	2
41	Wiine gultom	gurih	2	10000	1	menarik	1
42	Ervin panjaitan	garing	3	10000	1	praktis	3
43	Sintia wati hutabarat	garing	3	10000	1	simpel	2
44	Sesy siantury	gurih	2	10000	1	menarik	1
45	Heriana waruhu	manis	1	20000	2	simpel	2
46	Kristopel tambunan	gurih	2	10000	1	simpel	2
47	Yohana silali	gurih	2	20000	2	menarik	1
48	Reny siahaan	gurih	2	10000	1	menarik	1
49	Josua simajuntak	gurih	2	10000	1	menarik	1
50	Daniel nababan	gurih	2	20000	2	menarik	1
51	Ronal panjaitan	gurih	2	50000	4	kualitas baik	4
52	Bonar pasaribu	manis	1	10000	1	kualitas baik	4
53	Reslina lubis	manis	1	20000	2	simpel	2
54	Junus tambunan	manis	1	20000	2	simpel	2
55	Lysbon pasaribu	gurih	2	20000	2	menarik	1
56	Delia pakpahan	gurih	2	10000	1	simpel	2
57	Divanni situmorang	gurih	2	20000	2	menarik	1
58	Ramot siregar	gurih	2	20000	2	kualitas baik	4
59	Vensa gultom	manis	1	10000	1	kualitas baik	4
60	Lastry sinaga	manis	1	20000	2	simpel	2

Sumber: Data Primer Diolah (2023)

**Lampiran 5. Hasil Analisis Chi Square****Chi-Square Test****Frequencies****Rasa**

	Observed N	Expeped N	Residual
Manis	17	20.0	-3.0
Gurih	33	20.0	13.0
Garing	10	20.0	-10.0
Total	60		

**Harga**

	Observed N	Expeped N	Residual
10000	26	15.0	11.0
20000	27	15.0	12.0
30000	3	15.0	-12.0
50000	4	15.0	-11.0
Total	60		

**Kemasan**

	Observed N	Expeped N	Residual
Menarik	20	15.0	5.0
Simpel	17	15.0	2.0
Praktis	17	15.0	2
Kualitas baik	6	15.0	-9
Total	60		

## Lampiran 6. Hasil Interpretasi Data SPSS

Case Processing Summary						
	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Rasa Poduk * Harga Produk * Kemasan Produk	60	100.0%	0	0.0%	60	100.0%

### Rasa Poduk \* Harga Produk \* Kemasan Produk Crosstabulation

Count

Kemasan Produk			Harga Produk				Total
			10000	20000	30000	50000	
menarik	Rasa Poduk	manis	2	3	1	1	7
		gurih	7	6	0	0	13
	Total		9	9	1	1	20
	simpl	Rasa Poduk	manis	1	4	0	0
gurih			4	1	1	1	7
Total		8	6	1	1	16	
praktis		Rasa Poduk	manis	3	0	0	
	gurih		4	5	0		9
	Total		8	6	1		15
	kualitas baik	Rasa Poduk	manis	2	0		0
gurih			0	4		1	5
Total		2	5		1	9	
Total		Rasa Poduk	manis	8	7	1	1
	gurih		15	16	1	2	34
	Total		27	26	3	4	60

## Chi-Square Tests

Kemasan Produk		Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
menarik	Pearson Chi-Square	4.371 <sup>b</sup>	3	.224
	Likelihood Ratio	4.906	3	.179
	Linear-by-Linear Association	3.289	1	.070
	N of Valid Cases	20		
simpler	Pearson Chi-Square	7.624 <sup>c</sup>	6	.267
	Likelihood Ratio	8.296	6	.217
	Linear-by-Linear Association	.785	1	.376
	N of Valid Cases	16		
praktis	Pearson Chi-Square	7.361 <sup>d</sup>	4	.118
	Likelihood Ratio	7.512	4	.111
	Linear-by-Linear Association	3.663	1	.056
	N of Valid Cases	15		
kualitas baik	Pearson Chi-Square	9.810 <sup>e</sup>	4	.044
	Likelihood Ratio	10.134	4	.038
	Linear-by-Linear Association	3.349	1	.067
	N of Valid Cases	9		
Total	Pearson Chi-Square	1.658 <sup>a</sup>	6	.948
	Likelihood Ratio	1.504	6	.959
	Linear-by-Linear Association	.198	1	.657
	N of Valid Cases	60		

- a. 8 cells (66.7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .45.
- b. 6 cells (75.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .35.
- c. 12 cells (100.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .25.
- d. 9 cells (100.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .20.
- e. 9 cells (100.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .44.

## Lampiran 7. Surat Pengantar Riset Penelitian



# UNIVERSITAS MEDAN AREA

## FAKULTAS PERTANIAN

Kampus I Jalan Koliem Nomor 1 Medan Estate ☎ (061) 7360168, 7366878, 7364348 📠 (061) 7368012 Medan 20371  
Kampus II Jalan Sellabudi Nomor 79 / Jalan Sei Serayu Nomor 70 A ☎ (061) 8225602 📠 (061) 8226331 Medan 20122  
Website: [www.uma.ac.id](http://www.uma.ac.id) E-Mail: [univ\\_medanarea@uma.ac.id](mailto:univ_medanarea@uma.ac.id)

Nomor : 1625/FP.1/01.10/V/2023

Medan, 11 Mei 2023

Lamp. : -

H a l : Pengambilan Data Riset

Yth. Camat Sipoholon  
Kecamatan Sipoholon, Kabupaten Tapanuli Utara  
Di Tempat

Dengan hormat,

Dalam rangka penyelesaian studi dan penyusunan skripsi di Fakultas Pertanian Universitas Medan Area, maka bersama ini kami mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk dapat memberikan izin dan kesempatan kepada mahasiswa kami atas nama :

N a m a : Richardowijaya Sibarani  
NIM : 198220135  
Program Studi : Agribisnis

Untuk melaksanakan Penelitian dan atau Pengambilan Data di Kantor Camat Sipoholon, Kabupaten Tapanuli Utara untuk kepentingan skripsi berjudul "**Analisis Preferensi Konsumen terhadap Kacang Sihobuk di Kecamatan Sipoholon Kabupaten Tapanuli Utara**"

Penelitian dan atau Pengambilan Data Riset ini dilaksanakan semata-mata untuk kepentingan dan kebutuhan akademik.

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan bantuan Bapak/Ibu diucapkan terima kasih.

Dekan,  
  
Dr. Ir. Zulheri Noer, MP

Tembusan:

1. Ka. Prodi Agribisnis
2. Mahasiswa ybs
3. Arsip



## Lampiran 8. Surat Ijin Penelitian



### PEMERINTAH KABUPATEN TAPANULI UTARA KECAMATAN SIPOHOLON

Jl. Pancasila No. 7 email : kcamatsipoholon@gmail.com  
SIPOHOLON

Sipoholon, 15 Mei 2023

Kepada

Yth. Dekan Fakultas Pertanian  
Universitas Medan Area

di

Medan

Nomor : 070/799 /12.02.04/V/2023

Sifat : Penting

Lampiran : -

Perihal : Izin Penelitian

Sehubungan dengan surat Dekan Fakultas Pertanian Universitas Medan Area nomor : 1625/FP.1/01.10/V/2023 tanggal 11 Mei 2023 perihal Pengambilan Data/Riset, dengan ini disampaikan bahwa pada prinsipnya kami menyetujui dan memberikan izin kepada mahasiswa dibawah ini :

Nama : Richardowijaya Sibarani

NIM : 198220135

Program : Agribisnis

untuk melaksanakan penelitian serta pengambilan data dari Kecamatan Sipoholon yang berhubungan dengan judul skripsi yang bersangkutan yakni "Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Kacang Sihobuk di Kecamatan Sipoholon Kabupaten Tapanuli Utara"

Demikian disampaikan untuk dipergunakan seperlunya.

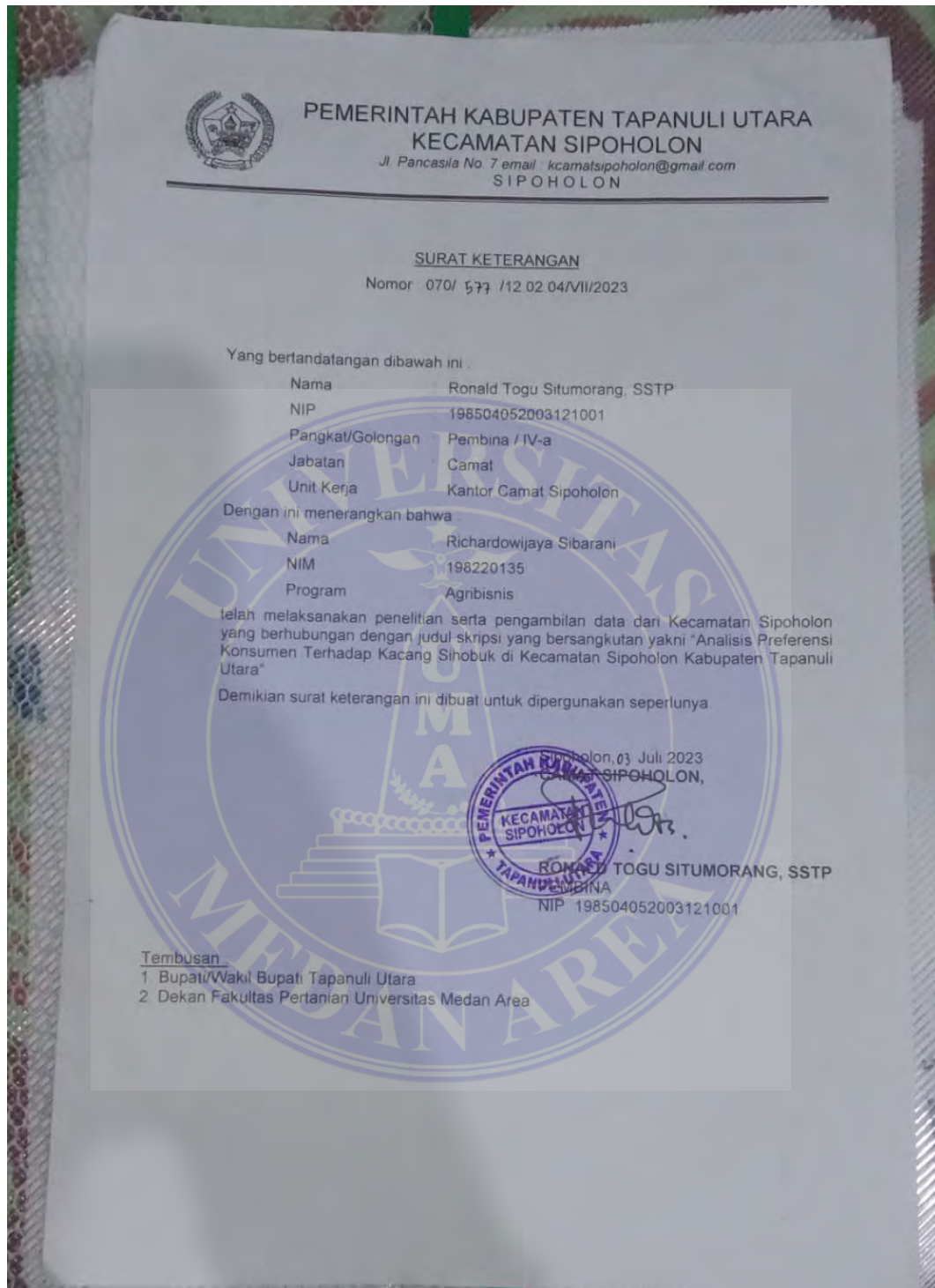


RONALD TOGU SITUMORANG, SSTP  
PEMBINA  
NIP. 198504052003121001

**Tembusan :**

1. Bupati/Wakil Bupati Tapanuli Utara
2. Richardowijaya Sibarani

## Lampiran 9. Surat Selesai Penelitian



## Lampiran 10. Dokumentasi di Lapangan



Pengantaran surat riset



Pemberian izin oleh pak camat kecamatan sipoholon





Konsumen kacang sihobuk





### Wawancara dengan penjual kacang sihobuk



**Kacang harga Rp. 10.000**



**Kacang harga Rp. 20.000**

Harga kacang dengan harga Rp. 20.000 merupakan paling banyak diminati atau paling banyak terjual di toko tradisional yang ada di sepanjang jalan sipoholon dimana responden kacang sihobuk yang berjumlah 60 orang lebih banyak menyukai kemasan dengan harga Rp 20.000



**Kacang dengan harga Rp. 30.000**



**Kacang dengan harga 50.000**



**Harga kacang diatas 50.000**