

**ANALISIS SIKAP DAN PREFERENSI KONSUMEN
TERHADAP ATRIBUT SAYUR KANGKUNG HIDROPONIK
(Studi Kasus : Syifa Hidroponik, Kecamatan Medan Area,
Kota Medan)**

SKRIPSI

OLEH :

MHD ALDIO FATUR RAHMAN

198220072



PROGRAM STUDI AGRIBISNIS

FAKULTAS PERTANIAN

UNIVERSITAS MEDAN AREA

2024

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 5/2/25

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)5/2/25

**ANALISIS SIKAP DAN PREFERENSI KONSUMEN
TERHADAP ATRIBUT SAYUR KANGKUNG HIDROPONIK
(Studi Kasus : Syifa Hidroponik, Kecamatan Medan Area,
Kota Medan)**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah Satu Syarat

Untuk Memperoleh Gelar Sarjana di Program Studi Agribisnis

Fakultas Pertanian Universitas Medan Area

OLEH :

MHD. ALDIO FATUR RAHMAN

198220072

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

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : ANALISIS SIKAP DAN PREFERENSI KONSUMEN
TERHADAP ATRIBUT SAYUR KANGKUNG HIDROPONIK
(STUDI KASUS : SYIFA HIDROPONIK, KECAMATAN
MEDAN AREA, KOTA MEDAN)

Nama : MHD. ALDIO FATUR RAHMAN

Npm : 198220072

Fakultas : PERTANIAN

Disetujui oleh:

Komisi Pembimbing



(Sri Ariani Safitri, SP, M.Si)

Dosen Pembimbing

Diketahui :



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



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

Tanggal Lulus: 21 Agustus 2024

HALAMAN PERNYATAAN

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

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



Medan, 5 November 2024



Mhd. Aldio Fatur Rahman
198220072

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Mhd. Aldio Fatur Rahman

NIM : 198220072

Program Studi : Agribisnis

Fakultas : Pertanian

Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul: "ANALISIS SIKAP DAN PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP ATRIBUT SAYUR KANGKUNG HIDROPONIK (Studi Kasus : Syifa Hidroponik, Kecamatan Medan Area, Kota Medan)" beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak bebas royalti noneksklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalih media atau formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*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 dengan sebenarnya.

Dibuat di : Medan
Pada tanggal : 5 November 2024
Yang menyatakan

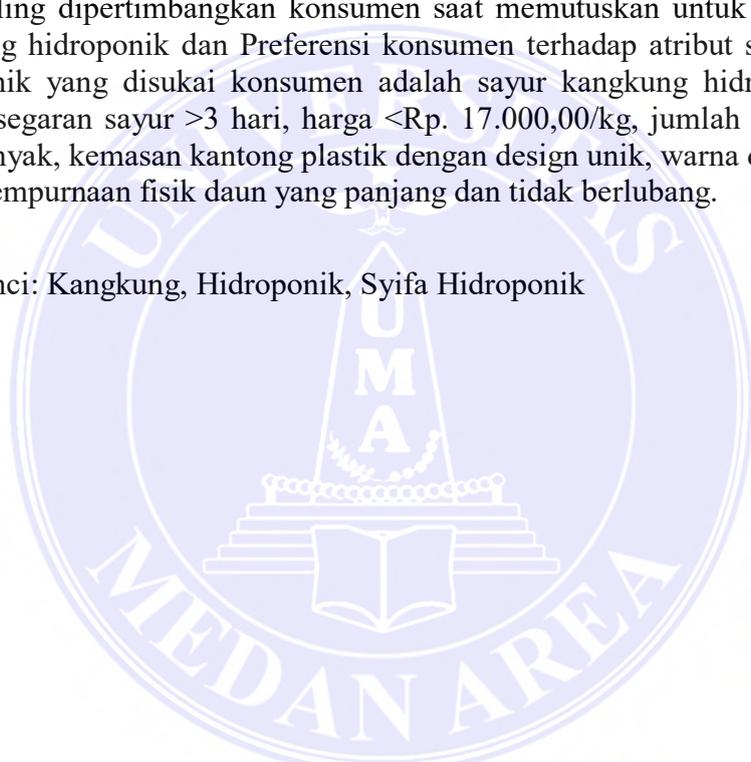


(Mhd. Aldio Fatur Rahman)

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana sikap dan preferensi konsumen terhadap atribut kangkung hidroponik. Syifa Hidroponik sebagai tempat penelitian ini dengan alasan karena di syifa hidroponik menjual sayuran kangkung hidroponik yang cocok dengan permasalahan sesuai dengan judul penelitian. Penelitian ini menggunakan observasi lapangan dengan menggunakan instrumen penelitian berupa kuisioner dan wawancara, jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Sampel yang diteliti yaitu sebanyak 50 konsumen. Analisis data yang digunakan adalah analisis multialtribut fishbein dan analisis konjoin. Hasil penelitian ini adalah Sikap konsumen terhadap atribut sayur kangkung hidroponik di Syifa Hidroponik Medan, atribut kesempurnaan fisik daun merupakan atribut yang dinilai sangat positif oleh konsumen dan menjadi atribut yang paling dipertimbangkan konsumen saat memutuskan untuk membeli sayur kangkung hidroponik dan Preferensi konsumen terhadap atribut sayur kangkung hidroponik yang disukai konsumen adalah sayur kangkung hidroponik dengan lama kesegaran sayur >3 hari, harga <Rp. 17.000,00/kg, jumlah daun perbatang yang banyak, kemasan kantong plastik dengan design unik, warna daun yang hijau tua, kesempurnaan fisik daun yang panjang dan tidak berlubang.

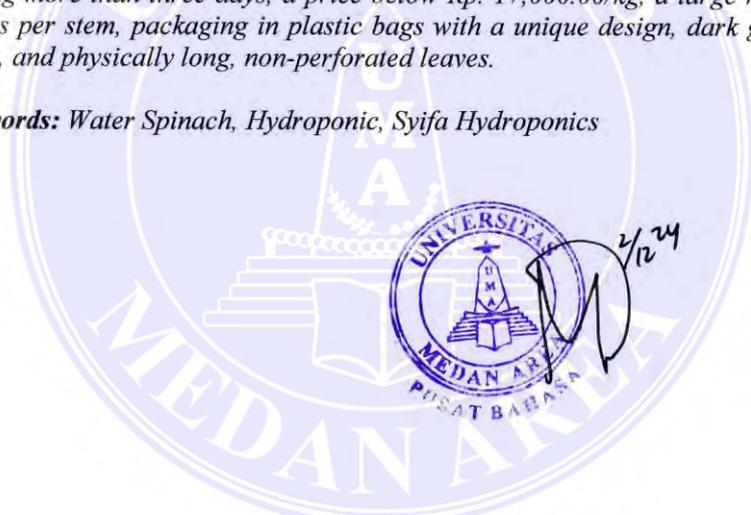
Kata kunci: Kangkung, Hidroponik, Syifa Hidroponik



ABSTRACT

This research aimed to determine consumer attitudes and preferences towards the attributes of hydroponic water spinach. Syifa Hydroponics was chosen as the research location because they sell hydroponic water spinach, which aligns with the research topic. The research used field observations with research instruments in the form of questionnaires and interviews. This research was quantitative. The sample studied consisted of 50 consumers. The data analysis used Fishbein's multi-attribute analysis and conjoint analysis. The results of the research showed that consumer attitudes toward the attributes of hydroponic water spinach at Syifa Hydroponics in Medan were highly positive, particularly regarding the physical perfection of the leaves, which was the most important attribute considered by consumers when deciding to purchase hydroponic water spinach. Consumers' preferences for the attributes of hydroponic water spinach were fresh vegetables lasting more than three days, a price below Rp. 17,000.00/kg, a large number of leaves per stem, packaging in plastic bags with a unique design, dark green leaf color, and physically long, non-perforated leaves.

Keywords: *Water Spinach, Hydroponic, Syifa Hydroponics*



RIWAYAT HIDUP

Mhd. Aldio Fatur Rahman dilahirkan pada tanggal 22 Juli 2001 di Desa Tanjung Morawa A, Kecamatan Tanjung Morawa, Kabupaten Deli Serdang. Peneliti merupakan anak ke dua dari tiga bersaudara dari pasangan Bapak Hery Suprpto dan Ibu Suhartini.

Pendidikan formal yang pernah ditempuh penulis adalah sebagai berikut:

Tahun 2007 memasuki Sekolah Dasar di SD Swasta Muhammadiyah Tanjung Morawa dan lulus pada tahun 2013. Tahun 2013 memasuki Sekolah Menengah Pertama Negeri (SMPN) 1 Tanjung Morawa lulus pada tahun 2016. Tahun 2016 menempuh pendidikan di Sekolah Menengah Atas Negeri (SMAN) 1 Tanjung Morawa dan lulus pada tahun 2019.

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

Selama masa perkuliahan penulis pernah mengikuti Praktek Kerja Lapangan (PKL) di PT Perkebunan Nusantara IV PKS Unit Usaha Pabatu, tahun 2022. Dan juga pernah mengikuti Fieltrip (studi lapangan) di PT. Socfin Indonesia kebun Bangun Bandar, Kecamatan Dolok Masihul, Kabupaten Serdang Bedagai.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur khadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat dan salam tak lupa penulis sampaikan kharibaan junjungan Nabi Besar Muhammad SAW yang membuka mata dan hati dari alam kegelapan ke alam yang penuh rahmat dan dihiasi dengan ilmu pengetahuan.

Skripsi ini berjudul “Analisis Sikap dan Preferensi Konsumen Terhadap Atribut Sayur Kangkung Hidroponik (Studi Kasus : Syifa Hidroponik, Kecamatan Medan Area, Kota Medan)” yang merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada program studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Medan Area. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak yang banyak membantu dalam kesempurnaan penulisan skripsi ini. Secara khusus penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Siswa Panjang Hernosa, SP, M.Si, selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Medan Area.
2. Mariza Nurcahyani, S.ST, M.Sc selaku Ketua Prodi Agribisnis Universitas Medan Area.
3. Sri Ariani Safitri, SP. M.Si, selaku dosen pembimbing yang telah membimbing dan memberikan arahan kepada penulis selama masa penyusunan skripsi ini.
4. Segenap Bapak dan Ibu Dosen, selaku Dosen Fakultas Pertanian Universitas Medan Area yang telah membimbing dan memperhatikan selama masa pendidikan di program studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Medan Area.
5. Orangtua beserta keluarga besar penulis yang selalu memberikan dukungan berupa kasih sayang, doa, semangat, dan dorongan selama penyusunan skripsi ini.

6. Pihak tempat penelitian Bapak Ir. Suardi Raden yang telah bersedia meluangkan waktunya dan memberikan tempat penelitian kepada penulis serta memberikan ilmu pengetahuan yang terkait dengan bahan penelitian.
7. Keluarga besar Fakultas Pertanian Universitas Medan Area khususnya rekan-rekan Mahasiswa/i seperjuangan Stambuk 2019 atas semua dukungan dan kerjasamanya.

Semua pihak yang telah membantu selama penelitian dan penyusunan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat Membangun demi kesempurnaan skripsi ini. Dan penulis berharap Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak pembaca dan Khususnya bagi penulis. Akhir kata penulis ucapkan terima kasih.

Penulis,



(Mhd. Aldio Faturrahman)

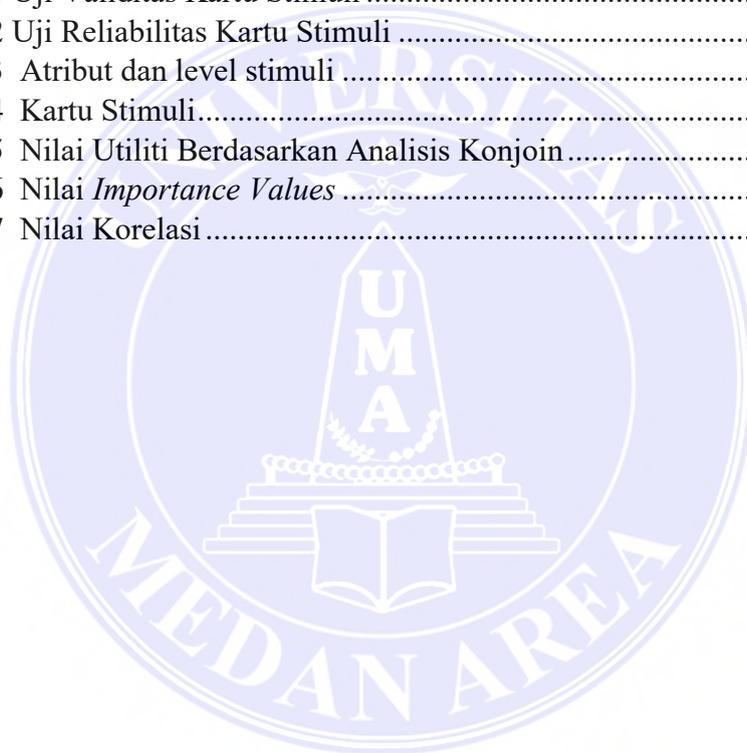
DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
RIWAYAT HIDUP	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.5 Kerangka Pemikiran	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Deskripsi Tanaman Kangkung	11
2.2 Budidaya Tanaman Hidroponik	13
2.3 Sikap Konsumen.....	16
2.4 Preferensi Konsumen.....	17
2.5 Analisis Multiatribut Fishbein	19
2.6 Analisis Conjoin	20
2.7 Penelitian Terdahulu.....	21
BAB III METODE PENELITIAN	26
3.1 Lokasi Penelitian	26
3.2 Metode Pengambilan Sampel	26
3.3 Metode Pengumpulan Data	27
3.4 Metode Analisis Data	28
3.5 Definisi Operasional Variabel	37
BAB IV GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN	39
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian	39
4.2 Gambaran Umum Syifa Hidroponik	40

4.3	Karakteristik Responden	41
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN		50
5.1	Sikap Konsumen Terhadap Atribut Sayur Kangkung Hidroponik di Syifa Hidroponik Medan	50
5.1.1	Hasil Analisis Fishbein	50
5.1.2	Menentukan Bobot Kepercayaan (bi)	51
5.1.3	Menentukan Bobot Evaluasi (ei)	52
5.1.4	Menentukan Sikap Konsumen (Ao)	53
5.2	Preferensi Konsumen Terhadap Atribut Sayur Kangkung Hidroponik di Syifa Hidroponik Kota Medan	53
5.2.1	Uji Validitas	54
5.2.2	Uji Reliabilitas	55
5.2.3	Rancangan atribut dan level	55
5.2.4	Desain Stimuli	56
5.2.5	Hasil Analisis Konjoin	58
5.2.6	Nilai Kegunaan (<i>Utility</i>)	58
5.2.7	Important Values (<i>Nilai Kepentingan</i>)	59
5.2.8	Nilai Korelasi	60
5.3	Pembahasan	61
5.3.1	Sikap Konsumen Terhadap Berbagai Atribut Sayuran Kangkung Hidroponik Di Syifa Hidroponik Medan	61
5.3.2	Preferensi Konsumen Terhadap Atribut Sayuran Kangkung Hidroponik Di Syifa Hidroponik	62
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN		70
6.1	Kesimpulan	70
6.2	Saran	70
DAFTAR PUSTAKA		72

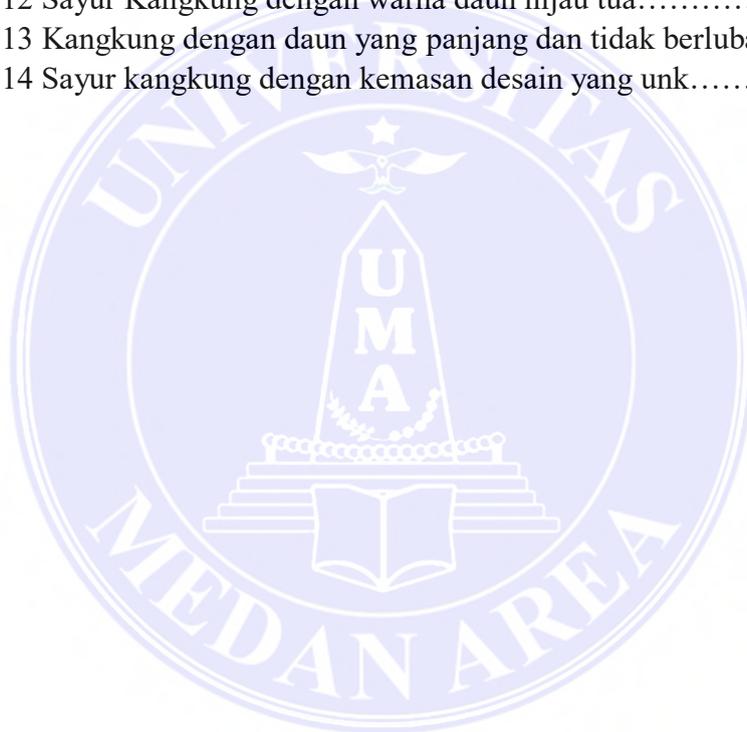
DAFTAR TABEL

Tabel 1 Produksi sayur kangkung di Syifa Hidroponik Medan	5
Tabel 2 Kategori Tingkat Kepercayaan Serta Tingkat Kepentingan Responden Terhadap Atribut Sayuran Kangkung	30
Tabel 3 Kategori Nilai Sikap (Ao) Terhadap Atribut Sayuran Kangkung	30
Tabel 4 Atribut dan Level Sayuran Kangkung Hidroponik	33
Tabel 5 Desain Stimuli	34
Tabel 6 Skala Likert	35
Tabel 7 Data Responden	41
Tabel 8 Hasil Jawaban Berdasarkan Tingkat Kepercayaan	51
Tabel 9 Hasil Jawaban Tingkat Evaluasi	52
Tabel 10 Besar Sikap Konsumen (Ao)	53
Tabel 11 Uji Validitas Kartu Stimuli	54
Tabel 12 Uji Reliabilitas Kartu Stimuli	55
Tabel 13 Atribut dan level stimuli	56
Tabel 14 Kartu Stimuli	57
Tabel 15 Nilai Utiliti Berdasarkan Analisis Konjoin	59
Tabel 16 Nilai <i>Importance Values</i>	60
Tabel 17 Nilai Korelasi	60



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Rata-rata Konsumsi sayuran kangkung di Kota Medan	2
Gambar 2 Skema kerangka pemikiran	10
Gambar 3 Peta Medan Area	38
Gambar 4 Peta Syifa Hidroponik	30
Gambar 5 Jenis kelamin Responden	42
Gambar 6 Umur Responden.....	43
Gambar 7 Status Pernikahan Respoden	44
Gambar 8 Pendidikan Responden	45
Gambar 9 Pekerjaan Responden	46
Gambar 10 Pendapatan Responden.....	47
Gambar 11 Jumlah Anggota Keluarga Responden	48
Gambar 12 Sayur Kangkung dengan warna daun hijau tua.....	66
Gambar 13 Kangkung dengan daun yang panjang dan tidak berlubang.....	67
Gambar 14 Sayur kangkung dengan kemasan desain yang unk.....	69



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian	72
Lampiran 2 Data Responden.....	83
Lampiran 3 Skor Jawaban Keyakinan Responden.....	85
Lampiran 4 Skor Jawaban Evaluasi Responden	86
Lampiran 5 Skor Jawaban Preferensi Konsumen	88
Lampiran 6 Hasil Analisis Konjoin.....	89
Lampiran 7 Uji Validitas Dan Reabilitas.....	90
Lampiran 8 Dokumentasi Penelitian.....	92
Lampiran 9 Surat Pengantar Riset.....	95
Lampiran 10 Surat Selesai Riset	96



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

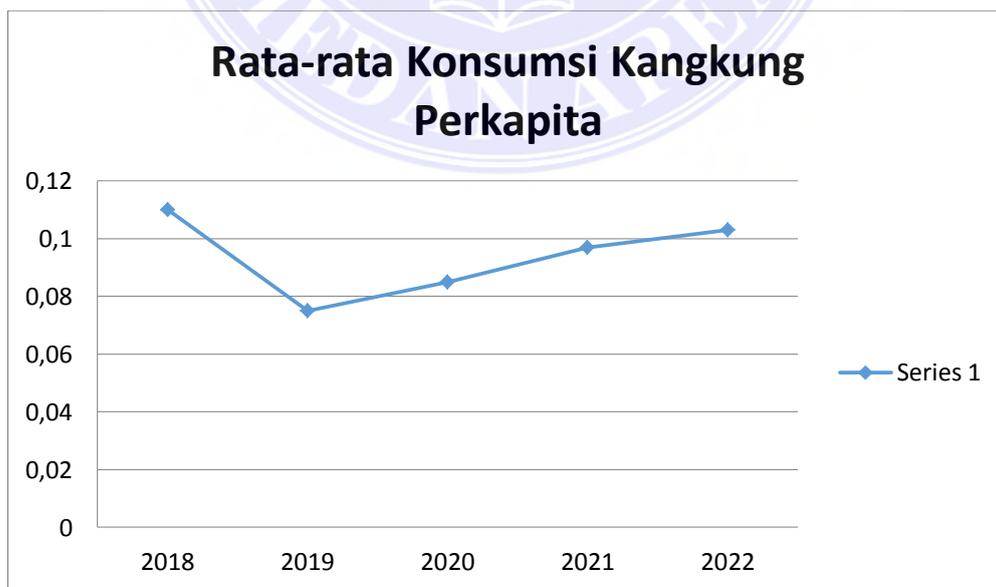
Sektor pertanian merupakan sektor yang penting karena dari sektor inilah sebagian besar kebutuhan manusia dipenuhi. Oleh karena itu, pertanian perlu ditangani secara bersungguh-sungguh sehingga dapat memberikan manfaat sesuai dengan kebutuhan manusia (Dedeh, 2017).

Hortikultura (*horticulture*) berasal dari Bahasa latin *hortus* (tanaman kebun) dan *cultura/colere* (budidaya), dan dapat diartikan sebagai budidaya tanaman kebun. Hortikultura merupakan salah satu komoditas yang mempunyai peran yang penting dalam sektor pertanian, baik dari sisi sumbangan ekonomi nasional, pendapatan petani, penyerapan tenaga kerja maupun berbagai segi kehidupan masyarakat. Komoditas hortikultura dikelompokkan ke dalam empat kelompok utama yaitu buah-buahan, sayuran, tanaman hias, dan tanaman obat-obatan. Mengingat banyaknya jenis komoditas yang harus ditangani dan berbagai pertimbangan strategis lain, selama ini pengembangan hortikultura diprioritaskan pada komoditas-komoditas unggulan (Soekirno, 2007).

Salah satu produk hortikultura yang menjanjikan adalah sayuran. Sayuran merupakan komoditas yang berperan penting bagi masyarakat Indonesia karena berperan sebagai pemenuhan kebutuhan pangan dan juga gizi masyarakat. Sayuran merupakan komoditas yang memiliki kontribusi penting dalam subsektor Hortikultura. Sayuran merupakan produk pertanian strategis yang ketersediaannya di Indonesia berlimpah sepanjang tahun. Salah satu komoditi hasil pertanian yang dibutuhkan adalah sayuran. Kebutuhan akan tanaman sayuran di pasaran yang

paling utama adalah untuk konsumsi rumah tangga dan bahan baku usaha kuliner (Lailaturohmah, 2019).

Sayuran berperan sebagai sumber karbohidrat, protein nabati, vitamin, dan mineral serta bernilai ekonomi tinggi. Indonesia merupakan negara yang sangat mendukung untuk pengembangan agribisnis berbasis sayuran karena potensi sumber daya lahan pertanian yang menyebar mulai dari dataran rendah sampai dataran tinggi dengan beragam kondisi agroekosistem dan petani yang mempunyai keahlian di bidang usaha budidaya. Sayuran memiliki keragaman yang sangat banyak baik dari jenis tanaman dan produk yang dikonsumsi (Yamato, 2011). Di Kota Medan, sayuran hijau ternyata masih menjadi salah satu sayuran favorit yang dikonsumsi ditengah masyarakat. menurut data BPS(badan pusat statistik) Kota medan, Salah satu sayuran hijau yang paling favorit dikonsumsi oleh masyarakat kota medan adalah sayur kangkung(*Ipomoea aquatic*). Untuk melihat lebih jelasnya rata-rata konsumsi sayuran kangkung di kota medan dapat dilihat pada gambar 1 dibawah ini.



Gambar 1 Rata-rata Konsumsi sayuran kangkung di Kota Medan tahun 2018-2022

Berdasarkan gambar 1, rata-rata konsumsi sayuran kangkung di kota medan mengalami fluktuasi. Pada tahun 2018 rata-rata konsumsi sayuran kangkung cukup tinggi yaitu sebesar 0,110, tetapi di tahun 2019 terjadi penurunan konsumsi yang sangat jauh dengan rata-rata 0,075, namun di tahun 2020 rata-rata konsumsi sayuran kangkung mengalami peningkatan kembali yaitu sebesar 0,085, pada tahun 2021 rata-rata konsumsi sayuran kangkung semakin meningkat yaitu sebesar 0,097, dan terus meningkat di tahun 2022 dengan rata-rata konsumsi sebesar 0,103.

Kangkung mengandung sumber vitamin dan mineral yang sangat baik termasuk vitamin A, vitamin C, zat besi, kalsium, kalium, fosfor dan lain-lain (Nazaruddin, 2003). Selain banyak mengandung kandungan yang baik untuk tubuh, sayuran kangkung juga memiliki rasa yang enak, oleh sebab itu kangkung menjadi salah satu sayuran hijau favorit di tengah masyarakat.

Budidaya tanaman sayuran dapat dilakukan pada lahan tanah maupun secara konvensional maupun inkonvensional. Secara konvensional dilakukan dengan sistem bertanam menggunakan tanah dan dilakukan di lahan secara umum. Sedangkan inkonvensional melakukan budidaya diluar kebiasaan dengan memanfaatkan teknologi yang berkembang dari waktu ke waktu. Beberapa teknik budidaya secara inkonvensional adalah hidroponik, aeroponik, aquaponik dan sebagainya. Perbedaan utama dari kedua metode tersebut adalah produk yang dihasilkan secara inkonvensional lebih sehat dan bersih. Penggunaan metode inkonvensional sangat cocok dilakukan pada daerah perkotaan yang memiliki lahan yang terbatas. Dengan menggunakan metode inkonvensional, lahan yang terbatas masih dapat berproduksi secara optimal. Dari beberapa metode

inkonvensional tersebut, metode hidroponik merupakan yang paling banyak digunakan (Hendra, 2014).

Hidroponik merupakan metode bercocok tanam tanpa tanah, yang dapat dilakukan dimanapun tanpa harus memiliki lahan yang luas. Salah satu keunggulan budidaya sistem hidroponik ini adalah mudah dilakukan secara organik dan menghasilkan produksi yang lebih sehat, bahkan di daerah perkotaan yang padat penduduk dapat melakukan budidaya hidroponik ini. Dari tahun ke tahun peminat konsumsi hasil budidaya hidroponik ini semakin meningkat dikarenakan mutu kualitasnya lebih baik dibandingkan dengan sistem budidaya menggunakan tanah. Target pasar produk hidroponik merupakan masyarakat menengah keatas yang sadar pentingnya produk makanan sehat. Hidroponik merupakan suatu metode budidaya tanaman modern dengan melakukan budidaya secara efisien dan higienis untuk menghasilkan produk yang bebas bahan kimia dan memiliki nilai gizi yang optimal (Maporina, 2005).

Salah satu usaha budidaya hidroponik yang terdapat di kota medan yaitu Syifa Hidroponik. Syifa Hidroponik merupakan UMKM yang bertempat di jalan lorong amal No. 11, Tegal sari III, Kota Medan. Syifa Hidroponik menjual dan memasarkan produk sayuran hidroponik. Syifa hidroponik mulai merintis pada tahun 2013. Terbentuknya UMKM tersebut, saat itu banyak yang tidak menyukai sayuran di lingkungan setempat yaitu berada di jalan lorong amal. Oleh karena itu, pemilik syifa hidroponik yaitu bapak suardi raden dan istri berinisiatif membuka UMKM Syifa Hidroponik dengan perbedaan rasa dan kualitas yang jauh berbeda dengan sayuran konvensional yang diperjual belikan di pasar tradisional. Adapun beberapa sayuran yang di budidayakan di syifa hidroponik yaitu kangkung, basil,

kale, dan sawi. Kangkung merupakan salah satu jenis sayuran yang terbanyak di budidayakan di syifa hidroponik saat ini. menurut wawancara dengan bapak pemilik syifa hidroponik, kangkung merupakan sayuran yang paling laris dibeli oleh konsumen. Untuk melihat data produksi kangkung hidroponik di syifa hidroponik dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1 Produksi sayur kangkung di Syifa Hidroponik Medan

Tahun	Produksi (Kg)	Harga (Rp)
2018	1373	17.000/kg
2019	1422	18.000/kg
2020	1611	18.000/kg
2021	1687	20.000/kg
2022	1643	20.000/kg

Sumber : Syifa Hidroponik Medan

Dalam prasurvey yang dilakukan, berdasarkan data tabel 1 jumlah produksi kangkung di syifa hidroponik mengalami peningkatan di tahun 2018-2021, hanya saja di tahun 2022 terjadi sedikit penurunan produksi. Untuk produksi tertinggi terjadi pada tahun 2021 yaitu sebesar 1687 kg/ tahun dengan harga Rp.20.000/ kg. sedangkan yang terendah terjadi pada tahun 2018 yaitu sebesar 1373 kg/ tahun dengan harga Rp.17.000/ kg.

Adanya gaya pembelian konsumen sebelum memutuskan untuk membeli produk yang diinginkannya, maka konsumen akan memiliki beberapa pertimbangan terhadap produk yang akan di belinya. Permasalahan seputar atribut yang melekat pada produk atau jasa yang dihadapkan berbeda-beda menjadikan konsumen membuat suatu persepsi khusus terhadap produk yang akan dibelinya. Sama halnya dengan sayur kangkung hidroponik, tentu konsumen juga memiliki sikap dan preferensi masing-masing yang menjadikan keputusan membeli atau

tidak. Atribut yang melekat pada sayur kangkung hidroponik yang menjadi pertimbangan utama konsumen sebelum membelinya. (hasibuan, 2022)

Pemasar perlu memiliki pemahaman yang baik tentang siapa konsumennya, termasuk sikap dan preferensi konsumen. Sikap merupakan salah satu faktor psikologis yang menentukan perilaku konsumen. Menurut Sumarwan dan Agus (dalam Prihantari dkk, 2018) sikap merupakan ungkapan perasaan konsumen tentang suka atau tidaknya terhadap suatu produk atau objek dengan menggambarkan kepercayaan konsumen terhadap berbagai atribut dan manfaat dari produk yang dibeli maupun pelayanan yang diterima tersebut. Hal ini mempengaruhi jumlah produk yang akan dikonsumsi. Sikap positif seorang konsumen terhadap atribut-atribut yang terdapat pada suatu produk mendorong konsumen untuk membeli produk tersebut.

Preferensi konsumen merupakan suatu cara praktis untuk menggambarkan bagaimana orang lebih memilih atau suka terhadap suatu barang daripada barang lainnya (Pindyc dan Rubenfield, 2002: 64). Pengukuran preferensi dapat dilihat melalui atribut dalam sayur kangkung hidroponik karena atribut kangkung hidroponik merupakan hal yang akan diperhatikan konsumen saat membeli sayur kangkung hidroponik. Konsumen selalu memperhatikan atribut yang melekat pada sayur kangkung hidroponik untuk dijadikan bahan pertimbangan karena konsumen memiliki kesukaan yang berbeda-beda pada masing-masing atribut sayur kangkung hidroponik. Dalam pembelian sayur kangkung hidroponik, terdapat beberapa atribut yang menjadi pertimbangan konsumen antara lain harga, warna daun, lama kesegaran, kesempurnaan fisik daun, jumlah daun per batang, dan kemasan.

Sikap dan preferensi konsumen terhadap atribut sayur kangkung hidroponik sangat perlu untuk diketahui, karena tingkat konsumsi sayuran kangkung yang tinggi khususnya di kota medan membuat peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana ungkapan sikap konsumen terhadap atribut yang ada pada sayur kangkung hidroponik tersebut dan bagaimana preferensi atau kecenderungan konsumen dalam memilih sayur kangkung hidroponik. Maka dalam hal ini diharapkan dapat memudahkan para pelaku usaha agar menentukan strategi pemasaran yang tepat untuk produk, karena disesuaikan dengan kriteria permintaan konsumen, sehingga konsumen akan semakin tertarik untuk membeli sayuran kangkung hidroponik. Menurut sutisna (2001), sikap positif terhadap suatu produk tertentu memungkinkan konsumen untuk melakukan pembelian berulang, dan sebaliknya sikap negatif membuat konsumen enggan untuk melakukan pembelian berulang.

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan diatas, maka peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Sikap dan Preferensi Konsumen Terhadap Atribut Sayur Kangkung Hidroponik (Studi kasus: Syifa Hidroponik, Kecamatan Medan Area, Kota Medan).**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas rumusan masalah yang dapat kemukakan yaitu :

1. Bagaimana sikap konsumen terhadap berbagai atribut sayuran kangkung hidroponik di syifa hidroponik medan?
2. Bagaimana preferensi konsumen terhadap atribut sayuran kangkung hidroponik di syifa hidroponik medan?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu :

1. Untuk menganalisis sikap konsumen terhadap berbagai atribut sayur kangkung hidroponik di syifa hidroponik kota medan
2. Untuk mengetahui bagaimana preferensi konsumen terhadap atribut sayur kangkung hidroponik di syifa hidroponik medan

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada para pembaca adapun manfaat tersebut antara lain :

1. Bagi peneliti, penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan peneliti terkait dengan bahan penelitian.
2. Bagi pedagang dan petani sayuran ataupun pelaku usaha kangkung hidroponik, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan tentang bagaimana sikap dan preferensi konsumen dalam pembelian sayuran kangkung kangkung hidroponik di Kota Medan, sehingga nantinya dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan untuk mempermudah pemasaran sayuran kangkung hidroponik yang sesuai dengan selera konsumen.
3. Sebagai bahan referensi bagi peneliti lainnya yang berhubungan dengan penelitian ini.
4. Bagi konsumen, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan tambahan informasi mengenai produk tersebut.

1.5 Kerangka Pemikiran

Dari beberapa jenis sayuran yang tersedia dipasar atau di supermarket, sayuran hidroponik merupakan salah satu sayuran yang sering di konsumsi. Sayuran kangkung hidroponik digemari masyarakat karena merupakan jenis sayuran yang sangat sehat dan higienis.

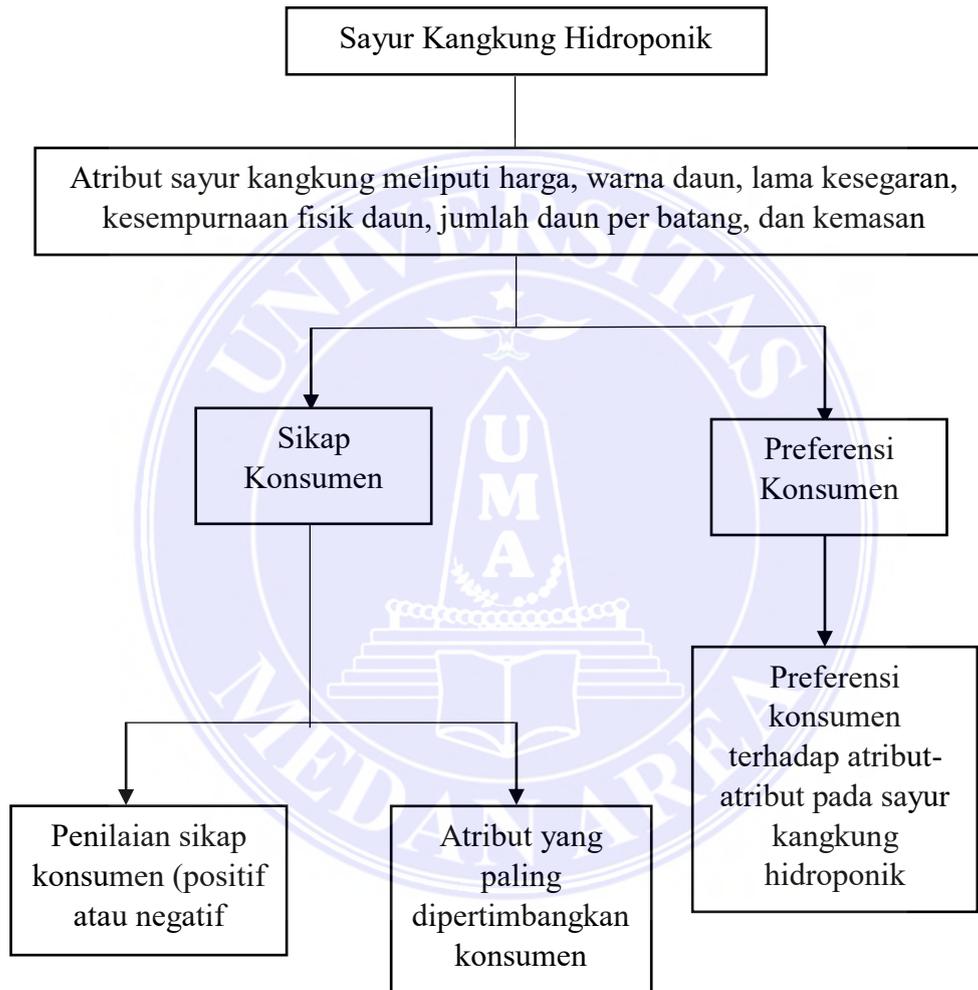
Dalam melakukan pembelian pada sayur kangkung hidroponik, keputusan konsumen itu dihadapkan pada berbagai pilihan, yang mana terdapat dalam atribut kangkung itu sendiri, dalam penelitian ini disebut sebagai atribut produk. Atribut produk merupakan hal yang perlu diketahui produsen, karena dari atribut tersebut kita mengetahui apa saja yang menjadi penentu konsumen dalam melakukan pembelian, dalam penelitian ini atribut yang dimaksud adalah harga, warna daun, lama kesegaran, kesempurnaan fisik daun, jumlah daun per batang, dan kemasan. (Haryanto, 2019)

Sikap dan preferensi konsumen merupakan faktor penting yang akan mempengaruhi keputusan konsumen. Sikap dapat diartikan sebagai penilaian dari seseorang yang dipelajari dengan mengungkapkan perasaan konsumen terhadap suatu objek apakah konsumen menyukainya atau tidak. Sedangkan preferensi konsumen merupakan suatu cara praktis untuk menggambarkan bagaimana orang lebih memilih atau suka terhadap suatu barang daripada barang lainnya. Konsumen selalu memperhatikan atribut yang melekat pada sayur kangkung hidroponik untuk dijadikan bahan pertimbangan karena konsumen memiliki kesukaan yang berbeda-beda pada masing-masing atribut.

Dengan mengetahui bagaimana sikap dan preferensi konsumen terhadap atribut produk yang seperti apa yang paling disukai dan dipertimbangkan. Maka

dapat dipastikan akan dapat meningkatkan tingkat penjualan bagi produsen dalam menjalankan usaha.

Secara skematis, kerangka pemikiran masalah penelitian ini dapat digambarkan pada bagan dibawah ini :



Gambar 2 Skema kerangka pemikiran

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Deskripsi Tanaman Kangkung

Kangkung (*Ipomoea aquatic*) berasal dari India yang kemudian menyebar ke Malaysia, Burma, Indonesia, China Selatan, Australia dan bagian negara Afrika. Kangkung termasuk ke dalam famili *convolvulaceae* atau kangkung-kangkungan. Kangkung merupakan sumber vitamin A, vitamin C dan mineral seperti zat besi, kalsium, kalium, dan fosfor (Nazaruddin, 2003). Kangkung dapat berfungsi sebagai obat tidur karena dapat menenangkan saraf. Akarnya digunakan untuk mengobati penyakit wasir sedangkan zat besi yang terkandung didalamnya berguna untuk pertumbuhan tubuh. Bagian tanaman kangkung yang paling penting adalah batang muda dan pucuk-pucuknya sebagai bahan sayur-mayur (Rukmana, 1994).

Kangkung merupakan tanaman yang tumbuh cepat dan memberikan hasil dalam waktu 4-6 minggu sejak dari benih. Biasa ditemukan di dataran rendah hingga 1.000 m di atas permukaan laut. Kangkung yang biasa dikonsumsi oleh masyarakat terdiri dari dua jenis yaitu kangkung air dan kangkung darat. Kangkung air (*Ipomea aquatica*) tumbuh secara alami di sawah, rawa atau parit-parit. Tangkai daunnya panjang, bunganya berwarna ungu, daunnya lebar dan berwarna hijau tua. sedangkan kangkung darat bunganya berwarna putih polos, ujung daun meruncing dan berwarna hijau keputih-putihan. Kangkung ini dapat dipanen satu kali (Nazaruddin, 2003).

Dalam sistematika tumbuh-tumbuhan, klasifikasi kangkung adalah :

Kingdom : *Plantae* (tumbuhan)

Subkingdom	: <i>Tracheobionta</i> (berpembuluh)
Superdivisio	: <i>Spermatophyta</i> (menghasilkan biji)
Divisio	: <i>Magnoliophyta</i> (berbunga)
Kelas	: <i>Dicotyledone</i> (berkeping dua/dikotil)
Sub kelas	: <i>Asteridae</i>
Ordo	: <i>Solanales</i>
Familia	: <i>Convolvulaceae</i> (suku kangkung-kangkungan)
Genus	: <i>Ipomoea</i>
Spesies	: <i>Ipomoea reptans</i> Poir. (Suratman,2000)

Batang tanaman kangkung berbentuk bulat panjang, berbuku-buku, banyak mengandung air (*herbaceous*), dan berlubang-lubang. Perakaran tanaman Batang tanaman berbentuk bulat panjang, berbuku-buku, banyak mengandung air (*herbaceous*), dan berlubang-lubang. Perakaran tanaman kangkung berpola perakaran tunggang dan cabang akarnya menyebar kesemua arah, dapat menembus tanah sampai kedalaman 60 – 100 cm (Rukmana, 1994).

Kangkung memiliki tangkai daun melekat pada buku-buku batang dan di ketiak daunnya terdapat mata tunas yang dapat tumbuh menjadi percabangan baru. Bentuk daun umumnya runcing ataupun tumpul, permukaan daun sebelah atas berwarna hijau tua, dan permukaan daun bagian bawah berwarna hijau muda. Bentuk bunga kangkung umumnya berbentuk “terompet” dan daun mahkota bunga berwarna putih atau merah lembayung. Sedangkan buah kangkung berbentuk bulat telur yang didalamnya berisi tiga butir biji. Bentuk buah kangkung seperti melekat dengan bijinya. Warna buah hitam jika sudah tua dan hijau ketika muda. Buah kangkung berukuran kecil sekitar 10 mm, dan umur buah

kangkung tidak lama. Bentuk biji kangkung bersegi-segi atau tegak bulat. Berwarna cokelat atau kehitam-hitaman, dan termasuk biji berkeping dua. Pada jenis kangkung darat biji kangkung berfungsi sebagai alat perbanyak tanaman secara generatif (Faisal, 2016).

Tanaman kangkung dapat tumbuh di dataran rendah sampai dataran tinggi dengan suhu 20 – 30 OC. Intensitas cahaya matahari yang dibutuhkan tanaman kangkung tergolong sedang yaitu 200 – 400 footcandels. Sedangkan untuk kelembaban tergolong tinggi yaitu > 60%. Temperatur ideal untuk pertumbuhan kangkung yaitu 25-30°C sedangkan temperature dibawah 10°C dapat merusak sayuran kangkung (Rahman, 2014).

2.2 Budidaya Tanaman Hidroponik

Hidroponik (*hydroponic*) berasal dari bahasa Yunani, yaitu *hydro* yang berarti air dan *ponos* yang artinya daya. Hidroponik juga dikenal sebagai *soilless culture* atau budidaya tanaman tanpa tanah. Jadi hidroponik adalah suatu metode bercocok tanam tanpa menggunakan media tanah, melainkan dengan menggunakan larutan mineral bernutrisi atau bahan lainnya yang mengandung unsur hara seperti sabut kelapa, serat mineral, pasir, pecahan batu bata, serbuk kayu, dan lain-lain sebagai pengganti media tanah. Tanaman hidroponik bisa dilakukan secara kecil-kecilan di rumah sebagai suatu hobi ataupun secara besar-besaran dengan tujuan komersial (Said, 2006).

Hidroponik dapat menjadi salah satu alternatif terbatasnya lahan pertanian dan dapat dilakukan pada lahan yang kesuburannya rendah maupun wilayah padat penduduk. Produk yang tersedia untuk hidroponik adalah *endive*, *green throw*, *red throw*, *lolorossa*, *lettuce*, *Christine*, *packcoy*, *mondo* dan *romaine*

lettuce yang jarang dibudidayakan oleh petani tradisional (Herwibowo dan Budiana, 2014).

Sistem hidroponik pada dasarnya merupakan modifikasi dari sistem pengelolaan budidaya tanaman di lapangan secara lebih intensif untuk meningkatkan kuantitas dan kualitas produksi tanaman menjamin kelangsungan produksi tanaman. Hidroponik merupakan teknik budidaya tanaman yang menggunakan air sebagai media tumbuhnya tanpa menggunakan media tanah. Keuntungan hidroponik adalah: (a) tidak memerlukan lahan yang luas (b) mudah dalam perawatan (c) memiliki nilai jual yang tinggi. Sedangkan kelemahan hidroponik adalah: (a) memerlukan biaya yang mahal (b) membutuhkan keterampilan yang khusus (Roidah, 2014).

Hidroponik sendiri memiliki 6 macam sistem, diantaranya adalah Sistem Sumbu (*Wick*), Sistem Kultur Air (*Water culture*), *Floating* sistem/raft, Sistem Irigasi Tetes (*Drip Irrigation*), Sistem NFT (*Nutrient film technique*), dan Sistem Aeroponik (Natasha, 2012).

Wick System merupakan metode budidaya hidroponik menggunakan prinsip kapilaritas air. Larutan nutrisi mengalir ke media kultur melalui sumbu perantara. Sistemnya mudah dirakit dan mudah untuk pemula (Hendra dan Andoko, 2014). Sistem *Nutrient Film Technique* (NFT) merupakan teknik dimana nutrisi mengalir ke akar tanaman pada ketinggian kurang lebih 3 mm. Sistem ini dapat dirakit menggunakan talang air atau pipa PVC dan pompa listrik untuk membantu sirkulasi nutrisi. Faktor penting pada sistem ini terletak pada kemiringan pipa PVC dan kecepatan nutrisi mengalir (Hendra dan Andoko, 2014).

Penggunaan sistem NFT akan mempermudah pengendalian perakaran tanaman dan kebutuhan tanaman terpenuhi dengan cukup (Hendra dan Andoko, 2014).

DFT merupakan teknik hidroponik dengan menggunakan merendamkan akar tanaman pada larutan nutrisi yang kemudian larutan tersebut akan disirkulasikan dengan bantuan aerasi dimana akar tanaman tumbuh pada poros selain tanah (arang sekam, pasir, pecahan batu bata, pakis dil). Sistem *Deep Flow Technique* dapat tersirkulasi dengan baik karena ada aliran atas floc (Sumiati, 2000).

Floating System/raft merupakan sistem hidroponik sederhana, biasanya sistem rakit apung sendiri yang menggunakan styrofoam untuk menopang tanaman dengan menggunakan daya apung di papan. Pada teknik ini Tanaman tumbuh dengan akar berada dalam larutan nutrisi sehingga akar mendapat nutrisi secara terus menerus. Sistem ini hampir sama dengan sistem DFT, yaitu memerlukan aerator sebagai salah satu pendukung sistem rakit apung. Hanya saja dalam sistem rakit apung, aerator berfungsi sebagai penghasil oksigen agar akar mendapat asupan oksigen yang cukup dan menggerakkan nutrisi yang diam. Sistem Aeroponik dapat diartikan sebagai bercocok tanam di udara, karena akar tanaman yang dibudidaya diposisikan menggantung di udara dan larutan nutrisi diberikan dengan cara disemprotkan atau pengkabutan. Untuk penyemprotan ini biasanya digunakan pompa bertekanan tinggi agar butiran yang dihasilkan sangat halus atau dalam bentuk kabut. Penyemprotan dilakukan secara berkala dengan durasi tertentu menggunakan pengatur waktu. Larutan nutrisi yang telah disemprotkan akan masuk menuju bak penampungan untuk disemprotkan kembali.

2.3 Sikap Konsumen

Menurut Sumarwan dan Agus (dalam Prihantari dkk, 2018) sikap merupakan ungkapan perasaan konsumen tentang suka atau tidaknya terhadap suatu produk atau objek dengan menggambarkan kepercayaan konsumen terhadap berbagai atribut dan manfaat dari produk yang dibeli maupun pelayanan yang diterima tersebut. Hal ini mempengaruhi jumlah produk yang akan dikonsumsi.

Menurut Kotler (2005) sikap (*attitude*) adalah evaluasi, perasaan emosi, dan kecenderungan tindakan yang menguntungkan atau tidak menguntungkan terhadap objek atau gagasan tertentu dan bertahan lama pada seseorang. Melalui tindakan dan pembelajaran, orang memperoleh keyakinan dan sikap. Setelah itu, keduanya kemudian mempengaruhi perilaku pembelian. Simamora (2004) menjelaskan jika produsen dapat menawarkan produk sesuai dengan apa yang diinginkan konsumen, jika sikap konsumen telah diketahui. Konsep sikap berkaitan erat dengan konsep kepercayaan (*belief*) dan evaluasi dalam berperilaku (*behavior*). Kepercayaan dapat berupa pengetahuan, opini atau sekedar percaya, dan kepercayaan ini akan membentuk citra suatu produk. Sedangkan sikap menuntun orang untuk berperilaku relatif konsisten terhadap objek yang sama.

Sikap konsumen merupakan faktor psikologis yang perlu dipahami oleh pemasar karena sikap yang positif diyakini berkorelasi kuat dengan perilaku (Suryani, 2008). Sikap juga membantu mengevaluasi tindakan pemasaran sebelum dilaksanakan di dalam pasar (Engel et al., 2005). Oleh karena itu, konsumen sering kali memiliki sikap apresiatif atau penghargaan terhadap suatu produk yang mereka yakini memiliki beberapa atribut positif. Sebaliknya konsumen cenderung tidak mempunyai produk yang menurut mereka memiliki atribut negatif (Suprpti,

2009). Sikap positif terhadap suatu produk tertentu memungkinkan konsumen untuk melakukan pembelian berulang, dan sebaliknya sikap negatif membuat konsumen enggan melakukan pembelian berulang (Sutisna, 2001).

2.4 Preferensi Konsumen

Preferensi konsumen diartikan sebagai pilihan menyukai atau tidak menyukai seseorang terhadap berbagai pilihan produk atau suatu jasa yang akan dikonsumsi. Kotler (2000) menjelaskan bahwa preferensi konsumen menunjukkan kesukaan konsumen di antara banyak pilihan produk yang tersedia.

Preferensi konsumen merupakan suatu cara praktis untuk menggambarkan bagaimana orang lebih memilih atau suka terhadap suatu barang daripada barang lainnya (Pindyc dan Rubenfield, 2002: 64).

Preferensi konsumen dapat dipahami dengan mengukur kegunaan dan nilai relatif di setiap atribut yang terdapat dalam suatu produk. Atribut fisik yang ditampilkan pada suatu produk dapat memicu daya tarik awal yang dapat mempengaruhi konsumen. Penilaian pada produk menggambarkan sikap konsumen terhadap suatu produk dan sekaligus dapat mencerminkan perilaku konsumen dalam mengkonsumsi produk. Konsumen akan memiliki sikap yang berbeda dalam hal atribut yang dianggap penting. Mereka akan memperhatikan atribut-atribut bermanfaat yang mereka cari (Kotler, 2000).

Menurut (Negeri & Andriyanty 2020) preferensi konsumen dapat diartikan sebagai selera subyektif pada setiap individu yang diukur menggunakan tingkat kegunaan dari konsumsi produk atau jasa, hal ini juga memberikan kekuasaan atas konsumen untuk memberikan peringkat atas produk atau jasa dan harus dipastikan pula preferensi konsumen tidak bergantung kepada pendapatan (harga). Preferensi

konsumen juga mempunyai kemampuan untuk dapat memberikan pengaruh terhadap pembelian oleh konsumen.

Mengukur tingkat kegunaan dan kepentingan relatif dari setiap fitur produk atau layanan dapat membantu mengidentifikasi preferensi konsumen. Kesan pertama pelanggan terhadap suatu produk atau layanan dapat dipengaruhi oleh atributnya. Sikap konsumen tentang produk dan layanan dijelaskan dalam evaluasi, dan perilaku konsumen saat menggunakan atau mengonsumsi produk atau layanan juga tercermin (Nadja & Halimah, 2023).

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

1. Kelengkapan (*Completeness*)

Hubungan ini menjelaskan apakah setiap orang selalu dapat mengidentifikasi situasi yang lebih disukai atau nyaman daripada yang lain. Untuk membuat pilihan yang memenuhi harapan mereka, konsumen membandingkan, mengevaluasi, dan menyaring semua produk. Jika ada dua produk yang tersedia, pelanggan mungkin akan memilih salah satunya, atau mereka akan memilih keduanya, Atau tidak keduanya, selama mereka tidak membayar banyak uang. Berdasarkan hal tersebut, konsumen diasumsikan tidak pernah ragu dalam menentukan pilihan karena mereka tahu mana yang sesuai atau tidak untuk dirinya sendiri sehingga selalu bisa menjatuhkan pilihan untuk keputusan pembeliannya.

2. Transitivitas (*Transitivity*)

Hubungan ini menggambarkan konsistensi internal dalam diri konsumen secara personal dalam menentukan pilihannya jika dihadapkan atas beberapa produk. Konsumen akan memilih dan lebih memilih produk A daripada yang lain

jika produk A lebih disukai daripada produk B dan produk B lebih disukai dari pada produk C. Akibatnya, terbukti bahwa setiap pilihan alternatif akan secara konsisten menentukan apa yang diinginkan konsumen untuk suatu produk tertentu di dibandingkan dengan produk lain yang tersedia.

3. Kesenambungan (*Continuity*)

Hubungan ini menegaskan jika seorang telah menyukai produk A dibanding produk B, maka setiap sifat atau kondisi yang mendekati produk A pasti lebih disukai daripada produk B. akibatnya, konsumen secara konsisten memilih produk yang akan dikonsumsi.

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

Korelasi ini menunjukkan bahwa jika setiap orang mengkonsumsi produk tertentu dalam jumlah yang lebih banyak, maka kepuasan pelanggan akan meningkat. Walaupun akan dibatasi oleh pendapatan (*budget constraint*), konsumen selalu cenderung mengkonsumsi lebih banyak demi kepuasan. Kondisi ini menunjukkan bahwa setiap orang selalu memiliki kemampuan untuk mengurutkan semua situasi dan kondisi dari yang paling menguntungkan hingga yang paling tidak menguntungkan dari berbagai penawaran. Seseorang yang rasional akan memilih barang yang paling disenanginya. Perlu diperhatikan adalah preferensi itu bersifat independen terhadap pendapatan dan harga.

2.5 Analisis Multiatribut Fishbein

Multiatribut fishbein merupakan metode yang menggambarkan bahwa sikap konsumen terhadap suatu produk atau merek sebuah produk ditentukan oleh dua hal yaitu (1) kepercayaan (*belief*) terhadap suatu atribut yang dimiliki produk atau merek (komponen bi) dan kepentingan (*evaluation*) pentingnya atribut dari

produk tersebut (komponen e_i). Rumus metode multiatribut fishbein adalah:

$$A_0 = \sum_{i=1}^n b_i \cdot e_i$$

Keterangan:

A_0 = Karakteristik sikap konsumen terhadap atribut

b_i = Kepercayaan konsumen bahwa suatu produk memiliki atribut

e_i = Performa konsumen terhadap atribut

Σ = Jumlah atribut yang dimiliki produk

Hasil yang diperoleh melalui metode multiatribut fishbein kemudian diinterpretasikan dengan menggunakan skala interval, sehingga diharapkan dapat memberikan kesimpulan dari setiap atribut produk.

Rumus skala interval adalah :

$$\text{Skala interval} = \frac{(m-n)}{b}$$

Keterangan :

m = Nilai skor tertinggi

n = Nilai skor terendah

b = jumlah atribut produk

2.6 Analisis Conjoin

Menurut hair et al dalam Sarwono (2013) *conjoint analysis* atau analisis konjoin merupakan teknik multivariat yang dikembangkan untuk memahami bagaimana para responden mengembangkan preferensi terhadap suatu objek, baik secara nyata maupun hipotesis, dengan cara penggabungan antara sejumlah nilai yang terpisah yang sudah tersedia oleh masing-masing atribut. Selanjutnya,

konsumen dapat memberikan estimasi preferensi yang terbaik dengan cara menilai objek tersebut yang dibentuk melalui kombinasi beberapa atribut. Definisi lain juga menyebutkan bahwa analisis konjoin merupakan suatu metode untuk mengetahui penilaian konsumen terhadap suatu objek tertentu berdasarkan pada atribut yang ada pada atribut tersebut. Hasil penilaian konsumen bermanfaat untuk menentukan atribut produk seperti apa yang paling disukai (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 (2015), besar kecilnya nilai analisis konjoin ditentukan oleh penilaian individu dan bersifat subyektif. Peneliti menggunakan analisis konjoin untuk membangun produk atau jasa dengan mengkombinasikan level dari setiap atribut. Dengan demikian, analisis konjoin pada dasarnya digunakan untuk menentukan apakah responden lebih menyukai suatu objek dengan satu atau beberapa bagian. Analisis konjoin digunakan dalam riset pemasaran untuk memastikan preferensi konsumen untuk berbagai desain produk.

2.7 Penelitian Terdahulu

Penelitian Rahmat, L.R (2020) yang berjudul “Preferensi Konsumen Terhadap Atribut Sayuran Organik di Kota Palembang”. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei sedangkan metode penarikan contoh yang digunakan untuk penelitian ini yaitu dilakukan secara accidental sampling. Berdasarkan hasil penelitian, maka didapatkan hasil bahwa bayam organik yang paling disukai konsumen adalah yang memiliki atribut harga rendah (920 - 1.200

Rp/100g), warna daun hijau, keadaan daun utuh, jumlah daun per batang banyak, dan variasi kemasan berlabel. Adapun atribut yang disukai oleh responden kangkung organik adalah harga rendah (1.000-1.330 Rp/100g), warna daun hijau, keadaan daun utuh, jumlah daun per batang banyak, dan variasi kemasan berlabel. Serta diketahui bahwa rata-rata tingkat konsumsi masyarakat Kota Palembang akan bayam organik yaitu 3.35 kg/bulan dan rata-rata tingkat konsumsi kangkung organik yaitu 3.4 kg/bulan.

Penelitian Sutarni, Dkk. (2017) yang berjudul “Preferensi Konsumen Terhadap Atribut Produk Sayuran Organik di Kota Bandar Lampung”. Metode analisis yang digunakan yaitu: Analisis konjoint, penilaian dengan pendekatan non-nilai pasar; metode penilaian contigensi (CVM). Hasil penelitian menunjukkan (1) Faktor yang sangat penting dalam pembelian produk pertanian organik adalah faktor pertama yaitu: sertifikat produk organik berlabel (untuk sertifikasi organik) mencapai 54,217%, faktor kedua adalah ketersediaan atau stok produk organik di Supermarket (17,419%), faktor ketiga adalah kemasan produk pertanian organik (14,237%), dan faktor terakhir adalah harga produk pertanian (14,127), (2) Konsumen lebih menyukai harga produk organik yang lebih rendah, produk pertanian organik diberi label (ada sertifikat organik dari instansi atau lembaga), ketersediaan atau stok barang yang banyak, dan kemasan yang menarik menggunakan plastik yang tersegel dan rapi.

Penelitian Rosita, D., Dkk. (2023) yang berjudul “Preferensi Konsumen Sayur Hidroponik di Komunitas Hidroponik Solo Raya. Penelitian ini menggunakan analisis konjoin untuk mengetahui preferensi konsumen sayur hidroponik serta kombinasi atribut yang disukai konsumen. Hasil analisis

menunjukkan bahwa urutan atribut yang dianggap penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian sayuran hidroponik adalah 1) harga, 2) bobot, 3) kemasan dan 4) kondisi fisik. Kombinasi atribut yang disukai konsumen adalah sayuran hidroponik dengan kemasan plastik bening terbuka, kondisi fisik segar (1-2 hari setelah petik), bobot > 300 gram per kemasan dan harga lebih dari Rp 10.000,00.

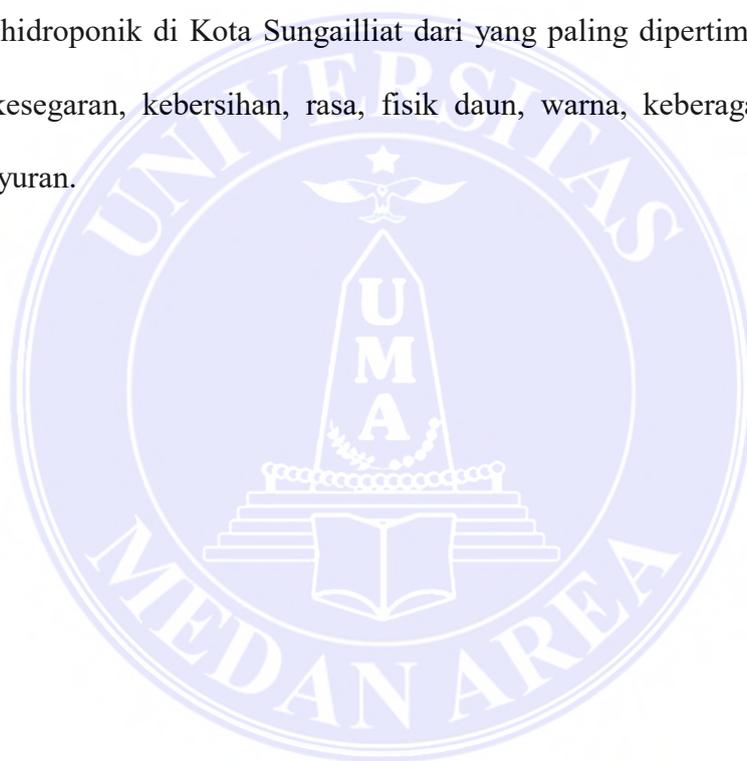
Penelitian yang dilakukan oleh Teti, F., Dkk. (2019) dengan judul “Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Sayuran Hidroponik di Kota Sukabumi”. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif. Berdasarkan hasil penelitian mengemukakan konsumen menyukai sayuran hidroponik yang memiliki tingkat kesegaran < 3 hari, memiliki fisik daun lebar tidak berlubang, rasa yang berbeda dengan sayuran konvensional, keberagaman jenis > 3 jenis, harga < Rp. 5.000 serta sayuran dalam kemasan plastik. Atribut yang paling dipertimbangkan konsumen dalam keputusan pembelian secara berturut – turut adalah tingkat kesegaran sayuran, fisik daun, kemasan, rasa sayuran, harga, dan keberagaman jenis. Serta jenis sayuran yang paling diminati konsumen adalah pakcoy.

Penelitian Armiriawan, Dkk. (2011) yang berjudul “Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Pembelian Sayuran Hidroponik di Kota Surakarta”. data dalam penelitian ini dianalisis menggunakan uji *Chi-square* dan Multiatribut *Fishbein*. Berdasarkan hasil penelitian atribut yang dipertimbangkan konsumen dalam keputusan pembelian sayuran hidroponik di kota Surakarta dari yang paling dipertimbangkan adalah atribut fisik daun, diikuti oleh rasa daun, warna daun, kemasan, dan kesegaran sayuran.

Penelitian Ai Hatan, Dkk. (2016) yang berjudul “Preferensi Konsumen Bayam (*amaranthus tricolor* L) di Pasar Tradisional dan Pasar Modern Kota Sukabumi”. Data dalam penelitian ini dianalisis dengan menggunakan analisis deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa preferensi konsumen di pasar tradisional dan pasar modern dari kualitas produk memiliki kesamaan yaitu konsumen memilih kualitas dari segi warna bayam hijau muda. Fitur produk bayam di pasar tradisional dan pasar modern yang dipilih oleh konsumen bayam adalah penempatan barang yang tersusun rapi, tetapi dari segi kemasan konsumen memilih kemasan yang diikat dan di pasar modern memilih menggunakan plastik transparan. Tingkat kesegaran bayam di pasar tradisional dan modern adalah kurang dari 3 hari, sedangkan dari segi fisik bayam di pasar tradisional memilih daun lebar tidak berlubang. Harga bayam di pasar tradisional lebih cenderung lebih murah dibanding dengan harga di pasar modern.

Penelitian Fahrizal N. A., Dkk. (2021) yang berjudul “Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Pembelian Sayuran Hidroponik di Kota Surakarta”. data dalam penelitian ini dianalisis menggunakan uji *Chi-square* dan Multiatribut *Fishbein* . Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari analisis *Chi-square* diketahui bahwa secara signifikan terdapat perbedaan preferensi konsumen terhadap atribut-atribut sayuran hidroponik. Berdasarkan analisis Multiatribut *Fisbein* atribut yang paling dipertimbangkan konsumen dalam keputusan pembelian sayuran hidroponik di kota Surakarta adalah atribut fisik daun, diikuti oleh rasa daun, warna daun, kemasan, dan kesegaran sayuran.

Penelitian Fifi Lestari, Dkk. (2023) yang berjudul "Preferensi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sayuran Hidroponik Di Kota Sungailiat Kabupaten Bangka". Data penelitian ini dianalisis menggunakan analisis uji Chi-square dan Multiatribut Fishbein. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari analisis Chi-square secara signifikan terdapat perbedaan preferensi konsumen terhadap atribut-atribut sayuran hidroponik. Berdasarkan analisis Multiatribut Fishbein atribut yang dipertimbangkan konsumen dalam keputusan pembelian sayuran hidroponik di Kota Sungailiat dari yang paling dipertimbangkan adalah atribut kesegaran, kebersihan, rasa, fisik daun, warna, keberagaman jenis dan harga sayuran.



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Syifa Hidroponik Medan, Jalan Lorong Amal No. 11 Tegal Sari III, Kecamatan Medan Area, Kota Medan. Pemilihan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (*purposive*), karena di syifa hidroponik menjual sayuran kangkung hidroponik yang cocok dengan permasalahan sesuai dengan judul penelitian. Penelitian ini akan dilaksanakan pada bulan februari 2024.

3.2 Metode Pengambilan Sampel

Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti (Arikunto, 2002). Sedangkan populasi adalah subjek penelitian secara keseluruhan yang menjadi target penelitian. Sample dalam penelitian ini adalah para konsumen sayuran kangkung di Syifa Hidroponik. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah metode *accidental sampling* yaitu sampel ditentukan berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang bertepatan dengan peneliti dan memenuhi kriteria penelitian ini, yaitu para konsumen kangkung, dapat dianggap sebagai responden (Sugiyono, 2010).

Pada penelitian ini jumlah populasi tidak dapat diketahui secara pasti. Sampel yang diteliti yaitu sebanyak 50 konsumen karena menurut Uber Silalahi (2006), jumlah sampel yang diambil sekitar minimal 30 dapat dilakukan analisis statistik. Namun peneliti menambahkan 20 sampel menjadi 50 agar data penelitian yang didapat lebih akurat. Jadi nantinya peneliti mewawancarai 50 konsumen

yang berjumpa secara kebetulan (*Accidental*) saat mereka sedang membeli sayuran kangkung hidroponik di Syifa Hidroponik.

Adapun kriteria sampel sebagai berikut :

1. Konsumen yang sedang membeli sayuran kangkung dilokasi penelitian dan sering (lebih dari 1 kali) membeli sayuran tersebut.
2. Konsumen yang tujuannya membeli sayuran kangkung untuk dikonsumsi secara langsung maupun diolah untuk kebutuhan sendiri dan tidak untuk diperdagangkan lagi.
3. Konsumen yang berusia minimal 18 tahun.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder.

1. Data Primer

Data Primer diperoleh melalui wawancara kepada konsumen sayuran kangkung dengan menggunakan daftar pertanyaan/kuesioner yang telah dirancang sebelumnya.

2. Data sekunder

Data Sekunder diperoleh dari jurnal, badan pusat statistik, perpustakaan studi serta literature-literatur dan situs internet, dan lembaga atau instansi yang berkaitan dalam penelitian ini.

3.4 Metode Analisis Data

Identifikasi masalah 1: Untuk menjawab rumusan masalah ke 1 yaitu Bagaimana sikap konsumen terhadap berbagai atribut sayuran kangkung hidroponik di syifa hidroponik medan, menggunakan analisis sikap Multiatribut Fishbein yaitu alat analisis yang digunakan untuk menganalisis sikap atau penilaian konsumen terhadap atribut sayuran kangkung hidroponik. Adapun atribut berdasarkan penelitian terdahulu yaitu harga, warna daun, lama kesegaran, dan kesempurnaan fisik daun, jumlah daun per batang, dan kemasan. Model atribut Fishbein mengemukakan sikap dari konsumen terhadap sebuah produk atau jasa. Model Fishbein ini pada prinsipnya akan menghitung A_o (*Attitude toward the object*), yaitu sikap konsumen terhadap sebuah objek, yang dikenali melalui atribut-atribut yang melekat pada objek tersebut (Santoso, 2002). Model multiatribut fishbein mengidentifikasi tiga faktor utama yang mempengaruhi sikap. Faktor pertama adalah tingkat kepercayaan konsumen terhadap suatu objek, faktor kedua adalah tingkat kepentingan konsumen bahwa obyek memiliki atribut tersebut, dan faktor ketiga adalah tingkat positif atau negatif dimana atribut tersebut dievaluasi.

Rumus dalam multiatribut Fishbein adalah sebagai berikut:

$$A_o = \sum_{i=1}^n b_i \cdot e_i$$

Keterangan:

A_o = Sikap terhadap sayuran kangkung

b_i = Kekuatan kepercayaan bahwa sayuran kangkung tersebut memiliki atribut i

e_i = Evaluasi terhadap atribut ke- i

N = Jumlah atribut yang dimiliki sayuran kangkung

Setelah diidentifikasi, kemudian dilakukan pengukuran bi dan ei yang tepat. Komponen ei menjelaskan evaluasi atribut, yaitu komponen menjelaskan seberapa besar sikap penilaian konsumen terhadap atribut secara menyeluruh, sedangkan komponen bi menggambarkan seberapa kuat konsumen percaya bahwa perusahaan memiliki atribut yang diberikan. Setiap skor kepercayaan (bi) terlebih dahulu harus dikalikan dengan skor evaluasi (ei). Kemudian hasil dari perkalian harus dijumlahkan, sehingga akan menghasilkan total skor penilaian terhadap sikap konsumen. Penilaian sikap konsumen terhadap produk dapat dibandingkan dengan total skor maksimum dari komponen evaluasi yang ada, yaitu dengan mengalikan skor kepercayaan (bi) dengan skor kepentingan (ei) yang sudah ada. Setelah diketahui kepentingan dan kepercayaan, maka selanjutnya diperoleh nilai sikap (Ao) yang merupakan perkalian antara tingkat kepentingan dan tingkat kepercayaan (Simamora 2004).

Kemudian, hasil seluruh perkalian harus dijumlahkan sehingga dari hasil tabulasi dapat diketahui sikap konsumen (Ao) terhadap produk kemudian membandingkannya dengan skala interval dengan rumus sebagai berikut.

$$\text{Skala interval} = \frac{(m-n)}{b}$$

Keterangan :

m = Skor tertinggi dalam skala likert

n = Skor terendah dalam skala likert

b = Jumlah skala penilaian yang terbentuk (Widyanto,2012).

Maka, besarnya range untuk tingkat kepercayaan dan tingkat kepentingan adalah:

$$\frac{(4 - 1)}{4} = 0.75$$

Sehingga pembagian kelas berdasarkan tingkat kepercayaan dan tingkat kepentingan adalah :

Tabel 2. Kategori Tingkat Kepercayaan Serta Tingkat Kepentingan Responden Terhadap Atribut Sayuran Kangkung.

Skor	Interprestasi tingkat kepercayaan (bi)	Interprestasi tingkat kepentingan (ei)
1 – 1,75	Sangat tidak setuju	Sangat tidak penting
1,76 – 2,5	Tidak setuju	Tidak penting
2,51 – 3,25	Setuju	Penting
3,26 – 4	Sangat setuju	Sangat penting

Sementara besarnya range untuk kategori sikap adalah :

$$\frac{\{(4x4) - (1x1)\}}{4} = 3,75$$

Sehingga pembagian kelas berdasarkan sikap (Ao) adalah sebagai berikut :

Tabel 3 Kategori Nilai Sikap (Ao) Terhadap Atribut Sayuran Kangkung.

Skor	Interprestasi Sikap
1 – 4,75	Sangat negative
4,76 – 8,5	Negatif
8,51 – 12,25	Positif
12,26 – 16	Sangat positif

Berdasarkan kategori nilai sikap (Ao) konsumen tersebut yang memiliki nilai yang berada diantara interval 1- 4,75 termasuk dalam kategori sangat negatif

yang menunjukkan bahwa konsumen bersikap sangat tidak suka terhadap atribut sayuran kangkung. Begitu juga jika nilai yang berada diantara interval 12,26 - 16 termasuk dalam kategori sangat positif hal tersebut menunjukkan bahwa konsumen bersikap sangat suka terhadap atribut sayuran kangkung. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan alat bantu *software Microsoft Office Excel 2010* untuk tabulasi data dan perhitungan analisis *Fishbein*.

Identifikasi masalah 2: Untuk menjawab rumusan masalah ke 2, yaitu Bagaimana preferensi konsumen terhadap atribut sayuran kangkung hidroponik di syifa hidroponik medan, menggunakan analisis konjoin, yaitu salah satu teknik multivarian yang khusus digunakan untuk mengetahui bagaimana responden mengembangkan preferensinya terhadap semua jenis objek (produk, jasa, ide). Menurut Gilbert dan Churchill (2005), tujuan dasar penggunaan analisis konjoin adalah untuk dapat menentukan level atribut/kombinasi level mana yang paling disukai atau diminati konsumen.

metode *conjoint* di *analysis* dengan bantuan software SPSS versi 23. Sebelum melakukan analisis data, data yang diperoleh akan diuji dengan uji validitas dan reliabilitas terlebih dahulu. Menurut Sugiyono (2014), uji validitas digunakan untuk mengetahui bahwa instrument dalam penelitian ini valid atau tidak. Uji validitas ini menggunakan uji korelasi berupa *Pearson Product Moment*, dengan kriteria apabila nilai sig < 0,05 maka dapat dikatakan valid. Sedangkan uji reliabilitas digunakan untuk mengukur sejauh mana instrumen yang digunakan dapat dipercaya atau diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut dilakukan berulang ulang. Uji validitas ini menguji setiap

variabel dari setiap item-item pertanyaan atau pernyataan didalamnya. Adapun cara mengetahuinya, yaitu :

- a) Apabila nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,60$ maka data Reliabilitas atau dapat dipercaya.
- b) Apabila nilai *Cronbach's Alpha* $< 0,60$ maka data tidak Reliabilitas atau tidak dapat dipercaya.

Analisis data menggunakan analisis konjoin. Analisis konjoin bertujuan untuk memberikan identifikasi kombinasi atribut yang paling disukai oleh konsumen dan identifikasi kepentingan dari setiap atribut. Analisis konjoin merupakan alat analisis yang digunakan untuk mengetahui preferensi konsumen terhadap suatu produk. Alat analisis konjoin ini sering digunakan karena mempunyai ruang lingkup aplikasi yang luas, utamanya dalam menyeleksi atribut dalam pengembangan produk atau jasa (Firdaus dan Farid 2008).

Tahapan analisis konjoin menurut Adiyoga dan Nurmalinda (2012) adalah :

1. Menentukan perancangan atribut dan level

Jumlah atribut yang di gunakan dalam penelitian ini ialah 6 atribut, sedangkan jumlah level/subatribut dari masing-masing atribut adalah 2 sampai 4 level. Kemudian dari masing-masing atribut dan level digunakan untuk membentuk kombinasi atribut (stimuli).

Tabel 4 Atribut dan Level Sayuran Kangkung Hidroponik

No	Atribut	Level
1	Harga	1. < RP. 17.000/kg 2 Rp. 17.000 - Rp. 18.000/kg 3. Rp. 18.000 – Rp. 20.000/kg 4. > Rp. 20.000/kg
2	Warna daun	1. Hijau muda 2. Hijau tua
3	Lama Kesegaran	1. 1 Hari 2. 2 Hari 3. 3 Hari 4. > 3 Hari
4	Kesempurnaan fisik daun	1. Daun panjang dan tidak berlubang 2. Daun lebar dan tidak berlubang
5	Jumlah daun per batang	1. Jumlah daun per batang banyak 2. Jumlah daun per batang sedikit
6	Kemasan	1. Kantong plastik asoy 2. Kantong plastik berlabel 3. Kantong plastik memiliki desain yang unik

*Sumber : Data Primer 2023

2. Desain stimuli

Pada penelitian ini menggunakan metode full profile atau kombinasi lengkap. Untuk mengevaluasi semua stimuli dilakukan *fractional factorial design* untuk mereduksi jumlah stimuli. Bentuk stimuli yang dapat dibentuk dari atribut harga, warna daun, kebersihan, lama kesegaran, kesempurnaan fisik daun, jumlah daun per batang yaitu $4 \times 2 \times 4 \times 2 \times 2 \times 3 = 384$ stimuli. Dengan menggunakan

prosedur orthogonal design pada 23 SPSS maka stimuli yang berjumlah 384 direduksi menjadi 16 stimuli yang berstatus design.

Tabel 5 Desain Stimuli

Card ID	Harga sayur kangkung	Warna daun kangkung	Lama kesegaran daun kangkung	Kesempurnaan fisik daun kangkung	Banyak daun perbatang kangkung	Kemasan sayur kangkung
1	Rp. 18.000 - Rp. 20.000	Hijau Tua	2 hari	Daun lebar tidak berlubang	Jumlah daun perbatang sedikit	Kantong plastik asoy
2	<Rp. 17.000	Hijau Tua	3 hari	Daun lebar tidak berlubang	Jumlah daun perbatang sedikit	Kantong plastik asoy
3	Rp. 18.000 - Rp. 20.000	Hijau Tua	1 hari	Daun panjang tidak berlubang	Jumlah daun perbatang sedikit	Kantong plastik berdesign unik
4	<Rp. 17.000	Hijau Muda	1 hari	Daun panjang tidak berlubang	Jumlah daun perbatang banyak	Kantong plastik asoy
5	Rp. 17.000 - Rp. 18.000	Hijau Tua	> 3 hari	Daun lebar tidak berlubang	Jumlah daun perbatang banyak	Kantong plastik asoy
6	Rp. 17.000 - Rp. 18.000	Hijau Muda	2 hari	Daun panjang tidak berlubang	Jumlah daun perbatang sedikit	Kantong plastik asoy
7	> Rp. 20.000	Hijau Muda	3 hari	Daun panjang tidak berlubang	Jumlah daun perbatang sedikit	Kantong plastik asoy
8	> Rp. 20.000	Hijau Tua	1 hari	Daun lebar tidak berlubang	Jumlah daun perbatang banyak	Kantong plastik asoy
9	Rp. 18.000 - Rp. 20.000	Hijau Muda	> 3 hari	Daun panjang tidak berlubang	Jumlah daun perbatang banyak	Kantong plastik asoy
10	Rp. 17.000 - Rp. 18.000	Hijau Tua	3 hari	Daun panjang tidak berlubang	Jumlah daun perbatang banyak	Kantong plastik berdesign unik
11	> Rp. 20.000	Hijau Tua	2 hari	Daun panjang tidak berlubang	Jumlah daun perbatang banyak	Kantong plastik berlabel
12	Rp. 17.000 - Rp. 18.000	Hijau Muda	1 hari	Daun lebar tidak berlubang	Jumlah daun perbatang sedikit	Kantong plastik berlabel
13	> Rp. 20.000	Hijau Muda	> 3 hari	Daun lebar tidak berlubang	Jumlah daun perbatang sedikit	Kantong plastik berdesign unik
14	<Rp. 17.000	Hijau Tua	> 3 hari	Daun panjang tidak berlubang	Jumlah daun perbatang sedikit	Kantong plastik berlabel
15	Rp. 18.000 - Rp. 20.000	Hijau Muda	3 hari	Daun lebar tidak berlubang	Jumlah daun perbatang banyak	Kantong plastik berlabel
16	<Rp. 17.000	Hijau Muda	2 hari	Daun lebar tidak berlubang	Jumlah daun perbatang banyak	Kantong plastik berdesign unik

3. Mengumpulkan pendapat responden dari setiap stimulus yang ada

Hasil stimuli Orthogonal itulah yang dimasukkan dalam kuisisioner yang dinilai oleh responden. Responden diminta untuk menentukan nilai/perangkat terhadap stimuli tersebut. Dengan angka 1 adalah model stimuli yang paling tidak disukai, dan angka yang terakhir (tergantung jumlah stimuli yang dihasilkan)

adalah model stimuli yang paling di sukai. Responden akan memberikan rating terhadap stimuli yang ada. Penilaian rating menggunakan skala ordinal yang terukur berupa skala likert yaitu dengan skala :

Tabel 6 Skala Likert

Simbol	Penjelasan	Bobot
SS	Sangat Setuju	4
S	Setuju	3
T	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

Dari stimuli yang terbentuk, proses kemudian dilanjutkan dengan proses conjoint. Pendapat setiap responden ini disebut sebagai utility yang dinyatakan dengan angka dan menjadi dasar perhitungan conjoint. (Wibowo et al., 2019).

4. Hasil penilaian rating oleh responden diolah dengan analisis conjoint dengan bantuan SPSS. Model dasar analisis conjoint adalah sebagai berikut :

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

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 bila taraf yang berkaitan muncul, dan 0 bila 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 : $\max(\alpha_{ij}) - \min(\alpha_{ij})$

α_{ij} : Range nilai kepentingan tiap atribut m

i : Jumlah atribut

5. Melakukan proses conjoint dengan memasukan yang ada

Pada tahap ini, terdapat dua bahan yang diperlukan dalam proses conjoint analysis yaitu bentuk kombinasi (stimuli) dan penilaian responden terhadap stimuli yang terbentuk, kemudian dianalisis lebih lanjut dengan perintah Syntax pada SPSS versi 21 (Haryanto, 2019).

6. Pengukuran hasil analisis

Hasil dari proses output yang diperoleh dari *conjoint analysis* berupa nilai 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 kangkung hidrponik (Haryanto, 2019).

3.5 Definisi Operasional Variabel

Supaya tidak terjadi kesalah pahaman sekaligus menghindari kesalahan pengertian atas pengertian dari penelitian ini, maka dijelaskan defenisi batasan operasional yang digunakan dalam proposal ini, yaitu :

1. Konsumen adalah individu yang membeli dan mengkonsumsi sayuran kangkung untuk memenuhi kebutuhannya. Adapun kriteria konsumen dalam penelitian ini adalah: Konsumen yang sedang membeli sayuran kangkung dilokasi penelitian dan sering (lebih dari 1 kali) membeli sayuran tersebut, serta Konsumen yang tujuannya membeli sayuran kangkung untuk dikonsumsi secara langsung maupun diolah untuk kebutuhan sendiri dan tidak untuk diperdagangkan lagi.
2. Sikap konsumen adalah perilaku yang mencerminkan penilaian sikap konsumen tentang positif atau negatif suatu atribut yang terdapat pada sayuran kangkung hidroponik.
3. Preferensi konsumen adalah nilai-nilai dalam suatu produk/jasa yang diperhatikan konsumen dalam menentukan sebuah pilihan. Nilai-nilai yang dimaksud dalam penelitian ini yaitu penilaian konsumen terhadap atribut/level sayuran kangkung meliputi harga, warna daun, lama kesegaran, kesempurnaan fisik daun, jumlah daun per batang, dan kemasan.
4. Karakteristik konsumen merupakan ciri yang menentukan sikap individu dan berperan sebagai penentu nilai dan pengambilan keputusan yang terdiri dari Jenis kelamin, Umur, Status pernikahan, Pekerjaan, Pendapatan, Pendidikan, dan jumlah anggota keluarga.

5. Kangkung adalah jenis sayuran hijau yang banyak mengandung sumber vitamin dan mineral yang sangat baik termasuk vitamin A, vitamin C, zat besi, kalsium, kalium, fosfor dan lain-lain.
6. Atribut sayuran kangkung merupakan karakteristik fisik yang melekat pada sayuran tersebut. Atribut sayuran kangkung meliputi harga, warna daun, lama kesegaran, kesempurnaan fisik daun, jumlah daun per batang, dan kemasan.
7. Harga merupakan jumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya. Harga yang dimaksud merupakan harga jual sayur kangkung hidroponik.
8. Warna daun merupakan kesan yang diperoleh mata dari cahaya yang dipantulkan oleh daun yang dikenai cahaya tersebut. Warna daun yang dimaksud yaitu hijau tua dan hijau muda yang terdapat pada sayur kangkung hidroponik.
9. Lama kesegaran sayuran merupakan tingkat berapa lama sayuran sebelum mengalami layu/busuk. Lama kesegaran sayuran yang dimaksud merupakan seberapa lama ketahanan sayur kangkung hidroponik.
10. Kesempurnaan fisik dapat dilihat dari daun kangkung hidroponik, daun panjang dan daun lebar yang tidak berlubang sangat layak untuk dikonsumsi oleh konsumen.
11. Jumlah daun per batang dapat dilihat dari daun kangkung hidroponik, jumlah daun per batang banyak atau sedikit yang lebih disukai konsumen.
12. Kemasan merupakan aktivitas merancang dan memproduksi wadah atau bungkus suatu produk.

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan di atas, mengacu kepada rumusan masalah yang menjadi latar belakang penelitian ini. Peneliti mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Sikap konsumen terhadap atribut sayur kangkung hidroponik di Syifa Hidroponik Medan, atribut kesempurnaan fisik daun merupakan atribut yang dinilai sangat positif oleh konsumen dan menjadi atribut yang paling di pertimbangkan konsumen saat memutuskan untuk membeli sayur kangkung hidroponik.
2. Preferensi konsumen terhadap atribut sayur kangkung hidroponik yang disukai konsumen adalah sayur kangkung hidroponik dengan lama kesegaran sayur >3 hari, Harga di level 1 dengan harga <Rp.17.000,00/kg-, jumlah daun per batang yang banyak, kemasan kantong plastik dengan *design* yang unik, warna daun yang hijau tua, dan kesempurnaan fisik daun yang panjang dan tidak berlubang.

6.2 Saran

Saran yang dapat diberikan berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Untuk Syifa Hidroponik Medan, sebaiknya dapat meningkatkan kualitas atribut kesempurnaan fisik daun karena merupakan atribut yang sangat positif dinilai oleh konsumen dengan skor tertinggi sebesar 12,74 dan

menjadi pertimbangan paling utama yang dilihat konsumen saat memutuskan untuk membeli sayur kangkung hidroponik. Dan lebih selektif dalam memilih kangkung hidroponik sesuai dengan kriteria keinginan konsumen seperti sayur kangkung dengan lama kesegaran sayur >3 hari, Harga di level 1 dengan harga <Rp.17.000,00/kg-, jumlah daun per batang yang banyak, kemasan kantong plastik dengan *design* yang unik, warna daun yang hijau tua, dan kesempurnaan fisik daun yang panjang dan tidak berlubang. Sehingga penjualan sayur kangkung diharapkan akan terus meningkat.

2. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai berbagai aspek yang terkait dengan atribut atau level produk sayur kangkung hidroponik dengan menggunakan metode analisis yang lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Ai Hatan, Dkk. 2016. *Preferensi Konsumen Bayam (amaranthus tricolor) di Pasar Tradisional dan Pasar Modern Kota Sukabumi*. Skripsi Universitas Muhammadiyah Sukabumi.
- Al Arif, M. N. R., & Amalia, E. (2016). *Teori Mikroekonomi: Suatu Perbandingan Ekonomi Islam Dan Ekonomi Konvensional*. Prenada Media.
- Apriyanti, A. (2015). *Analisis Conjoint Preferensi Konsumen Terhadap Kombinasi Fitur Produk Motor Bekas Berdasarkan Segmen Gender Di Jambi*. The Winners. <https://doi.org/10.21512/Tw.V14i2.638>.
- Armiriawan, Dkk. 2011. *Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Pembelian Sayuran Hidroponik di Kota Surakarta*. Jurnal Universitas Sebelas Maret.
- Dedeh, S.S., dan Rosda, M. 2017. *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Konsumen dalam Pembelian Sayuran di Pasar Tradisional (Studi kasus pasar muka cianjur)*. Jurnal Agrosience Vol.7 No.1 Tahun 2017.
- Engel, J. F., Blackwell, G. D., dan Minard, P. W. (2005). *Perilaku Konsumen Jilid I, Edisi Keenam*. Binapura Aksara, Jakarta.
- Erica, F. Dkk. 2021. *Preferensi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sayuran Organik di Supermarket Diamond Kota Palembang*. Jurnal Universitas Sumatra Selatan.
- Fahrizal, N., dan Kusnandar. 2021. *Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Pembelian Sayuran Hidroponik di Kota Surakarta*. Jurnal Universitas Sebelas Maret (UNS).
- Faisal, M. 2016. *Respon Pertumbuhan dan Produksi Tanaman Kangkung (Ipomoea sp) Terhadap Pemberian Pupuk Kandang Sapi dan Pupuk Hantu*. [Skripsi]. Medan : Universitas Medan Area.
- Fifi, L. Dkk. 2023. *Preferensi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sayuran Hidroponik di Kota Sungailiat Kabupaten Bangka*. Jurnal Universitas Swadaya Gunung Jati.
- Gilbert dan Churchill, A. 2005. *Dasar-dasar Riset Pemasaran Edisi 4 Jilid 1*. Erlangga, Jakarta.
- Haryanto, A. J. I. (2019). *Analisis Preferensi Konsumen Beras (Studi Kasus : Pasar Tavip, Kota Binjai)*. Skripsi.
- Hendra, H. A., Andoko, A. 2014. *Bertanam Sayuran Hidroponik Ala Paktani Hydrofarm*. Jakarta: AgroMedia Pustaka.
- Lailaturohmah W. 2019. *Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Pembelian Sayuran di Pasar Tradisional Tenguyun Kota Medan*. Skripsi Universitas Borneo Tarakan (UBT).
- Nadja, R. A., & Halimah, A. S. (2023). *Preferensi Konsumen Terhadap Pangan*. Penerbit Nem.
- Nazaruddin. 2003. *Budidaya dan Pengaturan Panen Sayuran Dataran Rendah*. Cetakan 7. Jakarta : Penebar Swadaya.
- Negeri, D., & Andriyanty, R. (2020). *Preferensi Konsumen Generasi Z Terhadap Konsumsi Produk Dalam Negeri*. February. <https://doi.org/10.29313/Ethos.V7i2.4694>.
- Prasetijo, R. (2005). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Rahman, H R. 2014. *Kajian Tentang Frekuensi Pemanenan Terhadap Produksi*

- Tanaman Kangkung Darat (Ipomoea reptans P)*. [Tugas Akhir]. Universitas Negeri Gorontalo.
- Rahmat, L. R. 2020. *Preferensi Konsumen Terhadap Atribut Sayuran Organik di Kota Palembang*. Skripsi Universitas Sriwijaya (UNSRI).
- Robbins, P. Stephen. (2006). *Perilaku Organisasi*. Edisi Sepuluh. Diterjemahkan oleh: Drs. Benyamin Molan. Erlangga, Jakarta.
- Rodiah, Ida Syamsu. 2014. *Pemanfaatan Lahan Dengan Menggunakan Sistem Hidroponik*. Jurnal Universitas Tulungagung Bonorowo. Vol 1 No.2.
- Rosita, D., Dkk. 2023. *Preferensi Konsumen Sayur Hidroponik di Komunitas Solo Raya*. Jurnal Universitas Veteran Bangun Nusantara Sukoharjo.
- Rukmana, R. 1994. *Bertanam Kangkung*. Yogyakarta : Kanisius.
- Sugiyono, 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. CV Alfabeta. Bandung.
- Simamora, B. 2004. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta. Subianto, T. (2007).
- Sumarwan, U. 2018. *Perilaku Konsumen Edisi Kedua..* Khalia. Bogor
- Suprpti, S. (2009). *Perilaku Konsumen*. Udayana University Press. Denpasar.
- Suratman, 2000. *Budidaya Kangkung*. Yogyakarta : Kanisius.
- Sutarni. Dkk. 2017. *Preferensi Konsumen Terhadap Atribut Produk Sayuran Organik di Kota Bandar Lampung*. Jurnal Politeknik Negeri Lampung.
- Sutisna. 2001. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. PT Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Teti, F., Dkk. 2019. *Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Sayuran Hidroponik di Kota Sukabumi*. Jurnal Universitas Winaya Mukti.
- Uber, S. (2006). *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: Unpar Press

Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN



Analisis Sikap dan Preferensi Konsumen Terhadap Atribut Sayur Kangkung

**Hidroponik (Studi kasus: Syifa Hidroponik, Kecamatan Medan Area,
Kota Medan)**

OLEH:

MHD. ALDIO FATURRAHMAN / 198220072

A.

Karakteristik

Responden

1. Nama :
2. Jenis Kelamin : (Laki-laki/Perempuan)
3. Umur : (Tahun)
4. Status pernikahan : Menikah/belum menikah
5. Pendidikan terakhir :
() SD () SMP () SMA () Sarjana (S1)/diploma () Pasca sarjana
6. Pekerjaan :
() Pelajar/mahasiswa () Ibu rumah tangga () PNS
() Wiraswasta () Pegawai Swasta/staff () Pengangguran
7. Pendapatan :
() < Rp.1.000.000 () Rp.1.000.000 – Rp.2.500.000
() Rp.2.500.000 – Rp.5.000.000 () > Rp.5.000.000
8. Jumlah anggota keluarga :
() 1-4 () 5-7 orang () >7 orang

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 5/2/25

74

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)5/2/25

B. Sikap Konsumen Terhadap Atribut Sayuran Kangkung

1). Kepercayaan (bi)

Petunjuk pengisian:

Berilah tanda silang (✓) pada kolom yang tersedia sesuai dengan pendapat anda.

Keterangan:

1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

3 = Setuju (S)

2 = Tidak Setuju (TS)

4 = Sangat Setuju (SS)

Parameter Terhadap Atribut		
Atribut	Level	Pengukuran
Harga	4. Harga adalah hal yang paling utama dilihat saat membeli sayuran kangkung. 3. Harga bukan merupakan hal yang paling utama tetapi juga penting dilihat saat membeli sayuran kangkung. 2. Harga tidak menjadi hal yang dipertimbangkan saat membeli sayuran kangkung. 1. Harga tidak mempengaruhi konsumen saat membeli sayuran kangkung.	4 = Sangat Setuju (SS) 3 = Setuju (S) 2 = Tidak Setuju (TS) 1 = Sangat Tidak Setuju (STS)
Warna daun	4. warna daun adalah hal yang paling utama dilihat saat membeli sayuran kangkung. 3. warna daun bukan merupakan hal yang paling utama tetapi juga penting dilihat saat membeli sayuran kangkung. 2. warna daun tidak menjadi hal yang dipertimbangkan saat membeli sayuran kangkung. 1. warna daun tidak mempengaruhi konsumen saat membeli sayuran kangkung.	4 = Sangat Setuju (SS) 3 = Setuju (S) 2 = Tidak Setuju (TS) 1 = Sangat Tidak Setuju (STS)
Lama kesegaran	4. Lama kesegaran adalah hal yang paling utama dilihat saat membeli sayuran kangkung. 3. Lama kesegaran bukan merupakan hal yang paling utama tetapi juga penting dilihat saat membeli sayuran kangkung. 2. Lama kesegaran tidak menjadi hal yang dipertimbangkan saat membeli sayuran	4 = Sangat Setuju (SS) 3 = Setuju (S) 2 = Tidak Setuju (TS) 1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

	<p>kangkung.</p> <p>1. Lama kesegaran tidak mempengaruhi konsumen saat membeli sayuran kangkung.</p>	
Kesempurnaan fisik daun	<p>4. Kesempurnaan fisik daun adalah hal paling utama dilihat saat membeli sayuran kangkung.</p> <p>3. Kesempurnaan fisik daun merupakan hal yang paling utama tetapi juga penting dilihat saat membeli sayuran kangkung.</p> <p>2. Kesempurnaan fisik daun tidak menjadi hal yang dipertimbangkan saat membeli sayuran kangkung.</p> <p>1. Kesempurnaan fisik daun tidak mempengaruhi konsumen saat membeli sayuran kangkung.</p>	<p>4 = Sangat Setuju (SS)</p> <p>3 = Setuju (S)</p> <p>2 = Tidak Setuju (TS)</p> <p>1 = Sangat Tidak Setuju (STS)</p>
Jumlah daun per batang	<p>4. Jumlah daun per batang adalah hal paling utama dilihat saat membeli sayuran kangkung.</p> <p>3. Jumlah daun per batang bukan merupakan hal yang paling utama tetapi juga penting dilihat saat membeli sayuran kangkung.</p> <p>2. Jumlah daun per batang tidak menjadi hal yang dipertimbangkan saat membeli sayuran kangkung.</p> <p>1. Jumlah daun per batang tidak mempengaruhi konsumen saat membeli sayuran kangkung.</p>	<p>4 = Sangat Setuju (SS)</p> <p>3 = Setuju (S)</p> <p>2 = Tidak Setuju (TS)</p> <p>1 = Sangat Tidak Setuju (STS)</p>
Kemasan	<p>4. Kemasan adalah hal paling utama dilihat saat membeli sayuran kangkung.</p> <p>3. Kemasan bukan merupakan hal yang paling utama tetapi juga penting dilihat saat membeli sayuran kangkung.</p> <p>2. Kemasan tidak menjadi hal yang dipertimbangkan saat membeli sayuran kangkung.</p> <p>1. Kemasan tidak mempengaruhi konsumen saat membeli sayuran kangkung.</p>	<p>4 = Sangat Setuju (SS)</p> <p>3 = Setuju (S)</p> <p>2 = Tidak Setuju (TS)</p> <p>1 = Sangat Tidak Setuju (STS)</p>

*Skala Likert pengukuran tingkat kepercayaan konsumen terhadap atribut sayuran kangkung.

No	Atribut	Pernyataan	Tingkat Kepercayaan			
			STS	TS	S	SS
1.	Harga	4. Harga adalah hal yang paling utama dilihat saat membeli sayuran kangkung. 3. Harga bukan merupakan hal yang paling utama tetapi juga penting dilihat saat membeli sayuran kangkung. 2. Harga tidak menjadi hal yang dipertimbangkan saat membeli sayuran kangkung. 1. Harga tidak mempengaruhi konsumen saat membeli sayuran kangkung.	1	2	3	4
2.	Warna daun	4. Warna daun adalah hal yang paling utama dilihat saat membeli sayuran kangkung. 3. Warna daun bukan merupakan hal yang paling utama tetapi juga penting dilihat saat membeli sayuran kangkung. 2. Warna daun tidak menjadi hal yang dipertimbangkan saat membeli sayuran kangkung. 1. Warna daun tidak mempengaruhi konsumen saat membeli sayuran kangkung.	1	2	3	4
3.	Lama kesegaran	4. Lama kesegaran adalah hal yang paling utama dilihat saat membeli sayuran kangkung. 3. Lama kesegaran bukan merupakan hal yang paling utama tetapi juga penting dilihat saat membeli sayuran kangkung. 2. Lama kesegaran tidak menjadi hal yang dipertimbangkan saat membeli sayuran kangkung. 1. Lama kesegaran tidak mempengaruhi konsumen saat	1	2	3	4

		membeli sayuran kangkung.				
4.	Kesempurnaan fisik daun	<p>4. Kesempurnaan fisik daun adalah hal paling utama dilihat saat membeli sayuran kangkung.</p> <p>3. Kesempurnaan fisik daun bukan merupakan hal yang paling utama tetapi juga penting dilihat saat membeli sayuran kangkung.</p> <p>2. Kesempurnaan fisik daun tidak menjadi hal yang dipertimbangkan saat membeli sayuran kangkung.</p> <p>1. Kesempurnaan fisik daun tidak mempengaruhi konsumen saat membeli sayuran kangkung.</p>	1	2	3	4
5.	Jumlah daun per batang	<p>4. Jumlah daun per batang adalah hal paling utama dilihat saat membeli sayuran kangkung.</p> <p>3. Jumlah daun per batang bukan merupakan hal yang paling utama tetapi juga penting dilihat saat membeli sayuran kangkung.</p> <p>2. Jumlah daun per batang tidak menjadi hal yang dipertimbangkan saat membeli sayuran kangkung.</p> <p>1. Jumlah daun per batang tidak mempengaruhi konsumen saat membeli sayuran kangkung.</p>	1	2	3	4
6.	Kemasan	<p>4. Kemasan adalah hal paling utama dilihat saat membeli sayuran kangkung.</p> <p>3. Kemasan bukan merupakan hal yang paling utama tetapi juga penting dilihat saat membeli sayuran kangkung.</p> <p>2. Kemasan tidak menjadi hal yang dipertimbangkan saat membeli sayuran kangkung.</p> <p>1. Kemasan tidak mempengaruhi konsumen saat membeli sayuran kangkung.</p>	1	2	3	4

2). Evaluation (Evaluasi) Kepentingan (ei)

Merupakan kepentingan terhadap atribut yang dimiliki sayuran kangkung. Berilah tanda silang (✓) pada kolom yang tersedia sesuai dengan pendapat anda.

Keterangan :

1 = Sangat Tidak Penting (STP)

3 = Penting (P)

2 = Tidak Penting (TP)

4 = Sangat Penting (SP)

Parameter Terhadap Atribut		
Atribut	Level	Pengukuran
Harga	4. Harga sayuran menjadi pertimbangan paling utama saat membeli sayuran kangkung. 3. Harga sayuran bukan merupakan pertimbangan paling utama tetapi juga penting dilihat saat membeli kangkung. 2. Harga sayuran tidak menjadi hal yang dipertimbangkan saat membeli sayuran kangkung. 1. Harga sayuran tidak mempengaruhi konsumen saat membeli sayuran kangkung.	4 = Sangat Penting (SP) 3 = Penting (P) 2 = Tidak Penting (TP) 1 = Sangat Tidak Penting (STP)
Warna daun	4. Warna daun menjadi pertimbangan paling utama saat membeli sayuran kangkung. 3. Warna daun bukan merupakan pertimbangan paling utama tetapi juga penting dilihat saat membeli sayuran kangkung. 2. Warna daun tidak menjadi hal yang dipertimbangkan saat membeli sayuran kangkung. 1. Warna daun tidak mempengaruhi konsumen saat membeli sayuran kangkung.	4 = Sangat Penting (SP) 3 = Penting (P) 2 = Tidak Penting (TP) 1 = Sangat Tidak Penting (STP)
Lama kesegaran	4. Lama kesegaran menjadi pertimbangan yang paling utama dilihat saat membeli sayuran kangkung. 3. Lama kesegaran bukan merupakan pertimbangan paling utama tetapi juga penting dilihat saat membeli sayuran kangkung. 2. Lama kesegaran tidak menjadi hal yang dipertimbangkan saat membeli sayuran kangkung.	4 = Sangat Penting (SP) 3 = Penting (P) 2 = Tidak Penting (TP) 1 = Sangat Tidak Penting (STP)

	1. Lama kesegaran tidak mempengaruhi konsumen saat membeli sayuran kangkung.	
Kesempurnaan fisik daun	<p>4. Kesempurnaan fisik daun menjadi pertimbangan paling utama saat membeli sayuran kangkung.</p> <p>3. Kesempurnaan fisik daun bukan merupakan pertimbangan paling utama tetapi juga penting dilihat saat membeli sayuran kangkung.</p> <p>2. Kesempurnaan fisik daun tidak menjadi hal yang dipertimbangkan saat membeli sayuran kangkung.</p> <p>1. Kesempurnaan fisik daun tidak mempengaruhi konsumen saat membeli sayuran kangkung.</p>	<p>4 = Sangat Penting (SP)</p> <p>3 = Penting (P)</p> <p>2 = Tidak Penting (TP)</p> <p>1 = Sangat Tidak Penting (STP)</p>
Jumlah daun per batang	<p>4. Jumlah daun per batang menjadi pertimbangan paling utama saat membeli sayuran kangkung.</p> <p>3. Jumlah daun per batang bukan merupakan pertimbangan paling utama tetapi juga penting dilihat saat membeli sayuran kangkung.</p> <p>2. Jumlah daun per batang tidak menjadi hal yang dipertimbangkan saat membeli sayuran kangkung.</p> <p>1. Jumlah daun per batang tidak mempengaruhi konsumen saat membeli sayuran kangkung.</p>	<p>4 = Sangat Penting (SP)</p> <p>3 = Penting (P)</p> <p>2 = Tidak Penting (TP)</p> <p>1 = Sangat Tidak Penting (STP)</p>
Kemasan	<p>4. Kemasan menjadi pertimbangan paling utama saat membeli sayuran kangkung.</p> <p>3. Kemasan bukan merupakan pertimbangan paling utama tetapi juga penting dilihat saat membeli sayuran kangkung.</p> <p>2. Kemasan tidak menjadi hal yang dipertimbangkan saat membeli sayuran kangkung.</p> <p>1. Kemasan tidak mempengaruhi konsumen saat membeli sayuran kangkung.</p>	<p>4 = Sangat Penting (SP)</p> <p>3 = Penting (P)</p> <p>2 = Tidak Penting (TP)</p> <p>1 = Sangat Tidak Penting (STP)</p>

*Skala Likert pengukuran tingkat kepercayaan konsumen terhadap atribut sayuran kangkung.

No	Atribut	Pernyataan	Tingkat Kepercayaan			
			STP	TP	P	SP
1.	Harga	4. Harga sayuran menjadi pertimbangan paling utama saat membeli sayuran kangkung. 3. Harga sayuran bukan merupakan pertimbangan paling utama tetapi juga penting dilihat saat membeli sayuran kangkung. 2. Harga sayuran tidak menjadi hal yang dipertimbangkan saat membeli sayuran kangkung. 1. Harga sayuran tidak mempengaruhi konsumen saat membeli sayuran kangkung.	1	2	3	4
2.	Warna daun	4. Warna daun menjadi pertimbangan paling utama saat membeli sayuran kangkung. 3. Warna daun bukan merupakan pertimbangan paling utama tetapi juga penting dilihat saat membeli sayuran kangkung. 2. Warna daun tidak menjadi hal yang dipertimbangkan saat membeli sayuran kangkung. 1. Warna daun tidak mempengaruhi konsumen saat membeli sayuran kangkung.	1	2	3	4
3.	Lama kesegaran	4. Lama kesegaran menjadi pertimbangan yang paling utama dilihat saat membeli sayuran kangkung. 3. Lama kesegaran bukan merupakan pertimbangan paling utama tetapi juga penting dilihat saat membeli sayuran kangkung. 2. Lama kesegaran tidak menjadi hal yang dipertimbangkan saat membeli sayuran kangkung. 1. Lama kesegaran sayuran tidak	1	2	3	4

		mempengaruhi konsumen saat membeli sayuran kangkung.				
4.	Kesempurnaan fisik daun	<p>4. Kesempurnaan fisik daun menjadi pertimbangan paling utama saat membeli sayuran kangkung.</p> <p>3. Kesempurnaan fisik daun bukan merupakan pertimbangan paling utama tetapi juga penting dilihat saat membeli sayuran kangkung.</p> <p>2. Kesempurnaan fisik daun tidak menjadi hal yang dipertimbangkan saat membeli sayuran kangkung.</p> <p>1. Kesempurnaan fisik daun tidak mempengaruhi konsumen saat membeli sayuran kangkung.</p>	1	2	3	4
5.	Jumlah daun per batang	<p>4. Jumlah daun per batang menjadi pertimbangan paling utama saat membeli sayuran kangkung.</p> <p>3. Jumlah daun per batang bukan merupakan pertimbangan paling utama tetapi juga penting dilihat saat membeli sayuran kangkung.</p> <p>2. Jumlah daun per batang tidak menjadi hal yang dipertimbangkan saat membeli sayuran kangkung.</p> <p>1. Jumlah daun per batang tidak mempengaruhi konsumen saat membeli sayuran kangkung.</p>	1	2	3	4
6.	Kemasan	<p>4. Kemasan menjadi pertimbangan paling utama saat membeli sayuran kangkung.</p> <p>3. Kemasan bukan merupakan pertimbangan paling utama tetapi juga penting dilihat saat membeli sayuran kangkung.</p> <p>2. Kemasan tidak menjadi hal yang dipertimbangkan saat membeli sayuran kangkung.</p> <p>1. Kemasan tidak mempengaruhi konsumen saat membeli sayuran kangkung.</p>	1	2	3	4

C. Preferensi Konsumen terhadap atribut sayuran Kangkung Hidroponik

Petunjuk : isilah kuesioner ini sesuai dengan penilaian saudara/saudari, dengan memberi skor antara (4-1) pada setiap pernyataan yang di berikan. Adapun alternative pilihan jawaban adalah sebagai berikut :

Sangat Setuju : 4

Setuju : 3

Tidak Setuju : 2

Sangat Tidak Setuju : 1

Atribut Kangkung (<i>Ipomoea aquatic</i>)							Skor
Card ID	Harga sayur kangkung	Warna daun kangkung	Lama kesegaran daun kangkung	Kesempurnaan fisik daun kangkung	Banyak daun perbatang kangkung	Kemasan sayur kangkung	
1	Rp. 18.000 - Rp. 20.000	Hijau Tua	2 hari	Daun lebar tidak berlubang	Jumlah daun perbatang sedikit	Kantong plastik asoy	
2	<Rp. 17.000	Hijau Tua	3 hari	Daun lebar tidak berlubang	Jumlah daun perbatang sedikit	Kantong plastik asoy	
3	Rp. 18.000 - Rp. 20.000	Hijau Tua	1 hari	Daun panjang tidak berlubang	Jumlah daun perbatang sedikit	Kantong plastik berdesign unik	
4	<Rp. 17.000	Hijau Muda	1 hari	Daun panjang tidak berlubang	Jumlah daun perbatang banyak	Kantong plastik asoy	
5	Rp. 17.000 - Rp. 18.000	Hijau Tua	> 3 hari	Daun lebar tidak berlubang	Jumlah daun perbatang banyak	Kantong plastik asoy	
6	Rp. 17.000 - Rp. 18.000	Hijau Muda	2 hari	Daun panjang tidak berlubang	Jumlah daun perbatang sedikit	Kantong plastik asoy	
7	> Rp. 20.000	Hijau Muda	3 hari	Daun panjang tidak berlubang	Jumlah daun perbatang sedikit	Kantong plastik asoy	
8	> Rp. 20.000	Hijau Tua	1 hari	Daun lebar tidak berlubang	Jumlah daun perbatang banyak	Kantong plastik asoy	
9	Rp. 18.000 - Rp. 20.000	Hijau Muda	> 3 hari	Daun panjang tidak berlubang	Jumlah daun perbatang banyak	Kantong plastik asoy	

10	Rp. 17.000 - Rp. 18.000	Hijau Tua	3 hari	Daun panjang tidak berlubang	Jumlah daun perbatang banyak	Kantong plastik berdesign unik
11	> Rp. 20.000	Hijau Tua	2 hari	Daun panjang tidak berlubang	Jumlah daun perbatang banyak	Kantong plastik berlabel
12	Rp. 17.000 - Rp. 18.000	Hijau Muda	1 hari	Daun lebar tidak berlubang	Jumlah daun perbatang sedikit	Kantong plastik berlabel
13	> Rp. 20.000	Hijau Muda	> 3 hari	Daun lebar tidak berlubang	Jumlah daun perbatang sedikit	Kantong plastik berdesign unik
14	<Rp. 17.000	Hijau Tua	> 3 hari	Daun panjang tidak berlubang	Jumlah daun perbatang sedikit	Kantong plastik berlabel
15	Rp. 18.000 - Rp. 20.000	Hijau Muda	3 hari	Daun lebar tidak berlubang	Jumlah daun perbatang banyak	Kantong plastik berlabel
16	<Rp. 17.000	Hijau Muda	2 hari	Daun lebar tidak berlubang	Jumlah daun perbatang banyak	Kantong plastik berdesign unik

Lampiran 2 Data Responden

Nama	J. Kl	Umur	S. Nikah	Pendidikan	Pekerjaan	Pendapatan (Rp)	Keluarga (Org)
Susianti	P	51	Menikah	Sma	Wiraswasta	>5.000.000	5-7
Sulastris	P	43	Menikah	S1	PNS	>5.000.000	1-4
Ratna	P	27	Belum Menikah	Diploma	Pegawai Swasta	2.500.000 – 5.000.000	5-7
Putri ningsih	P	32	Menikah	S1	Pegawai Swasta	2.500.000 – 5.000.000	1-4
Qorry	P	31	Menikah	S1	PNS	2.500.000 – 5.000.000	1-4
Amelia	P	32	Menikah	Sma	Ibu rumah tangga	<1.000.000	1-4
Syifa	P	24	Belum Menikah	Diploma	Pegawai swasta	2.500.000 – 5.000.000	5-7
Sugiah	P	57	Menikah	Sma	Wiraswasta	>5.000.000	5-7
Eka Nurmala	P	43	Menikah	S1	Wiraswasta	>5.000.000	5-7
Pujiati	P	47	Menikah	Sma	Pegawai Swasta	2.500.000 – 5.000.000	5-7
Dewi Andini	P	33	Menikah	S1	PNS	2.500.000 – 5.000.000	1-4
Pujin	P	51	Menikah	Smp	Ibu rumah tangga	<1.000.000	1-4
Sugiarse	P	62	Menikah	Smp	Ibu rumah tangga	<1.000.000	5-7
Putri Rahayu	P	39	Menikah	Diploma	Pegawai Swasta	2.500.000 – 5.000.000	1-4
Nila Suryani	P	43	Menikah	S1	PNS	>5.000.000	5-7
Sarah Amelia	P	31	Menikah	S1	Pegawai Swasta	2.500.000 – 5.000.000	1-4
Nurmila	P	37	Menikah	Sma	Ibu rumah tangga	<1.000.000	5-7
Nia	P	19	Belum Menikah	Sma	Mahasiswa/ Pelajar	<1.000.000	>7
Pratiwi Wahyuni	P	24	Belum Menikah	Sma	Pegawai Swasta	2.500.000 – 5.000.000	5-7
Febby ayu	P	23	Belum Menikah	Diploma	Wiraswasta	2.500.000 – 5.000.000	5-7
Yanti	P	41	Menikah	Sma	Ibu Rumah tangga	<1.000.000	5-7
Sarmila	P	50	Menikah	Sma	Ibu Rumah tangga	<1.000.000	1-4
Siti Erina	P	18	Belum Menikah	Sma	Mahasiswa/ Pelajar	<1.000.000	1-4
Tutik	P	54	Menikah	S1	PNS	>5.000.000	5-7
Darsini	P	43	Menikah	S1	PNS	>5.000.000	5-7
Heni	P	40	Menikah	Sma	Wiraswasta	>5.000.000	5-7
Prita	P	34	Menikah	S1	PNS	2.500.000 – 5.000.000	1-4
Yenni	P	32	Menikah	Diploma	Pegawai	2.500.000 –	1-4

					Swasta	5.000.000	
Wiwik	P	21	Menikah	Sma	Mahasiswa/ Pelajar	<1.000.000	1-4
Suriyati	P	44	Menikah	S1	Pegawai Swasta	>5.000.000	5-7
Mega lestari	P	27	Belum Menikah	S1	PNS	2.500.000 – 5.000.000	>7
Yuli	P	25	Belum Menikah	Diploma	Pegawai Swasta	2.500.000 – 5.000.000	5-7
Sulistya	P	40	Menikah	S1	Pegawai Swasta	>5.000.000	5-7
Lilis	P	38	Menikah	S1	Wiraswasta	>5.000.000	5-7
Rose sembiring	P	52	Menikah	Sma	Ibu Rumah tangga	<1.000.000	1-4
Watiah	P	44	Menikah	S1	Pegawai Swasta	>5.000.000	5-7
Nurlela	P	42	Menikah	S1	PNS	>5.000.000	5-7
Sri haryanti	P	23	Belum Menikah	Sma	Pegawai Swasta	2.500.000 – 5.000.000	1-4
Nisa	P	21	Belum Menikah	Sma	Mahasiswa/ Pelajar	<1.000.000-	5-7
Indah	P	39	Menikah	Diploma	Ibu Rumah Tangga	<1.000.000	1-4
Elva Lubis	P	42	Menikah	S1	Wiraswasta	>5.000.000	5-7
Aqilah	P	26	Belum Menikah	S1	PNS	2.500.000 – 5.000.000	5-7
Fitri	P	32	Menikah	Sma	Ibu Rumah Tangga	<1.000.000	1-4
Nurmala Sari	P	38	Menikah	S1	Pegawai Swasta	>5.000.000	5-7
Agus Gunawan	LK	36	Menikah	Sma	Pegawai Swasta	2.500.000 – 5.000.000	1-4
Sri Ardani	LK	37	Menikah	Smp	Wiraswasta	2.500.000 – 5.000.000	1-4
Hendar	LK	40	Menikah	S1	Pegawai Swasta	>5.000.000	5-7
Wagianto	LK	31	Menikah	Sma	Pegawai Swasta	2.500.000 – 5.000.000	1-4
Nanda	LK	29	Menikah	S1	PNS	2.500.000 – 5.000.000	1-4
Mulyana	LK	27	Menikah	S1	Pegawai Swasta	2.500.000 – 5.000.000	1-4

Lampiran 3 Skor Jawaban Keyakinan Responden

Keyakinan (kepercayaan)						
No	Harga	Warna daun	Lama kesegaran	Kesempurnaan fisik daun	Jumlah daun per batang	kemasan
R1	3	3	4	3	3	3
R2	4	3	3	4	3	3
R3	3	3	4	4	4	3
R4	3	4	4	4	4	4
R5	4	4	3	3	3	2
R6	4	3	4	4	2	3
R7	4	4	4	4	4	3
R8	4	4	3	3	4	3
R9	3	3	3	3	3	2
R10	4	3	4	4	2	3
R11	4	3	3	3	3	2
R12	3	3	3	4	2	1
R13	2	3	4	3	2	2
R14	2	3	3	4	2	3
R15	2	3	3	3	3	3
R16	4	4	4	3	4	3
R17	2	2	3	2	3	3
R18	4	3	3	4	2	3
R19	4	4	4	4	4	2
R20	1	2	2	3	2	1
R21	3	3	4	3	4	4
R22	3	3	3	4	3	3
R23	4	3	4	4	4	4
R24	2	3	3	3	1	3
R25	3	4	4	4	4	3
R26	2	2	3	3	2	3
R27	2	4	3	4	4	2
R28	2	3	2	4	3	4
R29	2	4	4	4	3	1
R30	2	3	3	3	4	3
R31	3	4	4	4	4	4
R32	2	3	3	3	2	3
R33	4	4	3	3	3	4
R34	4	3	4	4	4	4
R35	3	4	3	3	4	3
R36	2	2	3	4	2	2
R37	4	3	2	3	3	4
R38	2	4	4	4	4	2
R39	3	4	2	4	4	4
R40	3	4	4	4	4	3
R41	3	3	3	3	4	3
R42	4	4	3	4	3	2
R42	3	3	4	4	1	3
R44	3	4	3	3	3	3
R45	2	4	4	4	2	3
R46	2	4	4	3	4	3
R47	3	2	4	4	4	4
R48	3	3	3	3	3	4
R49	3	3	2	4	4	3
R50	3	4	4	4	3	2
Rata-rata	2,96	3,3	3,34	3,54	3,12	2,9

Lampiran 4 Skor Jawaban Evaluasi Responden

Evaluasi (Kepentingan)						
No	Harga	Warna daun	Lama kesegaran	Kesempurnaan fisik daun	Jumlah daun perbatang	Kemasan
R1	3	4	3	4	4	3
R2	4	4	4	3	2	3
R3	2	2	3	3	3	3
R4	4	4	2	3	2	3
R5	2	2	3	4	4	3
R6	4	3	3	3	3	4
R7	3	3	4	4	4	3
R8	3	4	3	3	3	2
R9	3	3	3	3	3	3
R10	2	3	3	4	2	2
R11	2	4	3	4	2	3
R12	3	3	4	4	3	3
R13	3	3	4	4	4	3
R14	3	3	3	4	3	4
R15	2	4	3	3	3	1
R16	3	3	4	4	4	3
R17	2	2	3	4	2	2
R18	2	3	3	3	2	3
R19	4	3	4	4	3	4
R20	3	3	4	4	4	3
R21	2	4	3	3	3	3
R22	4	3	4	4	3	4
R23	2	2	3	3	2	2
R24	3	3	3	4	4	4
R25	3	4	4	4	3	3
R26	3	4	4	4	4	4
R27	3	3	3	3	3	2
R28	4	4	4	4	4	3
R29	3	3	3	4	2	3
R30	4	4	3	3	4	3
R31	4	4	3	4	3	2
R32	4	3	4	3	3	3
R33	3	4	4	4	4	4
R34	4	4	4	3	4	3
R35	3	2	3	2	3	2
R36	3	4	4	4	4	4
R37	4	4	2	4	4	4
R38	1	3	4	4	3	1
R39	3	3	4	4	4	3
R40	3	4	4	4	4	2
R41	3	3	3	3	1	3
R42	4	3	3	4	4	3
R42	3	3	4	4	2	4
R44	2	4	3	4	3	4
R45	2	2	4	2	2	3
R46	3	3	4	4	3	2
R47	3	2	4	4	4	3
R48	4	2	3	4	4	3
R49	3	4	4	3	3	3
R50	3	4	2	4	3	3
Rata-rata	3	3,24	3,4	3,6	3,14	2,96

Lampiran 5 Skor Jawaban Preferensi Konsumen

R	Jawaban																
	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	X13	X14	X15	X16	
1	2	3	2	3	3	3	2	3	3	4	4	3	3	3	3	3	
2	2	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4
3	2	3	2	2	3	3	2	2	3	4	3	2	2	3	2	3	
4	1	4	2	1	2	4	2	3	4	3	4	1	1	2	3	4	
5	3	4	2	3	4	2	3	2	3	4	4	3	3	4	2	3	
6	2	3	2	4	4	3	2	3	3	3	3	2	4	4	3	3	
7	2	4	2	4	4	3	2	3	4	4	4	2	4	4	3	4	
8	2	4	3	3	4	3	2	3	3	3	3	2	3	4	3	3	
9	2	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	
10	2	3	1	4	4	3	2	3	3	4	4	2	4	4	3	3	
11	2	3	1	3	4	2	2	4	3	4	4	2	3	4	4	3	
12	2	3	2	4	3	1	3	3	4	4	3	2	4	3	3	4	
13	2	3	2	3	4	2	1	3	4	4	4	2	3	4	3	4	
14	2	3	2	2	4	3	1	3	3	4	3	2	2	4	3	3	
15	2	3	2	2	4	3	3	4	3	3	3	2	2	1	4	3	
16	1	4	1	3	4	3	2	3	4	4	4	1	3	4	3	4	
17	1	2	1	4	3	3	1	2	3	4	4	1	4	3	2	3	
18	1	3	1	2	4	3	2	3	3	3	4	1	2	4	3	3	
19	2	4	2	4	4	2	1	3	4	4	3	2	4	4	3	4	
20	1	2	1	3	3	1	2	3	4	4	4	1	3	3	3	4	
21	2	3	2	3	3	4	4	4	3	3	3	2	3	3	4	3	
22	2	3	2	4	3	3	3	3	4	4	3	2	4	3	3	4	
23	1	2	1	2	2	4	1	2	3	2	2	1	2	1	2	3	
24	1	3	1	3	4	3	3	3	3	4	4	1	3	4	3	3	
25	1	4	1	4	4	3	1	3	4	4	3	1	4	4	3	4	
26	2	4	2	3	4	3	3	4	4	4	4	2	3	4	4	4	
27	1	4	1	4	1	2	3	3	3	3	3	1	4	3	3	3	
28	2	3	2	4	4	4	2	4	4	4	4	2	4	4	4	4	
29	2	4	2	4	4	1	1	3	3	4	2	2	4	4	3	3	
30	1	3	1	3	4	3	3	4	3	3	4	1	3	4	4	3	
31	2	4	2	4	4	4	3	4	3	4	3	2	4	4	4	3	
32	2	3	2	3	4	3	1	3	4	3	3	2	3	4	3	4	
33	2	4	2	3	4	4	3	4	4	4	4	2	3	4	4	4	
34	2	3	2	4	4	4	2	4	4	4	4	2	4	4	4	4	
35	1	4	2	3	4	3	1	2	3	4	3	1	3	4	2	3	
36	2	3	2	4	4	2	1	4	4	4	4	2	4	4	4	4	
37	2	3	1	3	4	4	3	4	4	4	4	2	3	4	4	4	
38	2	4	2	4	3	2	2	3	4	4	3	2	4	3	3	4	
39	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	4	
40	2	4	2	4	3	3	3	4	4	4	4	2	4	3	4	4	
41	2	3	2	3	3	3	3	3	3	4	4	2	3	3	3	3	
42	3	4	2	3	4	2	3	3	4	4	4	3	3	4	3	4	
43	2	3	2	3	4	3	3	3	4	4	4	2	3	4	3	4	
44	3	4	2	3	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	
45	2	4	2	3	4	3	3	2	4	4	4	2	3	3	2	4	
46	2	4	2	3	4	3	3	3	4	4	4	2	3	3	3	4	
47	2	3	2	4	4	4	3	2	4	4	4	2	4	3	2	4	
48	3	4	3	3	4	4	3	2	4	4	4	3	3	4	2	4	
49	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	
50	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	

Lampiran 6 Hasil Analisis Konjoin

		Utility Estimate	Std. Error
Harga	<Rp. 17.000	,389	,173
	Rp. 17.000 - Rp. 18.000	,014	,173
	Rp. 18.000 - Rp. 20.000	-,431	,173
	> Rp. 20.000	,029	,173
Warna	Hijau Muda	-,049	,100
	Hijau Tua	,049	,100
Kesegaran	1 hari	-,496	,173
	2 hari	-,051	,173
	3 hari	,099	,173
	> 3 hari	,449	,173
kesempurnaan	Daun panjang tidak berlubang	,054	,100
	Daun lebar tidak berlubang	-,054	,100
Jumlah daun	Jumlah daun perbatang banyak	,404	,100
	Jumlah daun perbatang sedikit	-,404	,100
Kemasan	Kantong plastik asoy	-,042	,133
	Kantong plastik berlabel	-,012	,156
	Kantong plastik berdesign unik	,053	,156
(Constant)		3,072	,105

Importance Values

Harga	25,810
Warna	6,700
Kesegaran	29,243
kesempurnaan	5,668
Jumlah daun	22,735
Kemasan	9,844

Averaged Importance Score

Correlations^a

	Value	Sig.
Pearson's R	,950	,000
Kendall's tau	,852	,000

a. Correlations between observed and estimated preferences

Lampiran 7 Uji Validitas Dan Reabilitas

Correlations		P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	Total
P1	Pearson Correlation	1	,370*	,716**	,238	,388**	,073	,386**	,180	,294*	,359*	,202	,951**	,238	,285*	,180	,294*	,483**
	Sig. (2-tailed)		,008	,000	,095	,005	,614	,006	,210	,038	,010	,159	,000	,095	,045	,210	,038	,000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
P2	Pearson Correlation	,370*	1	,420**	,157	,213	,049	,213	,111	,297*	,269*	,059*	,306*	,157	,330*	,111	,297*	,408**
	Sig. (2-tailed)	,008		,002	,276	,137	,733	,138	,445	,036	,059	,684	,031	,276	,019	,445	,036	,003
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
P3	Pearson Correlation	,716**	,420*	1	,173	,251	,195	,252	,043	,309*	,185	,036**	,742**	,173	,152	,043	,309*	,350*
	Sig. (2-tailed)	,000	,002		,229	,079	,175	,077	,767	,029	,199	,804	,000	,229	,293	,767	,029	,013
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
P4	Pearson Correlation	,238	,157	,173	1	,171	-,142	,042	,169	,274	,432**	,029	,244**	1,000**	,398**	,169	,274	,371**
	Sig. (2-tailed)	,095	,276	,229		,236	,325	,771	,242	,054	,002	,840	,088	,000	,004	,242	,054	,008
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
P5	Pearson Correlation	,388*	,213	,251	,171	1	,110	,033	,208	,212	,432**	,313*	,352*	,171	,659**	,208	,212	,344*
	Sig. (2-tailed)	,005	,137	,079	,236		,448	,820	,148	,138	,002	,027	,012	,236	,000	,148	,138	,014
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
P6	Pearson Correlation	,073	,049	,195	-,142	,110	1	,243	,127	,087	-,142	,209	,074	-,142	-,047	,127	,087	,287*
	Sig. (2-tailed)	,614	,733	,175	,325	,448		,089	,379	,548	,324	,144	,612	,325	,747	,379	,548	,044
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
P7	Pearson Correlation	,386*	,213	,252	,042	-,033	,243	1	,282*	,106	,056*	,338**	,376**	,042	-,074	,282*	,106	,377**
	Sig. (2-tailed)	,006	,138	,077	,771	,820	,089		,047	,462	,698	,016	,007	,771	,612	,047	,462	,007
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
P8	Pearson Correlation	,180	,111	,043	,169	,208	,127	,282*	1	,180	,043	,202	,157	,169	,216**	1,000**	,180	,301*
	Sig. (2-tailed)	,210	,445	,767	,242	,148	,379	,047		,212	,764	,159	,277	,242	,131	,000	,212	,034
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
P9	Pearson Correlation	,294*	,297*	,309*	,274	,212	,087	,106	,180	1	,426**	,401**	,267	,274	,186	,180	1,000**	,541**
	Sig. (2-tailed)	,038	,036	,029	,054	,138	,548	,462	,212		,002	,004	,061	,054	,195	,212	,000	,000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
P10	Pearson Correlation	,359*	,269	,185	,432**	,432**	-,142	,056	,043	,426*	1	,465**	,371**	,432**	,495**	,043	,426*	,393**
	Sig. (2-tailed)	,010	,059	,199	,002	,002	,324	,698	,764	,002		,001	,008	,002	,000	,764	,002	,005
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50

	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
P11	Pearson Correlation	,202	,059	,036	,029	,313*	,209	,338*	,202*	,401**	,4651	,235	,029	,331	,202	,401*	,331*	
	Sig. (2-tailed)	,159	,684	,804	,840	,027	,144	,016	,159	,004	,001	,100	,840	,019	,159	,004	,019	
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
P12	Pearson Correlation	,951**	,306*	,742**	,244	,352*	,074	,376**	,157	,267	,371**	,2351	,244	,265	,157	,267	,376**	
	Sig. (2-tailed)	,000	,031	,000	,088	,012	,612	,007	,277	,061	,008	,100	,088	,063	,277	,061	,007	
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
P13	Pearson Correlation	,238	,157	,173	1,000**	,171	-,142	,042	,169	,274	,432**	,029	,2441	,398**	,169	,274	,371**	
	Sig. (2-tailed)	,095	,276	,229	,000	,236	,325	,771	,242	,054	,002	,840	,088	,004	,242	,054	,008	
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
P14	Pearson Correlation	,285*	,330*	,152	,398**	,659**	-,047	,074	,216	,186	,495**	,331*	,265*	,398*	1	,216	,186	,296*
	Sig. (2-tailed)	,045	,019	,293	,004	,000	,747	,612	,131	,195	,000	,019	,063	,004		,131	,195	,037
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
P15	Pearson Correlation	,180	,111	,043	,169	,208	,127	,282*	1,000**	,180	,043	,202	,157	,169	,2161	,180	,301*	
	Sig. (2-tailed)	,210	,445	,767	,242	,148	,379	,047	,000	,212	,764	,159	,277	,242	,131	,212	,034	
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
P16	Pearson Correlation	,294*	,297*	,309*	,274	,212	,087	,106	,180**	1,000**	,426**	,401**	,267	,274	,186	,1801	,541**	
	Sig. (2-tailed)	,038	,036	,029	,054	,138	,548	,462	,212	,000	,002	,004	,061	,054	,195	,212	,000	
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
VAR00001	Pearson Correlation	,483*	,408*	,350*	,371*	,344*	,287*	,377**	,301*	,541*	,393**	,331*	,376**	,371*	,296*	,301*	,541*	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,003	,013	,008	,014	,044	,007	,034	,000	,005	,019	,007	,008	,037	,034	,000	
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50

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

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

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	50	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	50	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,826	16

Lampiran 8 Dokumentasi Penelitian



Gambar 15. Foto bersama konsumen kangkung hidroponik



Gambar 16 Sayur kangkung hidroponik per 1 kg



Gambar 17 Foto bersama pemilik Syifa Hidroponik



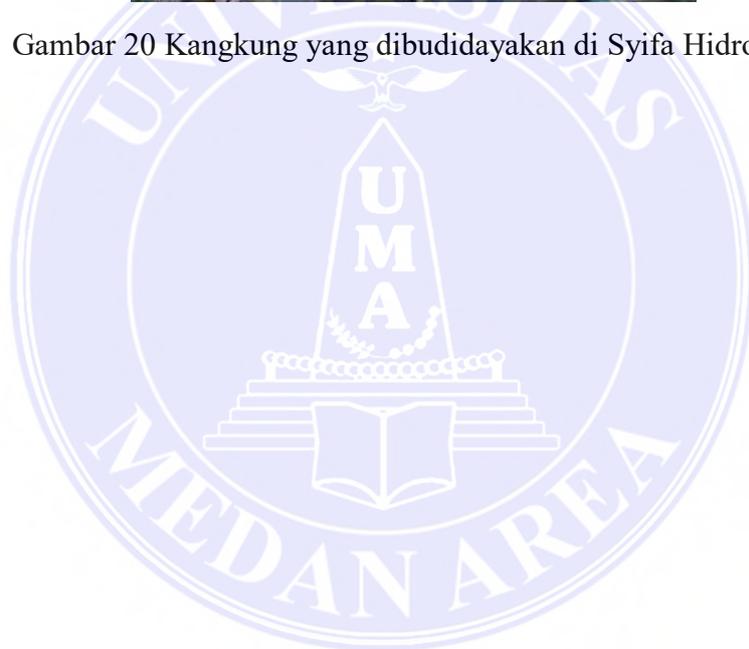
Gambar 18 Lokasi Syifa Hidroponik Medan



Gambar 19 Lokasi lahan Syifa Hidroponik



Gambar 20 Kangkung yang dibudidayakan di Syifa Hidroponik



Lampiran 9 Surat Pengantar Riset

**UNIVERSITAS MEDAN AREA**
FAKULTAS PERTANIAN

Kampus I : Jalan Kolam Nomor 1 Medan Estate ☎ (061) 7360168, 7366878, 7364348 📠 (061) 7368012 Medan 20371
Kampus II : Jalan Setabudi 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 : 247/FP.2/01.10/I/2024
Lamp. : -
Hal : Pengambilan Data/Riset

Medan, 29 Januari 2024

Kepada yth.
Bapak Ir. Suwardi Raden
Pemilik UMKM Syifa Hidroponik
Medan Area, Medan
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 : Mhd. Aldio Fatur Rahman
NIM : 198220072
Program Studi : Agribisnis

Untuk melaksanakan Penelitian dan atau Pengambilan Data di UMKM Syifa Hidroponik, Medan Area, Medan untuk kepentingan skripsi berjudul **"Analisis Sikap dan Preferensi Konsumen terhadap Atribut Sayur Kangkung Hidroponik (Studi Kasus : Syifa Hidroponik, Kecamatan Medan Area, Kota Medan)"**.

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.


Panjang Hernosa, SP, M.Si

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

Lampiran 10 Surat Selesai Riset



SYIFA HIDROPONIK
Alamat : Jl. Bromo Lr. Amal No. 11, Tegal Sari III, Kec Medan Area, Kota Medan Sumatera Utara

09 Maret 2024

Nomor : 04/ Syifa Hidroponik/III/2024
Lam : -
Perihal : Selesai Penelitian/ Riset

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Pertanian
Universitas Medan Area
di-

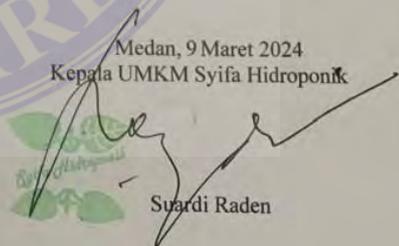
Tempat

Sehubungan dengan surat terdahulu dengan Nomor: 247/FP.2/01.10/1/2024 pada tanggal 29 Januari 2024 berkenaan tentang kegiatan Penelitian/riset yang dilaksanakan oleh mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Medan Area atas nama:

Nama : Mhd. Aldio Fatur Rahman
NIM : 198220072
Program Studi : Agribisnis

Bahasannya benar telah selesai melaksanakan penelitian/riset yang dilaksanakan mulai tanggal 29 Januari 2024 s/d 9 Maret 2024 dengan judul "**Analisis Sikap dan Preferensi Konsumen Terhadap Atribut Sayur Kangkung Hidroponik (Studi Kasus : Syifa Hidroponik, Kecamatan Medan Area, Kota Medan)**" Sebagai tugas akhir mahasiswa/skripsi di UMKM SYIFA Hidroponik Jl. Bromo Lr. Amal No. 11, Tegal Sari III, Kec Medan Area, Kota Medan. Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sebenar-benarnya untuk sebagaimana seperlunya.

Medan, 9 Maret 2024
Kepala UMKM Syifa Hidroponik



Suardi Raden