

**ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN JAMUR TIRAM
(STUDI KASUS : DESA PERKEBUNAN TELUK PANJI,
KECAMATAN KAMPUNG RAKYAT, KABUPATEN
LABUHAN BATU SELATAN)**

SKRIPSI

**OLEH :
ARIEF RAHMAN
198220009**



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2024**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 4/6/24

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

Access From (repository.uma.ac.id)4/6/24

**ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN JAMUR TIRAM
(STUDI KASUS : DESA PERKEBUNAN TELUK PANJI,
KECAMATAN KAMPUNG RAKYAT, KABUPATEN
LABUHAN BATU SELATAN)**

SKRIPSI

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

OLEH:

**ARIEF RAHMAN
198220009**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2024**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

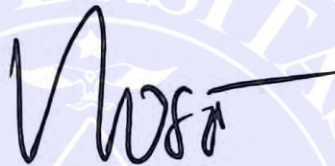
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 4/6/24

Access From (repository.uma.ac.id)4/6/24

Judul Skripsi : ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN JAMUR
TIRAM STUDI KASUS (DESA PERKEBUNAN
TELUK PANJI, KECAMATAN KAMPUNG RAKYAT,
KABUPATEN LABUHAN BATU SELATAN)
Nama : ARIEF RAHMAN
Npm : 198220009
Fakultas/Prodi : PERTANIAN/AGRIBISNIS

Disetujui Oleh :
Komisi Pembimbing



(Dr. Siswa Panjang Hemosa SP.,M.Si)
Dosen Pembimbing

Diketahui :



(Dr. Siswa Panjang Hemosa SP.,M.Si)
Dekan Fakultas Pertanian



(Marizha Nurcahyani, S.ST., M.Sc)
Ketua Program Studi Agribisnis

Tanggal Lulus : 06 Maret 2024

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

HALAMAN PERNYATAAN


Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun, sebagai Syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya sendiri. Adapun bagian- bagian tertentu dalam 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 lainnya dengan peraturan yang telah berlaku, apabila kemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.



Medan, 14 Mei 2024




Arief Rahman
198220009

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademik Universitas Medan Area, saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Arief Rahman

Nim : 198220009

Program Studi : Agribisnis

Fakultas : Pertanian

Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area **Hak Bebas Royalti (Non-exclusive Royalti Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul : Analisis preferensi konsumen jamur tiram (studi kasus : Desa Perkebunan Teluk Panji, Kecamatan Kampung Rakyat, Kabupaten Labuhan Batu Selatan). Dengan hak bebas royalti noneksklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalih media atau formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (data base), merawat dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta,

Demikian pernyataan ini saya buat sebenarnya

Dibuat : Medan

Pada tanggal : 14 Mei 2024

Yang menyatakan



(Arief Rahman)

ABSTRAK

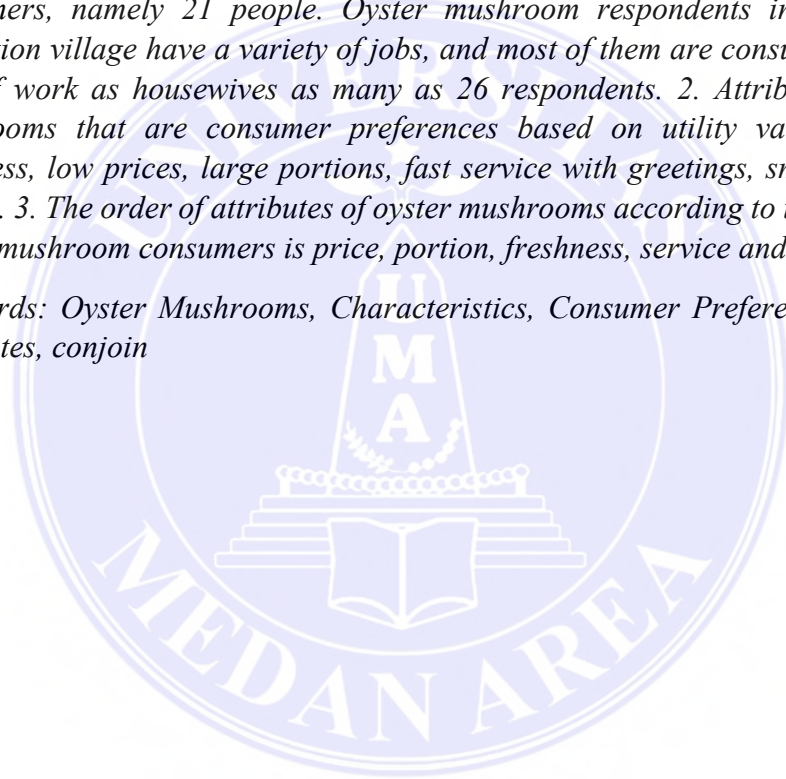
Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui atribut jamur tiram menurut karakteristik konsumen yaitu jenis kelamin, umur, pendidikan, pekerjaan, pendapatan di desa perkebunan teluk panji dan mengetahui atribut dan level jamur tiram yang menjadi preferensi konsumen serta untuk mengetahui urutan atribut jamur tiram. Metode analisis data uji validitas, uji realibilitas dan analisis konjoin. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: Uji validitas pada atribut harga, tekstur, pelayanan, porsi dan kesegaran menghasilkan semua item pernyataan dinyatakan valid dilihat dari nilai $\text{sig} < 0,05$ dan pada uji reliabilitas semua item pernyataan dinyatakan reliabel moderat dilihat dari Cronbach's Alpha $0,50-0,70$. 1. Responden perempuan lebih banyak membeli jamur tiram. kelompok umur 33-41 merupakan umur terbanyak yaitu 26 orang. Responden dengan tingkat pendidikannya SMA merupakan konsumen terbanyak yaitu sebanyak 21 orang. responden jamur tiram di desa perkebunan teluk panji memiliki pekerjaan yang beragam, dan yang paling banyak adalah konsumen dengan jenis pekerjaan ibu rumah tangga sebanyak 26 orang responden. 2. Atribut jamur tiram yang menjadi preferensi konsumen berdasarkan nilai utility ialah kesegaran segar, harga murah, porsi besar, pelayanan cepat dengan salam senyum sapa dan tekstur lunak. 3. Urutan atribut jamur tiram menurut kepentingan konsumen jamur tiram adalah harga, porsi, kesegaran, pelayanan dan tekstur.

Kata Kunci: Jamur Tiram, Karakteristik, Preferensi Konsumen, Atribut Produk, Conjoin

ABSTRACT

This study aims to determine the attributes of oyster mushrooms according to consumer characteristics, namely gender, age, education, occupation, income in Teluk Panji plantation village and to determine the attributes and levels of oyster mushrooms that are consumer preferences and to determine the order of the attributes of oyster mushrooms. Data analysis methods validity test, reliability test and conjoint analysis. The results showed that: The validity test on the attributes of price, texture, service, portion and freshness resulted in all statement items being declared valid from a sig value <0.05 and on the reliability test all statement items were stated to be moderately reliable from Cronbach's Alpha 0.50– 0.70 1. Female respondents bought more oyster mushrooms. the age group 33-41 is the largest age, namely 26 people. Respondents with a high school level of education are the most consumers, namely 21 people. Oyster mushroom respondents in Teluk Panji plantation village have a variety of jobs, and most of them are consumers with the type of work as housewives as many as 26 respondents. 2. Attributes of oyster mushrooms that are consumer preferences based on utility value are fresh freshness, low prices, large portions, fast service with greetings, smiles, and soft texture. 3. The order of attributes of oyster mushrooms according to the interests of oyster mushroom consumers is price, portion, freshness, service and texture.

Keywords: Oyster Mushrooms, Characteristics, Consumer Preferences, Product Attributes, conjoin



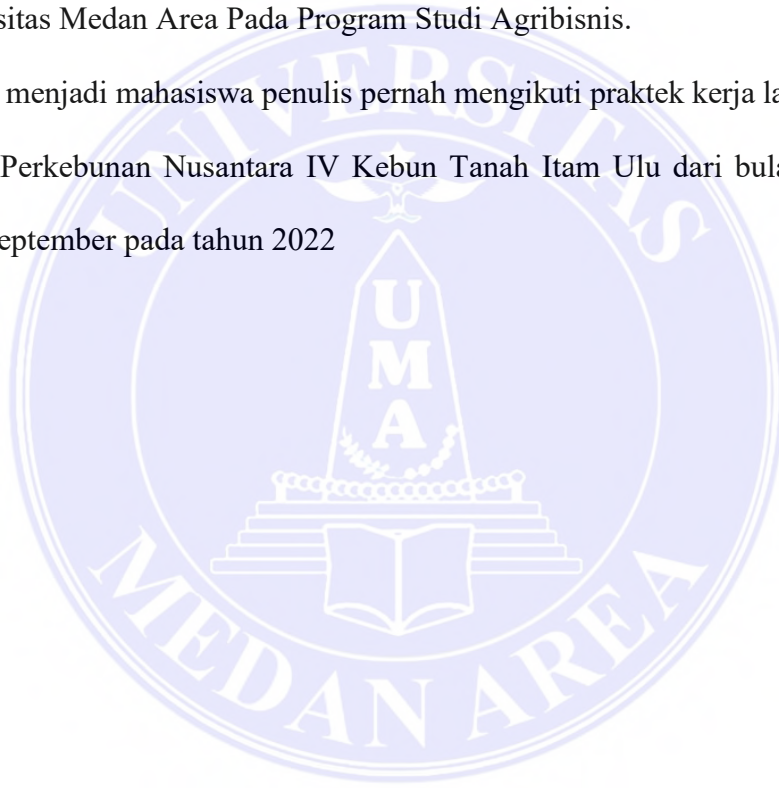
RIWAYAT HIDUP

Arief rahman dilahirkan pada tanggal 02 april 2001 Di Dusun Air Lumpatan. Anak pertama dari dua bersaudara dari pasangan Ratno dan Sarmini.

Pendidikan Sekolah Dasar di SD Negeri 117493 Sampilpil Dan Sekolah Madrasah Tsanawiyah di (MTS) Darussalam Simpang Limun, selanjutnya pendidikan di Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Swasta Pemda Rantau Prapat.

Pada bulan september 2019, menjadi mahasiswa pada Fakultas Pertanian Universitas Medan Area Pada Program Studi Agribisnis.

Selama menjadi mahasiswa penulis pernah mengikuti praktek kerja lapangan (PKL) di PT. Perkebunan Nusantara IV Kebun Tanah Itam Ulu dari bulan juli sampai bulan september pada tahun 2022



KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum wr.wb

Penulis panjatkan puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah hadir dan atas segala karunia dan rahmat yang dilimpahkan kepada hamba-Nya, Yang Maha Kuasa, Yang Maha Adil, dan Yang Maha Bijaksana. Nabi Besar Muhammad SAW, nabi akhir zaman yang mengemban misi perdamaian dan menyebarkan syariat Islam kepada seluruh umat manusia di seluruh dunia, juga penulis sapa dengan shalawat dan salam. Demikian pula semoga shalawat terlimpah kepada para sahabat, keluarga, dan masyarakat yang menaati ajaran dan bimbingannya hingga hari kiamat tiba. Alhamdulillah, atas hikmah dan inayah-Mu yang telah memberikan izin kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini dibawah judul ini “Analisis Preferensi Konsumen Jamur Tiram (Studi Kasus : Desa Perkebunan Teluk Panji, Kecamatan Kampung Rakyat, Kabupaten Labuhan Batu Selatan)” yang merupakan salah satu sarat guna menempuh ujian gelar sarjana pertanian pada Fakultas Pertanian Universitas Medan Area

Skripsi ini merupakan salah satu syarat kelulusan Strata satu (S-1) pada program studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Medan Area. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Siswa Panjang Hermosa, SP. M.Si selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Medan Area.
2. Ibu Marizha Nurcahyani, M.Sc selaku Ketua Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Medan Area.
3. Bapak Dr. Siswa Panjang Hermosa, SP. M.Si selaku dosen pembimbing penulis yang telah membimbing dan mempermudah segala kesulitan yang ada dalam menyelesaikan skripsi penulis.

4. Seluruh Dosen Pengajar dan Staff Pegawai Fakultas Pertanian Universitas Medan Area yang telah mendukung dan memperhatikan selama masa pendidikan di program studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Medan Area.
5. Kedua orang tua yang tercinta dan terkasih Bapak Ratno dan Ibu Sarmini beserta keluarga penulis yang telah memberikan kasih sayang, dorongan, semangat, do'a tulus yang tiada henti bagi penulis, dukungan baik moral maupun material dan motivasi kepada penulis.
6. Kepada adik saya yang bernama Riki Irawan yang telah banyak membantu serta memberi dukungan dan penyelesaian skripsi ini dengan baik.
7. Semua teman-teman Agribisnis angkatan 2019 Universitas Medan Area. Atas semua bantuan yang telah diberikan kepada penulis,
Penulis menyadari masih banyak kekurangan yang terdapat dalam skripsi ini. Oleh karna itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun demi kesempurnaan skripsi ini. Akhir kata kiranya skripsi penelitian ini bermanfaat bagi penulis dan semua pihak yang membutuhkan, sekian dan terimakasih.

Medan, 14 Mei 2024

Arief Rahman

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT	vii
RIWAYAT HIDUP	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.5 Kerangka Pemikiran	7
II. TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Konsumen.....	9
2.2 Jamur Tiram	10
2.3 Preferensi Konsumen.....	10
2.4 Atribut produk	13
2.5 Karakteristik Konsumen.....	15
2.6 Analisis <i>Conjoint</i>	15
2.7 Penelitian Terdahulu.....	16
III. METODE PENELITIAN.....	21
3.1 Lokasi Dan Waktu Penelitian.....	21
3.2 Metode Pengambilan Sampel.....	21

3.3	Metode Pengumpulan Data	22
3.4	Metode Analisis Data	22
3.5	Definisi Operasional Variabel	26
IV. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN.....		29
4.1	Gambaran umum lokasi penelitian.....	29
4.2	Kependudukan	29
4.3	Penduduk Menurut Kelompok Umur Dan Jenis Kelamin.....	30
4.4	Gambaran Umum Lokasi	31
V. HASIL DAN PEMBAHASAN.....		33
5.1	Uji Validitas Dan Realibilitas.....	33
5.1.1	Uji validitas	33
5.1.2	Uji Realibilitas.....	34
5.2	Karakteristik Konsumen Jamur Tiram	34
5.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	34
5.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	35
5.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	37
5.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	39
5.2.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan.....	41
5.2.6	Jumlah Anggota Keluarga	42
5.3	Preferensi Konsumen Terhadap Atribut Dan Level Jamur Tiram.....	43
5.4	Urutan Atribut Jamur Tiram Menurut Preferensi Konsumen.....	51
5.5	Tingkat Keakuratan Prediksi Model Hasil Analisis <i>Conjoint</i>	53
VI. KESIMPULAN DAN SARAN		56
6.1	Kesimpulan.....	56
6.2	Saran.....	56
DAFTAR PUSTAKA		57
LAMPIRAN		60

DAFTAR TABEL

No	Keterangan	Halaman
1.	Produksi Tanaman Sayuran Di Indonesia	2
2.	Produksi Jamur Sumatra Utara Periode 2017-2021	3
3.	Produksi Jamur Tiram Di Desa Perkebunan Teluk Panji Kecamatan Kampung Rakyat, Kabupaten Labuhan Batu Selatan.	4
4.	Penyebaran Wilayah Responden	22
5.	Penjelasan Atribut Dan Level/Subatribut Jamur Tiram	24
6.	Luas Wilayah Dan Persentase Terhadap Luas Wilayah Menurut Kecamatan Di Kabupaten Labuhan Batu Selatan, 2018	29
7.	Jumlah Penduduk, Luas Kecamatan Kepadatan Penduduk Per Km ² Menurut Kecamatan Di Kabupaten Labuhan Batu Selatan	30
8.	Jumlah Penduduk Di Labuhan Batu Selatan Tahun 2022 Berdasarkan Kelompok Umur Dan Jenis Kelamin	31
9.	Hasil Output Uji Validitas	33
10.	Hasil Output Uji Realibilitas	34
11.	Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin	35
12.	Karakteristik Responden Berdasarkan Kelompok Usia	36
13.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	38
14.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	39
15.	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan	41
16.	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Jumlah Anggota Keluarga	42
17.	Nilai <i>Utility</i> Berdasarkan Hasil <i>Conjoint Analysis</i>	44
18.	Nilai Kepentingan (Importance Value) Atribut Jamur Tiram	51
19.	Nilai Korelasi hasil conjoint	54

DAFTAR GAMBAR

No	Keterangan	Halaman
1.	Kerangka Pemikiran	8
2.	Diagram Kegunaan Masing Masing Taraf Atribut Harga	45
3.	Diagram Kegunaan Masing Masing Taraf Atribut Tekstur	46
4.	Diagram Kegunaan Masing Masing Taraf Atribut Pelayanan	47
5.	Diagram Kegunaan Masing Masing Taraf Atribut Porsi	48
6.	Diagram Nilai Kegunaan Masing Masing Taraf Atribut Kesegaran.....	50
7.	poto dirumah konsumen saat pemasar mengantar belanjaan konsumen di dusun sidodadi.....	102
8.	poto dirumah konsumen di dusun plorida langganan pemasar	102
9.	Poto Bersama Usaha Tani Jamur Tiram.....	102
10.	saat konsumen berbelanja. dengan pedagang dan dilayanin dengan pelayanan cepat dengan salam senyum sapa	102
11.	saat konsumen berbelanja di pasar perkebunan teluk panji	102
12.	poto bersama konsumen saat konsumen berbelanja jamur tiram langsung sama usaha tani di dusun sei kalam.....	102
13.	poto bersama konsumen saat pemasar mengunjungi konsumen di dusun kampung kidul.....	102
14.	poto bersama konsumen saat konsumen belanja bahan rumah tangga di pasar perkebunan teluk panji	102

DAFTAR LAMPIRAN

No	Keterangan	Halaman
1.	Kuisisioner Penelitian	60
2.	Persentase Karakteristik Responden Jamur Tiram	63
3.	Atribut Dan Level Atribut	64
4.	Data Karakteristik Konsumen	65
5.	Bentuk Kombinasi antara Atribut dengan Level Atribut Jamur Tiram.....	68
6.	Input Data Penilaian Responden Terhadap Stimulus	69
7.	Hasil Overall Statistic Dan Average Importance Value Responden Laki Laki	72
8.	Hasil Overall Statistic Dan Average Importance Value Responden Perempuan	73
9.	Hasil Overall Statistic Dan Average Importance Value Responden Usia 17 - 23	74
10.	Hasil Overall Statistic Dan Average Importance Value Responden Usia 24 – 32.....	75
11.	Hasil Overall Statistic Dan Average Importance Value Responden Usia 33-41	76
12.	Hasil Overall Statistic Dan Average Importance Value Responden Usia 42-50	77
13.	Hasil Overall Statistic Dan Average Importance Value Responden Usia 51 - 60	78
14.	Hasil Overall Statistic Dan Average Importance Value Responden Pendidikan SD.....	79
15.	Hasil Overall Statistic Dan Average Importance Value Responden Pendidikan SMP.....	80
16.	Hasil Overall Statistic Dan Average Importance Value Responden Pendidikan SMA	81
17.	Hasil Overall Statistic Dan Average Importance Value Responden Pendidikan S1.....	82

18. Hasil Overall Statistic Dan Average Importance Value Responden Pekerjaan Mahasiswa	83
19. Hasil Overall Statistic Dan Average Importance Value Responden Pekerjaan Karyawan Swasta	84
20. Hasil Overall Statistic Dan Average Importance Value Responden Pekerjaan Wiraswasta	85
21. Hasil Overall Statistic Dan Average Importance Value Responden Pekerjaan PNS.....	86
22. Hasil Overall Statistic Dan Average Importance Value Responden Pekerjaan Petani.....	87
23. Hasil Overall Statistic Dan Average Importance Value Responden Pekerjaan Ibu Rumah Tangga.....	88
24. Hasil Overall Statistic Dan Average Importance Value Responden Pendapatan < Rp 1.000.000	89
25. Hasil Overall Statistic Dan Average Importance Value Responden Pendapatan Rp 1.000.000 – Rp 2.500.000	90
26. Hasil Overall Statistic Dan Average Importance Value Responden Pendapatan Rp 2.500.000 – Rp 4.000.000	91
27. Hasil Overall Statistic Dan Average Importance Value Responden Pendapatan Rp 4.000.000 – Rp 5.500.000	92
28. Hasil Overall Statistic Dan Average Importance Value Responden Jumlah Anggota Keluarga 1 -2 Orang.....	93
29. Hasil Overall Statistic Dan Average Importance Value Responden Jumlah Anggota Keluarga 3-4 Orang.....	94
30. Hasil Overall Statistic Dan Average Importance Value Responden Jumlah Anggota Keluarga 5-6 Orang.....	95
31. Hasil Overall Statistic Dan Average Importance Value Responden Jumlah Anggota Keluarga 7-9 Orang.....	96
32. Hasil Analisis Conjoint 60 Responden Pada Overall Statistic Dan Average Importance Value Dan Correlations	97
33. Uji Validitas	98
34. Uji Realibilitas.....	101

35. Gambar dokumentasi penelitian	102
36. lokasi penelitian.....	103
37. surat pengantar penelitian.....	104
38. surat selesai pengambilan data	105



I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sebagai negara agraris, Indonesia memiliki berbagai komoditas pertanian. Aset keberagaman ini memiliki potensi untuk berkembang, dan subsektor hortikultura adalah salah satunya. Jamur merupakan bagian dari jenis komoditas hortikultura termasuk dalam kelompok sayuran yang memiliki potensi untuk berkembang. Terdapat 5 jenis jamur yang telah dikembangkan di Indonesia. Salah satu dari 5 jenis jamur ini telah dikembangkan sampai pada skala berstatus industri, jamur tiram (*Pleurotus ostreatus*). (Novrianto, Restuhadi & Eliza, 2015).

Variasi jamur Indonesia sangat beragam. Jamur kuping, jamur tiram, jamur kancing, jamur merang, dan jamur shitake adalah beberapa jenis jamur yang telah digunakan secara luas sebagai sumber makanan yang kaya nutrisi. Salah satu jamur yang paling murah adalah jamur tiram, yang dapat dibeli di pasar modern, tradisional, atau warung sayur (Salehawati, 2019).

Baik makanan segar maupun makanan olahan berbahan dasar jamur tiram memiliki susunan biokimia yang cukup baik untuk memenuhi kebutuhan nutrisi harian. Jamur tiram segar mempunyai kandungan air 88,75%, protein 28,85%, lemak 2,47%, karbohidrat 48,16%, dan serat 12,87%, berdasarkan hasil analisis komposisi proksimat (basis kering); jamur tiram kering memiliki komposisi sebagai berikut: air 8,45%, protein 25,91%, lemak 2,18%, karbohidrat 42,14%, dan serat 10,41% (Tolera dan Abera, 2017).

Berdasarkan data produksi tanaman sayuran di Indonesia pada tahun 2017-2021 dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel 1. Produksi Tanaman Sayuran Di Indonesia

No	Jenis Bahan Sayuran	Satuan	2017	2018	2019	2020	2021
1	Jengkol	Ton	66065	87854	96926	129143	152609
2	Petai	Ton	213356	306651	310103	350638	387691
3	Jamur	Kg	3701956	31051571	33163188	3316319	90420
4	Paprika	Ton	7390	18151	19358	17822	12665
5	Melinio	Ton	201041	239213	238419	255985	292167
6	Bawang Merah	Ton	1470155	1503438	1580247	1815445	2004590
7	Bawang Putih	Ton	19510	39302	88816	81805	45092
8	Bawang Daun	Ton	510476	573228	590596	579748	627853
9	Kentang	Ton	1164738	1284762	1314657	1282768	1361064
10	Kubis	Ton	1442624	1407932	1413060	1406985	1434670
11	Kembang Kol	Ton	152869	152122	183816	204238	203385
12	Petsai/sawi	Ton	627598	635990	652727	667473	727467
13	Wortel	Ton	537341	609634	674634	650858	720090
14	Lobak	Ton	22417	27239	24248	24902	-
15	Kacang Merah	Ton	74364	67868	61520	66210	-
16	Kacang Panjang	Ton	381185	370202	352700	359158	383685
17	Cabai Besar	Ton	1206266	1206750	1214419	1264190	1360571
18	Cabai Rawit	Ton	1153155	1335608	1374217	1508404	1386447
19	Tomat	Ton	962845	976790	1020333	1084993	1114399
20	Terung	Ton	535419	551552	575393	575392	676339
21	Buncis	Ton	279040	304445	299311	305923	320774
22	Ketimun	Ton	424917	433931	435975	441286	471941
23	Labu Siam	Ton	566845	454001	407963	511014	516954
24	Kangkung	Ton	276970	289563	295556	312336	341196
25	Bayam	Ton	148288	162277	160306	157024	171706

Sumber : BPS Holtikultura, 2021

Berdasarkan tabel 1 produksi jamur di Indonesia pada tahun 2017 mencapai 3701956 kg, sedangkan pada tahun 2018 jamur meningkat mencapai 31051571 kg, dan pada tahun 2019 produksi jamur mengalami peningkatan kembali mencapai 33163188 kg hal ini menjadi disebabkan meningkatnya kecenderungan masyarakat terhadap jamur sebagai bahan pangan pengganti dan semakin meningkatnya permintaan terhadap jamur, namun sayang pada tahun 2020 produksi jamur menurun mencapai 3316319 kg, dan pada tahun 2021 produksi jamur semakin menurun mencapai 90420 kg produksi.

Untuk memastikan bahwa petani jamur selalu mendapat serangan dari pelanggan, ada baiknya untuk mempertimbangkan kesadaran masyarakat akan

hidup sehat saat mendapatkan protein. Untuk menciptakan kebiasaan makan yang sehat, keputusan bijak ini harus diperluas secara lebih luas. Masyarakat di Indonesia telah lama mengetahui bahwa jamur ada sebagai salah satu bahan makanan, karena jamur merupakan salah satu bahan yang memiliki kandungan protein nabati yang tinggi jika dibandingkan dengan bahan makanan lainnya (Putri, 2014).

Pasar jamur tiram yang semakin kompetitif memaksa konsumen untuk semakin cerdas dalam menilai dan memilih dari semua produk yang tersedia. Konsumen kini mulai memilih sesuatu dengan lebih hati-hati. Tujuan produk atau keunggulan yang diantisipasi adalah penentu utama pilihan pelanggan terhadap produk jamur tiram (Pardede, 2022).

Sumatra utara terdapat produk pertanian. salah satu diantaranya ialah tanaman hortikultura seperti jamur yang dibudidayakan menjadi banyak olahan. berikut adalah data produksi jamur sumatra utara periode 2017-2021.

Tabel 2. Produksi Jamur Sumatra Utara Periode 2017-2021

Tahun	Produksi (Kg)
2017	1955
2018	23493
2019	37119
2020	3712
2021	304

Sumber : BPS Provinsi Sumatra Utara, 2021

Berdasarkan tabel 2 produksi jamur pada tahun 2017 mencapai 1955 kg, sedangkan pada tahun 2018 jamur meningkat mencapai 23493 kg, dan pada tahun 2019 produksi jamur mengalami peningkatan kembali mencapai 37119 kg hal ini menjadi disebabkan naiknya permintaan terhadap jamur, mengingat jamur merupakan bahan pangan alternatif yang di sukai oleh masyarakat , namun sayang pada tahun 2020 produksi jamur menurun drastis mencapai 3712 kg. dan pada tahun 2021 produksi jamur semakin menurun mencapai 304 kg produksi.

Desa perkebunan teluk panji salah satu kecamatan kampung rakyat yang dimana dilokasi di temui adanya usaha tani jamur tiram yakni di dusun sei kalam. dilokasi tersebut ditemukan satu usaha tani jamur tiram, dua pedagang yang berjualan jamur tiram di pasar (pekan) desa perkebunan teluk panji dan satu pemasar yang berada di dusun sei kalam. biasanya pada saat usaha tani jamur tiram ketika panen, di hari senin dan hari jumat itu biasanya usaha tani mengecerkan jamur tiramnya ke dua pedagang untuk di jual belikan lagi kepada konsumen yakni di pasar (pekan) perkebunan teluk panji. selain menjual jamur tiram, pedagang juga menjual sayur sayuran seperti tomat, kacang panjang, cabe, bawang, toge, dan bahan sayur sayuran lainnya. selain mengecer ke pedagang, usaha tani juga memiliki satu pemasar yang mana berada di dusun sei kalam, dan pemasarnya ini juga biasanya menjual ke pelanggannya baik di satu dusun maupun luar dusun.

Berdasarkan produksi jamur tiram pada 5 tahun terakhir desa perkebunan teluk panji kecamatan kampung rakyat, kabupaten labuhan batu selatan.

Tabel 3. Produksi Jamur Tiram Di Desa Perkebunan Teluk Panji Kecamatan Kampung Rakyat, Kabupaten Labuhan Batu Selatan.

Tahun	Produksi (Kg)
2018	1015
2019	1100
2020	923
2021	1043
2022	1200

Sumber : Data Primer Diolah, 2023

Pada tabel 3 dimana produksi jamur tiram pada tahun 2018 mencapai 1015 dan pada tahun 2019 meningkat yakni sebesar 1100 Kg dan pada tahun 2020 produksi jamur tiram mengalami penurunan yakni sebesar 923 Kg. dan pada tahun 2021 kembali meningkat yakni sebesar 1043 Kg dan di tahun berikutnya juga produksinya meningkat yakni sebesar 1200 Kg.

Sebelum memilih untuk membeli barang yang diinginkannya, pelanggan mempunyai gaya pembelian, oleh karena itu konsumen akan memikirkan beberapa faktor sebelum melakukan pembelian. Konsumen membentuk persepsi unik tentang barang yang ingin konsumen beli karena masalah kualitas yang terkait dengan berbagai barang atau jasa. Mirip dengan jamur tiram, pilihan pembeli secara alami mempengaruhi apakah konsumen memilih untuk membeli atau tidak. Faktor pertama yang dipertimbangkan pelanggan saat membeli jamur tiram adalah kualitas alaminya (Hasibuan, 2022).

Petani dan pedagang jamur tiram perlu mengambil langkah-langkah tertentu berdasarkan preferensi pelanggan agar sesuai dengan permintaan pasar. Untuk memastikan bahwa pelanggan menerima secara positif jamur tiram yang dipromosikan, penting bagi keduanya untuk mengetahui dan memahami preferensi konsumen. Kemampuan untuk memasok jamur tiram dengan kualitas yang memenuhi permintaan dan preferensi pelanggan merupakan suatu keharusan bagi petani dan produsen (Hasibuan, 2022).

Pendapat dan preferensi pelanggan terhadap suatu produk mungkin berdampak pada pilihan konsumen untuk membeli. Saat mengambil keputusan pembelian, pembeli pada awalnya memperhitungkan ciri fisik (atribut) barang. Begitu pula saat membeli jamur tiram, beberapa faktor yang menjadi pertimbangan atribut pembeli adalah sebagai berikut: Harga, porsi, tekstur pelayanan dan kesegaran (Masroeri dan Wibawa, 2019).

Dengan adanya atribut produk yang bagus, bisa menarik daya minat beli konsumen itu sendiri, maka dari itu usaha tani atau pedagang harus mengetahui hal hal apa saja yang menjadi pilihan konsumen mengenai suka atau tidak sukanya

konsumen yang mengandung unsur-unsur atribut produk yang paling dianggap penting bagi konsumen itu sendiri, ada beberapa unsur atribut produk yang dimaksud adalah Harga, porsi, tekstur, pelayanan dan kesegaran. dan atribut itu sendiri yang menentukan dasar keputusan (Haryanto, 2019).

1.2 Rumusan Masalah

Latar belakang informasi tersebut memperjelas bahwa rumusan masalah penelitian ini adalah:

1. Bagaimana Karakteristik Konsumen Jamur Tiram Di Desa Perkebunan Teluk Panji, Kecamatan Kampung Rakyat, Kabupaten Labuhan Batu Selatan?
2. Bagaimana Atribut Dan Level Jamur Tiram Yang Menjadi Preferensi Konsumen Di Desa Perkebunan Teluk Panji, Kecamatan Kampung Rakyat, Kabupaten Labuhan Batu Selatan?
3. Bagaimana Urutan Atribut Jamur Tiram Di Desa Perkebunan Teluk Panji, Kecamatan Kampung Rakyat, Kabupaten Labuhan Batu Selatan?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yaitu

1. Untuk Mengetahui Karakteristik Konsumen Jamur Tiram Di Desa Perkebunan Teluk Panji, Kecamatan Kampung Rakyat, Kabupaten Labuhan Batu Selatan.
2. Untuk Mengetahui Atribut Dan Level Jamur Tiram Yang Menjadi Preferensi Konsumen Di Desa Perkebunan Teluk Panji, Kecamatan Kampung Rakyat, Kabupaten Labuhan Batu Selatan.

3. Untuk Mengetahui Urutan Atribut Jamur Tiram Di Desa Perkebunan Teluk Panji, Kecamatan Kampung Rakyat, Kabupaten Labuhan Batu Selatan.

1.4 Manfaat Penelitian

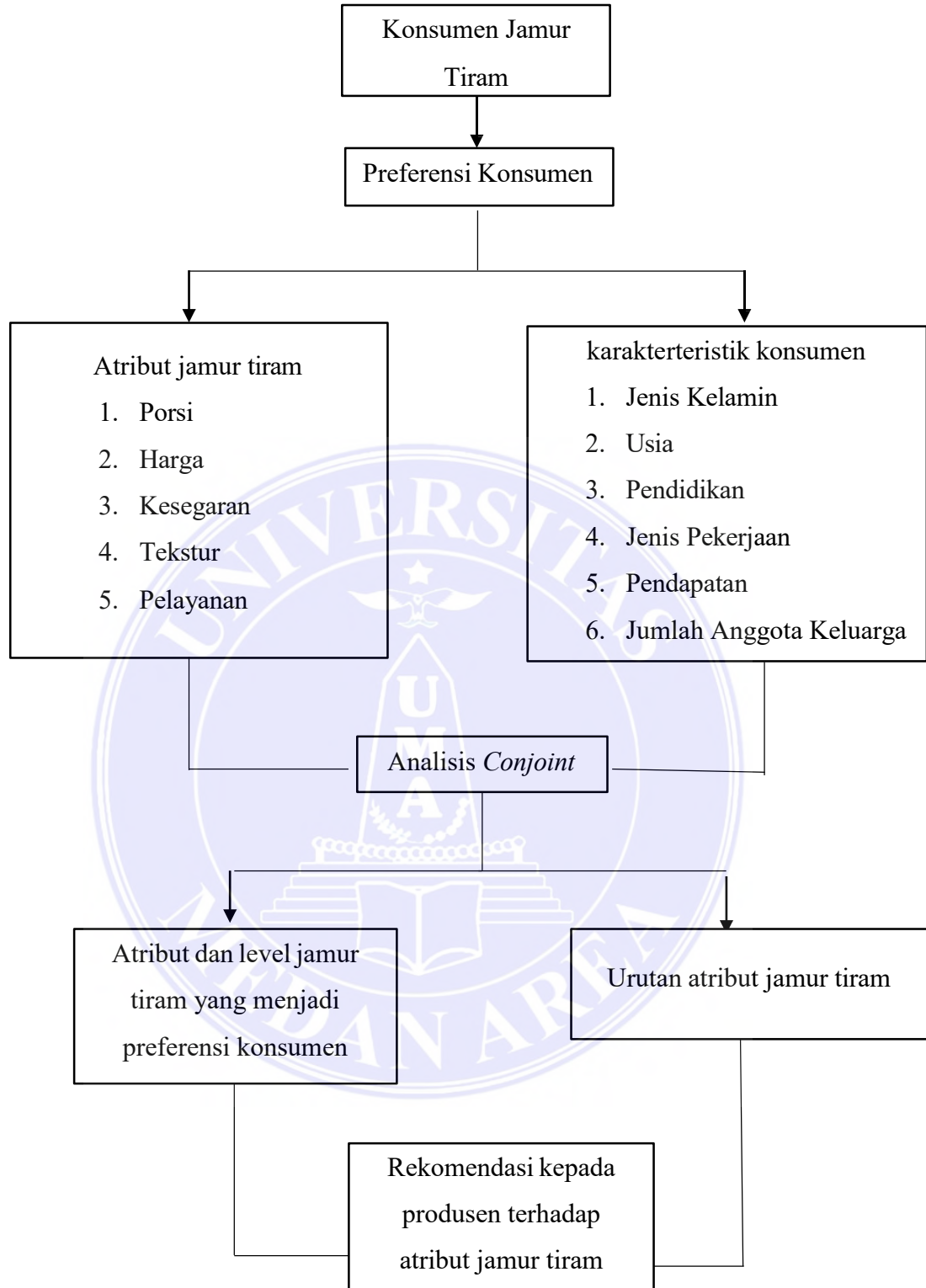
Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi pedagang itu sendiri, sebagai salah satu informasi untuk melakukan tindakan yang terbaik dalam rangka meningkatkan konsumen dalam membeli jamur tiram.
2. Sebagai sumber referensi, tambahan informasi dan pertimbangan bagi peneliti yang berminat pada masalah yang sama.
3. Bagi usaha tani, penelitian ini diharapkan dapat memberikan bahan masukan dan pertimbangan dalam menjalankan usaha berdasarkan hasil yang diperoleh dalam penelitian.

1.5 Kerangka Pemikiran

Saat membeli jamur tiram, pembeli memiliki beragam pilihan berdasarkan karakteristik jamur, atau yang dalam penelitian ini disebut sebagai atribut produk. Penting bagi produsen untuk memiliki pengetahuan tentang kualitas produk karena pengetahuan tersebut memberikan wawasan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli. Penelitian ini mengkaji porsi, harga, rasa, tekstur, dan pelayanan sebagai kriteria utama (Haryanto, 2019).

Dengan mengetahui pendapat pelanggan tentang fitur produk yang menurut konsumen paling menarik dan menjadi pertimbangan konsumen. Oleh karena itu, produsen tentunya akan mampu mengelola usahanya dengan tingkat penjualan yang lebih tinggi. Kita dapat memahami kerangka pemikiran berikut diberikan di bawah ini:



Gambar 1 Kerangka Pemikiran

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Konsumen

Menurut Fadila dan Ridho (2013), konsumen adalah individu yang menggunakan produk atau jasa yang disediakan. Konsumen juga dapat didefinisikan sebagai individu yang membeli barang atau jasa untuk kepentingan dirinya sendiri. Pelanggan adalah individu yang membuat keputusan akhir tentang apakah akan membeli barang atau jasa tersebut. Konsumen adalah orang yang membeli sesuatu dari orang lain, menurut Kotler (2015). Oleh karena itu, konsumen adalah orang yang memiliki kendali atas keputusan untuk membeli dan menggunakan suatu produk.

Sebutan konsumen ini berasal dari alih bahasa dari kata *consumer* (Inggris Amerika) ataupun *consumenten* / konsumen (Belanda). Secara harfiah makna kata *consumer* itu merupakan (lawan dari produsen), tiap orang yang memakai benda serta jasa. Konsumen biasanya dimaksud selaku pemakai terakhir dari produk yang diserahkan pada konsumen, ialah tiap orang yang memperoleh benda buat dipakai serta buat tidak diperdagangkan ataupun diperjual belikan lagi (Rosmawati, 2018).

Menurut Sumarwan (2014), istilah “konsumen” dan “organisasi” sering merujuk pada dua tipe konsumen yang berbeda: individu dan organisasi. Pelanggan secara eksklusif membeli produk dan layanan untuk kebutuhan konsumen sendiri. Orang-orang membeli sabun, sepatu, dan pakaian, misalnya. Selain itu, konsumen membeli barang dan jasa untuk seluruh keluarga, seperti televisi, kendaraan, furnitur, dan rumah, atau barang seperti susu formula yang akan digunakan oleh anggota keluarga lainnya. Produk dan layanan tersebut juga dapat konsumen beli

sebagai hadiah untuk orang tersayang. "Pengguna akhir" atau "konsumen akhir" biasanya digunakan untuk menggambarkan orang-orang yang benar-benar menggunakan barang dan jasa yang konsumen beli.

2.2 Jamur Tiram

Jamur tiram putih, juga dikenal sebagai *Pleurotus ostreatus var florida*, adalah jenis jamur yang sedang populer di Indonesia untuk dikonsumsi. Banyak orang menyukai jamur tiram, baik konsumen maupun pembudidaya. Ini karena jamur tiram tumbuh secara saprofit pada kayu yang telah lapuk atau lapuk, dan jamur tiram banyak dibudidayakan di Indonesia dengan berbagai media tanam (*substrat*). Menurut Suharjo (2015), banyak orang memilih jamur tiram daripada jenis jamur lainnya.

Dengan semua jenis jamur yang ada, jamur tiram sangat mudah dibedakan. Badan buah jamur tiram bercorak putih, merah muda, merah pucat, atau kekuningan hingga merah muda. Tudung ini lebar 4-5 cm. Bergantung pada metode tumbuhnya, wujud tudung ini dapat bervariasi. Sebuah payung akan terlihat seperti tudung yang dibuka. Mereka dapat datar, cekung, cembung, atau bergelombang. Meskipun tangkai berada di tengah tudung, letaknya selalu tidak simetris. Hasil budidaya jamur tiram akan lebih besar daripada jamur yang berkembang secara natural. Buah jamur bisa berbobot hingga 300–400 gram (Nurhakim, 2018).

2.3 Preferensi Konsumen

Hartalita & Sharif (2017), mendefinisikan preferensi konsumen sebagai "selera subjektif" (individual) yang diukur dari tingkat kegunaan suatu produk atau jasa. Sikap pelanggan saat memilih merek produk yang dibentuk melalui pertimbangan berbagai merek yang tersedia dikenal sebagai preferensi pelanggan.

Teori ini memberi pelanggan kebebasan untuk menentukan peringkat barang dan jasa. Selain itu, penting untuk memastikan bahwa preferensi pelanggan tidak dipengaruhi oleh harga dan keuntungan. Kemampuan konsumen dalam membeli suatu barang tidak menentukan preferensi konsumen.

Preferensi konsumen merupakan selera subjektif individu yang ditentukan oleh seberapa bermanfaat suatu produk atau jasa bagi konsumen, menurut Negeri & Andriyanty (2020). Selain itu, hal ini memungkinkan pelanggan untuk memberikan penilaian terhadap barang dan jasa, dan harus menjamin bahwa preferensi pelanggan tidak terpengaruh oleh harga atau pendapatan. Keputusan pelanggan untuk membeli suatu barang atau jasa tertentu juga dapat dipengaruhi oleh preferensinya.

Seseorang dapat menemukan preferensi pelanggan dengan mengukur tingkat kegunaan dan kepentingan relatif dari setiap fitur produk atau layanan. Bagaimana pelanggan melihat suatu barang atau layanan pertama kali dapat dipengaruhi oleh karakteristiknya. Dalam evaluasi, perspektif konsumen tentang produk dan layanan dijelaskan, dan perilaku konsumen saat menggunakan atau mengonsumsi produk atau layanan juga tercermin (Nadja dan Halimah, 2023).

Hubungan preferensi konsumen Al Arif dan Amalia (2016) diperkirakan memiliki empat karakteristik mendasar:

1. Kelengkapan (*Completeness*)

Hubungan ini menunjukkan bahwa setiap orang selalu dapat menemukan situasi yang lebih nyaman atau disukai daripada yang lain. Konsumen membandingkan, menilai, dan menyaring berbagai produk untuk membuat pilihan

yang memenuhi harapan konsumen. Pelanggan mungkin memilih salah satu atau keduanya jika ada dua produk yang tersedia.

atau tidak keduanya, selama konsumen tidak membayar banyak uang. Oleh karena itu, konsumen dianggap tidak pernah ragu dalam membuat keputusan pembeliannya karena konsumen tahu mana yang sesuai atau tidak untuk diri konsumen sendiri.

2. Transitivitas (*Transitivity*)

Hubungan ini menunjukkan konsistensi internal konsumen secara pribadi ketika konsumen dihadapkan pada beberapa produk. Jika produk A lebih disukai daripada produk B dan produk C lebih disukai daripada produk A, konsumen akan memilih dan lebih memilih produk A daripada produk lain. Ini menunjukkan bahwa setiap pilihan alternatif akan secara konsisten menentukan preferensi konsumen terhadap suatu produk tertentu dibandingkan dengan produk lain yang tersedia.

3. Kesenambungan (*Continuity*)

Menurut hubungan ini, jika seseorang menyukai produk A daripada produk B, maka setiap fitur atau kondisi yang terkait dengan produk A pasti lebih disukai daripada produk B. Akibatnya, pelanggan selalu memilih produk mana yang akan konsumen beli.

4. Lebih Banyak Lebih Baik (*The More is The Better*)

Korelasi ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan akan meningkat jika setiap orang mengonsumsi produk tertentu dalam jumlah yang lebih besar. Konsumen selalu cenderung menghabiskan lebih banyak uang untuk memenuhi kebutuhan konsumen, meskipun konsumen mungkin dibatasi oleh batasan pendapatan atau batasan anggaran. Kondisi ini menunjukkan bahwa setiap orang

selalu memiliki kemampuan untuk mengurutkan semua situasi dan kondisi dari yang paling menguntungkan ke yang paling tidak menguntungkan. Orang yang logis akan memilih barang yang paling konsumen sukai. Perlu diperhatikan bahwa preferensi tersebut tidak terpengaruh oleh pendapatan atau harga.

2.4 Atribut produk

Setiap bisnis berusaha untuk memenuhi kebutuhan dan menjawabnya. masalah pelanggan dengan produk yang di tawarkan. Jika konsumen menginginkan manfaat tertentu yang terdapat dan dimuat dalam suatu produk, maka produk yang dibuat harus memiliki fitur atau komponen unik yang membedakannya dari produk lainnya. Menurut Oscar & Megantara (2020), atribut produk adalah elemen yang harus menarik pelanggan dan membedakan produk dari yang lain. Atribut ini harus menjadi referensi bagi pelanggan saat konsumen membuat keputusan pembelian.

Aspek produk adalah komponen yang melekat pada suatu produk. Keputusan mengenai fitur produk adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan komponen suatu produk yang dianggap penting oleh pembeli dan berkontribusi pada keputusan pembelian konsumen. Tingkat kinerja produk dapat diukur atau diamati berdasarkan fitur paling penting yang diidentifikasi pelanggan. Selanjutnya, atribut yang menyertai produk dapat diidentifikasi karena atribut ini adalah titik awal di mana pelanggan menilai apakah produk yang sebenarnya memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen (Sadeli dan Utami, 2013).

Atribut adalah bentuk umum dari suatu produk atau jasa. pada penelitian ini terdapat 5 (Lima) atribut Jamur tiram yang dipilih oleh peneliti yaitu : Atribut Harga, porsi, Kesegaran, tekstur dan pelayanan.

1. Atribut Harga

Menurut Mowen dan Minor (2002), penetapan harga dapat dicirikan sebagai gagasan variasi, yang berarti bahwa harga bervariasi untuk setiap pelanggan berdasarkan fitur, keadaan, dan produk masing-masing. Harga jamur tiram dikategorikan menjadi tiga kategori: mahal, terjangkau, dan murah.

2. Atribut Tekstur

Ketika orang membeli jamur tiram, konsumen dihadapkan dengan dua pilihan atribut tekstur, yaitu tekstur lunak dan tekstur lembut. atribut tesktur di bedakan menjadi 2 (Dua) Taraf yaitu lunak dan tekstur lembut.

3. Atribut Pelayanan

Perusahaan yang secara rutin memberikan layanan berkualitas tinggi akan memiliki keunggulan dibandingkan pesaingnya dan mampu menumbuhkan loyalitas dan koneksi klien dengan lebih mudah (Paramita, 2001). Atribut pelayanan pada jamur tiram dibedakan menjadi 2 (Dua) Taraf yaitu Pelayanan cepat dengan salam senyum sapa dan Pelayanan cepat tanpa salam senyum sapa.

4. Atribut Porsi

Setiap penyajian makanan sudah ditentukan porsi standarnya, untuk produk jamur tiram sendiri umumnya berisikan 3 porsi yaitu besar, sedang dan kecil. Porsi juga merupakan salah satu atribut penting bagi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian terhadap suatu produk (Karen, 2022). Atribut porsi pada jamur tiram dibedakan menjadi 3 (Tiga) Taraf yaitu Porsi besar, porsi sedang dan porsi kecil.

5. Atribut Kesegaran

Atribut Kesegaran ada dua varian ketika membeli yaitu segar dan tidak segar. atribut kesegaran pada jamur tiram dibedakan menjadi 2 (Dua) Taraf yaitu Segar dan Tidak segar.

2.5 Karakteristik Konsumen

Kebahagiaan klien adalah sesuatu yang harus diketahui oleh setiap perusahaan. Kurangnya pemahaman terhadap kebutuhan, keinginan, dan motivasi pelanggan merupakan salah satu penyebab utama kegagalan pemasaran perusahaan. Produsen dapat memproduksi barang baru, menetapkan keunggulan produk, menetapkan harga, memilih saluran pemasaran, menyusun pesan iklan, dan menghasilkan elemen bauran pemasaran lainnya dengan memahami apa yang dibutuhkan pelanggan. Pelanggan memiliki karakteristik yang mungkin mempengaruhi perilaku konsumen selama proses pembelian (Nurpani, 2021).

Keputusan pembelian dan konsumsi barang dapat dipengaruhi oleh sifat pelanggan. Pengalaman pelanggan, psikologi, dan demografi semuanya dapat digunakan untuk mengidentifikasi karakteristik pelanggan. Berdasarkan faktor demografi seperti jenis kelamin, umur, status perkawinan, tingkat pendidikan tertinggi, pekerjaan, dan rata-rata pendapatan bulanan, Agung (2010) mengamati karakteristik pelanggan Nutrilite Salmon Omega 3 di Kota Bogor. Artayati (2009) mengkategorikan karakteristik konsumen berdasarkan jenis kelamin, umur, status perkawinan, tempat tinggal, tingkat pendidikan tertinggi, pekerjaan, jumlah anggota keluarga, dan pengeluaran konsumsi pangan dalam kajiannya terhadap proses keputusan pembelian dan kepuasan konsumen Cimory Yoghurt. Minum.

2.6 Analisis Conjoint

Menurut hair et al dalam Sarwono (2013) *conjoint* analysis merupakan teknik multivariat yang dikembangkan untuk memahami bagaimana para

responden mengembangkan preferensi terhadap suatu objek, dengan mencampurkan beberapa nilai berbeda yang dapat diakses untuk setiap karakteristik, baik aktual maupun hipotetis. Lebih jauh lagi, dengan mengevaluasi objek yang dibuat dengan menggabungkan sejumlah atribut konsumen dapat menawarkan penilaian paling akurat mengenai preferensi konsumen. Analisis *conjoint*, menurut definisi lain, adalah teknik untuk memastikan evaluasi pelanggan terhadap objek tertentu berdasarkan kualitas yang membentuk atribut tersebut. Mencari tahu kualitas produk mana yang paling dihargai pelanggan dapat dilakukan dengan menggunakan data evaluasi konsumen (Sarwono, 2013).

Untuk asumsi pada *conjoint analysis* tidak membutuhkan uji asumsi, berbeda dengan analisis multivariat lainnya yang membutuhkan uji asumsi seperti uji normalitas, uji homoskedastisitas, dan uji lainnya (Santoso, 2012).

Menurut Apriyanti (2013), besar kecilnya nilai analisis *conjoint* ditentukan oleh penilaian individu dan bersifat subyektif. Peneliti menggunakan analisis *conjoint* untuk membangun produk atau jasa dengan mengkombinasikan level dari setiap atribut. Dengan demikian, analisis *conjoint* pada dasarnya digunakan untuk menentukan apakah responden lebih menyukai suatu objek dengan satu atau beberapa bagian. Analisis *conjoint* digunakan dalam riset pemasaran untuk memastikan preferensi konsumen untuk berbagai desain produk.

2.7 Penelitian Terdahulu

Adelawati, K. (2020) melakukan penelitian dengan judul “analisis *conjoint* preferensi konsumen terhadap sayuran organik di brastagi supermarket medan” Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan dianggap valid pada uji validitas atribut harga, sertifikat organik, kenampakan fisik sayur-sayuran, dan

kesegaran yang ditunjukkan oleh tabel $r > r$ hitung, dan reliabel pada uji reliabilitas. dengan Cronbach's Alpha $> 0,50$. Selain itu, proses *conjoint* memiliki uji akurasi yang tinggi karena Kendall's Tau dan Pearson's R memiliki nilai signifikansi kurang dari 0,05. Peningkatan karakteristik sayuran organik yang paling signifikan, meliputi harga, kesegaran, sertifikasi organik, dan penampilan sayuran, ditentukan oleh tingkat prioritas pelanggan.

Haryanto, A. (2019) melakukan penelitian dengan judul “Analisis Preferensi Konsumen Beras (studi kasus : pasar tavip, kota binjai” hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Preferensi konsumen di Pasar Tavip Kota Binjai terhadap beras antara lain harga premium, bentuk beras sedang (lonjong dan agak bulat), warna putih susu, pulen, daya tahan kurang dari sebulan, dan kemasan 15 kg. Temuan ini didasarkan pada analisis *conjoint*.

Wibowo, A. (2019) melakukan penelitian dengan judul “Analisis Preferensi Konsumen Kopi Di Cafe Sruput Kopi (Studi Kasus: Kecamatan Lubuk Pakam, Deli Serdang)” Hasil dari penelitian Berikut ini. 1. Berdasarkan nilai utiliti, pelanggan di kafe Sruput Kopi Lubuk Pakam menikmati atribut kopi sebagai berikut: rasa pahit, olahan yang tidak diracik, desain interior nyaman, harga terjangkau, pelayanan kopi panas, dan variasi kopi Robusta. 2.) Saat memilih untuk membeli kopi di kafe Sruput Kopi Lubuk Pakam, pelanggan terutama mempertimbangkan rasa, biaya, pengolahan produk, penyajian kopi, desain lokasi, dan jenis kopi.

Hernosa, S. (2023) melakukan penelitian dengan judul “Karakteristik Konsumen Nanas Dikabupaten Labuhan Batu Sumatera Utara (Jenis Kelamin, Umur, Pendidikan, Pekerjaan, Pendapatan, Jumlah Anggota Keluarga) hasil dari penelitian Responden perempuan yang lebih banyak membeli buah nanas

dibandingkan dengan laki-laki. kelompok umur 25-44 tahun merupakan kelompok umur terbanyak yaitu 41 orang. Responden dengan tingkat pendidikannya SMA merupakan konsumen terbanyak yaitu sebanyak 29 orang. Responden buah nanas di Kabupaten Labuhan Batu memiliki pekerjaan yang beragam, tetapi paling banyak adalah konsumen dengan jenis pekerjaan ibu rumah tangga yaitu sebanyak 26 orang responden. Kesimpulan: Jenis Kelamin, Umur, Pendidikan, Pekerjaan, Pendapatan tersebut dapat membantu petani dan pengepul dalam mengetahui golongan umur responden yang terbanyak mengonsumsi buah nanas. Hal tersebut dapat menjadi pertimbangan dalam menentukan pasar sasaran dan strategi dalam memasarkan buah nanas di Kabupaten Labuhan Batu.

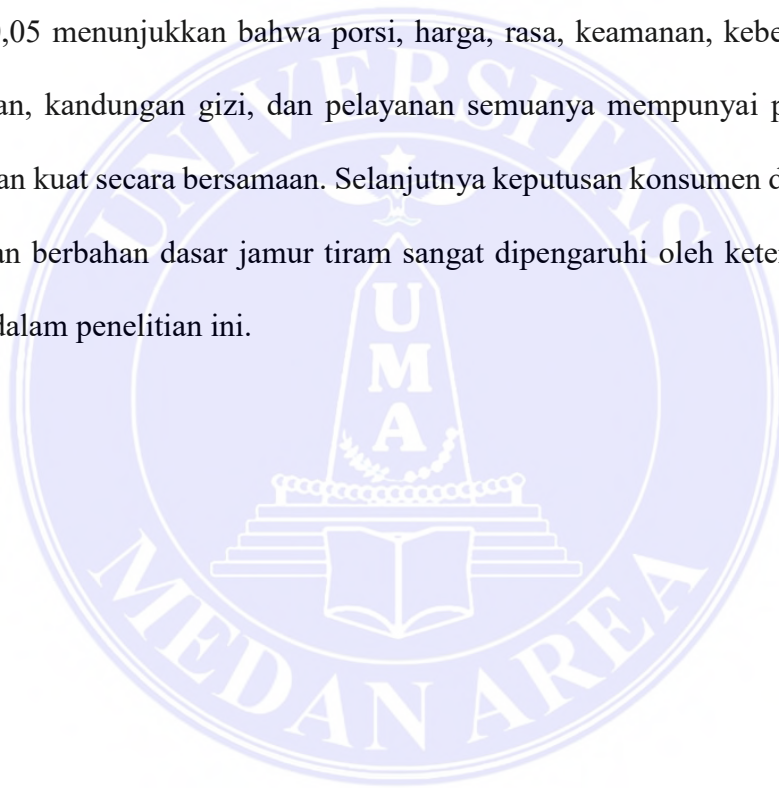
A Permadi, R. (2022) melakukan penelitian dengan judul “Analisis Preferensi Konsumen Kedai Kopi Di Kota Bandarlampung” Temuan penelitian menunjukkan bahwa pelanggan di Kota Bandar Lampung memilih kedai kopi dengan fasilitas lengkap, termasuk suasana yang tenang dan ramah, minuman dengan cita rasa yang menyenangkan, arsitektur bangunan industrial yang indah, dan layanan yang cepat dan tersenyum. Pembelajaran menunjukkan bahwa pengunjung kedai kopi juga merasa puas. Atribut rasa tampil pada level tertinggi. Selain itu, kriteria fasilitas, layanan, dan lingkungan hidup buruk, sehingga aspek-aspek ini perlu ditingkatkan. Namun pelanggan tidak mengutamakan fitur desain bangunan.

I Gede Agus Satria, Y. (2023) melakukan penelitian dengan judul “Preferensi Konsumen Terhadap Pembelian Buah Apel Red Delicious Di Arena Buah Mataram” Hasil penelitian menunjukkan: (1) Kualitas warna apel merah lezat bernilai 0,215, ukurannya besar bernilai 0,210, rasanya manis bernilai 0,488,

renyahnya renyah bernilai 0,309, dan harganya kurang dari Rp. 45.000/kg bernilai 0,15 merupakan atribut yang paling diminati konsumen berdasarkan nilai utilitasnya. Dua faktor terpenting yang menjadi pertimbangan responden saat memilih apel merah enak di Arena Buah Mataram adalah rasa (peringkat 29.392), warna (peringkat 23.282), ukuran (18.798), kerenyahan (18.733), dan harga (peringkat 9.795) . Atribut-atribut inilah yang paling dipertimbangkan responden ketika menentukan pilihannya.

Hasibuan, H.B., (2022) melakukan penelitian dengan judul “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Konsumen Dalam Membeli Salak Padangsidempuan Di Pasar Tradisional Kota” Berdasarkan hasil penelitian ini karakteristik responden konsumen salak Padangsidempuan pada lokasi penelitian adalah konsumen mayoritas berjenis kelamin perempuan, berusia 31-40 tahun, pendidikan terakhir SMA, bekerja sebagai wiraswasta, pendapatan sebesar >Rp 5.000.000 serta sudah menikah. Saat membeli salak Padangsidempuan, konsumen mengambil keputusan berdasarkan beberapa faktor, antara lain identifikasi kebutuhan, pencarian informasi, penilaian alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku konsumen setelah pembelian. Harga, rasa, ukuran, tekstur, dan warna merupakan ciri-ciri salak Padangsidempuan yang paling disukai dan menjadi pertimbangan konsumen dalam melakukan pembelian, berdasarkan temuan analisis konjoin yang dilakukan pada penelitian ini. Faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi konsumen berdasarkan dimensi kualitas salak Padangsidempuan kemudian terlihat, dengan yang paling signifikan adalah kekuatan, konformasi, keandalan, estetika, pelayanan, fitur, kinerja, dan kualitas, berdasarkan analisis faktor yang dilakukan dengan menggunakan aplikasi SPSS.

Salehawati (2019) melakukan penelitian dengan judul “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Terhadap Makanan Dari Jamur Tiram Di Daerah Istimewa Yogyakarta” Temuan penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar pelanggan yang membeli masakan yang terbuat dari jamur tiram berusia antara 15 dan 32 tahun, telah menyelesaikan sekolah menengah atas dan sarjana, bekerja sebagai pelajar atau pekerja swasta, dan berpenghasilan antara Rp1.000.000 hingga Rp2.500.000 per bulan. Nilai uji t yang tidak mencapai nilai alpha 0,05 menunjukkan bahwa porsi, harga, rasa, keamanan, kebersihan, ajakan berteman, kandungan gizi, dan pelayanan semuanya mempunyai pengaruh yang besar dan kuat secara bersamaan. Selanjutnya keputusan konsumen dalam membeli makanan berbahan dasar jamur tiram sangat dipengaruhi oleh keterkaitan faktor-faktor dalam penelitian ini.



III. METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi Dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian ini berada di Desa Perkebunan Teluk Panji, Kecamatan Kampung Rakyat, Kabupaten Labuhan Batu Selatan. penentuan lokasi penelitian ini dilakukan dengan metode purposive. penentuan lokasi ini di dasari dengan pertimbangan karena di pasar Desa Perkebunan Teluk Panji diketahui terdapat adanya dua pedagang yang menjual jamur tiram di pasar (pekan) perkebunan teluk panji di hari senin dan di hari jumat. selain menjual jamur tiram pedagang juga menjual sayur sayuran seperti tomat, kacang panjang, cabe, bawang, toge, dan bahan sayur sayuran lainnya.

3.2 Metode Pengambilan Sampel

Penentuan sampel dilakukan dengan menggunakan metode judgement sampling yaitu metode penentuan sampel dari suatu populasi yang didasarkan atas kriteria tertentu, sehingga keterwakilannya terhadap populasi dapat dipertanggung jawabkan (Sekaran, 2006). Jumlah sampel diambil sebanyak 60 sampel konsumen secara representatif yang dapat mewakili masing-masing dusun yang tersebar di desa perkebunan teluk panji. Responden dipilih dengan kriteria sebagai berikut;

- a) Berusia lebih dari 17 tahun.
- b) Responden adalah konsumen jamur tiram yang saat penelitian berlangsung sedang melakukan pembelian jamur tiram di lokasi pengambilan sampel yakni di pasar (pekan) desa perkebunan teluk panji atau bisa juga dari satu pemasar yang berada di dusun sei kalam desa perkebunan teluk panji.
- c) Dalam satu keluarga hanya diambil satu orang yang menjadi responden agar tidak saling mempengaruhi dalam menjawab kuesioner.

- d) Pembagian banyaknya sampel di desa perkebunan teluk panji bisa dilihat pada tabel 4.

Tabel 4. Penyebaran Wilayah Responden

No	Wilayah	Jumlah Responden
1	Dusun Sidodadi	15
2	Dusun Florida	15
3	Dusun Kampung Kidul	15
4	Dusun Sei Kalam	15

Sumber : *Data Primer Diolah, 2023*

3.3 Metode Pengumpulan Data

Ada dua jenis data yang dikumpulkan dalam penelitian ini: data primer dan data sekunder.

Data primer dikumpulkan secara langsung dari responden melalui wawancara dengan daftar pertanyaan yang telah disiapkan.

Data sekunder diperoleh secara tidak langsung dari lembaga terkait, seperti Badan Pusat Statistik.

3.4 Metode Analisis Data

Pendekatan analisis *conjoint* yang menggunakan software SPSS versi 23 merupakan teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini. Uji validitas dan reliabilitas akan dilakukan terhadap data yang dikumpulkan sebelum dilakukan analisis data. Uji validitas merupakan suatu metode pengukuran penelitian menurut Prawoto dan Basuki (2016) yang digunakan untuk mengukur seberapa baik suatu instrumen dirancang untuk menilai desain yang ingin dievaluasi dalam penelitian. Untuk uji validitas ini digunakan uji korelasi *Pearson Product Moment*. Dianggap valid jika nilai *sig* nya kurang dari 0,05. Sedangkan uji reliabilitas menentukan seberapa akurat dan konsisten suatu alat ukur dapat diandalkan meskipun telah melalui berbagai penilaian. Untuk menilai reliabilitas suatu instrumen angket, uji

reliabilitas ini menggunakan teknik *Cronbach's Alpha.*, dengan kriteria menurut Prawoto dan Basuki (2016) sebagai berikut :

- a) Jika $\text{Alpha} > 0,90$ maka reliabilitas sempurna
- b) Jika $\text{Alpha} 0,70 - 0,90$ maka reliabilitas tinggi
- c) Jika $\text{Alpha} 0,50 - 0,70$ maka reliabilitas moderat
- d) Jika $\text{Alpha} < 0,50$ maka reliabilitas rendah

Analisis *conjoint* adalah alat analisis yang sering digunakan untuk analisis data, terutama untuk mengidentifikasi kombinasi atribut yang paling disukai oleh konsumen dan kepentingan dari setiap atribut. Analisis *conjoint* adalah alat analisis yang digunakan untuk mengetahui preferensi konsumen terhadap suatu produk. Analisis *conjoint* adalah alat analisis yang sering digunakan karena luasnya aplikasinya, terutama dalam pemilihan atribut untuk pengembangan produk dan analisis data lainnya (Firdaus dan Farid, 2008).

Menurut Adiyoga dan Nurmalinda (2012), tahapan analisis *conjoint* adalah sebagai berikut:

1. Menentukan perancangan atribut dan level

Penelitian ini menggunakan lima atribut, dengan dua hingga tiga level atau subatribut untuk masing-masing atribut. Selanjutnya, kombinasi atribut (stimuli) dibuat dari masing-masing level dan atribut.

Tabel 5. Penjelasan Atribut Dan Level/Subatribut Jamur Tiram

No	Atribut	Level
1	Harga	1. Mahal 2. Terjangkau 3. Murah
2	Tekstur	1. Lembut 2. Lunak
3.	Pelayanan	1. Pelayanan cepat dengan salam senyum sapa 2. Pelayanan cepat tanpa salam senyum sapa
4	Porsi	1. Besar 2. Sedang 3. Kecil
5	Kesegaran	1. Segar 2. Tidak Segar

Sumber : Data Primer Diolah, 2023

2. Desain stimuli

Pada penelitian ini menggunakan metode *full profile* atau kombinasi lengkap. Untuk mengevaluasi semua stimulus dilakukan *fractional factorial design* untuk mereduksi jumlah stimuli. Bentuk stimuli yang dapat dibentuk dari atribut harga, tekstur, pelayanan, porsi dan kesegaran yaitu $3 \times 2 \times 2 \times 3 \times 2 = 72$ stimuli. Dengan menggunakan prosedur *orthogonal design* pada 21 SPSS maka stimuli yang berjumlah 72 direduksi menjadi 16 stimuli yang berstatus *design*. Untuk melihat kombinasi yang terbentuk dapat dilihat pada lampiran 5.

3. Mengumpulkan pendapat responden stimulus yang ada

Stimulus saat ini akan dinilai oleh responden. penilaian menggunakan skala ordinal yang dinyatakan dalam skala Likert dengan nilai 1 sangat tidak suka, 2 tidak suka, 3 biasa saja, 4 suka, dan 5 sangat suka. Lihat Lampiran 6 untuk melihat rangsangan yang dievaluasi oleh responden.

4. Hasil penilaian rating oleh responden diolah dengan analisis *conjoint* dengan bantuan SPSS. Berikut ini adalah model dasar untuk analisis *conjoint*:

$$U(x) = \sum_{i=1}^m \sum_{j=1}^{k_i} \alpha_{ij} x_{ij}$$

Keterangan :

$U(x)$: *Utility* (nilai kegunaan) total dari

tiap stimuli M : Jumlah atribut

k_i : Jumlah taraf dari atribut ke- i

α_{ij} : *Part worth* atau nilai kegunaan dari atribut ke- i ($i=1,2,\dots,m$)

x_{ij} : *Dummy variable* atribut ke- i taraf ke- j bernilai 1 saat muncul taraf yang berkaitan, dan 0 saat tidak muncul.

Nilai kepentingan relatif atribut (*importance values*) ditentukan dengan rumus berikut (Supranto, 2004) :

$$W_i = \frac{I_i}{\sum_{i=1}^m I_i} \times 100\%$$

Keterangan :

W_i : Nilai relatif penting atribut ke-

i I_i : $\max(\alpha_{ij}) - \min(\alpha_{ij})$

: *Range* nilai kepentingan tiap atribut

m : Jumlah atribut

5. Melakukan proses *conjoint* dengan memasukan yang ada

Pada titik ini, evaluasi responden terhadap rangsangan yang dihasilkan dan jenis kombinasi (stimuli) merupakan dua komponen yang diperlukan untuk proses analisis *conjoint*. kemudian diteliti lebih detail menggunakan perintah Sintaks SPSS versi 23 (Haryanto, 2019).

6. Pengukuran hasil analisis

Nilai dihasilkan sebagai konsekuensi dari proses keluaran analisis *conjoint*. kegunaan (*utility*) dan nilai kepentingan (*importance values*). Nilai kegunaan (*utility*) merupakan nilai yang menggambarkan pilihan konsumen terhadap atribut produk yang disukai apabila nilai yang diperoleh hasilnya positif. Sebaliknya jika hasilnya negatif, maka konsumen tidak menyukai atribut produk tersebut. Sedangkan nilai kepentingan (*importance values*) merupakan nilai yang menggambarkan tingkat kepentingan responden terhadap atribut produk dalam melakukan pembelian jamur tiram (Haryanto, 2019).

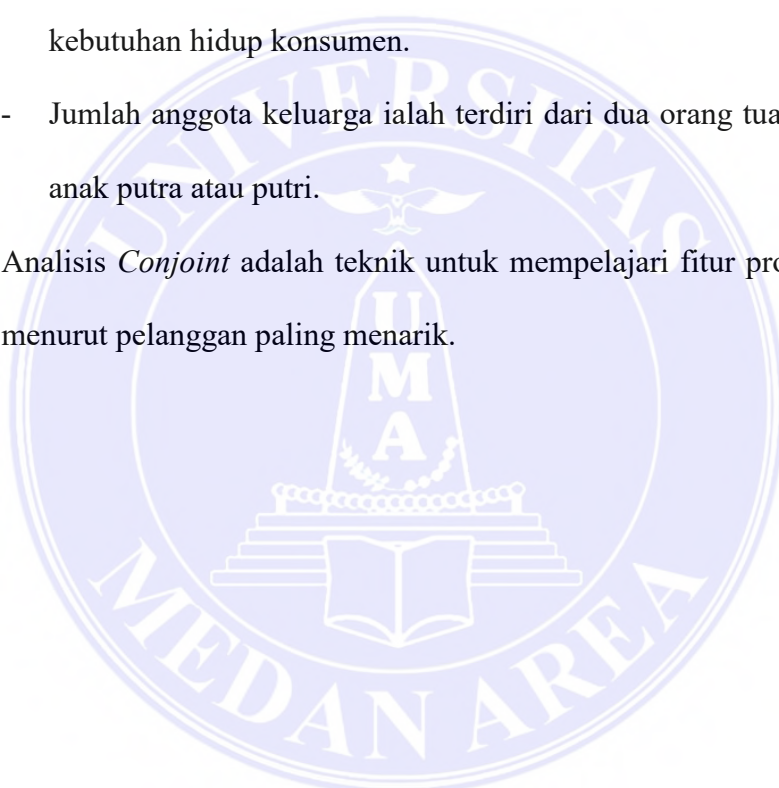
3.5 Definisi Operasional Variabel

Adapun definisi operasional variabel proposal penelitian adalah sebagai berikut :

1. Konsumen adalah orang yang menggunakan produk atau jasa yang di sediakan.
2. Jamur tiram merupakan komoditas sayuran yang banyak diminati untuk dikembangkan dan dihasilkan oleh para usaha tani jamur tiram.
3. Preferensi konsumen adalah sikap seorang konsumen dalam memilih pilihan produk yang dibentuk melalui usaha tani jamur tiram terhadap berbagai jenis produk yang tersedia.
4. Atribut jamur tiram adalah karakteristik atau ciri-ciri yang terdapat pada jamur tiram. atribut yang akan diteliti adalah atribut harga, tekstur, pelayanan, porsi dan kesegaran.

- Atribut Harga dapat diartikan bahwa harga merupakan konsep keanekaragaman yang memiliki arti berbeda bagi tiap konsumen. harga jamur tiram dibedakan dalam kategori mahal, terjangkau, murah.
 - Atribut tekstur ialah ketika konsumen membeli bisa dilihat saat konsumen memegang jamur tiram, atribut tesktur di bedakan menjadi 2 (Dua) Taraf yaitu tekstur lunak dan tekstur lembut.
 - Atribut pelayanan, layanan akan memiliki keunggulan dibandingkan penawaran pesaing, dan bisnis akan mudah menumbuhkan loyalitas dan koneksi pelanggan.. Atribut pelayanan pada jamur tiram dibedakan menjadi 2 (Dua) Taraf yaitu Pelayanan cepat dengan salam senyum sapa dan Pelayanan cepat tanpa salam senyum sapa.
 - Atribut Porsi ialah Setiap penyajian makanan sudah ditentukan porsi standarnya, untuk porsi jamur tiram sendiri umumnya berisikan 3 porsi yaitu besar, sedang dan kecil.
 - Atribut kesegaran ada dua varian ketika membeli jamur tiram yaitu segar dan tidak segar. atribut kesegaran pada jamur tiram dibedakan menjadi 2 (Dua) Taraf yaitu Segar dan Tidak segar.
5. karakteristik konsumen yang akan di teliti yakni jenis kelamin, usia, pendidikan, pekerjaan, pendapatan dan jumlah anggota keluarga.
- Jenis kelamin adalah perbedaan laki-laki dan perempuan yang menjadi konsumen.
 - Usia adalah umur yang dimiliki konsumen.

- Tingkat pendidikan ialah pendidikan yang di peroleh oleh konsumen jamur tiram melalui jenjang (formal) seperti SD, SMP, SMA, dan perguruan tinggi.
 - Jenis pekerjaan ialah semacam kegiatan atau tindakan untuk menerima kompensasi atau insentif; pekerjaan juga disebut sebagai mata pencarian kebutuhan hidup.
 - Pendapatan ialah jumlah masukan konsumen yang di dapat untuk kebutuhan hidup konsumen.
 - Jumlah anggota keluarga ialah terdiri dari dua orang tua dan memiliki anak putra atau putri.
6. Analisis *Conjoint* adalah teknik untuk mempelajari fitur produk apa yang menurut pelanggan paling menarik.



V. HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1 Uji Validitas Dan Realibilitas

5.1.1 Uji validitas

Melalui penerapan alat statistik korelasi, uji validitas menentukan apakah pernyataan tersebut benar atau salah. Pernyataan validitas dapat diatribusikan pada nilai sig yang kurang dari 0,05. lihat tabel 9. untuk lebih lengkapnya.

Tabel 9. Hasil Output Uji Validitas

Atribut	Pertanyaan	Sig. (2-tailed)	Keterangan
Harga	Mahal	,000	Valid
	Terjangkau	,000	Valid
1	Murah	,000	Valid
Tekstur	Lembut	,000	Valid
	Lunak	,000	Valid
Pelayanan	Pelayanan cepat dengan salam senyum sapa	,000	Valid
	Pelayanan cepat tanpa salam senyum sapa	,000	Valid
3			
Porsi	Besar	,000	Valid
	Sedang	,000	Valid
4	Kecil	,000	Valid
Kesegaran	Segar	,000	Valid
	Tidak segar	,000	Valid
5			

Sumber : Data Primer Diolah, 2023

Dari tabel 9 yang mana hasil output diatas dapat dilihat bahwa masing-masing pertanyaan memiliki nilai *Sig. (2-tailed)* < 0,05. Artinya pertanyaan-pertanyaan kuesioner yang digunakan pada penelitian ini dikatakan valid sesuai dengan menurut Prawoto dan Basuki (2016) yang mengatakan jika nilai *sig* < 0,05 instrumen tersebut valid untuk digunakan. Pengujian validitas diolah dengan alat bantu SPSS versi 23. Lebih lengkapnya dapat dilihat pada (lampiran 33).

5.1.2 Uji Realibilitas

Tabel 10. Hasil Output Uji Realibilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,525	16

Sumber : Data Primer Diolah, 2023

Dari tabel 10 yang mana hasil output diatas dapat dilihat bahwa nilai *Cronbach's Alpha* senilai 0,525. Hal tersebut menunjukkan bahwa pertanyaan pada kuesioner tersebut dapat dikatakan reliabel dan termasuk tingkat reliabilitas yang moderat, sesuai dengan menurut Prawoto dan Basuki (2016) yang mengatakan jika alpha 0,50 – 0,70 maka reliabilitas moderat . Hasil pengujian reliabilitas dapat dilihat pada (lampiran 34).

5.2 Karakteristik Konsumen Jamur Tiram

Jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan, pekerjaan, pendapatan, dan jumlah keluarga dapat digunakan untuk menentukan karakteristik tingkat responden. Penelitian ini melibatkan 60 responden yang masing-masing membeli jamur tiram di lokasi pengambilan sampel, yaitu di pasar (pekan) desa perkebunan Teluk Panji atau dari pemasar di dusun Sei Kalam. Responden dianggap lebih mampu menjawab dan membuat keputusan dalam kuisisioner. Karakteristik konsumen jamur tiram di Desa Perkebunan Teluk Panji, yang terletak di Kecamatan Kampung Rakyat, Kabupaten Labuhan Batu Selatan, digambarkan di bawah ini.

5.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 11 memberikan informasi lebih lanjut tentang keadaan konsumen berdasarkan jenis kelamin karena responden dibagi menjadi dua kelompok, masing-masing laki-laki dan perempuan.

Tabel 11. Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)	Label Level
1	Laki laki	17	28,3	S, M, B, D1, L
2	Perempuan	43	71,7	S, B, M, L, D1
	Jumlah	60	100	

Sumber : Data Primer Diolah, 2023

Berdasarkan tabel 11 diketahui bahwa responden perempuan merupakan mayoritas responden sebesar 71,7% dibandingkan dengan responden laki - laki yang hanya 28,3%. dominasi jumlah perempuan dikarenakan kecenderungan peran perempuan dalam pengambilan keputusan dalam berbelanja kebutuhan pokok seperti jamur tiram baik digunakan sebagai cemilan, sayuran dan sebagai bahan olahan campuran lainnya.

Responden perempuan memiliki minat atribut dan level yaitu kesegaran segar, harga murah, porsi besar, pelayanan cepat dengan salam senyum sapa dan tekstur lunak (lampiran 8). dengan frekuensi pembelian tidak tentu dan jumlah pembelian jamur tiram sebesar setengah kilogram. dengan alasan membeli karena di buat sayuran.

Sedangkan pada responden laki laki dalam memilih minat atribut jamur tiram dengan atribut dan level yaitu kesegaran segar, porsi besar, harga murah, tekstur lunak dan pelayanan cepat dengan salam senyum sapa (lampiran 7). dengan frekuensi pembelian tidak tentu dengan jumlah pembelian setengah kilogram dan di konsumsi sendiri.

5.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Tabel 12 menunjukkan karakteristik responden berdasarkan usia di desa perkebunan Teluk Panji.

Tabel 12. Karakteristik Responden Berdasarkan Kelompok Usia

No	Usia (Tahun)	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)	Label Level
1	17 – 23	5	8,3	M, S, B, D1, L
2	24 – 32	17	28,3	S, B, M, D1, L
3	33 – 41	26	43,3	S, M, B, L, D1
4	42 – 50	9	15,0	S, S, L, T, T
5	51 – 60	3	5,0	M, B, D1, S, L
Jumlah		60	100	

Sumber : Data Primer Diolah, 2023

Berdasarkan tabel 12 Responden yang berada pada kelompok usia 33-41 tahun memiliki jumlah presentase tertinggi yaitu 43,3%, dan yang terbesar kedua yakni usia 24-32 tahun sebesar 28,3%, dan di ikuti oleh kelompok umur 42-50 tahun sebesar 15% dan kelompok usia 17-23 sebesar 8,3% dan pada persentase terkecil pada kelompok usia 51-60 sebesar 5%.

Minat atribut responden kelompok umur 33 – 41 memiliki persentase tinggi sebesar 43,3% memilih jamur tiram dengan atribut dan level kesegaran segar, harga murah, porsi besar, tekstur lunak, pelayanan cepat dengan salam senyum sapa (lampiran 11). dengan alasan membeli karena di buat sayuran. dengan frekuensi pembelian tidak tentu, dengan jumlah pembelian sebanyak setengah kilogram.

Responden dengan kelompok umur 24-32 tahun memiliki minat dengan atribut dan level kesegaran segar, porsi besar, harga murah, pelayanan cepat dengan salam senyum sapa, tekstur lunak (lampiran 10) dengan frekuensi pembelian tidak tentu dan jumlah pembelian sebanyak setengah kilogram dengan tujuan dikonsumsi sendiri.

Responden dengan kelompok umur 42 - 50 tahun memiliki minat dalam memilih jamur tiram dengan atribut dan level porsi sedang, kesegaran segar, tekstur lunak, harga terjangkau dan pelayanan cepat tanpa salam senyum sapa (lampiran 12) dengan frekuensi pembelian tidak tentu dengan alasan membeli jamur tiram yakni di konsumsi sebagai cemilan dengan jumlah pembelian dua kilogram.

Responden dengan kelompok umur 17-23 tahun memilih jamur tiram dengan atribut dan level harga murah, kesegaran segar, porsi besar, pelayanan cepat dengan salam senyum sapa dan tekstur lembut lampiran (lampiran 9) dengan alasan membeli jamur tiram sebagai cemilan dengan frekuensi pembelian tidak tentu sebanyak setengah kilogram.

Responden dengan kelompok umur 51 - 60 tahun memiliki persentase terkecil yakni sebesar 5,0%. responden dengan kelompok umur 51 – 60 memilih minat dengan atribut dan level harga murah, porsi besar, pelayanan cepat dengan salam senyum sapa, kesegaran segar, tekstur lembut (lampiran 13) dengan frekuensi pembelian tidak tentu dengan alasan membeli di konsumsi sebagai sayuran dan jumlah pembelian sebanyak 1 kilogram jamur tiram.

Seiring waktu, seseorang dapat mengubah barang dan jasa yang konsumen beli. Menurut (Andespa, 2017), kebutuhan dan selera seseorang akan berubah seiring bertambahnya usia konsumen. Oleh karena itu, pemasar harus Amati pergeseran preferensi pembelian pelanggan terkait siklus hidup atau pergeseran usia konsumen.

Petani dan pemasar dapat menggunakan fitur pelanggan berdasarkan usia ini untuk menentukan kelompok usia responden mana yang paling banyak membeli jamur tiram. Hal ini dapat menjadi pertimbangan dalam memilih rencana pemasaran dan target pasar jamur tiram di Desa Perkebunan Teluk Panji, Kabupaten Labuhan Batu Selatan (Hernosa, 2022).

5.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Kapasitas konsumen untuk memperoleh pengetahuan dan informasi terkait erat dengan tingkat pendidikan konsumen. Kapasitas ini dapat mempengaruhi sudut

pandang, cara berpikir, nilai-nilai, dan bahkan cara konsumen memandang suatu permasalahan. Belajar adalah istilah yang digunakan untuk mencirikan perubahan perilaku yang disebabkan oleh suatu proses pendidikan (pengalaman). Latar belakang pendidikan seseorang mempunyai pengaruh yang besar terhadap keputusannya. Tingkat pendidikan yang tinggi mempengaruhi preferensi konsumen terhadap produk yang berkualitas tinggi. Catatan pendidikan terkini konsumen menunjukkan tingkat pendidikan konsumen (Hernosa, 2022).

Konsumen dengan tingkat pendidikan lebih tinggi biasanya akan memperhatikan kualitas produk dan kesehatan dan keamanan produk bagi dirinya, seperti yang ditunjukkan dalam tabel 13.

Tabel 13. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)	Label Level
1	SD	13	21,7	S, M, B, L, D1
2	SMP	17	28,3	M, S, S, L, D1
3	SMA	21	35,0	S, B, T, D1, L
4	D3	-	-	
5	S1	9	15,0	S, M, B, D1, L
6	S2	-	-	
Jumlah		60	100	

Sumber : Data Primer Diolah, 2023

Konsumen dengan pendidikan lebih tinggi akan mempertimbangkan kualitas dan keamanan produk. Responden dengan pendidikan SMA memiliki presentase sebesar 35%, SMP 28%, sd 21,7% dan S1 15%.

Untuk Responden dengan tingkat pendidikan SMA memiliki persentase tertinggi yakni sebesar 21 responden dengan memiliki minat atribut kesegaran segar. porsi besar, harga terjangkau, pelayanan cepat dengan salam senyum sapa, tekstur lembut (lampiran 16), responden berdasarkan pendidikan SMP memiliki persentase kedua tertinggi yakni sebesar 17 responden dengan memiliki minat atribut dan level harga murah, kesegaran segar. porsi sedang, tekstur lunak,

pelayanan cepat dengan salam senyum sapa (lampiran 15). sedangkan pada pendidikan tingkat SD memiliki minat atribut dan level kesegaran segar, harga murah, porsi besar, tekstur lunak, pelayanan cepat dengan salam senyum sapa (lampiran 14). sedangkan responden pendidikan S1 memilih jamur tiram atribut dan level kesegaran segar, harga murah, porsi besar, pelayanan cepat dengan salam senyum sapa, tekstur lunak (lampiran 17).

Tabel 13 menunjukkan betapa sedikitnya indikasi temuan penelitian mengenai pilihan jamur tiram: sebagian responden dengan tingkat pendidikan tertinggi memilih jamur tiram yang kesegaran segar, sedangkan responden dengan tingkat pendidikan terendah memilih jamur tiram yang sama yaitu kesegaran segar. tingkatan tertinggi maupun tingkatan terendah sangat tidak mempengaruhi dalam pembelian jamur tiram. bisa di pastikan dalam pemilihan jamur tiram itu tergantung preferensi masing masing responden itu sendiri (Hernosa, 2022).

5.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Latar belakang pekerjaan akan memunculkan perilaku konsumsi yang berkaitan dengan preferensi konsumen dalam mengambil keputusan membeli sayur jamur tiram. (Hernosa, 2022).

Bisa di lihat karakteristik responden berdasarkan pekerjaan bisa dilihat pada tabel 14.

Tabel 14. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)	Label Level
1	Mahasiswa	3	5,0	M, S, B, L, T
2	Karyawan Swasta	7	11,7	S, M, S, L, T
3	Wiraswasta	8	13,3	S, M, S, L, D
4	Pns	5	8,3	M, S, B, D,L
5	Petani	11	18,3	S, B, D, L,M
6	Ibu Rumah Tangga	26	43,3	M, S, B, D,L
	Jumlah	60	100	

Sumber : Data Primer Diolah, 2023

Berdasarkan tabel 14 diketahui bahwa karakteristik responden berdasarkan pekerjaan responden didominasi oleh ibu rumah tangga sebesar 43,3%, diikuti oleh petani sebesar 18,3%, diikuti oleh wiraswasta sebesar 13,3%, diikuti oleh karyawan swasta sebesar 11,7% di ikuti oleh pns sebesar 8,3% terakhir diikuti oleh mahasiswa sebesar 5%.

Atribut dan level yang diminati oleh ibu rumah tangga adalah harga murah, kesegaran segar, porsi besar, pelayanan cepat dengan salam senyum sapa, tekstur lunak (lampiran 23). dengan alasan membeli yakni dibikin sayuran dengan frekuensi pembelian tidak tentu, dengan pembelian berjumlah setengah kilogram.

Sedangkan responden dengan jenis pekerjaan petani memiliki minat atribut dan level kesegaran segar, porsi besar, pelayanan cepat dengan salam senyum sapa tekstur lunak, harga murah (lampiran 22). dengan alasan membeli untuk cemilan, frekuensi pembelian dua minggu sekali sebanyak 2 kilogram jamur tiram.

Responden wiraswasta memiliki minat atribut dan level kesegaran segar, harga mahal, porsi sedang, tekstur lunak, pelayanan cepat dengan salam senyum sapa (lampiran 20). dengan frekuensi pembelian dua minggu sekali dengan sebanyak satu kilogram jamur tiram dengan tujuan di konsumsi sendiri.

Responden karyawan swasta memiliki minat atribut dan level kesegaran segar, harga murah, porsi sedang, tekstur lunak, pelayanan cepat tanpa salam senyum sapa (lampiran 19) dengan frekuensi pembelian tidak tentu, dengan pembelian sebanyak setengah kilogram jamur tiram dengan tujuan sebagai bahan olahan campuran.

Responden PNS memiliki minat atribut dan level harga murah, kesegaran segar, porsi besar, pelayanan cepat dengan salam senyum sapa, tekstur lunak,

dengan alasan membeli di konsumsi sebagai cemilan, frekuensi pembelian tidak tentu, dengan sebanyak satu kilogram jamur tiram.

Pada responden mahasiswa memiliki minat atribut dan level harga murah, kesegaran segar, porsi besar, tekstur lembut, pelayanan cepat tanpa salam senyum sapa (lampiran 18) dengan frekuensi pembelian tidak tentu sebanyak 2 kilogram dengan tujuan di konsumsi sendiri.

Suprihati dan Utami (2015) menegaskan bahwa pekerjaan seseorang mempengaruhi produk dan jasa yang dibelinya. Hasilnya, dengan memahami jenis pekerjaan dari audiens target konsumen, pemasar dapat mengidentifikasi demografi yang menunjukkan minat di atas rata-rata terhadap barang yang pemasar jual.

5.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan

Tabel 15 menunjukkan karakteristik konsumen berdasarkan tingkat pendapatan keluarga per bulan.

Tabel 15. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan

No	Tingkat Pendapatan	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)	Label Level
1	< 1.000.000	6	10,0	
2	1.000.000 – 2.500.000	29	48,3	S, M, B,D,L
3	2.500.000 – 4.000.000	17	28,3	
4	4.000.000 – 5.500.000	8	13,3	
5	> 5.500.000	-	-	
Jumlah		60	100	

Sumber : Data Primer Diolah, 2023

Dari hasil penelitian, sesuai dengan yang ditampilkan pada Tabel 15, diperoleh tingkat pendapatan antara Rp1.000.000-Rp2.500.000 per bulan merupakan kelompok terbanyak yaitu 29 orang dengan persentase (48,3%) dengan minat atribut dan level kesegaran segar, harga murah, porsi besar, pelayanan cepat dengan salam senyum sapa, tekstur lunak (lampiran 25). untuk minat atribut dari pendapatan <1.000.000, 2.500.000-4.000.000, 4.000.000 – 5.500.000, dan yang

terakhir >5.500.000 berdasarkan pendapatan perbulan memiliki atribut yang sama hanya urutan levelnya saja yang berbeda.

Keadaan perekonomian mempunyai pengaruh yang besar terhadap pilihan konsumen. Pemasar yang memantau dengan cermat pendapatan konsumen juga cenderung memantau dengan cermat tingkat suku bunga, pendapatan pribadi, dan bunga tabungan. Akibatnya, pendapatan keluarga dan indikator ekonomi lainnya dapat memberi tahu pemasar jenis produk apa yang akan dibeli konsumen (S P Hernosa et al. 2021)

5.2.6 Jumlah Anggota Keluarga

Anggota keluarga seorang pelanggan mungkin memiliki pengaruh besar terhadap keputusan konsumen untuk membeli. Anggota keluarga mempunyai pengaruh terhadap kebiasaan pembelian dan konsumsi satu sama lain. Jumlah anggota keluarga di sebuah rumah mempengaruhi jumlah jamur tiram yang dibeli setiap orang dan kemungkinan bahwa anggota keluarga tersebut akan terpengaruh dalam pilihan konsumen. Oleh karena itu, untuk menentukan sejauh mana pengaruh anggota keluarga terhadap proses pengambilan keputusan, ciri-ciri konsumen ini perlu diperhitungkan (Hernosa, 2021).

karakteristik jumlah anggota keluarga bisa dilihat pada tabel 16.

Tabel 16. Karakteristik Konsumen Berdasarkan Jumlah Anggota Keluarga

No	Jumlah anggota keluarga	Jumlah (orang)	Jumlah (%)	Label Level
1	1 – 2	22	36,7	
2	3 – 4	25	41,7	S, B, M, L, T
3	5 – 6	11	18,3	
4	7 – 9	2	3,3	

Sumber : Data Primer Diolah, 2023

Dari hasil penelitian, sesuai dengan yang ditampilkan pada tabel 16, diperoleh responden jamur tiram di desa perkebunan teluk panji kecamatan

kampung rakyat Kabupaten Labuhan Batu selatan merupakan kelompok mayoritas yang memiliki anggota keluarga yang berjumlah 3-4 orang yaitu sebanyak 25 orang memiliki nilai persentase yakni sebesar (41,7%) memiliki minat atribut dan level kesegaran segar, porsi besar, harga murah, tekstur lunak, pelayanan cepat tanpa salam senyum sapa, dengan membeli jamur tiram sebanyak setengah kilogram jamur dengan frekuensi tidak tentu dan alasan membeli jamur yakni di konsumsi sebagai sayuran.

pada penelitian ini jumlah anggota keluarga itu berpengaruh terhadap pembelian jamur tiram. bisa dilihat saat konsumen berbelanja jamur tiram, responden yang mempunyai anggota rumah tangga banyak 7-9 orang melakukan pembelian jamur tiram sebanyak dua kilogram jamur tiram. sedangkan responden dengan jumlah anggota 5-6 orang membeli jamur tiram sebanyak satu kilogram, responden dengan jumlah keluarga 3-4 orang membeli jamur tiram sebanyak setengah kilogram. dan jumlah responden anggota keluarga 1 – 2 orang hanya membeli jamur tiram setengah kilogram.

5.3 Preferensi Konsumen Terhadap Atribut Dan Level Jamur Tiram

Dengan menghitung nilai kegunaan, Anda dapat mengetahui preferensi pelanggan terhadap jamur tiram. Keinginan konsumen terhadap tingkat atribut yang dipilih adalah apa yang ingin ditentukan oleh nilai utilitas. Oleh karena itu, jika angka yang diperoleh bernilai positif atau lebih besar, maka dapat dilihat dari nilai tingkat atribut manakah atribut yang paling disukai pelanggan. Namun, pelanggan tidak menikmati atribut produk jika hasilnya tidak menguntungkan atau nilai yang dicapai lebih kecil, seperti yang diilustrasikan pada Tabel 17.

Tabel 17. Nilai *Utility* Berdasarkan Hasil *Conjoint Analysis*

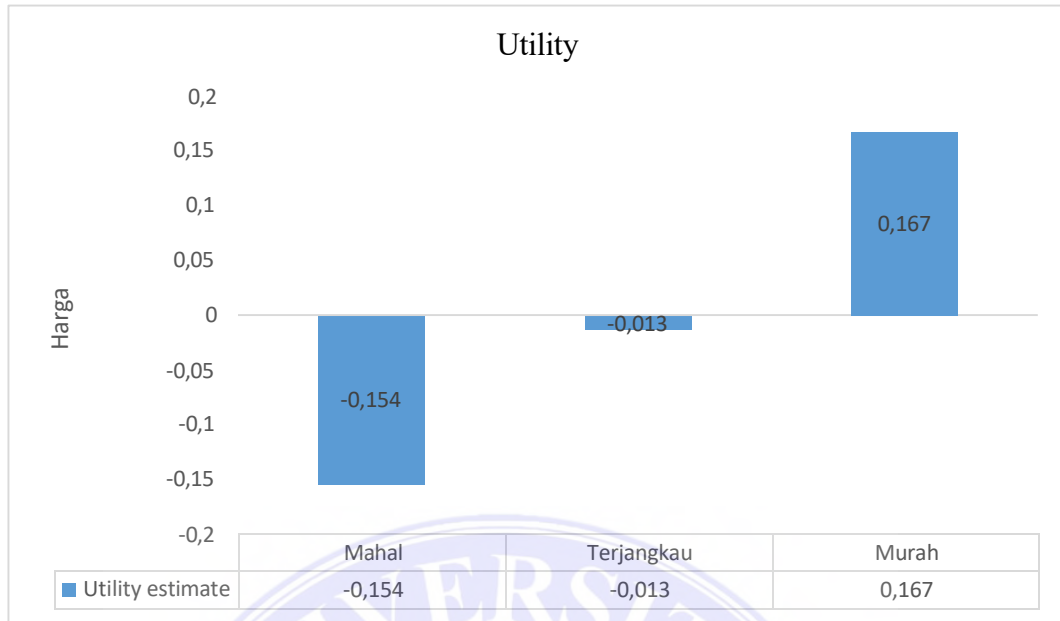
		Utilities	
		Utility Estimate	Std. Error
Harga	Mahal	-0,154	0,07
	Terjangkau	-0,013	0,083
	1 Murah	0,167	0,083
Tekstur	Lembut	-0,032	0,053
	2 Lunak	0,032	0,053
Pelayanan	Pelayanan cepat dengan salam senyum sapa	0,049	0,053
	3 pelayanan cepat tanpa salam senyum sapa	-0,049	0,053
Porsi	Besar	0,132	0,07
	Sedang	0,113	0,083
	4 Kecil	-0,245	0,083
Kesegaran	Segar	0,259	0,053
	5 Tidak Segar	-0,259	0,053
(Constant)		2,909	0,058

Sumber : Data Primer Diolah, 2023

Tabel 17 menunjukkan hasil analisis, yang menunjukkan bahwa preferensi konsumen memiliki nilai *utility* tertinggi di antara level untuk masing-masing atribut.

1. Harga

Atribut Harga, responden lebih banyak memilih harga jamur tiram yang murah dengan memiliki nilai *utility* positif 0,167. lebih besar dibandingkan dengan nilai level atribut harga terjangkau dan mahal. Dari nilai yang diperoleh menunjukkan bahwa responden lebih menyukai harga jamur tiram yang murah dibandingkan dengan harga jamur tiram yang harga terjangkau dengan nilai *utility* negatif -0,013 dan mahal dengan nilai *utility* negatif -0,154.



Gambar 2 Diagram Kegunaan Masing Masing Taraf Atribut Harga

Setelah wawancara beberapa responden di lapangan, alasan responden menyukai jamur tiram dengan harga murah berkisar Rp.5.000 – Rp.10.000 yakni di sebabkan harga bahan bahan pokok terlalu mahal sehingga responden sebagian kesusahan dalam membagi kondisi keuangan rumah tangga dalam membeli sebuah jamur tiram, Di karena kan responden dari golongan ibu rumah tangga itu tugasnya orang yang bertanggung jawab untuk mengurus pangan keluarga termasuk untuk membeli jamur tiram sebagai sayur atau cemilan, selain itu dengan harga murah ibu rumah tangga pun sangat senang dan bisa membeli kapan saja yang responden mau.

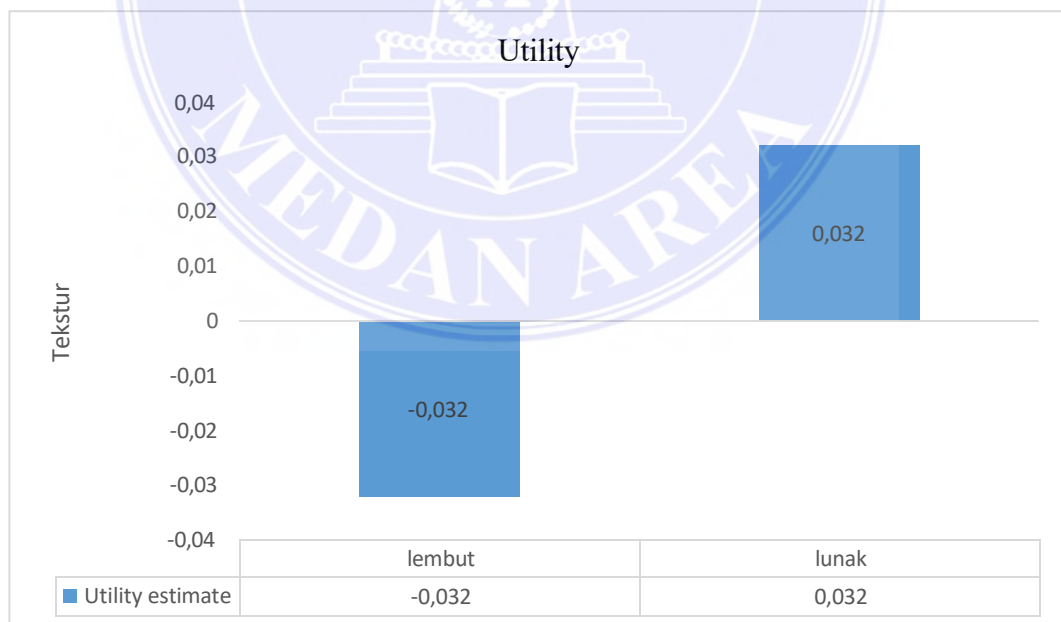
Pada penelitian (Hasibuan, 2022) terkait faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi konsumen dalam membeli salak padangsidempuan di pasar tradisional kota medan, bahwa konsumen menginginkan Harga murah, rasa manis, ukuran besar, Tekstur agak masir (agak sedikit pasir), warnah putih. bahwa atribut harga salak Padang sidempuan merupakan priotitas atribut yang menjadi pertimbangan konsumen dalam pembelian salak Padangsidempuan. selanjutnya pada penelitian (Wibowo, 2019). terkait dengan Analisis Preferensi Konsumen Kopi Di Cafe

Sruput Kopi bahwa pilihan atribut Harga murah, olahan produk tidak campuran, cita rasa pahit, design tempat nyaman, penyajian kopi panas, jenis kopi robusta. bisa dilihat bahwa responden atribut harga murah lebih dominan berasal dari kelompok usia pelajar yang lebih memilih harga yang murah.

Dari dua penelitian di atas, bisa di artikan sebagai pertimbangan Harga terhadap suatu produk dapat menjadi indikator bagi seseorang untuk menyukai atau tidak menyukai suatu produk. dalam penelitian ini di temukan bahwa harga yang lebih di sukai konsumen terhadap jamur tiram yakni Harga murah berkisar Rp.5.000 – Rp.10.000.

2. Tekstur

Atribut tekstur, responden lebih banyak memilih jamur tiram dengan tekstur lunak dengan memiliki nilai *utility* positif 0,32 lebih besar dibandingkan dengan nilai level atribut lembut yakni sebesar negatif -0,32.



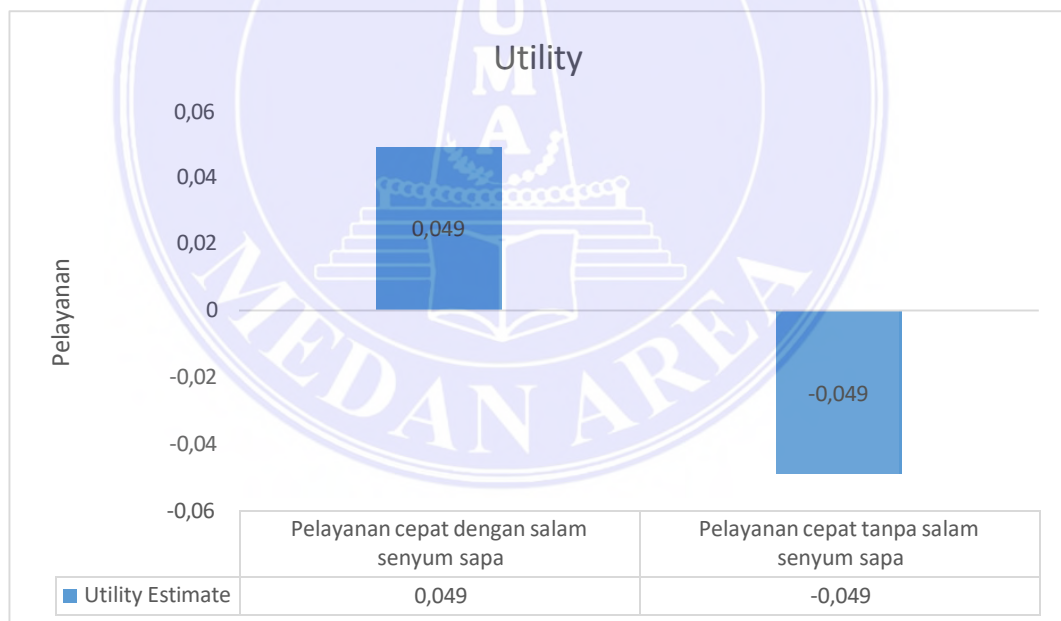
Gambar 3 Diagram Kegunaan Masing Masing Taraf Atribut Tekstur

Dari nilai yang diperoleh menunjukkan bahwa responden lebih menyukai tekstur yang lunak di banding tekstur jamur tiram yang lembut. pada wawancara di

lapangan beberapa responden bingung membedakan lunak dan lembut di sebabkan karna sedikit kemiripan dengan tekstur lunak dan lembut. Hal ini sesuai dengan penelitian (Hernosa, 2022) Terkait Karakteristik Konsumen Nanas Dikabupaten Labuhan Batu Sumatera Utara bahwa Alasan responden memilih buah nanas dengan tekstur yang lunak dan halus adalah menghindari rasa tidak nyaman pada lidah pada saat mengkonsumsi dan setelahnya.

3. Pelayanan

Atributt pelayanan responden lebih banyak memilih pelayan dengan salam senyum sapa dengan memiliki nilai *utility* positif yakni sebesar 0,049 lebih besar dibandingkan dengan nilai level atribut pelayanan cepat tanpa salam senyum sapa dengan nilai *utility* negatif sebesar -0,049.



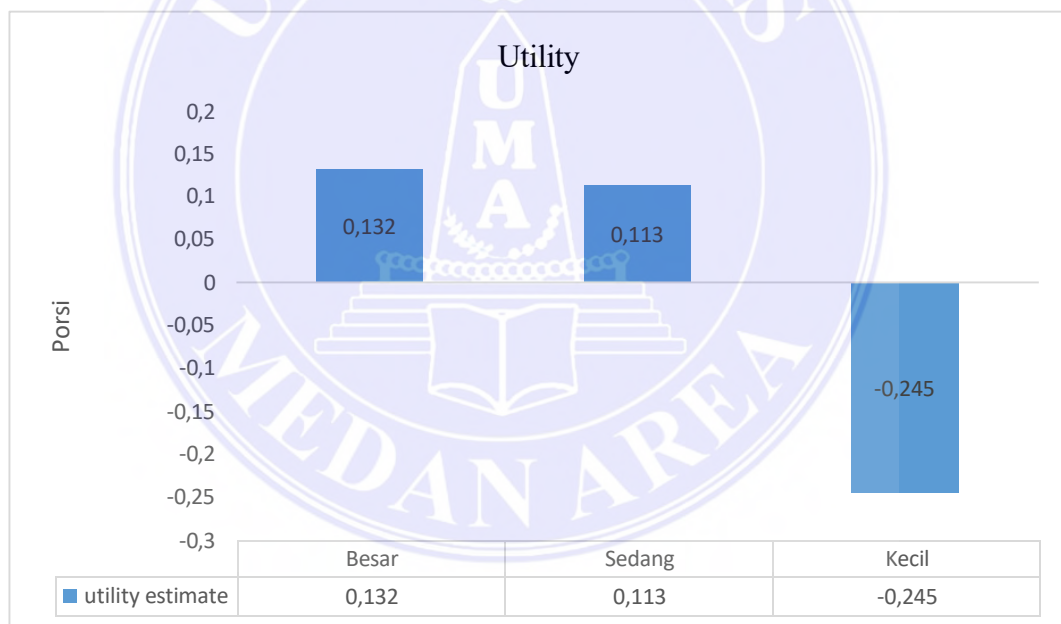
Gambar 4 Diagram Kegunaan Masing Masing Taraf Atribut Pelayanan

dari nilai yang di peroleh menunjukkan bahwa responden lebih menyukai pelayanan cepat dengan salam senyum sapa dibanding dengan pelayanan cepat tanpa salam senyum sapa, alasan responden memilih jamur tiram dengan pelayanan cepat dengan salam senyum sapa yakni saat konsumen berbelanja di pasar,

konsumen menyukai cara pedagang atau pemasar yang melayani konsumen dengan salam senyum sapa sehingga konsumen semakin tertarik untuk berbelanja. sesuai dengan penelitian (A Permadi, R., Sayekti, W. D., & Abidin, Z. 2022). Atribut pelayanan yang cepat dengan 3S (salam-senyum-sapa) menjadi atribut yang lebih diharapkan oleh konsumen dengan nilai utilitas positif yakni sebesar 0,318.

4. Porsi

Atribut porsi, responden lebih menyukai jamur tiram yang porsi besar dengan memiliki nilai *utility* positif yakni sebesar 0,132. lebih besar dibandingkan dengan nilai atribut sedang dengan nilai *utility* 0,113 dan kecil dengan nilai *utility* negatif sebesar -0,245.



Gambar 5 Diagram Kegunaan Masing Masing Taraf Atribut Porsi

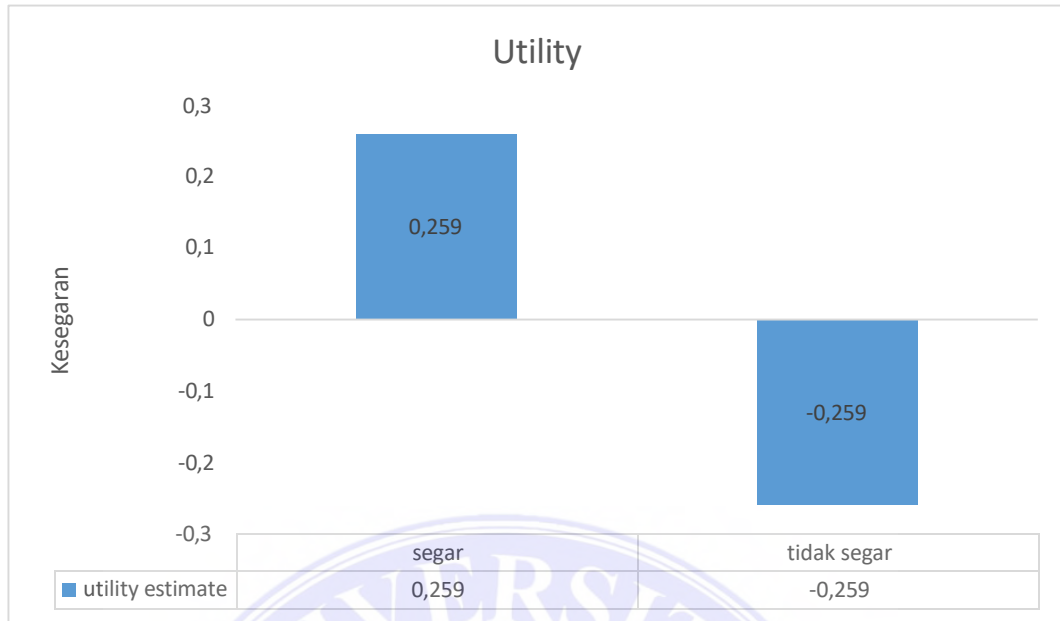
dari nilai yang di peroleh menunjukkan bahwa responden lebih menyukai atribut porsi besar dibandingkan dengan porsi sedang dan kecil. alasan konsumen memilih porsi yang besar yakni di karenakan dengan porsi besar bisa di potong potong sehingga menjadi banyak saat hendak dimasak. selain itu makan jamur tiram

dengan porsi besar konsumen sangat menikmatinya. beda dengan porsi sedang dan kecil tergantung dari masing masing pilihan konsumen.

Sependapat dengan (Widiyanto et al., 2016), buah yang besar mungkin lebih diminati dibandingkan dengan yang kecil karena buah yang berukuran besar berimplikasi dengan kualitas yang lebih baik. Namun pada sisi lain, ukuran buah yang lebih besar dianggap merupakan hasil produksi dengan bantuan hormon. dalam penelitian (I Gede Agus Satria, Y. P. 2023). terkait pembelian buah apel red delicious di arena buah mataram diketahui bahwa responden lebih menyukai ukuran apel yang besar karena nilai *utility* pada atribut dengan ukuran besar bernilai positif dan bernilai paling besar dibandingkan dengan atribut berukuran sedang dan kecil yang bernilai *utility* negatif. Ukuran buah apel memiliki pengaruh dalam kepuasan seseorang dalam mengkonsumsi buah karena dengan ukuran buah apel yang besar dapat memberikan porsi yang lebih kepada konsumen dibandingkan dengan ukuran yang sedang dan kecil.

5. Kesegaran

Atribut kesegaran, responden lebih menyukai jamur tiram yang segar dengan memiliki nilai *utility* positif yakni sebesar 0,259 lebih besar dibandingkan dengan nilai atribut kesegaran tidak segar dengan nilai *utility* negatif sebesar -0,259.



Gambar 6 Diagram Nilai Kegunaan Masing Masing Taraf Atribut Kesegaran

dari nilai yang di peroleh menunjukkan bahwa responden lebih menyukai atribut kesegaran segar dibandingkan dengan atribut kesegaran tidak segar. alasan responden memilih kesegaran yakni konsumen sangat menyukai jamur tiram yang segar. karena yang segar (fress) itu terjamin kualitasnya untuk dimasak dari pada yang tidak segar. pada penelitian (Adelawati, K. 2020). bahwa dilihat atribut kesegaran segar memiliki nilai kegunaan positif utilitas sebesar 0,396 Kesegaran sayuran organik yang menjadi preferensi konsumen yaitu sayuran organik yang tidak mudah busuk dan dapat bertahan lama, pada sayuran organik umumnya sayuran lebih cepat busuk dan tidak bertahan lama karena sayuran organik tidak menggunakan pupuk kimia.

Dari nilai kegunaan (*utilities values*) keseluruhan statistik (*Overall Statistics*) untuk atribut dan level tertinggi pada jamur tiram, didapatkan kombinasi minat jamur tiram terbaik menurut preferensi konsumen, yaitu sebagai berikut:

- Kesegaran Segar
- Harga Murah

- Porsi Besar
- Pelayanan Cepat Dengan Salam Senyum Sapa
- Tekstur Lunak

5.4 Urutan Atribut Jamur Tiram Menurut Preferensi Konsumen

Tingkat kepentingan menunjukkan tingkat kesukaan atau tingkat preferensi responden terhadap atribut jamur tiram. Nilai terbesar menunjukkan tingkat preferensi utama responden terhadap atribut jamur tiram, yang kemudian diikuti oleh nilai yang lebih kecil.

Berdasarkan hasil analisis *conjoint* diketahui bahwa atribut jamur tiram yang paling penting menurut responden adalah atribut harga sebesar 31,959%, kemudian disusul oleh porsi sebesar 26,544%, kesegaran sebesar 21,543% selanjutnya pelayanan sebesar 10,113% dan yang terakhir tekstur sebesar 9,841%, seperti yang ditunjukkan pada Tabel 18.

Tabel 18. Nilai Kepentingan (*Importance Value*) Atribut Jamur Tiram

Atribut	Nilai Kepentingan %
Harga	31,959
Tekstur	9,841
Pelayanan	10,113
Porsi	26,544
Kesegaran	21,543

Sumber : Data Primer Diolah 2023

Tabel 18, menunjukkan bahwa harga merupakan atribut paling penting yang menentukan minat atau preferensi konsumen terhadap jamur tiram. Nilai kepentingan dari atribut harga paling tinggi sebesar 31,959% yang artinya bahwa responden lebih mengutamakan atribut harga ketika membeli jamur tiram dibanding dengan atribut lainnya. Dari pertimbangan pertama responden ini dapat menjadi pertimbangan bagi pedagang ataupun usaha tani dan pemasar jamur tiram dalam menjalankan usahanya. menurut (Wibowo, A., Pertanian, F., Muhammadiyah, U., & Utara, S. 2019). atribut harga menjadi pertimbangan yang

kedua setelah atribut cita rasa. Di karenakan responden memilih ke Cafe Sruput Kopi dengan alasan harga murah yang di sajikan, serta reponden yang banyak berusia pelajar.

Atribut porsi memiliki nilai kepentingan sebesar 26,544%. Nilai ini menempati urutan kedua diantara atribut lainnya. Berdasarkan hasil tersebut menunjukkan bahwa atribut porsi menjadi pertimbangan yang kedua setelah atribut harga. Sehingga atribut porsi sangat penting bagi konsumen jika pilihan porsi jamur tiram sudah dipertimbangkan. Artinya konsumen menganggap penting sehingga mempertimbangkan porsi jamur tiram, karena bagi konsumen ketika konsumen memilih jamur tiram dengan porsi yang konsumen pilih jauh lebih enak saat hendak dimakan, karena dengan adanya porsi yang disukai konsumen. konsumen bisa menikmati porsi yang konsumen inginkan sendiri. selanjutnya menurut (I Gede Agus Satria, Y. P. 2023). Atribut ukuran merupakan atribut ketiga yang dipertimbangkan responden dalam memilih buah apel dengan nilai kepentingan sebesar 18.798. jadi konsumen menginginkan buah apel yang berukuran besar (per kg < 6 buah) dengan tujuan keperluan buahnya cukup untuk beberapa hari dan terbagi dengan jumlah anggota keluarga yang mengkonsumsi dengan porsi banyak, selain hal tersebut responden mempertimbangkan ukuran buah apel yang besar dengan alasan praktis karena buah apel yang didapatkan langsung berukuran besar.

Atribut kesegaran menempati urutan ke tiga dengan nilai kepentingan sebesar 21,543%. Berdasarkan hasil tersebut menunjukkan bahwa atribut kesegaran menjadi pertimbangan yang ketiga setelah atribut porsi. Sehingga atribut kesegaran sangat penting bagi konsumen jika pilihan kesegaran jamur tiram sudah dipertimbangkan, artinya kosumen menyukai jamur tiram yang segar karena yang

segar (fress) itu terjamin kualitasnya untuk dimasak dari pada yang tidak segar saat di masak, pada penelitian (Adelawati, K. 2020). Atribut kesegaran menjadi nilai penting karena konsumen sayuran organik rata-rata memiliki tingkat pendidikan yang tinggi akan memberi pengetahuan yang lebih tentang sayuran organik dan pengaruhnya terhadap kesehatan yang akan mempengaruhi keputusan pembelian seorang konsumen.

Atribut pelayanan menempati urutan keempat dengan nilai kepentingan sebesar 10,113%. Berdasarkan wawancara dengan responden dalam hal pertimbangan atribut pelayanan pembelian jamur tiram. dengan melihat cara pedagang atau pemasarnya menjual produk itu dapat menimbulkan penjualan karena pembelian jamur tiram sangat berpengaruh pada pelayanannya apabila pelayanannya tidak baik atau kasar. konsumen akan berpindah tempat untuk berbelanja. dengan pelayan cepat dengan salam senyum sapa sangat berdampak pada peningkatan penjualan jamur tiram apabila pedagang, usaha tani, dan pemasar melayanin konsumen dengan baik dan cepat.

Tekstur merupakan atribut jamur tiram yang menempati urutan terakhir dengan nilai kepentingan sebesar 9,841%. Hal ini menggambarkan bahwa tekstur tidak terlalu penting bagi konsumen karena sedikit kemiripan dengan tekstur lunak dan lembut.

5.5 Tingkat Keakuratan Prediksi Model Hasil Analisis *Conjoint*

Untuk mengetahui tingkat keakuratan prediksi model hasil analisis *conjoint* dapat dilihat melalui nilai *korelasi Pearson's R dan Kendall's Tau*.

Tabel 19 Nilai Korelasi Hasil Conjoint

Correlations ^a		
	Value	Sig.
Pearson's R	,914	,000
Kendall's Tau	,812	,000

Sumber : Data Primer Diolah 2023

Berdasarkan nilai korelasi diatas dapat dilihat bahwa nilai *Sig* pada *Pearson's R* sebesar 0,000 dan *Kendall's Tau* sebesar 0,000. Nilai ini menggambarkan bahwa penelitian ini dianggap valid karena nilai *Sig* pada *Pearson's R* dan *Kendall's Tau* dibawah tingkat signifikan 0,05. Artinya terdapat hubungan yang signifikan antara preferensi konsumen dalam pembelian jamur tiram dengan atribut-atribut yang digunakan dalam penelitian ini. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa lima atribut yang menghasilkan 16 kombinasi bisa diterima untuk menggambarkan keinginan konsumen jamur tiram di pasar perkebunan teluk panji atau sama satu pemasar yang berada di dusun sei kalam. bisa dilihat pada lampiran (32).

Hal ini sesuai dengan penelitian (Haryanto, 2019) bahwa *Kendall's Tau* dan *Pearson's R* sama-sama mempunyai nilai *Sig* sebesar 0,000. Nilai *Sig* pada *Kendall's Tau* dan *Pearson's R* berada di bawah taraf signifikansi 0,05 yang menunjukkan bahwa penelitian ini dianggap sah. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat korelasi yang kuat antara karakteristik yang digunakan dalam penelitian ini dengan preferensi konsumen saat membeli beras. dan pada penelitian (Wibowo, 2019) Baik peringkat *Kendall's Tau* maupun *Pearson's R* memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 untuk akurasi prediksi. Berdasarkan temuan korelasi dengan tingkat signifikan lebih kecil dari tingkat sebenarnya = 0,05, maka angka akurasi prediksi peringkat *Pearson's R* dan *Kendall's Tau* menunjukkan bahwa penelitian tersebut dianggap sah. Temuan ini menunjukkan bahwa karakteristik yang digunakan dalam

penelitian ini dan preferensi minum kopi pelanggan di Kafe Sruput Kopi memiliki hubungan positif yang cukup besar atau sangat erat.



VI. KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Karakteristik konsumen berdasarkan Jenis Kelamin perempuan sebesar 71,7%, Umur 33-41 sebesar 43,3%. Pendidikan SMA sebesar 35,0 %, Pekerjaan ibu rumah tangga sebesar 43,3%, Pendapatan Rp.1.000.000 – Rp.2.500.000 sebesar 48,3% dan yang terakhir jumlah anggota keluarga 3-4 sebesar 41.7%.
2. Atribut dan level jamur tiram yang menjadi preferensi konsumen di desa perkebunan teluk panji kecamatan kampung rakyat kabupaten labuhan batu selatan adalah Harga murah (Rp.5.000-Rp.10.000), Tekstur lunak, pelayanan cepat dengan salam senyum sapa, porsi besar dan yang terakhir kesegaran segar.
3. Urutan atribut jamur tiram menurut kepentingan konsumen dalam membeli jamur tiram di desa perkebunan teluk panji, kecamatan kampung rakyat, kabupaten labuhan batu selatan adalah harga sebesar 31,959%. porsi sebesar 26,544%, kesegaran sebesar 21,543%, pelayanan sebesar 10,113% dan yang terakhir ialah tekstur sebesar 9,841%.

6.2 Saran

1. Untuk pedagang sebaiknya lebih meningkatkan penyediaan jamur tiram yang sesuai dengan preferensi konsumen seperti Harga murah tekstur lembut, pelayanan cepat dengan salam senyum sapa porsi besar dan kesegaran segar.
2. Untuk usaha tani jamur tiram supaya menjaga atribut yang di inginkan konsumen seperti Harga, Porsi, Kesegaran, pelayanan, dan tekstur.

DAFTAR PUSTAKA

- Adelawati, K., 2021. Analisis konjoin preferensi konsumen terhadap sayuran organik di brastagi supermarket medan. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pertanian [JIMTANI]*, 1(2).
- Adiyoga, W., & Nurmalinda, N. (2012). Analisis konjoin preferensi konsumen terhadap atribut produk kentang, bawang merah, dan cabai merah. *Jurnal Hortikultura*, 22(3), 292-302.
- Al Arif, M. Nur Rianto, and Euis Amalia. *Teori mikroekonomi: Suatu perbandingan ekonomi Islam dan ekonomi konvensional*. Prenada Media, 2016.
- Andespa, R., 2017. Faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam menabung di bank syariah. *Al-Masraf: Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan*, 2(1), pp.43-57.
- Apriyanti, A., 2013. Analisis Conjoint Preferensi Konsumen terhadap Kombinasi Fitur Produk Motor Bekas Berdasarkan Segmen Gender di Jambi. *The Winners*, 14(2), pp.71-76.
- A Permadi, R., Sayekti, W.D. and Abidin, Z., 2022. Analisis Preferensi Konsumen Kedai Kopi Di Kota Bandarlampung. *Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis*, 10(1), pp.132-139.
- Fadila, D. and Ridho, Z., 2013. *Perilaku Konsumen*: Palembang: Citrabooks Indonesia.
- Firdaus M, dan Farid. 2008. *Aplikasi Metode Kuantitatif*. IPB Press. Bogor
- Haryanto, A., 2019. Analisis Preferensi Konsumen Beras (Studi Kasus: Pasar Tavip, Kota Binjai).[Skripsi]. *Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Medan..*
- Hasibuan, H.B., 2022. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Konsumen Dalam Membeli Salak Padangsidempuan Di Pasar Tradisional Kota Medan (Doctoral Dissertation).
- Hernosa, SP, L. A.M. Siregar, C Hanum, and T Supriana. 2021. "Conjoint Analysis of Consumer Preferences for Pineapple Fruit in Labuhan Batu District, North Sumatra." In IOP Conference Series: Earth and Environmental Science. <https://iopscience.iop.org/article/10.1088/17551315/892/1/012012>

- Hernosa, Siswa Panjang, Luthfi Aziz Mahmud Siregar, Chairani Hanum, And Tavi Supriana. 2022. "Study On Good Agriculture Practice (Gap) For Pineapple Cultivation In Labuhan Batu Regency, North Sumatra Province, Indonesia." *Asian Journal Of Plant Sciences* 21(4): 690–99.
- I Gede Agus Satria, Y.P., 2023. *PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP PEMBELIAN BUAH APEL RED DELICIOUS DI ARENA BUAH MATARAM* (Doctoral dissertation, Universitas Mataram).
- Masroeri, N.A. Dan B.M. Wibawa. 2019. Analisis Perbedaan Dan Preferensi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Food Souvenir. *Jurnal Sains Dan Seni*. 8(2): 329-333
- Nadja, R. A., & Halimah, A. S. 2023. *Preferensi Konsumen Terhadap Pangan*. Penerbit Nem.
- Negeri, D., & Andriyanty, R., 2020. Preferensi Konsumen Generasi Z Terhadap Konsumsi Produk Dalam Negeri. February. <https://doi.org/10.29313/Ethos.V7i2.4694>
- Novrianto, N., Restuhadi, F. And Eliza, E., 2015. *Evaluasi Konsumen Terhadap Atribut Produk Bauran Pemasaran Jamur Tiram Pusat Budidaya Jamur Riau (Pusdamuri)* (Doctoral Dissertation, Riau University).
- Nurhakim, Y.I., 2018. *Sukses Budidaya Jamur Tiram*. Ilmu Cemerlang Group
- Nurpani. 2021. Preferensi Konsumen Jamu Pagi Dan Konsumen Jamu Malam (Studi Kasus : Kecamatan Medan Denai). Skripsi. Fakultas Pertanian. Universitas Medan Area.
- Oscar, B., & Megantara, H. C., 2020. Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Muslim Army. *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran*, 10, 1–12.
- Pardede, Daniel. "Analisis Pengaruh Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Jamur Tiram Cv. Jati Nikmat Di Kecamatan Banyumanik Kota Semarang Jawa Tengah." *Jurnal Agristan* 4, No. 2 (2022): 181-191.
- Putri, E.S., Eliza, E. and Maharani, E., 2014. *Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Pembelian Jamur Tiram di Kota Pekanbaru* (Doctoral dissertation, Riau University).
- Prawoto, N dan Basuki A.T. 2016. Analisis Regresi dalam Penelitian Ekonomi dan Bisnis Dilengkapi Aplikasi SPSS dan Eviews. Edisi Pertama PT. Raja Grafindo Persada. Depok.

- Rosmawati. 2018. Pokok-Pokok Hukum Perlindungan Konsumen. Prenada Media Group. Depok.
- Sadeli, A.H. and Utami, H.N., 2013. Sikap konsumen terhadap atribut produk untuk mengukur daya saing produk jeruk. *Trikonomika*, 12(1), pp.61-71.
- Salehawati, N., 2019. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Terhadap Makanan Dari Jamur Tiram Di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Paradigma Agribisnis*, 2(1), pp.12-21.
- Santoso, S., 2012. Aplikasi SPSS pada statistik multivariat. *Jakarta: Elex Media Komputindo*, 219, p.255.
- Sarwono, J. 2013. Statistik Multivariat Aplikasi untuk Riset Skripsi. Edisi Pertama CV Andi Offset. Yogyakarta.
- Sekaran. 2006. Metode Penelitian Untuk Bisnis. Edisi 4. Salemba Empat. Jakarta
- Sharif, O.O.O. and Hartalita, L., 2017. Analisis Preferensi Konsumen Muda terhadap Iphone di Kota Bandung. *JBMP (Jurnal Bisnis, Manajemen Dan Perbankan)*, 3(2), pp.105-113.
- Suharjo, E., 2015. *Budi Daya Jamur Tiram Media Kardus*. Agromedia
- Sumarwan, U., 2014. Model Keputusan Konsumen. *Perilaku Konsumen*, 5, 1-41.
- Suprihati, W.B.U. and Utami, W.B., 2015. Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam keputusan pembelian mobil pribadi di kelurahan gonilan kabupaten sukoharjo. *Jurnal Paradigma*, 13(01), pp.104-116.
- Tolera, K.D., and Abera, S. (2017), "Nutritional quality of Oyster Mushroom (*Pleurotus ostreatus*) as affected by osmotic pre-treatments and drying methods", *Food Science and Nutrition*, Vol. 5, No. 5, pp. 989–996.
- Wibowo, A., Pertanian, F., Muhammadiyah, U., & Utara, S. 2019. *Analisis Preferensi Konsumen Kopi Di Cafe Sruput Kopi (Studi Kasus: Kecamatan Lubuk Pakam, Deli Serdang) S K R I P S I*.

LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian

KUISISIONER PENELITIAN

Analisis Preferensi Konsumen Jamur Tiram Di Desa Desa Perkebunan Teluk Panji, Kecamatan Kampung Rakyat, Fakultas Pertanian Universitas Medan Area

No, Responden :...

Responden Terhormat

Penelitian dalam rangka penyusunan skripsi dengan judul “analisis preferensi konsumen jamur tiram di desa desa perkebunan teluk panji, kecamatan kampung rakyat, fakultas pertanian universitas medan area” pada program sarjana pertanian universitas medan area, saya mengharapkan kesediaan saudara / saudari untuk menjawab pertanyaan dengan baik.

- Nama : _____
- Jenis Kelamin : Laki - Laki Perempuan
- Usia : 17 – 23 24 – 32 33 - 41
 42 – 50 51 - 60
- Jumlah Anggota Keluarga : 1-2 3-4 5-6 7-9
- Pendidikan Terakhir : SD SMP SMA D3
 S1 S2 Lainnya....
- Pekerjaan Responden : Mahasiswa Karyawan Swasta Petani
 Ibu Rumah Tangga Pns Wiraswasta
- Pendapatan Responden : < Rp 1.000.000 > Rp 1.000.000 - Rp. 2.500.000
 > Rp 2.500.000 - Rp. 4.000.000
 > Rp 4.000.000 - Rp. 5.500.000
 > Rp 5.500.000

Petunjuk : Isilah kuesioner ini sesuai dengan penilaian saudara/saudari, dengan memberi tanda cek list (√) pada salah satu pilihan jawaban yang sesuai dengan pendapat saudara/saudari untuk setiap pernyataan yang diberikan. Adapun alternatif pilihan jawaban adalah sebagai berikut :

STS : Sangat Tidak Suka

TS : Tidak Suka

BS : Biasa Saja

S : Suka

SS : Sangat Suka

No	Harga	Tekstur	Pelayanan	Porsi	Kesegaran	Rating				
						STS	TS	BS	S	SS
1	Murah	Lunak	pelayanan cepat tanpa salam senyum sapa	Kecil	Segar	1	2	3	4	5
2	Mahal	Lembut	pelayanan cepat tanpa salam senyum sapa	Besar	Tidak Segar	1	2	3	4	5
3	Murah	Lembut	Pelayanan cepat dengan salam senyum sapa	Besar	Tidak Segar	1	2	3	4	5
4	Murah	Lembut	pelayanan cepat tanpa salam senyum sapa	Sedang	Segar	1	2	3	4	5
5	Mahal	Lunak	Pelayanan cepat dengan salam senyum sapa	Sedang	Segar	1	2	3	4	5
6	Mahal	Lunak	pelayanan cepat tanpa salam senyum sapa	Sedang	Tidak Segar	1	2	3	4	5
7	Murah	Lunak	Pelayanan cepat dengan salam senyum sapa	Besar	Tidak Segar	1	2	3	4	5
8	Mahal	Lembut	pelayanan cepat tanpa salam senyum sapa	Kecil	Tidak Segar	1	2	3	4	5
9	Terjangkau	Lunak	pelayanan cepat tanpa salam senyum sapa	Besar	Segar	1	2	3	4	5
10	Mahal	Lunak	pelayanan cepat tanpa salam senyum sapa	Besar	Tidak Segar	1	2	3	4	5
11	Terjangkau	Lembut	Pelayanan cepat dengan salam senyum sapa	Sedang	Tidak Segar	1	2	3	4	5
12	Mahal	Lembut	Pelayanan cepat dengan salam senyum sapa	Besar	Segar	1	2	3	4	5
13	Mahal	Lembut	Pelayanan cepat dengan salam senyum sapa	Kecil	Segar	1	2	3	4	5
14	Mahal	Lunak	Pelayanan cepat dengan salam senyum sapa	Besar	Segar	1	2	3	4	5
15	Terjangkau	Lunak	Pelayanan cepat dengan salam senyum sapa	Kecil	Tidak Segar	1	2	3	4	5
16	Terjangkau	Lembut	pelayanan cepat tanpa salam senyum sapa	Besar	Segar	1	2	3	4	5

PERILAKU KONSUMEN

1. Alasan saudara membeli jamur tiram.

karena....

2. Kapan/berapa kali anda membeli jamur tiram.

- a. setiap hari
- b. seminggu sekali
- c. dua minggu sekali
- d. tidak tentu, sebutkan

3. Jumlah pembelian jamur tiram.....

- a. setengah kilo
- b. 1 kilo
- c. 2 kilo
- d. 3 kilo dan seterusnya

4. Tujuan anda membeli jamur tiram

- a. di konsumsi sendiri
- b. sebagai oleh oleh
- c. sebagai bahan olahan campuran

5. harga jamur tiram

- a. Rp 5.000 – Rp 10.000 (Murah)
- b. Rp 11.000 – Rp 16.000 (terjangkau)
- c. Rp 17.000 – Rp 22.000 (Mahal)

Lampiran 2 Persentase Karakteristik Responden Jamur Tiram

Jenis Kelamin

		Jumlah	Persentase
Valid	Laki Laki	17	28,3
	Perempuan	43	71,7
	Total	60	100

Umur

		Jumlah	Persentase
Valid	17 – 23	5	8,3
	24 – 32	17	28,3
	33 – 41	26	43,3
	42 – 50	9	15,0
	51 – 60	3	5,0
	Total	60	100

Pendidikan

		Jumlah	Persentase
Valid	SD	13	21,7
	SMP	17	28,3
	SMA	21	35,0
	D3	-	-
	S1	9	15,0
	S2	-	-
	Jumlah	60	100

Pekerjaan

		Jumlah	Persentase
Valid	Mahasiswa	3	5,0
	Karyawan Swasta	7	11,7
	Wiraswasta	8	13,3
	Pns	5	8,3
	Petani	11	18,3
	Ibu Rumah Tangga	26	43,3
	Jumlah	60	100

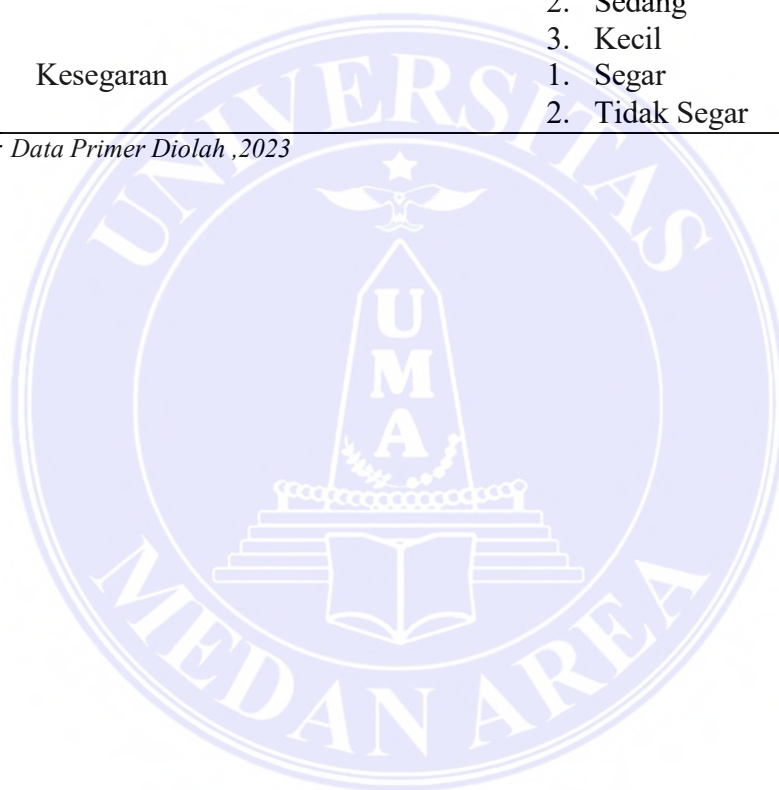
Pendapatan

		Jumlah	Persentase
Valid	< 1.000.000	6	10,0
	1.000.000 – 2.500.000	29	48,3
	2.500.000 – 4.000.000	17	28,3
	4.000.000 – 5.500.000	8	13,3
	> 5.500.000	-	-
	Jumlah	60	100

Lampiran 3 Atribut Dan Level Atribut

No	Atribut	Level
1	Harga	1. Mahal 2. Terjangkau 3. Murah
2	Tekstur	1. Lembut 2. Lunak
3.	Pelayanan	1. Pelayanan cepat dengan salam senyum sapa 2. Pelayanan cepat tanpa salam senyum sapa
4	Porsi	1. Besar 2. Sedang 3. Kecil
5	Kesegaran	1. Segar 2. Tidak Segar

Sumber : Data Primer Diolah ,2023

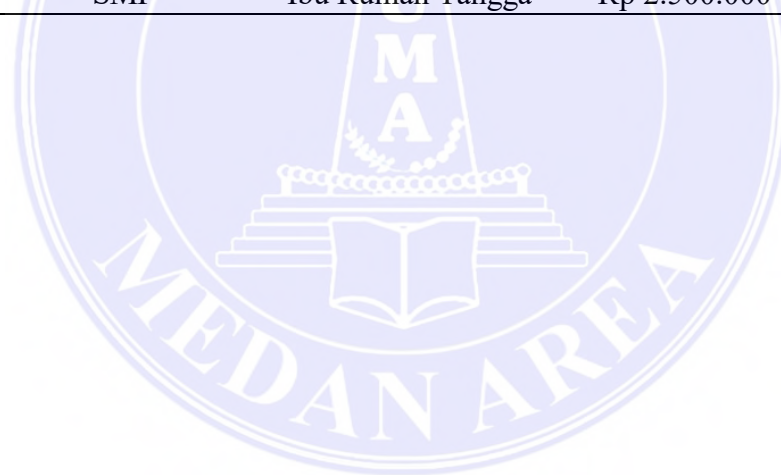


Lampiran 4 Data Karakteristik Konsumen

No	Jenis Kelamin	Usia	Jumlah Keluarga	Pendidikan Terakhir	Pekerjaan Responden	Pendapatan Responden	Frekuensi Pembelian
1	Perempuan	24 - 32	1 - 2	S1	Karyawan Swasta	Rp 1.000.000 - 2.500.000	Tidak Tentu
2	Perempuan	24 - 32	3 - 4	SMA	Ibu Rumah Tangga	Rp 2.500.000 - 4.000.000	Tidak Tentu
3	Laki Laki	24 - 32	1 - 2	SMA	Wiraswasta	Rp 4.000.000 - 5.500.000	Tidak Tentu
4	Perempuan	51 - 60	5 - 6	SD	Petani	Rp 2.500.000 - 4.000.000	Tidak Tentu
5	Perempuan	33 - 41	1 - 2	SMP	Ibu Rumah Tangga	Rp 1.000.000 - 2.500.000	Dua Minggu Sekali
6	Perempuan	17 - 23	1 - 2	SMA	Mahasiswa	< Rp 1.000.000	Tidak Tentu
7	Perempuan	33 - 41	3 - 4	SMP	Ibu Rumah Tangga	Rp 1.000.000 - 2.500.000	Dua Minggu Sekali
8	Laki Laki	33 - 41	3 - 4	S1	Wiraswasta	Rp 4.000.000 - 5.500.000	Tidak Tentu
9	Perempuan	33 - 41	3 - 4	SMA	Ibu Rumah Tangga	Rp 1.000.000 - 2.500.000	Tidak Tentu
10	Perempuan	24 - 32	1 - 2	S1	Pns	Rp 2.500.000 - 4.000.000	Dua Minggu Sekali
11	Perempuan	24 - 32	1 - 2	SMA	Petani	Rp 1.000.000 - 2.500.000	Dua Minggu Sekali
12	Perempuan	33 - 41	3 - 4	SMA	Ibu Rumah Tangga	Rp 1.000.000 - 2.500.000	Seminggu Sekali
13	Perempuan	24 - 32	1 - 2	SMP	Wiraswasta	Rp 4.000.000 - 5.500.000	Dua Minggu Sekali
14	Laki Laki	42 - 50	1 - 2	SMP	Wiraswasta	Rp 4.000.000 - 5.500.000	Seminggu Sekali
15	Perempuan	42 - 50	3 - 4	SD	Petani	Rp 1.000.000 - 2.500.000	Tidak Tentu
16	Perempuan	33 - 41	5 - 6	SMP	Ibu Rumah Tangga	Rp 1.000.000 - 2.500.000	Tidak Tentu
17	Perempuan	24 - 32	1 - 2	SD	Petani	Rp 1.000.000 - 2.500.000	Tidak Tentu
18	Laki Laki	33 - 41	3 - 4	SD	Petani	< Rp 1.000.000	Dua Minggu Sekali
19	Perempuan	33 - 41	3 - 4	SMA	Ibu Rumah Tangga	Rp 2.500.000 - 4.000.000	Seminggu Sekali
20	Perempuan	33 - 41	1 - 2	S1	Pns	Rp 2.500.000 - 4.000.000	Tidak Tentu
21	Perempuan	24 - 32	3 - 4	SMP	Ibu Rumah Tangga	Rp 2.500.000 - 4.000.000	Seminggu Sekali
22	Perempuan	33 - 41	3 - 4	S1	Karyawan Swasta	Rp 1.000.000 - 2.500.000	Dua Minggu Sekali
23	Perempuan	42 - 50	1 - 2	S1	Pns	Rp 4.000.000 - 5.500.000	Seminggu Sekali
24	Laki Laki	42 - 50	1 - 2	S1	Petani	Rp 4.000.000 - 5.500.000	Dua Minggu Sekali

No	Jenis Kelamin	Usia	Jumlah Keluarga	Pendidikan Terakhir	Pekerjaan Responden	Pendapatan Responden	Frekuensi Pembelian
25	Laki Laki	24 - 32	3 - 4	SMA	Karyawan Swasta	Rp 1.000.000 - 2.500.000	Seminggu Sekali
26	Perempuan	33 - 41	5 - 6	SMP	Ibu Rumah Tangga	Rp 2.500.000 - 4.000.000	Tidak Tentu
27	Perempuan	33 - 41	3 - 4	SD	Ibu Rumah Tangga	Rp 1.000.000 - 2.500.000	Seminggu Sekali
28	Perempuan	33 - 41	5 - 6	SMP	Ibu Rumah Tangga	< Rp 1.000.000	Tidak Tentu
29	Perempuan	33 - 41	7 - 9	SMP	Ibu Rumah Tangga	Rp 1.000.000 - 2.500.000	Tidak Tentu
30	Perempuan	42 - 50	3 - 4	S1	Ibu Rumah Tangga	Rp 1.000.000 - 2.500.000	Tidak Tentu
31	Perempuan	33 - 41	1 - 2	SMA	Ibu Rumah Tangga	Rp 1.000.000 - 2.500.000	Tidak Tentu
32	Laki Laki	24 - 32	3 - 4	SD	Wiraswasta	Rp 2.500.000 - 4.000.000	Dua Minggu Sekali
33	Laki Laki	24 - 32	1 - 2	SMA	Wiraswasta	Rp 1.000.000 - 2.500.000	Tidak Tentu
34	Perempuan	33 - 41	3 - 4	SMA	Ibu Rumah Tangga	Rp 1.000.000 - 2.500.000	Satu Bulan
35	Perempuan	24 - 32	3 - 4	SMA	Wiraswasta	Rp 4.000.000 - 5.500.000	Seminggu Sekali
36	Perempuan	51 - 60	1 - 2	SMA	Ibu Rumah Tangga	Rp 1.000.000 - 2.500.000	Tidak Tentu
37	Laki Laki	33 - 41	3 - 4	SMA	Wiraswasta	Rp 4.000.000 - 5.500.000	Dua Minggu Sekali
38	Laki Laki	33 - 41	5 - 6	SMA	Pns	Rp 2.500.000 - 4.000.000	Tidak Tentu
39	Laki Laki	33 - 41	3 - 4	SMP	Petani	Rp 2.500.000 - 4.000.000	Dua Minggu Sekali
40	Perempuan	42 - 50	7 - 9	SMP	Karyawan Swasta	Rp 2.500.000 - 4.000.000	Tidak Tentu
41	Laki Laki	33 - 41	3 - 4	SD	Petani	Rp 1.000.000 - 2.500.000	Seminggu Sekali
42	Perempuan	24 - 32	3 - 4	SMP	Ibu Rumah Tangga	Rp 2.500.000 - 4.000.000	Tidak Tentu
43	Perempuan	33 - 41	3 - 4	SMA	Ibu Rumah Tangga	Rp 2.500.000 - 4.000.000	Tidak Tentu
44	Perempuan	51 - 60	5 - 6	SD	Ibu Rumah Tangga	Rp 1.000.000 - 2.500.000	Seminggu Sekali
45	Perempuan	17 - 23	1 - 2	SMP	Karyawan Swasta	< Rp 1.000.000	Tidak Tentu
46	Laki Laki	17 - 23	1 - 2	SMA	Mahasiswa	< Rp 1.000.000	Tidak Tentu
47	Perempuan	24 - 32	3 - 4	SMP	Ibu Rumah Tangga	Rp 2.500.000 - 4.000.000	Seminggu Sekali
48	Perempuan	42 - 50	5 - 6	SD	Ibu Rumah Tangga	Rp 1.000.000 - 2.500.000	Tidak Tentu
49	Perempuan	33 - 41	5 - 6	SD	Ibu Rumah Tangga	Rp 1.000.000 - 2.500.000	Tidak Tentu

No	Jenis Kelamin	Usia	Jumlah Keluarga	Pendidikan Terakhir	Pekerjan Responden	Pendapatan Responden	Frekuensi Pembelian
50	Perempuan	24 - 32	3 - 4	SMP	Ibu Rumah Tangga	Rp 1.000.000 - 2.500.000	Tidak Tentu
51	Laki Laki	33 - 41	5 - 6	SMP	Petani	Rp 1.000.000 - 2.500.000	Tidak Tentu
52	Laki Laki	24 - 32	3 - 4	SD	Petani	Rp 1.000.000 - 2.500.000	Dua Minggu Sekali
53	Laki Laki	33 - 41	5 - 6	SMA	Karyawan Swasta	Rp 2.500.000 - 4.000.000	Dua Minggu Sekali
54	Perempuan	33 - 41	1 - 2	SMA	Ibu Rumah Tangga	Rp 1.000.000 - 2.500.000	Tidak Tentu
55	Perempuan	17 - 23	1 - 2	SMA	Karyawan Swasta	< Rp 1.000.000	Seminggu Sekali
56	Perempuan	17 - 23	1 - 2	SMA	Mahasiswa	Rp 1.000.000 - 2.500.000	Dua Minggu Sekali
57	Perempuan	42 - 50	5 - 6	SD	Ibu Rumah Tangga	Rp 1.000.000 - 2.500.000	Seminggu Sekali
58	Perempuan	24 - 32	1 - 2	SD	Petani	Rp 1.000.000 - 2.500.000	Seminggu Sekali
59	Laki Laki	42 - 50	3 - 4	S1	Pns	Rp 2.500.000 - 4.000.000	Tidak Tentu
60	Perempuan	33 - 41	1 - 2	SMP	Ibu Rumah Tangga	Rp 2.500.000 - 4.000.000	Tidak Tentu



Lampiran 5 Bentuk Kombinasi antara Atribut dengan Level Atribut Jamur Tiram

Nomor Stimuli	Harga	Tekstur	Pelayanan	Porsi	Kesegaran
1	Murah	Lunak	pelayanan cepat tanpa salam senyum sapa	Kecil	Segar
2	Mahal	Lembut	pelayanan cepat tanpa salam senyum sapa	Besar	Tidak Segar
3	Murah	Lembut	Pelayanan cepat dengan salam senyum sapa	Besar	Tidak Segar
4	Murah	Lembut	pelayanan cepat tanpa salam senyum sapa	Sedang	Segar
5	Mahal	Lunak	Pelayanan cepat dengan salam senyum sapa	Sedang	Segar
6	Mahal	Lunak	pelayanan cepat tanpa salam senyum sapa	Sedang	Tidak Segar
7	Murah	Lunak	Pelayanan cepat dengan salam senyum sapa	Besar	Tidak Segar
8	Mahal	Lembut	pelayanan cepat tanpa salam senyum sapa	Kecil	Tidak Segar
9	Terjangkau	Lunak	pelayanan cepat tanpa salam senyum sapa	Besar	Segar
10	Mahal	Lunak	pelayanan cepat tanpa salam senyum sapa	Besar	Tidak Segar
11	Terjangkau	Lembut	Pelayanan cepat dengan salam senyum sapa	Sedang	Tidak Segar
12	Mahal	Lembut	Pelayanan cepat dengan salam senyum sapa	Besar	Segar
13	Mahal	Lembut	Pelayanan cepat dengan salam senyum sapa	Kecil	Segar
14	Mahal	Lunak	Pelayanan cepat dengan salam senyum sapa	Besar	Segar
15	Terjangkau	Lunak	Pelayanan cepat dengan salam senyum sapa	Kecil	Tidak Segar
16	Terjangkau	Lembut	pelayanan cepat tanpa salam senyum sapa	Besar	Segar

Lampiran 6 Input Data Penilaian Responden Terhadap Stimulus

Nomor	Stimulus															
Responden	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
1	4	2	2	4	3	2	3	3	4	2	3	3	3	3	2	4
2	3	3	3	5	4	3	2	3	3	2	4	4	3	3	2	3
3	3	2	2	3	4	3	2	3	4	2	2	5	4	4	3	3
4	2	2	3	3	3	2	4	2	3	3	3	2	4	3	3	4
5	4	2	3	4	3	2	3	4	4	2	3	3	4	3	3	3
6	4	2	4	4	3	2	4	3	3	4	3	3	4	3	2	3
7	3	2	3	4	3	3	3	2	4	2	3	3	3	4	2	3
8	2	3	2	3	4	3	3	3	3	2	3	5	4	4	3	3
9	3	2	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3
10	4	2	4	4	3	2	4	2	3	3	3	4	3	3	2	3
11	2	1	3	3	2	1	3	2	4	3	3	3	3	4	2	3
12	4	3	3	4	3	2	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4
13	4	2	3	4	3	3	3	2	3	3	2	3	3	4	3	3
14	2	2	2	4	4	3	2	3	3	5	2	5	2	3	3	4
15	3	2	3	2	3	3	2	2	4	3	3	2	3	3	2	3
16	5	2	3	5	3	3	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3
17	2	2	2	2	5	3	2	5	3	4	3	5	5	4	3	2
18	5	3	3	4	3	2	3	2	3	3	3	4	3	4	2	3
19	2	2	2	2	3	2	3	3	5	5	4	3	2	3	4	4
20	4	1	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	4	4
21	2	2	3	2	3	3	4	2	2	2	2	2	2	4	2	3

Nomor	Stimulus															
Responden	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
22	4	3	3	3	4	2	2	2	4	2	2	3	2	4	3	3
23	3	2	3	4	4	2	2	2	4	2	2	4	2	4	3	4
24	2	2	3	3	4	2	2	3	4	4	2	4	2	3	2	3
25	3	2	2	3	3	2	3	3	3	3	2	4	2	4	2	5
26	2	2	3	2	3	2	3	2	4	2	3	2	2	4	2	3
27	4	2	3	4	2	2	3	2	4	3	3	3	2	2	1	4
28	3	3	5	5	3	2	4	2	4	2	5	3	2	3	1	3
29	3	1	3	3	2	2	3	1	3	2	3	2	3	3	2	2
30	2	1	3	3	3	2	2	2	3	3	2	2	3	3	2	3
31	2	2	2	3	3	3	4	2	2	2	2	3	2	3	2	3
32	4	4	3	3	4	3	1	2	4	4	5	3	3	4	1	4
33	3	1	3	3	3	2	3	1	1	2	2	2	3	3	2	3
34	4	2	3	3	2	2	3	2	3	2	2	3	2	3	3	3
35	2	4	2	2	4	4	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3
36	3	2	4	3	3	1	3	3	3	2	5	4	3	4	2	4
37	3	2	2	3	4	3	2	3	4	3	3	2	2	2	4	4
38	3	2	3	3	3	2	3	3	2	3	2	4	2	2	3	3
39	3	2	2	3	3	3	3	2	4	2	2	4	3	3	3	3
40	3	2	2	4	4	4	2	2	2	2	4	2	2	2	3	3
41	3	1	4	4	3	2	4	2	4	2	2	3	2	4	2	4
42	3	1	4	3	3	2	3	2	3	4	2	3	4	3	2	4
43	2	4	3	3	3	2	2	3	4	3	3	4	2	4	3	4

Nomor	Stimulus															
Responden	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
44	4	2	4	4	3	3	4	3	3	4	3	4	2	4	2	3
45	3	2	3	4	2	2	5	2	3	3	2	2	3	3	3	3
46	4	3	3	4	3	2	4	3	4	4	3	3	3	4	2	3
47	3	2	3	4	3	2	3	1	4	2	2	3	2	3	1	3
48	3	2	2	4	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3
49	3	2	2	3	3	2	4	3	2	2	3	2	2	3	3	3
50	4	2	2	3	3	3	3	2	2	2	3	3	2	3	2	3
51	2	3	2	3	3	3	4	2	3	2	3	3	2	3	2	4
52	3	3	3	4	3	3	3	2	2	3	3	4	3	3	1	3
53	3	2	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3
54	3	2	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	2	3
55	3	2	3	3	4	3	4	2	3	3	4	4	3	3	1	4
56	3	3	3	4	3	4	2	2	2	4	4	4	2	4	2	4
57	2	3	3	3	3	2	3	2	2	3	2	3	2	3	2	2
58	4	2	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	2	4	2	4
59	3	2	4	4	3	2	3	2	3	3	3	3	2	3	2	3
60	3	1	4	3	4	3	3	1	4	3	3	4	2	4	2	2

Lampiran 7 Hasil Overall Statistic Dan Average Importance Value Responden Laki Laki

Utilities			
		Utility Estimate	Std. Error
Harga	Mahal	-,049	,079
	Terjangkau	,002	,092
	Murah	,047	,092
Tekstur	Lembut	-,044	,059
	Lunak	,044	,059
Pelayanan	Pelayanan cepat dengan salam senyum sapa	,022	,059
	pelayanan cepat tanpa salam senyum sapa	-,022	,059
Porsi	Besar	,157	,079
	Sedang	,098	,092
	Kecil	-,255	,092
Kesegaran	Segar	,368	,059
	Tidak Segar	-,368	,059
(Constant)		2,870	,065

Importance Values	
Harga	29,111
Tekstur	8,854
Pelayanan	9,763
Porsi	23,395
Kesegaran	28,876
Averaged Importance Score	

Lampiran 8 Hasil Overall Statistic Dan Average Importance Value Responden Perempuan

Utilities			
		Utility Estimate	Std. Error
Harga	Mahal	-,190	,074
	Terjangkau	-,004	,087
	Murah	,194	,087
Tekstur	Lembut	-,035	,055
	Lunak	,035	,055
Pelayanan	Pelayanan cepat dengan salam senyum sapa	,058	,055
	pelayanan cepat tanpa salam senyum sapa	-,058	,055
Porsi	Besar	,116	,074
	Sedang	,108	,087
	Kecil	-,224	,087
Kesegaran	Segar	,238	,055
	Tidak Segar	-,238	,055
(Constant)		2,946	,061

Importance Values	
Harga	31,917
Tekstur	10,54
Pelayanan	9,979
Porsi	27,048
Kesegaran	20,516
Averaged Importance Score	

Lampiran 9 Hasil Overall Statistic Dan Average Importance Value Responden
Usia 17 - 23

		Utilities	
		Utility Estimate	Std. Error
Harga	Mahal	-,300	,105
	Terjangkau	-,025	,123
	Murah	,325	,123
Tekstur	Lembut	,050	,079
	Lunak	-,050	,079
Pelayanan	Pelayanan cepat dengan salam senyum sapa	,100	,079
	pelayanan cepat tanpa salam senyum sapa	-,100	,079
Porsi	Besar	,267	,105
	Sedang	,117	,123
	Kecil	-,383	,123
Kesegaran	Segar	,275	,079
	Tidak Segar	-,275	,079
(Constant)		2,808	,087

Importance Values	
Harga	25,352
Tekstur	13,042
Pelayanan	8,542
Porsi	29,687
Kesegaran	23,377
Averaged Importance Score	

Lampiran 10 Hasil Overall Statistic Dan Average Importance Value Responden
Usia 24 – 32

Utilities			
		Utility Estimate	Std. Error
Harga	Mahal	,025	,083
	Terjangkau	-,123	,097
	Murah	,098	,097
Tekstur	Lembut	-,018	,062
	Lunak	,018	,062
Pelayanan	Pelayanan cepat dengan salam senyum sapa	,055	,062
	pelayanan cepat tanpa salam senyum sapa	-,055	,062
Porsi	Besar	,123	,083
	Sedang	,078	,097
	Kecil	-,201	,097
Kesegaran	Segar	,313	,062
	Tidak Segar	-,313	,062
(Constant)		2,915	,069

Importance Values	
Harga	30,725
Tekstur	9,756
Pelayanan	11,103
Porsi	23,33
Kesegaran	25,085
Averaged Importance Score	

Lampiran 11 Hasil Overall Statistic Dan Average Importance Value Responden Usia 33-41

Utilities			
		Utility Estimate	Std. Error
Harga	Mahal	-,272	,067
	Terjangkau	,074	,078
	Murah	,199	,078
Tekstur	Lembut	-,055	,050
	Lunak	,055	,050
Pelayanan	Pelayanan cepat dengan salam senyum sapa	,050	,050
	pelayanan cepat tanpa salam senyum sapa	-,050	,050
Porsi	Besar	,125	,067
	Sedang	,077	,078
	Kecil	-,202	,078
Kesegaran	Segar	,238	,050
	Tidak Segar	-,238	,050
(Constant)		2,933	,055

Importance Values	
Harga	34,036
Tekstur	11,001
Pelayanan	9,66
Porsi	25,384
Kesegaran	19,919
Averaged Importance Score	

Lampiran 12 Hasil Overall Statistic Dan Average Importance Value Responden Usia 42-50

Utilities			Utility Estimate	Std. Error
Harga	Mahal		-,056	,118
	Terjangkau		,042	,138
	Murah		,014	,138
Tekstur	Lembut		-,056	,088
	Lunak		,056	,088
Pelayanan	Pelayanan cepat dengan salam senyum sapa		-,014	,088
	pelayanan cepat tanpa salam senyum sapa		,014	,088
Porsi	Besar		,074	,118
	Sedang		,269	,138
	Kecil		-,343	,138
Kesegaran	Segar		,250	,088
	Tidak Segar		-,250	,088
(Constant)			2,745	,098

Importance Values	
Harga	26,579
Tekstur	7,247
Pelayanan	8,135
Porsi	33,928
Kesegaran	24,11
Averaged Importance Score	

Lampiran 13 Hasil Overall Statistic Dan Average Importance Value Responden Usia 51 - 60

Utilities			
		Utility Estimate	Std. Error
Harga	Mahal	-,306	,154
	Terjangkau	,028	,181
	Murah	,278	,181
Tekstur	Lembut	,104	,116
	Lunak	-,104	,116
Pelayanan	Pelayanan cepat dengan salam senyum sapa	,229	,116
	pelayanan cepat tanpa salam senyum sapa	-,229	,116
Porsi	Besar	,250	,154
	Sedang	,000	,181
	Kecil	-,250	,181
Kesegaran	Segar	,188	,116
	Tidak Segar	-,188	,116
(Constant)		3,076	,128

Importance Values	
Harga	36,384
Tekstur	11,379
Pelayanan	18,302
Porsi	19,726
Kesegaran	14,209
Averaged Importance Score	

Lampiran 14 Hasil Overall Statistic Dan Average Importance Value Responden Pendidikan SD

Utilities			
		Utility Estimate	Std. Error
Harga	Mahal	-,090	,090
	Terjangkau	-,099	,105
	Murah	,189	,105
Tekstur	Lembut	-,029	,067
	Lunak	,029	,067
Pelayanan	Pelayanan cepat dengan salam senyum sapa	,010	,067
	pelayanan cepat tanpa salam senyum sapa	-,010	,067
Porsi	Besar	,154	,090
	Sedang	,115	,105
	Kecil	-,269	,105
Kesegaran	Segar	,231	,067
	Tidak Segar	-,231	,067
(Constant)		2,926	,074

Importance Values	
Harga	36,166
Tekstur	8,914
Pelayanan	11,349
Porsi	26,494
Kesegaran	17,077
Averaged Importance Score	

Lampiran 15 Hasil Overall Statistic Dan Average Importance Value Responden Pendidikan SMP

Utilities			
		Utility Estimate	Std. Error
Harga	Mahal	-,250	,060
	Terjangkau	-,051	,070
	Murah	,301	,070
Tekstur	Lembut	-,092	,045
	Lunak	,092	,045
Pelayanan	Pelayanan cepat dengan salam senyum sapa	,055	,045
	pelayanan cepat tanpa salam senyum sapa	-,055	,045
Porsi	Besar	,083	,060
	Sedang	,179	,070
	Kecil	-,262	,070
Kesegaran	Segar	,246	,045
	Tidak Segar	-,246	,045
(Constant)		2,898	,050

Importance Values	
Harga	29,219
Tekstur	11,553
Pelayanan	8,911
Porsi	29,207
Kesegaran	21,111
Averaged Importance Score	

Lampiran 16 Hasil Overall Statistic Dan Average Importance Value Responden Pendidikan SMA

Utilities			
		Utility Estimate	Std. Error
Harga	Mahal	-,131	,084
	Terjangkau	,077	,099
	Murah	,054	,099
Tekstur	Lembut	,009	,063
	Lunak	-,009	,063
Pelayanan	Pelayanan cepat dengan salam senyum sapa	,057	,063
	pelayanan cepat tanpa salam senyum sapa	-,057	,063
Porsi	Besar	,163	,084
	Sedang	,056	,099
	Kecil	-,218	,099
Kesegaran	Segar	,247	,063
	Tidak Segar	-,247	,063
(Constant)		2,918	,070

Importance Values	
Harga	33,379
Tekstur	9,956
Pelayanan	9,060
Porsi	26,763
Kesegaran	20,842
Averaged Importance Score	

Lampiran 17 Hasil Overall Statistic Dan Average Importance Value Responden Pendidikan S1

Utilities			
		Utility Estimate	Std. Error
Harga	Mahal	-,157	,094
	Terjangkau	,009	,111
	Murah	,148	,111
Tekstur	Lembut	-,035	,071
	Lunak	,035	,071
Pelayanan	Pelayanan cepat dengan salam senyum sapa	,076	,071
	pelayanan cepat tanpa salam senyum sapa	-,076	,071
Porsi	Besar	,139	,094
	Sedang	,056	,111
	Kecil	-,194	,111
Kesegaran	Segar	,396	,071
	Tidak Segar	-,396	,071
(Constant)		2,928	,078

Importance Values	
Harga	26,635
Tekstur	9,344
Pelayanan	10,554
Porsi	18,579
Kesegaran	34,888
Averaged Importance Score	

Lampiran 18 Hasil Overall Statistic Dan Average Importance Value Responden Pekerjaan Mahasiswa

Utilities			
		Utility Estimate	Std. Error
Harga	Mahal	-,111	,161
	Terjangkau	-,319	,189
	Murah	,431	,189
Tekstur	Lembut	,125	,121
	Lunak	-,125	,121
Pelayanan	Pelayanan cepat dengan salam senyum sapa	-,083	,121
	pelayanan cepat tanpa salam senyum sapa	,083	,121
Porsi	Besar	,167	,161
	Sedang	,083	,189
	Kecil	-,250	,189
Kesegaran	Segar	,208	,121
	Tidak Segar	-,208	,121
(Constant)		3,028	,134

Importance Values	
Harga	33,775
Tekstur	11,127
Pelayanan	10,294
Porsi	26,422
Kesegaran	18,382
Averaged Importance Score	

Lampiran 19 Hasil Overall Statistic Dan Average Importance Value Responden
Pekerjaan Karyawan Swasta

Utilities			
		Utility Estimate	Std. Error
Harga	Mahal	-,274	,081
	Terjangkau	,083	,094
	Murah	,190	,094
Tekstur	Lembut	-,063	,060
	Lunak	,063	,060
Pelayanan	Pelayanan cepat dengan salam senyum sapa	-,009	,060
	pelayanan cepat tanpa salam senyum sapa	,009	,060
Porsi	Besar	,060	,081
	Sedang	,167	,094
	Kecil	-,226	,094
Kesegaran	Segar	,295	,060
	Tidak Segar	-,295	,060
(Constant)		2,902	,067

Importance Values	
Harga	26,090
Tekstur	9,224
Pelayanan	8,676
Porsi	29,557
Kesegaran	26,453
Averaged Importance Score	

Lampiran 20 Hasil Overall Statistic Dan Average Importance Value Responden Pekerjaan Wiraswasta

Utilities			
		Utility Estimate	Std. Error
Harga	Mahal	,188	,067
	Terjangkau	,063	,079
	Murah	-,250	,079
Tekstur	Lembut	-,063	,050
	Lunak	,063	,050
Pelayanan	Pelayanan cepat dengan salam senyum sapa	,031	,050
	pelayanan cepat tanpa salam senyum sapa	-,031	,050
Porsi	Besar	,000	,067
	Sedang	,172	,079
	Kecil	-,172	,079
Kesegaran	Segar	,313	,050
	Tidak Segar	-,313	,050
(Constant)		2,938	,056

Importance Values	
Harga	37,741
Tekstur	9,479
Pelayanan	13,889
Porsi	15,118
Kesegaran	23,773
Averaged Importance Score	

Lampiran 21 Hasil Overall Statistic Dan Average Importance Value Responden
Pekerjaan PNS

Utilities			
		Utility Estimate	Std. Error
Harga	Mahal	-,317	,142
	Terjangkau	-,092	,166
	Murah	,408	,166
Tekstur	Lembut	-,013	,106
	Lunak	,013	,106
Pelayanan	Pelayanan cepat dengan salam senyum sapa	,113	,106
	pelayanan cepat tanpa salam senyum sapa	-,113	,106
Porsi	Besar	,150	,142
	Sedang	,025	,166
	Kecil	-,175	,166
Kesegaran	Segar	,313	,106
	Tidak Segar	-,313	,106
(Constant)		3,004	,117

Importance Values	
Harga	35,958
Tekstur	8,211
Pelayanan	9,951
Porsi	20,889
Kesegaran	24,991
Averaged Importance Score	

Lampiran 22 Hasil Overall Statistic Dan Average Importance Value Responden Pekerjaan Petani

Utilities			
		Utility Estimate	Std. Error
Harga	Mahal	-,023	,094
	Terjangkau	,000	,110
	Murah	,023	,110
Tekstur	Lembut	-,040	,070
	Lunak	,040	,070
Pelayanan	Pelayanan cepat dengan salam senyum sapa	,085	,070
	pelayanan cepat tanpa salam senyum sapa	-,085	,070
Porsi	Besar	,250	,094
	Sedang	,045	,110
	Kecil	-,295	,110
Kesegaran	Segar	,278	,070
	Tidak Segar	-,278	,070
(Constant)		2,847	,078

Importance Values	
Harga	28,451
Tekstur	9,380
Pelayanan	10,440
Porsi	28,567
Kesegaran	23,163
Averaged Importance Score	

Lampiran 23 Hasil Overall Statistic Dan Average Importance Value Responden Pekerjaan Ibu Rumah Tangga

Utilities			
		Utility Estimate	Std. Error
Harga	Mahal	-,244	,082
	Terjangkau	-,018	,096
	Murah	,261	,096
Tekstur	Lembut	-,019	,061
	Lunak	,019	,061
Pelayanan	Pelayanan cepat dengan salam senyum sapa	,058	,061
	pelayanan cepat tanpa salam senyum sapa	-,058	,061
Porsi	Besar	,135	,082
	Sedang	,115	,096
	Kecil	-,250	,096
Kesegaran	Segar	,207	,061
	Tidak Segar	-,207	,061
(Constant)		2,897	,068

Importance Values	
Harga	31,477
Tekstur	11,398
Pelayanan	10,034
Porsi	29,274
Kesegaran	17,817
Averaged Importance Score	

Lampiran 24 Hasil Overall Statistic Dan Average Importance Value Responden
Pendapatan < Rp 1.000.000

Utilities			
		Utility Estimate	Std. Error
Harga	Mahal	-,389	,105
	Terjangkau	-,243	,123
	Murah	,632	,123
Tekstur	Lembut	,042	,079
	Lunak	-,042	,079
Pelayanan	Pelayanan cepat dengan salam senyum sapa	,063	,079
	pelayanan cepat tanpa salam senyum sapa	-,063	,079
Porsi	Besar	,250	,105
	Sedang	,167	,123
	Kecil	-,417	,123
Kesegaran	Segar	,292	,079
	Tidak Segar	-,292	,079
(Constant)		3,014	,087

Importance Values	
Harga	38,868
Tekstur	7,501
Pelayanan	5,667
Porsi	26,580
Kesegaran	21,385
Averaged Importance Score	

Lampiran 25 Hasil Overall Statistic Dan Average Importance Value Responden
Pendapatan Rp 1.000.000 – Rp 2.500.000

		Utilities	
		Utility Estimate	Std. Error
Harga	Mahal	-,184	,086
	Terjangkau	-,055	,101
	Murah	,239	,101
Tekstur	Lembut	-,022	,065
	Lunak	,022	,065
Pelayanan	Pelayanan cepat dengan salam senyum sapa	,039	,065
	pelayanan cepat tanpa salam senyum sapa	-,039	,065
Porsi	Besar	,109	,086
	Sedang	,096	,101
	Kecil	-,205	,101
Kesegaran	Segar	,254	,065
	Tidak Segar	-,254	,065
(Constant)		2,872	,072

Importance Values	
Harga	30,411
Tekstur	9,293
Pelayanan	10,057
Porsi	28,409
Kesegaran	21,830
Averaged Importance Score	

Lampiran 26 Hasil Overall Statistic Dan Average Importance Value Responden
Pendapatan Rp 2.500.000 – Rp 4.000.000

Utilities			
		Utility Estimate	Std. Error
Harga	Mahal	-,186	,072
	Terjangkau	,086	,085
	Murah	,100	,085
Tekstur	Lembut	-,051	,054
	Lunak	,051	,054
Pelayanan	Pelayanan cepat dengan salam senyum sapa	,074	,054
	pelayanan cepat tanpa salam senyum sapa	-,074	,054
Porsi	Besar	,157	,072
	Sedang	,127	,085
	Kecil	-,284	,085
Kesegaran	Segar	,213	,054
	Tidak Segar	-,213	,054
(Constant)		2,919	,060

Importance Values	
Harga	30,566
Tekstur	11,876
Pelayanan	11,647
Porsi	27,765
Kesegaran	18,146
Averaged Importance Score	

Lampiran 27 Hasil Overall Statistic Dan Average Importance Value Responden
Pendapatan Rp 4.000.000 – Rp 5.500.000

Utilities			
		Utility Estimate	Std. Error
Harga	Mahal	,198	,128
	Terjangkau	,104	,150
	Murah	-,302	,150
Tekstur	Lembut	-,086	,096
	Lunak	,086	,096
Pelayanan	Pelayanan cepat dengan salam senyum sapa	,023	,096
	pelayanan cepat tanpa salam senyum sapa	-,023	,096
Porsi	Besar	,073	,128
	Sedang	,104	,150
	Kecil	-,177	,150
Kesegaran	Segar	,352	,096
	Tidak Segar	-,352	,096
(Constant)		2,940	,106

Importance Values	
Harga	35,351
Tekstur	9,254
Pelayanan	10,390
Porsi	17,165
Kesegaran	27,840
Averaged Importance Score	

Lampiran 28 Hasil Overall Statistic Dan Average Importance Value Responden
Jumlah Anggota Keluarga 1 -2 Orang

Utilities			
		Utility Estimate	Std. Error
Harga	Mahal	-,102	,110
	Terjangkau	-,080	,129
	Murah	,182	,129
Tekstur	Lembut	-,037	,083
	Lunak	,037	,083
Pelayanan	Pelayanan cepat dengan salam senyum sapa	,099	,083
	pelayanan cepat tanpa salam senyum sapa	-,099	,083
Porsi	Besar	,148	,110
	Sedang	,085	,129
	Kecil	-,233	,129
Kesegaran	Segar	,321	,083
	Tidak Segar	-,321	,083
(Constant)		2,952	,091

Importance Values	
Harga	29,263
Tekstur	9,026
Pelayanan	12,319
Porsi	25,716
Kesegaran	23,675
Averaged Importance Score	

Lampiran 29 Hasil Overall Statistic Dan Average Importance Value Responden
Jumlah Anggota Keluarga 3-4 Orang

Utilities			
		Utility Estimate	Std. Error
Harga	Mahal	-,120	,054
	Terjangkau	,045	,063
	Murah	,075	,063
Tekstur	Lembut	-,030	,040
	Lunak	,030	,040
Pelayanan	Pelayanan cepat dengan salam senyum sapa	-,005	,040
	pelayanan cepat tanpa salam senyum sapa	,005	,040
Porsi	Besar	,167	,054
	Sedang	,077	,063
	Kecil	-,243	,063
Kesegaran	Segar	,280	,040
	Tidak Segar	-,280	,040
(Constant)		2,903	,045

Importance Values	
Harga	31,502
Tekstur	11,444
Pelayanan	7,484
Porsi	24,363
Kesegaran	25,207
Averaged Importance Score	

Lampiran 30 Hasil Overall Statistic Dan Average Importance Value Responden
Jumlah Anggota Keluarga 5-6 Orang

Utilities			
		Utility Estimate	Std. Error
Harga	Mahal	-,295	,079
	Terjangkau	-,034	,092
	Murah	,330	,092
Tekstur	Lembut	-,017	,059
	Lunak	,017	,059
Pelayanan	Pelayanan cepat dengan salam senyum sapa	,063	,059
	pelayanan cepat tanpa salam senyum sapa	-,063	,059
Porsi	Besar	,114	,079
	Sedang	,159	,092
	Kecil	-,273	,092
Kesegaran	Segar	,108	,059
	Tidak Segar	-,108	,059
(Constant)		2,869	,065

Importance Values	
Harga	38,911
Tekstur	8,293
Pelayanan	11,281
Porsi	30,878
Kesegaran	10,637
Averaged Importance Score	

Lampiran 31 Hasil Overall Statistic Dan Average Importance Value Responden
Jumlah Anggota Keluarga 7-9 Orang

		Utilities	
		Utility Estimate	Std. Error
Harga	Mahal	-,292	,191
	Terjangkau	-,104	,224
	Murah	,396	,224
Tekstur	Lembut	-,281	,143
	Lunak	,281	,143
Pelayanan	Pelayanan cepat dengan salam senyum sapa	,156	,143
	pelayanan cepat tanpa salam senyum sapa	-,156	,143
Porsi	Besar	,125	,191
	Sedang	,375	,224
	Kecil	-,500	,224
Kesegaran	Segar	,281	,143
	Tidak Segar	-,281	,143
(Constant)		2,823	,158

Importance Values	
Harga	25,789
Tekstur	17,895
Pelayanan	9,298
Porsi	29,123
Kesegaran	17,895
Averaged Importance Score	

Lampiran 32 Hasil Analisis Conjoint 60 Responden Pada Overall Statistic Dan Average Importance Value Dan Correlations

Utilities			
		Utility Estimate	Std. Error
Harga	Mahal	-,154	,070
	Terjangkau	-,013	,083
	Murah	,167	,083
Tekstur	Lembut	-,032	,053
	Lunak	,032	,053
Pelayanan	Pelayanan cepat dengan salam senyum sapa	,049	,053
	pelayanan cepat tanpa salam senyum sapa	-,049	,053
Porsi	Besar	,132	,070
	Sedang	,113	,083
	Kecil	-,245	,083
Kesegaran	Segar	,259	,053
	Tidak Segar	-,259	,053
(Constant)		2,909	,058

Importance Values	
Harga	31,959
Tekstur	9,841
Pelayanan	10,113
Porsi	26,544
Kesegaran	21,543
Averaged Importance Score	

Correlations^a		
	Value	Sig.
Pearson's R	,914	,000
Kendall's tau	,812	,000
a. Correlations between observed and estimated preferences		

Lampiran 33 Uji Validitas

correlations

		Mahal	Terjangkau	Murah	Harga
Mahal	Pearson Correlation	1	,012	,277*	,744**
	Sig. (2-tailed)		,928	,032	,000
	N	60	60	60	60
Terjangkau	Pearson Correlation	,012	1	-,148	,454**
	Sig. (2-tailed)	,928		,258	,000
	N	60	60	60	60
Murah	Pearson Correlation	,277*	-,148	1	,612**
	Sig. (2-tailed)	,032	,258		,000
	N	60	60	60	60
Harga	Pearson Correlation	,744**	,454**	,612**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	60	60	60	60

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

		Lembut	Lunak	Tekstur
Lembut	Pearson Correlation	1	-,150	,746**
	Sig. (2-tailed)		,253	,000
	N	60	60	60
Lunak	Pearson Correlation	-,150	1	,546**
	Sig. (2-tailed)	,253		,000
	N	60	60	60
Tekstur	Pearson Correlation	,746**	,546**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	
	N	60	60	60

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

		Pelayanan cepat dengan salam senyum sapa	Pelayanan cepat tanpa salam senyum sapa	Pelayanan
Pelayanan cepat dengan salam senyum sapa	Pearson Correlation	1	-,111	,600**
	Sig. (2-tailed)		,399	,000
	N	60	60	60
Pelayanan cepat tanpa salam senyum sapa	Pearson Correlation	-,111	1	,729**
	Sig. (2-tailed)	,399		,000
	N	60	60	60
Pelayanan	Pearson Correlation	,600**	,729**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	
	N	60	60	60

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

		Besar	Sedang	Kecil	Porsi
Besar	Pearson Correlation	1	,121	,329*	,687**
	Sig. (2-tailed)		,356	,010	,000
	N	60	60	60	60
Sedang	Pearson Correlation	,121	1	,125	,610**
	Sig. (2-tailed)	,356		,343	,000
	N	60	60	60	60
Kecil	Pearson Correlation	,329*	,125	1	,739**
	Sig. (2-tailed)	,010	,343		,000
	N	60	60	60	60
Porsi	Pearson Correlation	,687**	,610**	,739**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	60	60	60	60

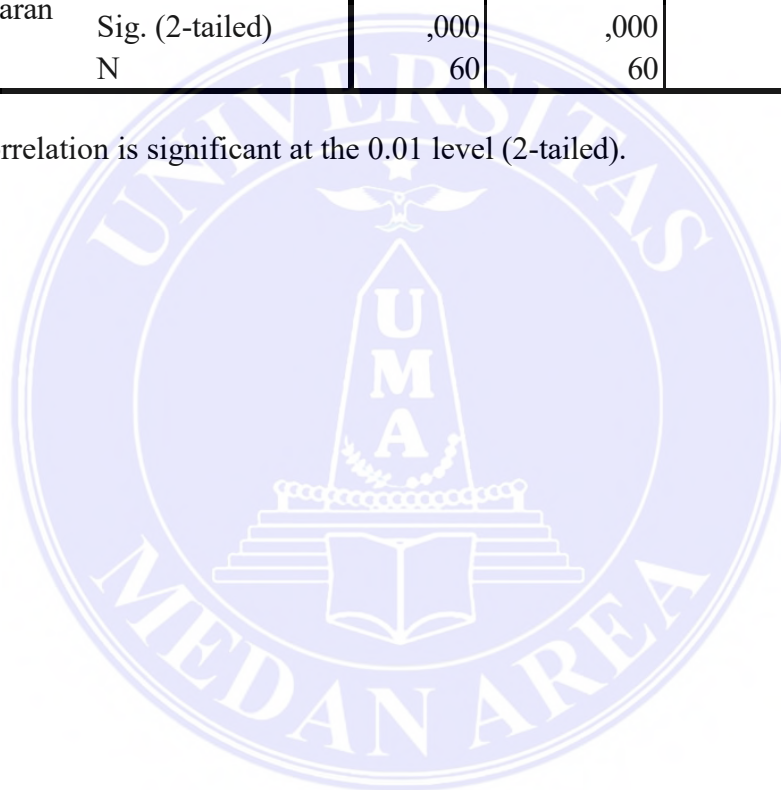
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

		Segar	Tidak segar	Kesegaran
Segar	Pearson Correlation	1	-,080	,621**
	Sig. (2-tailed)		,542	,000
	N	60	60	60
Tidak_segar	Pearson Correlation	-,080	1	,731**
	Sig. (2-tailed)	,542		,000
	N	60	60	60
Kesegaran	Pearson Correlation	,621**	,731**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	
	N	60	60	60

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).



Lampiran 34 Uji Realibilitas

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	60	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	60	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,525	16

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1	43,38	15,223	,193	,507
X2	44,30	15,231	,241	,497
X3	43,52	16,491	,012	,541
X4	43,07	15,656	,148	,516
X5	43,28	15,664	,227	,502
X6	43,95	15,879	,135	,518
X7	43,40	17,431	-,150	,577
X8	44,03	13,999	,473	,448
X9	43,25	15,547	,149	,516
X10	43,60	14,447	,299	,481
X11	43,57	14,826	,270	,490
X12	43,17	13,497	,459	,440
X13	43,80	15,451	,176	,510
X14	43,17	15,667	,195	,507
X15	44,08	16,654	-,022	,549
X16	43,18	15,915	,161	,513

Lampiran 35 Gambar dokumentasi penelitian



Gambar 9 Poto Bersama Usaha Tani Jamur Tiram



gambar 8 poto dirumah konsumen di dusun plorida langganan pemasar



gambar 7 poto dirumah konsumen saat pemasar mengantar belanjaan konsumen di dusun sidodadi



gambar 14 poto bersama konsumen saat konsumen belanja bahan rumah tangga di pasar perkebunan teluk panji



gambar 13 poto bersama konsumen saat pemasar mengunjungi konsumen di dusun kampung kidul



gambar 12 poto bersama konsumen saat konsumen berbelanja jamur tiram langsung sama usaha tani di dusun sei kalam



gambar 10 saat konsumen berbelanja. dengan pedagang dan dilayanin dengan pelayanan cepat dengan



gambar 11 saat konsumen berbelanja di pasar perkebunan teluk panji


Lampiran 36 lokasi penelitian



Kebun Tlk. Panji, Kec. Kp.
Rakyat, Kab. Labuhanbatu
Selatan, Sumatera Utara



Lampiran 37 surat pengantar penelitian

**UNIVERSITAS MEDAN AREA**
FAKULTAS PERTANIAN
Kampus I : Jalan Kolan Nomor 1 Medan Estate ☎ (061) 7360168, 7366878, 7364348 📠 (061) 7368012 Medan 20371
Kampus II : Jalan Setiabudi Nomor 79 / Jalan Sei Serayu Nomor 70 A ☎ (061) 8225602 📠 (061) 8226331 Medan 20122
Website: www.uma.ac.id E-Mail: univ_medanarea@uma.ac.id

Nomor : 1831/FP.2/01.10/V/2023
Lamp. : -
Hal : Pengambilan Data/Riset

Medan, 26 Mei 2023

Yth. Kepala Desa Perkebunan Teluk Panji
Desa Perkebunan Teluk Panji, Kecamatan Kampung Rakyat,
Kabupaten Labuhanbatu Selatan
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:

Nama : Arief Rahman
NIM : 198220009
Program Studi : Agribisnis

Untuk melaksanakan Penelitian dan atau Pengambilan Data di Kantor Kepala Desa Perkebunan Teluk Panji, Kecamatan Kampung Rakyat, Kabupaten Labuhanbatu Selatan untuk kepentingan skripsi berjudul "Analisis Preferensi Konsumen Jamur Tiram (Studi Kasus : Desa Perkebunan Teluk Panji, Kecamatan Kampung Rakyat, Kabupaten Labuhanbatu Selatan)"

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 38 surat selesai pengambilan data

**PEMERINTAH KABUPATEN LABUHANBATU SELATAN**
KECAMATAN KAMPUNG RAKYAT
KANTOR KEPALA DESA PERKEBUNAN TELUK PANJI
Alamat Kantor: Jalan Besar Sidodadi No.45 Kode Pos 21463

SURAT KETERANGAN
NOMOR 973/ 931 /P.TP/2023

Yang bertanda tangan dibawa ini:

Nama	JUNAR
Jabatan	Kaur Pemerintahan , Desa Perkebunan Teluk Panji Kecamatan Kampung Rakyat Kabupaten Labuhanbatu Selatan

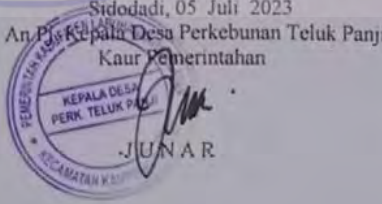
MENERANGKAN

Nama	: ARIEF RAHMAN
Umur	: 22 Tahun
Bangsa/Agama	: Indonesia/Islam
Status Perkawinan	: Belum Kawin
Alamat	: Dusun Air Lumpatan, Saugai Kanan, Sungai Kanan-Labusel.
Nim	: 198220009
Program Studi	: Agribisnis

Dengan surat ini diterangkan bahwa nama tersebut diatas benar telah melakukan **Penelitian/ Analisis Preferensi Kosumen Jamur Tiram, Studi Kasus Dari Tanggal 05 Juni S/d 05 Juli 2023** Di Desa Kami, Desa Perk Teluk Panji Kecamatan Kampung Rakyat ,Kabupaten Labuhanbatu Selatan. **Dengan Baik.**

Demikianlah surat keterangan ini diperbuat dengan sebenarnya untuk dapat dipergunakan seperlunya.

Sidodadi, 05 Juli 2023
An. P. Kepala Desa Perkebunan Teluk Panji
Kaur Pemerintahan


JUNAR