

**ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP
MINUMAN TEH BOTOL SOSRO DI KECAMATAN
TANJUNG MORAWA, KABUPATEN DELI SERDANG**

SKRIPSI

OLEH

JONATAN GABRIEL SIPANGKAR

198220126



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2025**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 2/9/25

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)2/9/25

**ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP
MINUMAN TEH BOTOL SOSRO DI KECAMATAN
TANJUNG MORAWA, KABUPATEN DELI SERDANG**

SKRIPSI

*Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana di Program Studi Agribisnis
Fakultas Pertanian Universitas Medan Area*



**OLEH
JONATAN GABRIEL SIPANGKAR
198220126**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2025**

**ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP
MINUMAN TEH BOTOL SOSRO DI KECAMATAN
TANJUNG MORAWA, KABUPATEN DELI SERDANG**

SKRIPSI

**OLEH
JONATAN GABRIEL SIPANGKAR
198220126**

*Diajukan sebagai salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana di
Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Medan Area*

Disetujui Oleh :
Komisi Pembimbing

Dr. SISWA PANJANG HERNOSA, S.P., M.Si.
Dosen Pembimbing

**PROGRAM STUDI
AGRIBISNISFAKULTAS
PERTANIAN UNIVERSITAS
MEDAN AREA MEDAN
2025**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

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

Document Accepted 2/9/25

Access From (repository.uma.ac.id)2/9/25

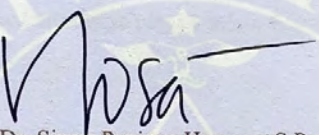
HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Minuman Teh
Botol Sosro Di Kecamatan Tanjung Morawa,
Kabupaten Deli Serdang

Nama : Jonatan Gabriel Sipangkar
NPM : 198220126
Fakultas : Pertanian

Disetujui oleh :

Komisi Pembimbing


(Dr. Siswa Panjang Hernosa, S.P., M.Si.)
Dosen Pembimbing

Diketahui oleh :


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

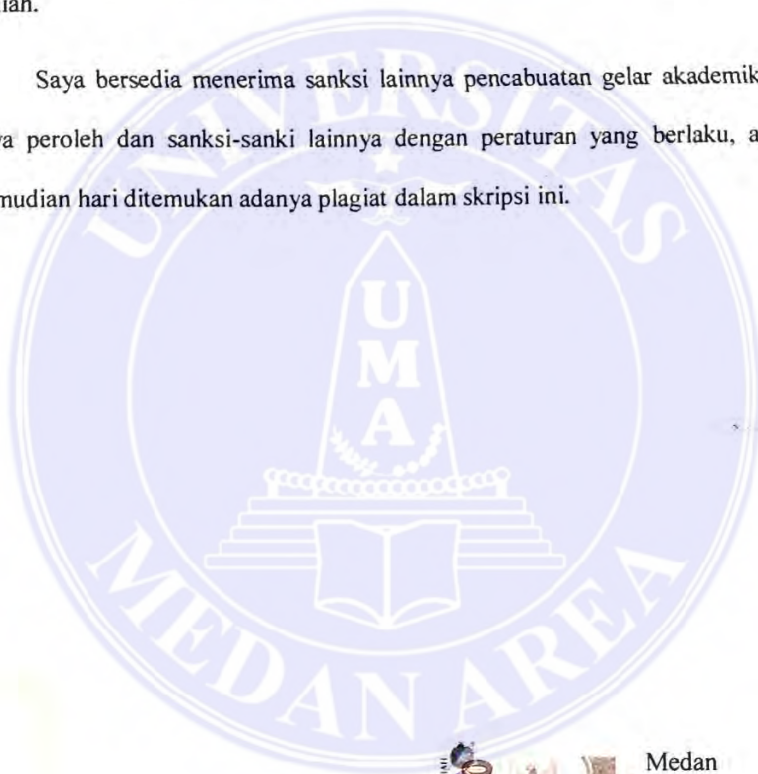

(Marizha Nurcahyani, S.ST., M.Sc)
Ketua Program Studi

Tanggal Lulus: 25 Februari 2025

HALAMAN PERNYATAAN

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

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



Medan
METERA
TEMPEL
C4AMX31082046
Jonatan Gabriel Sipangkar

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Jonatan Gabriel Sipangkar

Nim : 198220126

Program Studi : Agribisnis

Fakultas : Pertanian

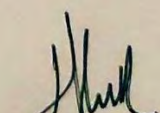
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area **Hak Bebas Royalti (Non-exclusive Royalti Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul : **Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Minuman Teh Botol Sosro Di Kecamatan Tanjung Morawa, Kabupaten Deli Serdang**. Dengan hak bebas royalti noneksklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalih media atau formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (data base), merawat dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat sebenarnya

Dibuat : Medan

Pada Tanggal :

Yang Menyatakan


(Jonatan Gabriel Sipangkar)

ABSTRAK

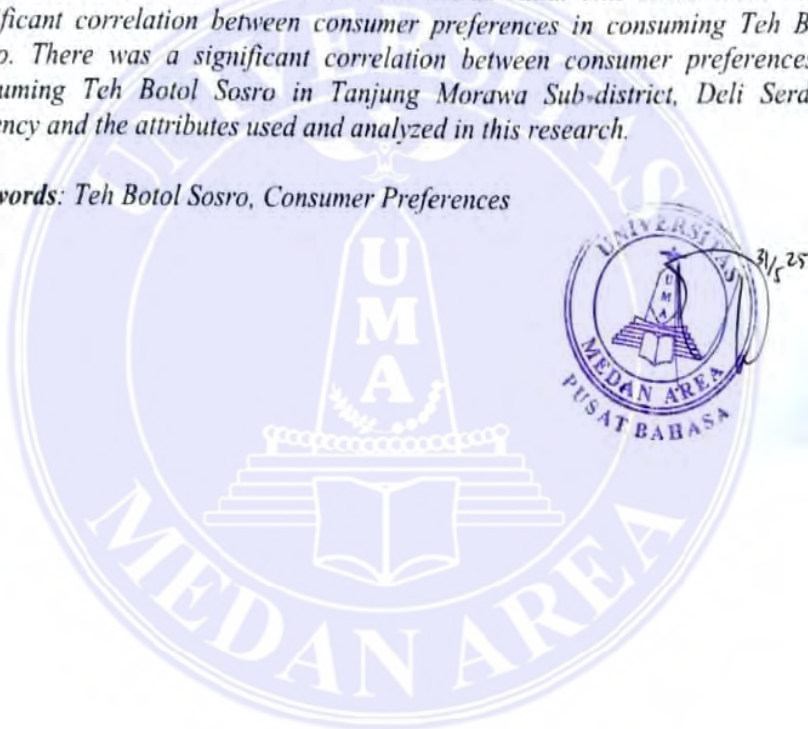
Penelitian yang di analisis ini yaitu untuk mengetahui atribut dan level konsumen minuman Teh Botol Sosro yang menjadi preferensi konsumen, serta untuk mengetahui atribut yang menjadi preferensi konsumen dalam mengonsumsi minuman Teh Botol Sosro. Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Tanjung Morawa, Kabupaten Deli Serdang. Penelitian ini di mulai dari survei, pengambilan data di lapangan, dan juga membuat laporan, Hasil dari penelitian ini yaitu Atribut dan level yang paling diminati oleh konsumen adalah Rasa Manis, Warna Merah Kecokelatan, Aroma Sedikit Harum, Kemasan Kardus dan Kemudahan Mendapatkan di Warung Terdekat. Untuk tingkat kepentingan yang paling tinggi adalah atribut warna, atribut kemasan, atribut rasa, atribut kemudahan mendapatkan dan atribut aroma. Hal ini menunjukkan bahwa atribut yang dianggap paling penting oleh konsumen dalam mengonsumsi minuman teh botol sosro di kecamatan Tanjung Morawa, Kabupaten Deli Serdang adalah atribut warna. Nilai signifikansi pada *Pearson's R* dan *Kendall's tau* lebih kecil dari nilai signifikansi. Sehingga pengujian yang telah dilakukan dianggap sudah valid. Artinya terdapat hubungan yang signifikan antara preferensi konsumen dalam mengonsumsi minuman Teh Botol Sosro. Artinya terdapat hubungan yang signifikan antara preferensi konsumen dalam mengonsumsi minuman Teh Botol Sosro di Kecamatan Tanjung Morawa, Kabupaten Deli Serdang dengan atribut-atribut yang digunakan dan di analisis dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Teh Botol Sosro, Preferensi Konsumen.

ABSTRACT

This research aimed to identify the attributes and levels of Teh Botol Sosro beverage that became consumer preferences, and to identify the attributes preferred by consumers in consuming Teh Botol Sosro beverage. The research was conducted in Tanjung Morawa Sub-district, Deli Serdang Regency. This research began with surveys, field data collection, and report writing. The results of this research showed that the most preferred attributes and levels by consumers were Sweet Taste, Reddish-Brown Color, Slightly Fragrant Aroma, Cardboard Packaging, and Ease of Purchase at Nearby Stalls. The most important attributes were color, packaging, taste, ease of purchase, and aroma. This indicated that the most important attribute considered by consumers in consuming Teh Botol Sosro in Tanjung Morawa Sub-district, Deli Serdang Regency was the color attribute. The significance values in Pearson's R and Kendall's tau were smaller than the significance level. Thus, the test was considered valid. This meant there was a significant correlation between consumer preferences in consuming Teh Botol Sosro. There was a significant correlation between consumer preferences in consuming Teh Botol Sosro in Tanjung Morawa Sub-district, Deli Serdang Regency and the attributes used and analyzed in this research.

Keywords: Teh Botol Sosro, Consumer Preferences



RIWAYAT HIDUP

Jonatan Gabriel Sipangkar lahir di Tanjung Morawa, Kabupaten Deli Serdang pada tanggal 14 Juni 2000 anak dari Bapak S. Sipangkar dan ibu T. Hasugian. Penulis merupakan anak ke empat dari empat bersaudara.

Pendidikan yang pernah di tempuh penulis adalah sebagai berikut :

1. Tahun 2005 masuk taman kanak kanak Brimob Bhayangkara dan tamat tahun 2006
2. Tahun 2006 Sekolah Dasar di SD.Negeri 101879 Tanjung Morawa
3. Tahun 2012 masuk sekolah menengah pertama di SMP Roma Katolik dan tamat 2016
4. Tahun 2016 masuk sekolah menengah atas di SMA Negeri 1 Tanjung Morawa dan tamat pada Tahun 2019
5. Tahun 2019 diterima di Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian Universitas Medan Area
6. Bulan Juli tanggal 25 hingga 29 September 2022 melaksanakan praktek kerja lapangan (PKL) di PTS Socfindo
7. Melaksanakan Penelitian pada bulan Maret 2024 di Tanjung Morawa, Kabupaten Deli Serdang

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis ucapkan kehadiran Tuhan yang maha esa yang telah memberikan Rahmat dan hidayah nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN MINUMAN TEH BOTOL SOSRO di KECAMATAN TANJUNG MORAWA KABUPATEN DELI SERDANG”.

Skripsi ini merupakan salah satu syarat kelulusan strata satu pada program studi Agribisnis fakultas pertanian Universitas Medan area. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terimakasih dan rasa hormat kepada:

1. Dr. siswa panjang hernosa, S.P , M.Si selaku dekan fakultas pertanian universitas Medan Area sekaligus selaku komisi pembimbing yang telah membimbing dan memperhatikan selama proses penyusunan skripsi ini
2. Marizha Nurcayani M.Sc selaku ketua prodi Agribisnis Universitas Medan Area
3. Seluruh dosen dan staff pengajar Program Studi Agribisnis fakultas pertanian Universitas Medan Area yang telah memberi ilmu pengetahuan kepada penulis
4. Orang tua dan keluarga yang telah memberi doa dan dukungan baik moril maupun material yang luar biasa kepada penulis
5. Rekan-rekan mahasiswa yang telah menemani dan memberikan dukungan dan semangat kepada penulis

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna mengenai isi maupun dalam pemakaian bahasa. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik atau saran yang sifatnya membangun untuk menyempurnakan skripsi ini. Penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.

Penulis

Jonatan Gabriel Sipangkar



DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
I. PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Perumusan Masalah	4
1.3. Tujuan Penelitian	5
1.4. Manfaat Penelitian	5
1.5. Kerangka Pemikiran.....	6
II. TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1. Tanaman Teh.....	8
2.2. Minuman Teh.....	9
2.3. Preferensi Konsumen	10
2.4. Analisis Konjoin	11
2.5. Penelitian Terdahulu	11
III. METODE PENELITIAN.....	15
3.1. Lokasi Penelitian.....	15
3.2. Populasi dan Sampel.....	15
3.3. Teknik Pengumpulan Data.....	17
3.4. Teknik Analisis Data.....	17
3.5. Definisi Operasional Variabel.....	26
IV. GAMBARAN LOKASI PENELITIAN.....	28
4.1. Deskripsi Lokasi Penelitian.....	28
4.2. Struktur Organisasi dan Ketenagakerjaan	30
V. HASIL DAN PEMBAHASAN	32
5.1. Karakteristik Konsumen Minuman Teh Botol Sosro	32
5.2. Preferensi Konsumen Terhadap Atribut dan Level Teh Botol Sosro	40
5.3. Urutan Atribut Minuman Teh Botol Sosro Menurut Preferensi Konsumen	43

5.4. Tingkat Keakuratan Prediksi Model Analisis Conjoint	45
5.5. Uji Validitas dan Realibilitas	46
VI. KESIMPULAN DAN SARAN.....	48
6.1 Kesimpulan.....	48
6.2 Saran.....	49
DAFTAR PUSTAKA	50
LAMPIRAN	51



DAFTAR TABEL

No	Keterangan	Halaman
1.	Jumlah Penduduk Menurut Jenis Kelamin dan Kecamatan (Jiwa) di Kabupaten Deli Serdang.....	3
2.	Pembagian Banyaknya Jumlah Sampel	16
3.	Pemberian Rating Stimulus Minuman Teh Botol Sosro.....	22
4.	Bentuk Hasil Analisis Konjoin Pada Minuman Teh Botol Sosro.....	26
5.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	32
6.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Usia	33
7.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	35
8.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	36
9.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	38
10.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Anggota Keluarga	39
11.	Nilai Utility Berdasarkan Hasil Conjoint Analysis	40
12.	Nilai Kepentingan (<i>Important Value</i>) atribut Teh Botol Sosro	44
13.	Nilai Korelasi Hasil Conjoint	45
14.	Hasil Output Uji Validitas	46
15.	Hasil Output Uji Realibilitas.....	47

DAFTAR GAMBAR

No	Keterangan	Halaman
1.	Kerangka Pemikiran	6



DAFTAR LAMPIRAN

No	Keterangan	Halaman
1.	Kuisisioner Penelitian	52
2.	Persentase Karakteristik Responden Teh Botol Sosro	55
3.	Atribut dan Level Atribut.....	57
4.	Data Karakteristik Konsumen.....	58
5.	Bentuk Kombinasi antara Atribut dengan Level Atribut Minuman Teh Botol Sosro	60
6.	Input Data Penilaian Responden Terhadap Stimulus.....	61
7.	Hasil Overall <i>Statistic dan Average Importance Value</i> Responden Laki-Laki	64
8.	Hasil Overall <i>Statistic dan Average Importance Value</i> Responden Perempuan	65
9.	Hasil Overall <i>Statistic dan Average Importance Value</i> Responden Usia 17-23	66
10.	Hasil Overall <i>Statistic dan Average Importance Value</i> Responden Usia 24-32	67
11.	Hasil Overall <i>Statistic dan Average Importance Value</i> Responden Usia 33-41	68
12.	Hasil Overall <i>Statistic dan Average Importance Value</i> Responden Usia 42-50	69
13.	Hasil Overall <i>Statistic dan Average Importance Value</i> Responden Usia 51-60	70
14.	Hasil Overall <i>Statistic dan Average Importance Value</i> Responden Pendidikan SD.....	71
15.	Hasil Overall <i>Statistic dan Average Importance Value</i> Responden Pendidikan SMP	72
16.	Hasil Overall <i>Statistic dan Average Importance Value</i> Responden Pendidikan SMA	73
17.	Hasil Overall <i>Statistic dan Average Importance Value</i> Responden Pendidikan D3	74
18.	Hasil Overall <i>Statistic dan Average Importance Value</i> Responden Pendidikan S1	77
19.	Hasil Overall <i>Statistic dan Average Importance Value</i> Responden Pendidikan S2.....	76
20.	Hasil Overall <i>Statistic dan Average Importance Value</i> Responden Pekerjaan Mahasiswa.....	77
21.	Hasil Overall <i>Statistic dan Average Importance Value</i> Responden Pekerjaan Karyawan Swasta	78
22.	Hasil Overall <i>Statistic dan Average Importance Value</i> Responden Pekerjaan Wiraswasta	79
23.	Hasil Overall <i>Statistic dan Average Importance Value</i> Responden Pekerjaan PNS.....	80
24.	Hasil Overall <i>Statistic dan Average Importance Value</i> Responden Pekerjaan Petani	81
25.	Hasil Overall <i>Statistic dan Average Importance Value</i> Responden Pekerjaan Ibu Rumah	

Tangga.....	82
26. Hasil Overall <i>Statistic dan Average Importance Value</i> Responden Pendapatan <Rp. 1.000.000.....	83
27. Hasil Overall <i>Statistic dan Average Importance Value</i> Responden Pendapatan Rp. 1.000.000-Rp.2.500.000	84
28. Hasil Overall <i>Statistic dan Average Importance Value</i> Responden Pendapatan Rp. 2.500.000-Rp.4.000.000	85
29. Hasil Overall <i>Statistic dan Average Importance Value</i> Responden Pendapatan Rp.4.000.000-Rp.5.500.000.....	86
30. Hasil Overall <i>Statistic dan Average Importance Value</i> Responden Pendapatan >Rp.5.500.000	87
31. Hasil Overall <i>Statistic dan Average Importance Value</i> Responden Jumlah Anggota Keluarga 1-2 Orang.....	88
32. Hasil Overall <i>Statistic dan Average Importance Value</i> Responden Jumlah Anggota Keluarga 3-4 Orang.....	89
33. Hasil Overall <i>Statistic dan Average Importance Value</i> Responden Jumlah Anggota Keluarga 5-6 Orang.....	90
34. Hasil Analisis Conjoint 78 Responden Pada <i>Overall Statistic Dan Average Importance Value Dan Correlations</i>	91
35. Uji Validitas	92
36. Uji Realibilitas.....	96
37. Dokumentasi Penelitian.....	97
38. Lokasi Penelitian	98
Surat Keterangan Selesai Riset dari PT. Sinar Sosro	98

I. PENDAHULUAN

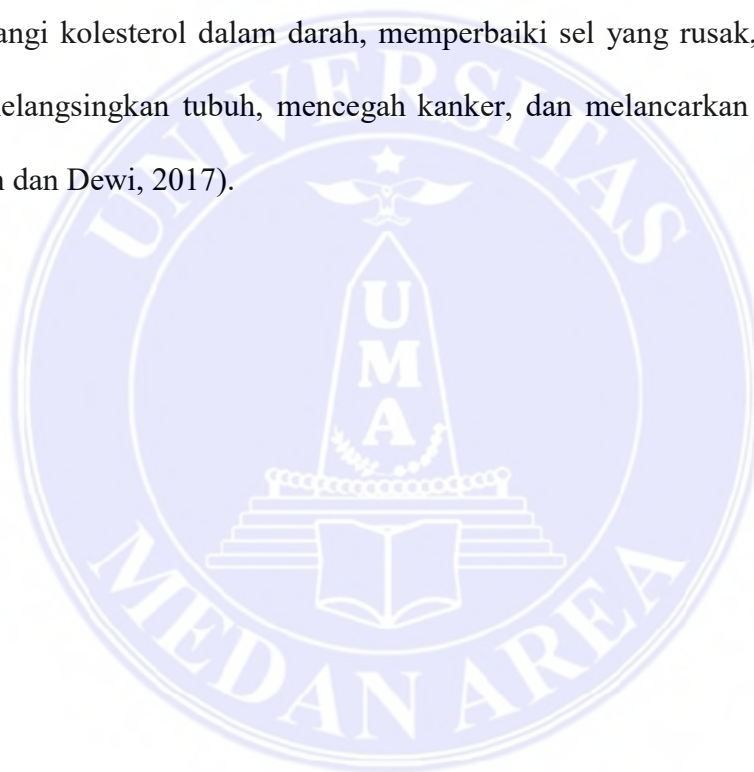
1.1. Latar Belakang

Keunggulan Indonesia sebagai negara agraris peran sektor pertanian dan agribisnis dapat dijadikan tonggak bagi pembangunan perekonomian nasional. Sektor pertanian dapat mengikuti perkembangan tuntutan perekonomian Indonesia yang terus tumbuh dan berkembang, serta mampu memenuhi perekonomian kerakyatan yang berkelanjutan. Hal itu terbukti ketika terjadinya krisis ekonomi yang sempat melanda di Indonesia, sektor pertanian mampu menghasilkan devisa, sehingga sektor pertanian harus dipacu perkembangannya melalui pembangunan pertanian (Chadhir, 2015).

Perkebunan merupakan salah satu sub sektor yang mempunyai peranan penting dalam pembangunan perekonomian nasional. Komoditi hasil perkebunan Indonesia salah satunya adalah teh.

Komoditi teh mempunyai kontribusi penting dalam menghasilkan devisa negara. Sehingga komoditi tersebut mempunyai peranan yang cukup penting dalam penerimaan negara melalui ekspor non migas. Komoditas teh sangat berpotensi untuk dikembangkan menjadi produk lanjutan yang banyak diminta pasar ekspor. Beberapa produk hilir non-konvensional yang dapat dihasilkan dari pucuk daun teh antara lain adalah teh celup, *instant tea*, *decaf-tea*, *caffeine*, *catechin*, *tea flavin*, *tearubigin*, *tea flavordan* aneka minuman siap saji (teh botol, *canning tea*, *tetra pack tea*), sedangkan dari daun tua teh dapat dihasilkan *crude caffeine*, *pure caffeine*, dan *tonic water*. Beberapa produk hilir yang dapat dihasilkan dari biji teh antara lain minyak biji teh, saponin, dan pakan ternak (Gumbira-Sa'id et al. 2004). Teh merupakan salah satu produk minuman yang

populer yang banyak dikonsumsi oleh masyarakat Indonesia maupun masyarakat dunia baik muda maupun tua, karena teh mempunyai rasa dan aroma yang khas. Olahan teh pada umumnya dibedakan menjadi 3 macam yaitu teh serbuk, teh celup, dan teh seduh (teh siap saji dalam kemasan). Seperti kita ketahui teh memiliki banyak sekali manfaat bagi kesehatan tubuh terutama sebagai antioksidan karena mengandung banyak polifenol. Selain itu terdapat juga manfaat lain yang tak kalah penting seperti mencegah penyakit jantung, mengurangi kolesterol dalam darah, memperbaiki sel yang rusak, menghaluskan kulit, melangsingkan tubuh, mencegah kanker, dan melancarkan sirkulasi darah (Solikah dan Dewi, 2017).



Tabel 1. Jumlah Penduduk Menurut Jenis Kelamin dan Kecamatan (Jiwa) di Kabupaten Deli Serdang

Jumlah Penduduk menurut Jenis Kelamin dan Kecamatan (Jiwa)									
Kecamatan	Laki-laki			Perempuan			Jumlah Total		
	2018	2019	2020	2018	2019	2020	2018	2019	2020
Gunung Meriah	1551	1584	1667	1555	1594	1526	3106	3178	3193
S.T.M. Hulu	7489	7635	6672	7423	7565	6882	14912	15200	13554
Sibolangit	11969	12215	9884	12079	12340	10096	24048	24555	19980
Kutalimbaru	21525	21939	17908	21767	22198	18330	43292	44137	36238
Pancur Batu	51210	52172	46665	51159	52131	46805	102369	104303	93470
Namo Rambe	21749	22142	19764	22252	22653	19933	44001	44795	39697
Biru-Biru	20640	21032	19576	20499	20901	19507	41139	41933	39083
S.T.M. Hilir	18800	19165	16567	18249	18607	16592	37049	37772	33159
BangunPurba	13057	13311	12217	13089	13351	12158	26146	26662	24375
Galang	37425	38160	35380	37110	37841	34756	74535	76001	70136
Tanjung Morawa	116652	118773	112651	114698	116766	110799	231350	235539	223450
Patumbak	53926	54877	49654	52444	53358	48340	106370	108235	97994
Deli Tua	35881	36537	29742	36980	37653	29550	72861	74190	59292
Sunggal	147573	150259	120818	145453	148059	120541	293026	298318	241359
HamparanPerak	91859	93589	83149	88864	90522	80372	180723	184111	163521
LabuhanDeli	36843	37535	34015	35582	36229	33114	72425	73764	67129
Percut Sei Tuan	232830	237154	202866	230106	234325	199602	462936	471479	402468
Batang Kuis	34328	34962	32958	33353	33967	32117	67681	68929	65075
Pantai Labu	26772	27273	25174	25180	25652	23993	51952	52925	49167
Beringin	32124	32742	30586	31231	31825	30125	63355	64567	60711
LubukPakam	48528	49473	43885	49468	50454	44691	97996	99927	88576
Pagar Merbau	21948	22365	19937	22405	22824	19877	44353	45189	39814
Deli Serdang	1084679	1104894	971735	1070946	1090815	959706	2155625	2195709	1931441

Sumber : Data BPS Kabupaten Deli Serdang 2021

Berdasarkan Tabel 1 dapat diketahui jumlah penduduk Kabupaten Deli Serdang 3 tahun terakhir semakin meningkat, Kecamatan Tanjung Morawa merupakan salah satu kecamatan yang memiliki jumlah penduduk terbanyak di kabupaten Deli Serdang (BPS Deli Serdang, 2021).

Diimbangi dengan banyaknya ragam teh yang dijual di pasaran serta adanya masyarakat dari berbagai segmen sehingga menimbulkan perbedaan preferensi

konsumen terhadap pembelian produk teh. Preferensi konsumen merupakan kesukaan, pilihan atau sesuatu hal yang lebih disukai konsumen (Munandar, et al. 2012). Memahami konsumen merupakan informasi pasar yang penting bagi produsen teh untuk merencanakan, mengembangkan, dan memasarkan produknya dengan baik untuk memberikan rekomendasi pada strategi pemasaran yang lebih efektif sesuai dengan kebutuhan konsumen (Ikmanila, et al. 2018).

Saat ini teh botol sosro banyak dipasarkan di kecamatan Tanjung Morawa salah satu alasannya karena terdapat pabrik perusahaan teh botol sosro yang berlokasi di Jalan Tanjung Morawa, Km. 14,5, Medan, Sumatera Utara. PT. Sinar Sosro Deli Serdang merupakan cabang kantor pusat PT. Sinar Sosro yang berada di Cak:ung, Jakarta Timur. PT. Sinar Sosro menjual langsung produk teh botol sosro dengan berbagai kemasan didepan pabrik perusahaan. Oleh karena itu, peneliti memilih lokasi penelitian preferensi konsumen tepat didepan pabrik tersebut.

Masalah yang dihadapi adalah belum diketahui sampai sejauh mana teh botol sosro dalam kemasan botol disukai oleh konsumen atribut rasa, warna, aroma, bentuk kemasan, dan kemudahan mendapatkan yang mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli teh botol sosro. Menyikapi hal tersebut maka perlu dipelajari perilaku konsumen terhadap suka atau tidak sukanya dan atribut apakah yang paling berpengaruh terhadap kemasan botol teh botol sosro.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

- 1 . Bagaimana Karakteristik Konsumen Minuman Teh Botol Sosro

di Kecamatan Tanjung Morawa, Kabupaten Deli Serdang?

1. Bagaimana Atribut dan Level Minuman Teh Botol Sosro di Kecamatan Tanjung Morawa, Kabupaten Deli Serdang?
2. Bagaimana Urutan Atribut Minuman Teh Botol Sosro di Kecamatan Tanjung Morawa, Kabupaten Deli Serdang?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian adalah :

1. Untuk Mengetahui Karakteristik Konsumen Minuman Teh Botol Sosro di Kecamatan Tanjung Morawa, Kabupaten Deli Serdang
2. Untuk Mengetahui Atribut dan Level Minuman Teh Botol Sosro di Kecamatan Tanjung Morawa, Kabupaten Deli Serdang
3. Untuk Mengetahui Urutan Atribut Minuman Teh Botol Sosro di Kecamatan Tanjung Morawa, Kabupaten Deli Serdang

1.4. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah :

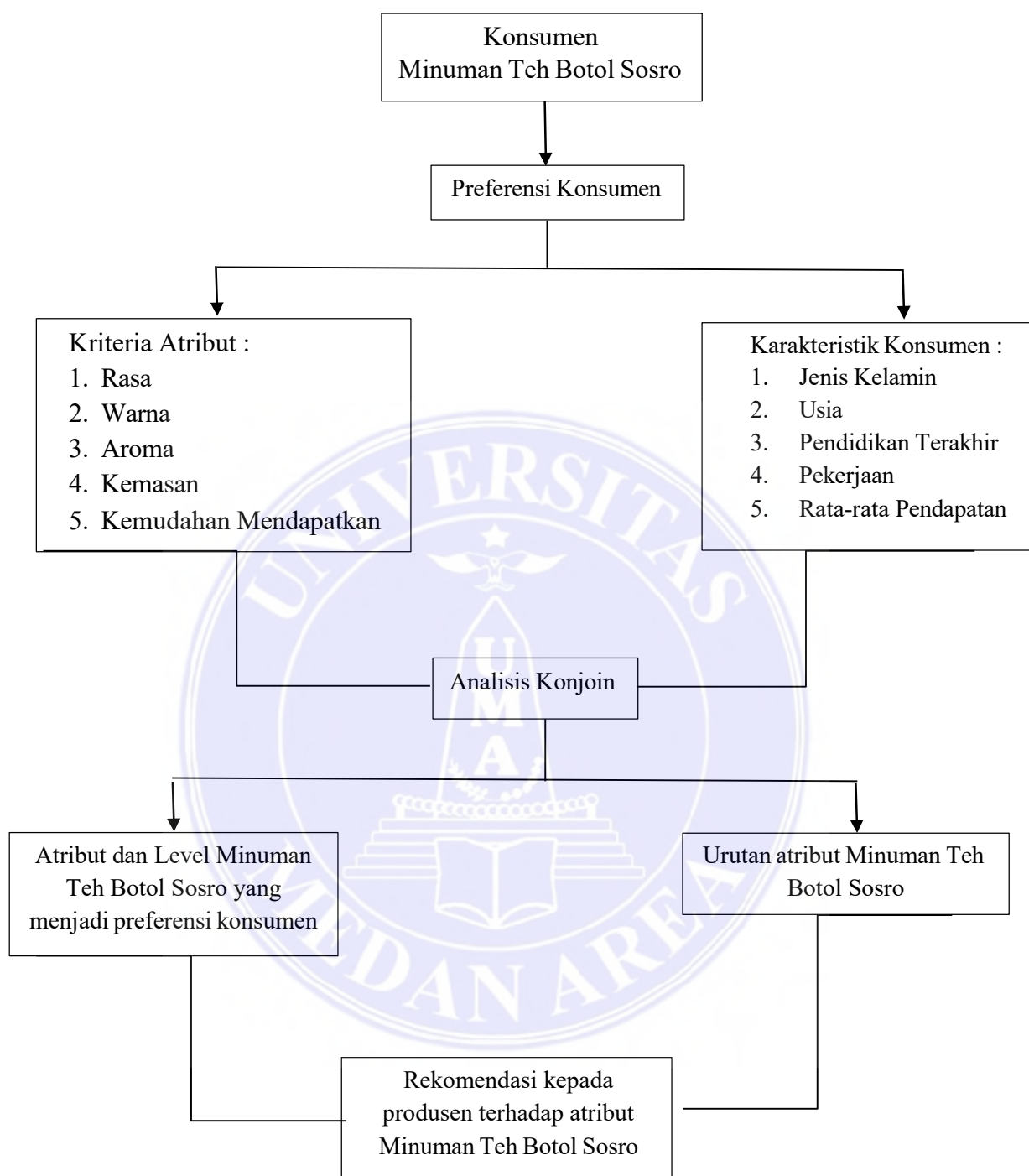
1. Bagi peneliti, penelitian ini bermanfaat untuk menambah pengetahuan serta merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana di Fakultas Pertanian Universitas Medan Area.
2. Bagi pemerintah dan perusahaan, penelitian ini sebagai informasi dan sumbangan pemikiran dalam merancang dan menciptakan minuman teh botol sosro yang sesuai dengan kebutuhan konsumen di Kecamatan Tanjung Morawa, Kabupaten Deli Serdang.
3. Bagi pihak lain, penelitian sebagai bahan pustaka dan informasi untuk permasalahan preferensi konsumen minuman teh botol sosro di Kecamatan

Tanjung Morawa, Kabupaten Deli Serdang di masa yang akan datang.

1.5. Kerangka Pemikiran

Dalam melakukan pembelian pada minuman Teh Botol Sosro, keputusan konsumen itu dihadapkan pada berbagai pilihan, yang mana terdapat dalam atribut minuman Teh Botol Sosro 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 Rasa, Warna, Aroma, Kemasan, dan Kemudahan Mendapatkan(Haryanto, 2019).

Dengan mengetahui apa saja penilaian 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. berdasarkan penjelasan di atas dapat kita lihat pada kerangka pemikiran dibawah ini :



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Tanaman Teh

Tanaman (daun) teh (*Camellia sinensis*) adalah spesies tanaman yang daun dan pucuk daunnya digunakan untuk membuat teh. Teh adalah bahan minuman yang secara universal dikonsumsi di banyak negara serta berbagai lapisan masyarakat (Tuminah, 2004).

Di Indonesia tanaman teh ditanam sebagai tanaman perkebunan pada ketinggian 700 –2.000 m dpl. Di negara tropis seperti Indonesia, teh diperoleh sepanjang tahun dengan gilir petik 6 -12 hari. Tanaman teh bila dibiarkan tumbuh dapat mencapai 15 m, tetapi di perkebunan tingginya dipertahankan sekitar 70 –150 cm. Iklim yang sesuai untuk tanaman teh adalah curah hujan minimum 2000 mm dan merata sepanjang tahun dengan suhu 11°C –25°C disamping tingkat kesuburan tanah yang baik (Mahmood et al., 2010).

Usaha perkebunan teh pertama di Indonesia dipelopori oleh ahli teh Jacobus Lodewijk pada tahun 1828. Sejak saat itu teh merupakan komoditas yang menguntungkan sehingga pada masa pemerintahan Van den Bosch, teh menjadi salah satu tanaman yang harus ditanam rakyat melalui politik tanam paksa. Setelah Indonesia merdeka, usaha perkebunan dan perdagangan teh diambil alih oleh pemerintah Republik Indonesia (Somantri, 2011).

Komoditas teh dihasilkan dari pucuk daun tanaman teh (*Camellia sinensis*) melalui proses pengolahan tertentu. Secara umum berdasarkan cara/proses pengolahan tertentu. Teh dapat diklasifikasikan menjadi empat jenis, yaitu teh hijau, teh oolong, teh putih dan teh hitam. Teh hijau dibuat dengan cara menonaktifasi enzim oksidase/fenolase yang ada dalam pucuk daun teh

segar, dengan cara

pemanasan atau penguapan menggunakan uap panas, buat dengan cara memanfaatkan terjadinya oksidasi enzimatis terhadap katekin dapat dicegah. Teh hitam dibuat dengan cara memanfaatkan terjadinya oksidasi enzimatis terhadap kandungan katekin teh. Sementara, teh oolong dihasilkan melalui proses pemanasan yang dilakukan segera setelah proses rolling penggulungan daun, dengan tujuan untuk menghentikan proses fermentasi. Oleh karena itu, teh oolong disebut sebagai teh semi-fermentasi, yang memiliki karakteristik khusus dibandingkan teh hitam dan teh hijau (Hartoyo, 2003).

2.2. Minuman Teh

Teh adalah minuman yang mengandung kafein, sebuah infuse yang dibuat dengan cara menyeduh daun, pucuk daun, atau tangkai daun yang dikeringkan dari tanaman *Camellia sinensis* dengan air panas. Teh yang berasal dari tanaman teh dibagi menjadi 4 kelompok: teh hitam, teh oolong, teh hijau, dan teh putih (Hartoyo, 2003).

Menurut SNI 01-3143-92 minuman teh didefinisikan sebagai minuman yang diperoleh dari seduhan teh (*Thea Sinesis L*) dalam air minuman dengan penambahan gula, dengan atau tanpa penambahan bahan tambahan makanan yang diijinkan dan dikemas sistematis (Tambunan, 2001).

Teh merupakan minuman ringan yang bisa diterima oleh seluruh lapisan praktis mendorong berkembangnya industri teh. Teh tidak hanya diolah menjadi daun teh kering tetapi mengalami proses pengolahan lebih lanjut sehingga menghasilkan teh yang lebih praktis, mudah penyajian dan tersedia beraneka ragam rasa. Berbagai teh olahan yang ditawarkan yaitu : teh celup, teh bubuk atau dalam

bentuk teh seduh (siap saji dalam kemasan) (Supriyasih, 2000).

2.3. Preferensi Konsumen

Semakin meningkatnya kebutuhan konsumen akan produk dan jasa merupakan peluang dan tantangan bagi para pengusaha untuk dapat menciptakan produk dan jasa yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen tersebut. Akan tetapi tidak semua produk dan jasa yang dihasilkan sesuai dengan harapan konsumen. Ada penilaian suka atau tidak suka terhadap suatu produk maupun jasa yang ditawarkan, sehingga menimbulkan sikap dan persepsi yang berlainan diantara konsumen dalam memilih dan menilai produk dan jasa. Preferensi konsumen didefinisikan sebagai pilihan suka atau tidak suka oleh seseorang konsumen terhadap produk (barang atau jasa) yang dikonsumsi. Preferensi konsumen menunjukkan kesukaan konsumen dari berbagai pilihan produk yang ada (Kotler, 1997).

Teori preferensi digunakan untuk menganalisis tingkat kepuasan konsumen. Preferensi konsumen terhadap produk dan jasa dapat diukur dengan suatu model pengukuran yang dapat menganalisis hubungan antara pengetahuan produk yang dimiliki konsumen dan sikap atas produk sesuai dengan ciri atau atribut produk (Tambunan, 2001).

Salah satu metode yang dapat digunakan adalah metode sikap. Penekanannya adalah pada memastikan kepercayaan penting yang dimiliki seseorang mengenai objek sikap. Sesungguhnya pengetahuan mengenai konsumsi dapat dijadikan determinan kritis dalam pengambilan keputusan bisnis (Engel et al, 1994 dalam Tambunan, 2001).

2.4. Analisis Konjoin

Analisis konjoin merupakan teknik yang digunakan secara khusus untuk mengetahui bagaimana perilaku konsumen terhadap suatu produk atau jasa dan untuk membantu mendapatkan kombinasi atau komposisi atribut-atribut suatu produk atau jasa baik baru maupun lama yang paling disukai konsumen. Atribut-atribut merupakan elemen-elemen yang terdapat pada suatu produk yang berfungsi menjelaskan karakter produk tersebut (Hair et al, 2006).

Analisis konjoin merupakan sebuah metode multivariant yang unik. Peneliti mula-mula merancang suatu produk dengan cara memadukan semua kemungkinan atribut dan masing-masing level atribut produk tersebut. Produk itu lalu diberikan kepada responden yang akan memberikan evaluasi keseluruhan tentang produk atau jasa tersebut. Peneliti merancang produk dengan cara sedemikian rupa sehingga kepentingan masing-masing atribut dan masing-masing level atribut dapat dianalisis berdasarkan peringkat keseluruhan yang diberikan responden (Murti, 2002).

Analisis ini banyak digunakan untuk mengetahui preferensi konsumen akan produk baru atau desain produk. Jadi, pada dasarnya tujuan analisis konjoin merupakan untuk mengetahui bagaimana persepsi seseorang terhadap suatu objek yang terdiri dari atas satu/banyak bagian. Hasil utama analisis konjoin adalah suatu bentuk (desain) produk barang/jasa/objek tertentu yang diinginkan oleh sebagian besar responden (Santoso, 2010).

2.5. Penelitian Terdahulu

Nurpani (2021) melakukan penelitian dengan judul “Preferensi Konsumen Jamu Pagi dan Konsumen Jamu Malam (Studi Kasus : Kecamatan Medan Denai)”.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepentingan taraf atribut suatu produk dan untuk mengetahui proses pengambilan keputusan bagi konsumen jamu pagi dan konsumen jamu malam. Metode pengambilan sampel dilakukan dengan metode purposive (sengaja) yaitu responden dalam penelitian ini adalah konsumen yang sedang membeli jamu pada saat penelitian dilakukan yaitu sejumlah 60 konsumen. Data yang dikumpulkan adalah data primer dengan wawancara langsung menggunakan koesioner. Metode analisis yang digunakan adalah metode analisis deskriptif untuk mengetahui tingkat kepentingan atribut dan untuk mengetahui perilaku konsumen pengambilan keputusan konsumen. atribut jamu yang paling di pertimbangkan konsumen jamu pagi dan konsumen jamu malam berturut-turut adalah khasiat, rasa, jenis, dan harga. Khasiat mendapat persentase paling tinggi. Keampuhan khasiat jamu merupakan faktor penilaian utama yang mendorong konsumen jamu untuk menentukan jamu yang diminum mempunyai dampak yang baik untuk kesehatan.

Yuniarti, Eriana (2015) melakukan penelitian dengan judul “Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Minuman Yoghurt Dengan Pendekatan Metode Conjoint Analysis (Studi kasus pada UKM Rumah Yoghurt Anggrek Malang)”. Tujuan dari penelitian ini yaitu menentukan tingkat kepentingan atribut untuk pengembangan produk minuman yoghurt berdasarkan preferensi konsumen dan mengetahui kombinasi level atribut yang optimal dalam pengembangan minuman yoghurt menurut preferensi konsumen. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan purposive sampling sebanyak 50 responden. Analisis data dalam penelitian ini adalah *metode Conjoint Analysis*. Hasil penelitian ini diketahui bahwa sebagian besar konsumen yang mengkonsumsi yoghurt Alami adalah

perempuan (58%), konsumen sebagian besar berusia antara 21-30 tahun (50%), mayoritas konsumen berstatus pelajar atau mahasiswa (78%). Konsumen sebagian besar memiliki pendapatan per bulan adalah < Rp 1.800.000. Mayoritas konsumen yang membeli atau mengonsumsi yoghurt Alami sebanyak 80%, frekuensi dalam mengonsumsi yoghurt per minggu berkisar antara 2-5 kali per minggu (56%), alasan konsumen membeli yoghurt Alami untuk kebutuhan pribadi (dikonsumsi sendiri), dan rasa yang paling disukai oleh konsumen adalah rasa stroberi. Berdasarkan hasil analisis konjoin, kombinasi atribut yang paling disukai konsumen adalah ukuran kemasan 180mL, harga Rp 6000 dan rasa jeruk dengan nilai kegunaan tertinggi sebesar 3.416. Tingkat kepentingan atribut dengan urutan atribut yang mempengaruhi preferensi yoghurt Alami adalah atribut rasa minuman dengan nilai 57.978, ukuran kemasan dengan nilai 21.351, dan harga dengan nilai 20.671.

Mendrofa (2019) melakukan penelitian dengan judul “Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Kopi Robusta Lokal di Kota Medan”. Analisis data dalam penelitian ini adalah metode Analisis Konjoin. Tingkat kepentingan atribut yang menjadi perhatian konsumen dalam keputusan membeli dan mengonsumsi kopi robusta local adalah rasa, fasilitas, lokasi, aroma, keasaman, serta penyajian. Model kombinasi yang paling disukai konsumen kopi robusta secara umum adalah kopi dengan rasa pahit, aroma yang khas dan tajam, keasaman yang rendah, penyajian kopi panas, fasilitas wifi dan lahan parkir, serta lokasi *outlet* kopi yang dekat dengan jalan raya besar.

Sianturi (2020) melakukan penelitian dengan judul “Analisis Preferensi

Konsumen Terhadap Minuman Teh Botol Sosro Dalam Kemasan (*Ready To Drink*) Di Kota Medan”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis preferensi konsumen terhadap teh dalam kemasan (*ready to drink*) di Kota Medan. Penelitian ini menggunakan 6 atribut pada minuman teh dalam kemasan (*ready to drink*) yaitu rasa, harga, merek, kemasan, promosi, dan akses mendapatkan. Kombinasi taraf atribut disusun dengan pendekatan orthogonal dan kemudian dianalisis menggunakan metode analisis konjoin dengan SPSS 24.00. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuisioner daring kepada 100 orang responden dan data sekunder yang diperoleh dari literatur yang mendukung topik penelitian dan data dari Badan Pusat Statistik. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa konsumen memilih minuman teh dalam kemasan dengan rasa manis, harga Rp8.000-Rp13.000, merek Teh Pucuk Harum, kemasan mudah didaur ulang, melakukan promosi dengan brand ambassador yang terkenal, dan akses mendapatkan di warung terdekat. Urutan atribut minuman teh dalam kemasan (*ready to drink*) yang dianggap penting oleh konsumen adalah merek, rasa, harga, kemasan, akses mendapatkan dan promosi. Nilai signifikansi pada Pearson’s R dan Kendall’s Tau yaitu $.000 < 0.05$ yang berarti ada hubungan yang kuat antara hasil estimasi dengan hasil aktual pada preferensi minuman teh dalam kemasan (*ready to drink*).

III. METODE PENELITIAN

3.1. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di Kecamatan Tanjung Morawa Kabupaten Deli Serdang dengan penentuan lokasi penelitian dilakukan secara *Purposive Sampling* (sengaja) yaitu berdasarkan pertimbangan-pertimbangan tertentu sesuai dengan tujuan penelitian (Sugiono, 2010). Lokasi penelitian ini dilakukan di Kecamatan Tanjung Morawa Kabupaten Deli Serdang karena di daerah tersebut merupakan salah satu daerah yang memiliki jumlah penduduk tertinggi di tiga tahun terakhir pada tahun 2018-2020. Hal ini sesuai dengan data Badan Pusat Statistik Kecamatan Tanjung Morawa 2021.

3.2. Populasi dan Sampel

Menurut Bailey dalam (Hasan, 2002), untuk penelitian yang akan menggunakan analisis statistik, ukuran sampel yang paling minimum adalah 30. Selanjutnya diperkuat oleh pendapat Gay dalam (Hasan, 2002) bahwa ukuran minimal sampel yang dapat diterima berdasarkan pada metode penelitian yang digunakan dimana metode deskriptif, minimal sebanyak 30 subjek.

Penentuan sampel dilakukan dengan menggunakan metode *judgement sampling* yaitu metode penentuan sampel dari suatu populasi yang didasarkan atas kriteria tertentu, sehingga keterwakilannya terhadap populasi dapat dipertanggungjawabkan (Sekaran, 2006). Jumlah sampel diambil sebanyak 78 sampel konsumen secara *representatif* yang dapat mewakili masing-masing Desa/Kelurahan yang tersebar di Kecamatan Tanjung Morawa, Kabupaten Deli Serdang. Responden dipilih dengan kriteria sebagai berikut;

- a. Berusia lebih dari 17 tahun;
- b. Responden adalah konsumen minuman teh botol sosro;
- c. Dalam satu keluarga hanya diambil satu orang yang menjadi responden agar tidak saling mempengaruhi dalam menjawab kuesioner.

Pembagian banyaknya sampel di Desa/Kelurahan yang tersebar di Kecamatan Tanjung Morawa, Kabupaten Deli Serdang dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Pembagian Banyaknya Jumlah Sampel

No	Desa/Kelurahan	Jumlah Sampel (jiwa)
1	Aek Pancur	3
2	Bandar Labuhan	3
3	Bangun Rejo	3
4	Bangun Sari	3
5	Bangun Sari Baru	3
6	Buntu Bedimbar	3
7	Dagang Kerawan	3
8	Dagang Klambir	3
9	Dalu Sepuluh A	3
10	Dalu Sepuluh B	3
11	Lengau Seprang	3
12	Limau Manis	3
13	Medan Sinembah	3
14	Naga Timbul	3
15	Pekan Tanjung Morawa	3
16	Penara Kebun	3
17	Perdamean	3
18	Punden Rejo	3
19	Sungai Merah	3
20	Tanjung Baru	3
21	Tanjung Morawa A	3
22	Tanjung Morawa B	3
23	Tanjung Mulia	3
24	Telaga Sari	3
25	Ujung Serdang	3
26	Wonosari	3
Total		78 Sampel

3.3. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan metode *survey* yaitu penelitian yang menggunakan sampel dari suatu populasi. Pendekatan yang dilakukan pada penelitian survei ini menggunakan alat bantu kuisioner *offline* atau tatap muka untuk mendapatkan informasi yang terkait topik penelitian.

Data yang dikumpulkan berupa data primer dan data sekunder. Data primer berupa data yang diperoleh langsung dengan melakukan pengisian kuisioner daring dan tatap muka yang dilakukan oleh responden untuk mengetahui preferensi konsumen Terhadap Minuman Teh Botol Sosro. Data sekunder berupa data yang diperoleh melalui penelusuran informasi kepustakaan yang bersumber dari artikel, jurnal dan publikasi beberapa instansi terkait seperti Badan Pusat Statistik (BPS), serta berbagai literatur serta dari sumber lain yang mendukung untuk penelitian ini.

3.4. Teknik Analisis Data

Pada penelitian ini, metode analisis data yang digunakan adalah metode *conjoint analysis* dengan bantuan software SPSS versi 22. Sebelum melakukan analisis data, data yang diperoleh akan diuji dengan uji validitas dan reliabilitas terlebih dahulu. Menurut Prawoto dan Basuki (2016) uji validitas merupakan alat ukur penelitian yang digunakan untuk mengukur sejauh mana suatu instrumen yang dibuat untuk mengukur rancangan yang ingin diukur dalam penelitian. Uji validitas ini menggunakan uji korelasi berupa Pearson Product Moment, dengan kriteria apabila nilai $\text{sig} < 0,05$ maka dapat dikatakan valid. Sedangkan uji reliabilitas digunakan untuk mengukur sejauh mana alat ukur yang digunakan dapat dipercaya atau diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut

dilakukan berulang-ulang. Uji reliabilitas ini menggunakan metode Cronbach's Alpha tujuannya untuk mengetahui reliabel atau tidaknya suatu instrumen kuesioner, dengan kriteria menurut Prawoto dan Basuki (2016) sebagai berikut :

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

Analisis konjoin adalah alat analisis yang sering digunakan untuk analisis data, terutama untuk mengidentifikasi kombinasi atribut yang paling disukai oleh konsumen dan kepentingan dari setiap atribut. Analisis konjoin adalah alat analisis yang digunakan untuk mengetahui preferensi konsumen terhadap suatu produk. Analisis konjoin adalah alat analisis yang sering digunakan karena luasnya aplikasinya, terutama dalam pemilihan atribut untuk pengembangan produk dan analisis data lainnya. (Firdaus dan Farid 2008). Peneliti menggunakan analisis konjoin karena objek penelitian berupa produk minuman teh botol sosro berdasarkan kriteria atribut. Dalam perumusan masalah peneliti harus mengidentifikasi semua atribut beserta levelnya untuk digunakan dalam pembuatan stimuli. Atribut dan level yang digunakan merupakan atribut dan level yang memiliki peran dalam mempengaruhi preferensi konsumen dalam memilih produk atau jasa agar proses penilaian responden akurat (Lestari, 2012).

Berikut ini adalah tahapan yang umum dilakukan dalam merancang dan melaksanakan analisis konjoin (Santoso, 2010) :

1. Pemilihan Atribut Dan Taraf Atribut

Pada tahap ini ditentukan atribut dan taraf atribut yang akan digunakan dalam merancang stimuli. Atribut adalah bentuk umum dari suatu produk atau jasa. Masing-masing atribut memiliki taraf spesifik yang menyertainya. Dari sisi teori, disarankan atribut dan taraf terpilih memiliki peran dalam mempengaruhi preferensi konsumen dalam memilih produk atau jasa. Pada umumnya cara yang sering ditempuh untuk mendapatkan atribut dan taraf yang berperan adalah dengan melakukan diskusi pakar, eksplorasi data sekunder atau melalui penelitian terdahulu. Pada penelitian ini, penentuan atribut dilakukan dengan penggalian informasi dari konsumen minuman teh botol sosro melalui kajian literatur penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini. Pada analisis ini terdapat 5 (lima) atribut minuman teh yang dipilih oleh peneliti yaitu : Rasa, Warna, Aroma, Kemasan, dan Kemudahan Mendapatkan.

1. Rasa

Rasa dipertimbangkan sebagai faktor positif utama dan salah satu kualitas penting dalam mengonsumsi produk (Prastiwi dan Setiyawan, 2016). Rasa merupakan faktor yang dievaluasi konsumen untuk mengetahui produk mana yang sesuai dengan preferensi rasa mereka (Rahardjo, 2016). Atribut rasa pada minuman teh dibedakan menjadi 2 (dua) taraf yaitu manis dan kurang manis.

2. Warna

Atribut warna pada minuman teh dibedakan menjadi 4 (empat) taraf yaitu warna merah pekat kehitaman, coklat kehitaman, merah kecoklatan, dan merah kekuningan.

3. Aroma

Atribut aroma pada minuman teh dibedakan menjadi 2 (dua) taraf sedikit harum, dan sangat harum.

4. Kemasan

Kemasan produk memiliki beberapa fungsi antara lain melindungi produk, memberikan kenyamanan dan kemudahan bagi konsumen, sebagai media promosi, dan menyediakan informasi mengenai produk (Kaihatu, 2014).

Atribut kemasan minuman teh dibedakan menjadi 2 (dua) taraf yaitu kemasan kardus dan kemasan plastik.

5. Kemudahan Mendapatkan

Kemudahan mendapatkan merupakan tempat atau fasilitas dimana konsumen dapat membeli minuman teh. Atribut akan dibagi menjadi 3 (tiga) taraf yaitu warung terdekat, minimarket, dan supermarket.

Dari atribut dan taraf atribut yang telah dibuat diperoleh jumlah atribut minuman teh botol sosro sebanyak 5 (lima) atribut dan terdapat 13 (tiga belas) taraf atribut.

2. Perancangan Stimuli

Stimuli adalah kombinasi dari taraf atribut yang satu dengan taraf atribut lainnya. Berdasarkan penentuan atribut dan taraf atribut maka didapatkan stimuli sebanyak $2 \times 4 \times 2 \times 2 \times 3 = 96$ stimuli. Dengan menggunakan prosedur orthogonal design pada 22 SPSS maka stimuli yang berjumlah 96 direduksi menjadi 16 stimuli yang berstatus design. Untuk melihat kombinasi yang terbentuk dapat dilihat pada lampiran 5.

Dalam penelitian ini perancangan stimuli menggunakan pendekatan *full*

profile. Pada pendekatan *full profile* penyusunan profil produk melibatkan seluruh atribut sehingga dapat menampilkan profil produk secara lengkap. Semakin banyak atribut dan taraf maka semakin banyak stimuli yang akan terbentuk, sehingga menjadi tidak efisien dalam proses evaluasi. Untuk itu diperlukan metode pereduksian stimuli menggunakan suatu prosedur *orthogonal* pada SPSS.

3. Mengumpulkan Pendapat Responden Stimulus yang ada

Menurut Simamora (2003), responden mengevaluasi profil produk dengan memberikan penilaian (*rating*) terhadap masing-masing stimuli. Pemberian rating dapat menggunakan skala *likert*. Penilaian responden menggunakan rating dengan memakai skala likert yaitu dengan angka 1 = sangat tidak suka, 2 = tidak suka, 3 = biasa saja, 4 = suka, dan 5 = sangat suka. Untuk melihat penilaian responden terhadap stimuli dapat dilihat pada lampiran 6. Dari stimuli yang terbentuk, proses kemudian dilanjutkan dengan proses konjoin. Pendapat setiap responden ini disebut sebagai *utility* yang dinyatakan dengan angka dan menjadi dasar perhitungankonjoin.

Tabel 3. Pemberian Rating Stimulus Minuman Teh Botol Sosro

Rasa	Warna	Aroma	Kemasan	Kemudahan Mendapatkan	Rating				
					STS	TS	BS	S	SS
Kurang Manis	Merah Kecokelatan	Sedikit Harum	Kardus	Warung Terdekat					
Kurang Manis	Merah Pekat Kehitaman	Sangat Harum	Plastik	Warung Terdekat					
Kurang Manis	Merah Kecokelatan	Sangat Harum	Plastik	Supermarket					
Manis	Merah Pekat Kehitaman	Sangat Harum	Kardus	Warung Terdekat					
Kurang Manis	Cokelat Kehitaman	Sedikit Harum	Kardus	Warung Terdekat					
Manis	Cokelat Kehitaman	Sedikit Harum	Plastik	Warung Terdekat					
Manis	Merah Kekuningan	Sangat Harum	Plastik	Warung Terdekat					
Kurang Manis	Merah Kekuningan	Sangat Harum	Kardus	Warung Terdekat					
Manis	Merah Kecokelatan	Sedikit Harum	Kardus	Warung Terdekat					
Kurang Manis	Cokelat Kehitaman	Sangat Harum	Kardus	Supermarket					
Kurang Manis	Merah Kekuningan	Sedikit Harum	Kardus	Minimarket					
Manis	Cokelat Kehitaman	Sangat Harum	Plastik	Minimarket					
Manis	Merah Kekuningan	Sedikit Harum	Plastik	Supermarket					
Kurang Manis	Merah Pekat Kehitaman	Sangat Harum	Plastik	Minimarket					
Manis	Merah Kecokelatan	Sangat Harum	Kardus	Minimarket					
Manis	Merah Pekat Kehitaman	Sedikit Harum	Kardus	Supermarket					

4. Hasil Penilaian Rating oleh Responden

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

Keterangan :

$U(x)$: Utility (nilai kegunaan)

total dari tiap stimuli

M : Jumlah atribut

k_i : Jumlah taraf dari atribut ke- i

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

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 : $\max(a_{ij}) - \min(a_{ij})$

: Range nilai

kepentingan

tiap atribut

m

:Jumlah

atribut

Hasil penilaian rating oleh responden diolah dengan analisis konjoin dengan bantuan SPSS. Model dasar analisis konjoin 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 stimuliM :

Jumlah atribut

k_i : Jumlah taraf dari atribut ke-i

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

x_{ij} : Dummy variable atribut ke-I taraf ke-j
(bernilai 1 bila taraf yang berkaitan muncul, dan 0 bila tidak muncul)

5. Melakukan Proses Konjoin 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 22 (Haryanto, 2019).

6. Interpretasi Hasil Analisis

Preferensi konsumen didapatkan dari nilai *utility*. *Utility* adalah nilai setiap taraf masing-masing faktor atau sifat relatif terhadap taraf lainnya. Dengan menggunakan nilai *utility* ini, akan dapat diketahui kombinasi yang paling disukai dan dapat diketahui pula atribut yang paling mempengaruhi responden dalam memilih kombinasi-kombinasi. Ada beberapa ketentuan dalam *utility* yaitu:

- a. Taraf yang memiliki nilai *utility* lebih tinggi adalah taraf yang lebih disukai.
- b. Total *utility* masing-masing kombinasi sama dengan jumlah *utility* tiap taraf dari atribut-atribut tersebut.
- c. Kombinasi yang memiliki total *utility* tertinggi adalah kombinasi yang paling disukai responden.
- d. Atribut yang memiliki perbedaan *utility* lebih besar antara nilai *utility* taraf tertinggi dan terendahnya merupakan atribut yang lebih penting.
- e. Jika semua kemungkinan taraf suatu atribut memiliki nilai *utility* yang sama, berarti atribut tersebut tidak memiliki pengaruh terhadap responden.

Tabel 4. Bentuk Hasil Analisis Konjoin Pada Minuman Teh Botol Sosro

No	Atribut	Taraf	Nilai Utility	Nilai Kepentingan Relatif
1	Rasa	1. Manis	<i>a1</i>	<i>b1</i>
		2. Kurang Manis	<i>a2</i>	
2	Warna	1. Merah Pekat	<i>a1</i>	<i>b2</i>
		Kehitaman	<i>a2</i>	
		2. Cokelat Kehitaman	<i>a3</i>	
		3. Merah Kecokelatan	<i>a4</i>	
		4. Merah Kekuningan		
3	Aroma	1. Sedikit Harum	<i>a1</i>	<i>b3</i>
		2. Sangat Harum	<i>a2</i>	
4	Kemasan	1. Kemasan Kardus	<i>a1</i>	<i>b4</i>
		2. Kemasan Plastik	<i>a2</i>	
5	Kemudahan Mendapatkan	1. Warung Terdekat	<i>a1</i>	<i>b5</i>
		2. Minimarket	<i>a2</i>	
		3. Supermarket	<i>a3</i>	

3.5. Definisi Operasional Variabel

1. Teh adalah bahan minuman yang secara universal dikonsumsi di banyak negara serta berbagai lapisan masyarakat yang dibuat dari daun teh.
2. Minuman Teh adalah minuman yang diperoleh dari seduhan teh (*Thea Sinesis L*) dalam air minuman dengan penambahan gula, dengan atau tanpa penambahan bahan tambahan makanan yang diijinkan dan dikemas sistematis.
3. Preferensi konsumen adalah pilihan suka atau tidak suka terhadap produk (barang atau jasa) yang dikonsumsi.
4. Atribut adalah bentuk umum dari suatu produk atau jasa seperti rasa, warna, aroma dan lain-lain.
5. Taraf atribut adalah yaitu bagian dari atribut yang menunjukkan nilai yang diasumsikan oleh atribut.
6. Rasa adalah respon indra pengecap saat mengecap makanan atau minuman.
7. Warna adalah spektrum tertentu yang terdapat di dalam suatu cahaya sempurna

(berwarna putih).

8. Aroma adalah bau-bauan yang harum.
9. Kemasan adalah wadah yang akan diisi dengan produk yang akan dikonsumsi oleh konsumen.
10. Kemudahan mendapatkan adalah tempat atau fasilitas dimana konsumen dapat membeli minuman teh.
11. Rata-rata pendapatan adalah biaya yang diperoleh untuk biaya pengeluaran misalnya seperti uang jajan dan gaji/upah.
12. Stimuli adalah kombinasi dari taraf atribut yang satu dengan taraf atribut lainnya.
13. Analisis konjoin adalah suatu teknik yang secara spesifik digunakan untuk memahami keinginan atau preferensi konsumen terhadap suatu produk atau jasa dengan mengukur tingkat kegunaan dan nilai kepentingan relatif berbagai atribut suatu produk.
14. Nilai kepentingan *relative (importance value)* adalah nilai yang menunjukkan atribut mana yang penting dalam mempengaruhi pilihan responden.
15. Nilai kegunaan (*utility*) yaitu teori ekonomi yang mempelajari kepuasan atau kenikmatan yang diperoleh seorang konsumen dari mengonsumsi barang-barang.
16. Preferensi estimasi adalah prediksi preferensi konsumen yang dihasilkan dari prosedur orthogonal dalam analisis data konjoin.
17. Preferensi aktual adalah preferensi konsumen yang diperoleh melalui data yang diolah oleh peneliti melalui analisis konjoin.

IV. GAMBARAN LOKASI PENELITIAN

4.1 Deskripsi Lokasi Penelitian

PT. Sinar Sosro Medan berlokasi di Jalan Tanjung Morawa, Km. 14,5, Medan, Sumatera Utara. PT. Sinar Sosro Deli Serdang merupakan cabang kantor pusat PT. Sinar Sosro yang berada di Cak:ung, Jakarta Timur. Pabrik teh botol cabang Deli Serdang memiliki luas lahan sebesar $\pm 24.710 \text{ m}^2$ dan luas bangunan sebesar 13.386.

4.1.1 Sejarah Perusahaan

PT Sinar Sosro adalah perusahaan teh siap minum dalam kemasan botol yang pertama di Indonesia dan di dunia. Awai rintis perusahaan Sosro, dimulai dari tahun 1940 yang didirikan oleh keluarga Sosrodjojo. Usaha dimulai di sebuah kota kecil yaitu Slawi, Jawa Tengah. Produk awal yang dibuat adalah teh kering dengan merek Teh Cap Botol yang penyebarannya masih di sekitar wilayah Jawa Tengah. Pada tahun 1953, keluarga Sosrodjojo mulai memperluas bisnisnya dengan memperkenalkan produk Teh Cap Botol ke daerah Jakarta.

Teh Cap Botol diperkenalkan dengan cara memasak dan menyeduh teh langsung di tempat. Namun, cara ini kurang berhasil dikarenakan teh yang telah diseduh terlalu panas dan penyajiannya cukup lama. Cara kedua diperkenalkan dengan memasukkan teh seduhan kedalam panci-panci besar dan dibawa ke pasar dengan mobil bak terbuka. Cara ini juga kurang berhasil dikarenakan teh yang dibawa sebagian besar tumpah. Sehingga akhirnya muncul ide untuk memasukkan teh yang telah diseduh ke dalam botol yang sudah dibersihkan. Pada tahun 1969, muncul gagasan menjual teh siap minum dalam kemasan botol. Pada tahun 1974, didirikan PT. Sinar Sosro yang merupakan pabrik teh siap minum dalam kemasan

botol pertama di Indonesia. Pabrik pertama didirikan di Cakung. Dikarenakan penerimaan pasar yang baik, Sosro mendirikan beberapa pabrik yaitu : 1. PT.

Sinar Sosro Cakung (kantor pusat), Cakung - Jakarta Timur

2. PT. Sinar Sosro Pabrik Tambun, Bekasi - Jawa Barat

3. PT. Sinar Sosro Pabrik Cibitung, Jawa Barat

4. PT. Sinar Sosro Pabrik Ungaran, Semarang - Jawa Tengah

5. PT. Sinar Sosro Pabrik Gresik, Surabaya - Jawa Timur

6. PT. Sinar Sosro Pabrik Pandeglang, Banten

7. PT. Sinar Sosro Pabrik Gianyar, Bali

8. PT. Sinar Sosro Pabrik Deli Serdang, Medan - Sumatera Utara

9. PT. Sinar Sosro Palembang

10. PT. Sinar Sosro Mojokerto

PT. Sinar Sosro cabang Deli Serdang, didirikan pada tanggal 28 Juli 1984 yang diresmikan oleh Gubernur Sumatera Utara, Bapak Kaharuddin Nasution. Perusahaan PT. Sinar Sosro pernah beberapa kali berganti nama. Pada awal berdiri nama PT. Toba Sosro Kencono. Komersialisasi produksi pertama kali pada bulan Juli tahun 1986. Selanjutnya, PT. Toba Sosro Kencono berganti nama menjadi PT. Rekso Budi Adijaya pada tanggal 2 Januari 1995. Pada tanggal 1 Januari 2000 berganti nama lagi menjadi PT. Sinar Sosro sampai saat ini.

4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan

Visi Perusahaan Menjadi perusahaan minuman yang dapat melepaskan rasa dahaga konsumen, kapan saja, dimana saja, serta memberikan nilai tambah kepada semua pihak terkait (Total Beverage Company). Misi Perusahaan Membangun merk Sosro sebagai merk teh yang alami, berkualitas, dan unggul Melahirkan

merk dan minuman baru, baik yang berbasis teh maupun non teh dan menjadikannya pemimpin pasar dalam kategorinya masing-masing. Membangun dan memimpin jaringan distribusi, Menciptakan dan memelihara komitmen terhadap pertumbuhan jangka panjang, baik dalam volume penjualan maupun penciptaan pelanggan. Membangun sumber daya manusia dan melahirkan pemimpin yang sesuai dengan nilai-nilai utama perusahaan. Memberikan kepuasan kepada para konsumen. Memberikan kontribusi terhadap penerimaan devisa Negara.

4.2 Struktur Organisasi dan Ketenagakerjaan

PT. Sinar Sosro Pabrik Deli Serdang memiliki karyawan sebanyak 246 orang, terdiri dari 158 orang karyawan pabrik dan 88 orang karyawan divisi lain (PGA, Quality Control, Purchasing, PB/PI, dan Accounting). Dalam pelaksanaan kegiatan produksi PT. Sinar Sosro Deli Serdang membagi waktu kerja sebagai berikut :

1. Bagian Kantor (PGA, Purchasing, dan Accounting)

- Senin - Kamis : 07.30 - 15.30
- Jumat : 07.30 - 15.30

2. Shift (*Production& Maintenance, Quality Control*)

- Shift I :07.30 - 15.30
- Shift II :15.30 - 23.30
- Shift III :23.30 - 07.30

Untuk hari Sabtu 08.00- 13.00

3. Shift (PB/PI)

- Shift I : 07.30

•Shift II :13.00 - 21.00

Selain memperoleh gaji pokok tiap bulannya, para karyawan juga mendapat asuransi kesehatan dari jamsostek dan askes, APDA untuk level manager, tunjangan hari raya, bonus setiap akhir desember, upah lembur, tunjangan perjalanan dinas, penghargaan karyawan, dan tunjangan meninggal dunia. Struktur organisasi perusahaan PT. Sinar Sosro Deli Serdang terdiri dari pimpinan tertinggi yaitu general manager dan manager yang didukung oleh divisi *quality control, production & maintenance, purchasing, accounting*, dan PB/PI.



VI. KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan

Dari hasil penelitian maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Karakteristik konsumen paling banyak berdasarkan Jenis Kelamin perempuan berjumlah 46 responden dengan persentase 59%, Umur 24-32 berjumlah 30 responden dengan persentase 38,46%. Pendidikan S1 berjumlah 29 responden dengan persentase 37,17 %, Pekerjaan wiraswasta berjumlah 21 responden dengan persentase 26,92%, Pendapatan Rp.4.000.000-Rp.5.500.000 berjumlah 21 responden dengan persentase 26,92% dan yang terakhir jumlah anggota keluarga 5-6 berjumlah 37 responden dengan persentase 47,4%.
2. Atribut dan level minuman teh botol sosro di Kecamatan Tanjung Morawa, Kabupaten Deli Serdang yang menjadi preferensi konsumen teh botol sosro adalah Warna Merah Kecokelatan, Kemasan Kardus, Rasa Kurang Manis, Kemudahan Mendapatkan di Warung Terdekat, dan Aroma Sedikit Harum.
3. Urutan atribut minuman teh botol sosro di Kecamatan Tanjung Morawa, Kabupaten Deli Serdang menurut kepentingan konsumen dalam mengonsumsi minuman teh botol sosro di kecamatan tanjung morawa adalah minuman teh botol sosro yang paling penting menurut responden adalah atribut warna sebesar 38.361%, kemudian disusul oleh atribut kemudahan mendapatkan sebesar 22.407%, atribut kemasan sebesar 13.947% selanjutnya atribut aroma sebesar 12.873% dan yang terakhir atribut rasa sebesar 12.412%.

6.2. Saran

1. Bagi Pengelola, untuk meningkatkan kepuasan konsumen maka sebaiknya teh botol sosro memberikan produk yang memiliki rasa yang dapat menarik minat konsumen. Dari hasil penelitian dapat diketahui unsur-unsur yang perlu ditingkatkan dan unsur yang perlu dipertahankan. Yang perlu dipertahankan adalah warna, kemasan, kemudahan mendapatkan, dan aroma yang perlu ditingkatkan adalah rasa.
2. Bagi pihak produsen, agar dapat memperbaiki hal-hal yang masih kurang seperti pada hasil penelitian bahwa yang perlu ditingkatkan adalah memperbaiki aroma pada teh botol sosro.
3. Bagi peneliti selanjutnya, agar dapat mengembangkan lagi permasalahan preferensi konsumen dan menjadi sumber acuan untuk melakukan penelitian tentang strategi dalam meningkatkan penjualan minuman teh.

DAFTAR PUSTAKA

- Chadhir, Muhammad. 2015. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Ekspor Teh Indonesia ke Negara Inggris 1979-2012. Semarang : Economics Development Analysis Journal. EDAJ 4 (3) (2015).294-302. FE UniversitasNagri Semarang.
- Badan Pusat Statistik. 2021. Kabupaten Deli Serdang Dalam Angka 2018-2020.
- Gumbira-Sa'id; R. Suprihatini; dan B.Drajat. 2004. Potensi Dan Kebijakan Pengembangan Industri Hilir Perkebunan. Makalah Seminar Prospek dan Percepatan Investasi Agribisnis Perkebunan di Jakarta pada Tanggal 10 Maret 2004.
- Hair, J.F., William C.B., Barry J.B., Rolph E.A., and Ronald L.T. 2010. Multivariate Data Analysis Fifth Edition. New Jersey : Pearson Prentice Hall
- Hartoyo, Arif. 2003. Teh Dan Khasiatnya Bagi Kesehatan, Sebuah Tinjauan Ilmiah. Yogyakarta : KANISUIS (Anggota IKAPI)
- Haryanto, A. J. I. (2019). Analisis Preferensi Konsumen Beras (Studi Kasus : Pasar Tavis, Kota Binjai) Skripsi
- Ikmanila Regina, Mukson, Setiyawan Hery. 2018. Analisis Preferensi Konsumen Rumah tangga terhadap The Celup di Kota Semarang. Jurnal Optimum. 8 (1): 1-14.
- Kaihatu, T. S. 2014. Manajemen Pengemasan. Yogyakarta : ANDI
- Kotler, Philips. 1997. Manajemen Pemasaran. Edisi kesembilan, Jilid I dan II. Prehallindo. Jakarta.
- Lestari, F. C. 2012. Penerapan Analisis Konjoin Rancangan Full Profile dengan Jenis Respon Ranking pada Preferensi Mahasiswa terhadap Kualitas DosenSekolah Tinggi Ilmu Statistik. Jurnal JMP. Vol. 4 No. 1
- Mahmood T, Akhtar N, & Khan BA. 2010. The Morphologi, Characteristics, And Medicinal Properties Of Camellia Sinensis' Tea. J Med Plans Res 2010;4:2028-2033.doi:10.5897/JMPR10.010.
- Mendrofa, Victor Anugerah. 2019. Analisis PreferensiKonsumen Terhadap Kopi Robusta Lokal di Kota Medan. Skripsi. Fakultas Pertanian. Universitas Sumatera Utara.
- Munandar, JM. Udin, F. Amelia, M. 2012. Analisis Faktor yang Mempengaruhi

Preferensi Konsumen Produk Air Minum Dalam Kemasan di Bogor.
JTeknologi Industri Pertanian IPB, 3 (3), 97-107.
<http://journal.ipb.ac.id/index.php/jurnal/article/>.

Nurpani. 2021. Preferensi Konsumen Jamu Pagi dan Konsumen Jamu Malam (Studi Kasus : Kecamatan Medan Denai). Skripsi. Fakultas Pertanian. Universitas Medan Area.

Prastiwi, W.D. dan H. Setiyawan. 2016. Perilaku Konsumsi Susu Cair Masyarakat di Daerah Perkotaan dan Pedesaan. Jurnal Agriekonomika.

Rahardjo, C. R. 2016. Faktor yang Menjadi Preferensi Konsumen dalam Membeli Produk Frozen Food Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis.

Santoso, Singgih. 2010. Statistik Multivariat. Jakarta: PT. Gramedia

Sianturi. 2020. Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Minuman Teh Botol Sosro Dalam Kemasan (*Ready To Drink*) Di Kota Medan. Skripsi Fakultas Pertanian. Universitas Sumatera Utara

Supranto, J. 2004. Analisis Multivariat: Arti dan Interpretasi. Jakarta: Rineka Cipta

Sugiono. 2010. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta

Supriyasih. 2000. Analisis Pengendalian Persediaan Bahan Baku Teh Botol : Studi Kasus pada PT Sinar Sosro Jakarta. Skripsi. Jurusan Ilmu-ilmu Sosial Ekonomi Pertanian. Fakultas Pertanian. Institut Pertanian Bogor.

Tambunan, Herlina. 2001. Analisis Perilaku Konsumen Produk Teh Siap Saji dan Implikasinya terhadap Strategi Bauran Pemasaran : Studi Kasus di PT Coca- Cola Amatil Indonesia. Program Pasca Sarjana. Jurusan Ilmu-ilmu Sosial Ekonomi Pertanian. Fakultas Pertanian. Institut Pertanian Bogor.

Tuminah, S. 2004. Teh (*Camellia Sinensis* O.K. v. *Assamica* (mast)) sebagai Salah Satu Sumber Antioksidan. Pusat Penelitian Dan Pengembangan Pemberantasan Penyakit, Cermin Dunia Kedokteran, 14(4), 24-25

Utama DH dan Amelia F. 2009. Pengaruh Atribut Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Produk Teh Celup Sosro Dan 2 Tang. Jurnal Pendidikan Manajemen Bisnis, 16 (8) : 73-80.

Yuniarti, Eriana. 2015. Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Minuman Yoghurt Dengan Pendekatan Metode Conjoint Analysis (Studi kasus pada UKM Rumah Yoghurt Anggrek Malang). Sarjana thesis, Universitas Brawijaya.

Lampiran 1. Kuisioner Penelitian

KUISIONER PENELITIAN **Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Minuman Teh** **Botol Sosro di Kecamatan Tanjung Morawa,** **Kabupaten Deli Serdang**

No. Responden :

Responden Terhormat,

Penelitian dalam rangka penyusunan tugas akhir saya dengan judul “Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Minuman Teh Botol Sosro di Kecamatan Tanjung Morawa, Kabupaten Deli Serdang” pada Program Sarjana Pertanian Universitas Medan Area, saya mengharapkan kesediaan saudara/saudari untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan pada survei ini. Terima kasih banyak atas waktu dan partisipasinya untuk mengisi survei ini.

Karakteristik Konsumen

Nama :

Jenis Kelamin : ☐ Laki-laki ☐ Perempuan

Usia : ☒ 17-23 ☐ 24-32 ☐ 33-41

☐ 42-50 ☐ 51-60

Jumlah Anggota
Keluarga :

Pendidikan Terakhir : ☐ SD ☐ SMP ☐ SMA ☐ D3

☐ S1 ☐ S2 ☐ Lainnya...

Pekerjaan Responden : ☐ Mahasiswa ☐ Karyawan Swasta ☐ Petani

☐ Ibu Rumah Tangga ☐ PNS ☐ Wiraswasta

Pendapatan Responden : ☐ < Rp. 1.000.000 ☐ Rp. 1.000.000-Rp. 2.500.000

☐ Rp. 2.500.000-Rp. 4.000.000 ☐ Rp. 4.000.000-Rp. 5.500.000

☐ >Rp. 5.500.000

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

STS : Sangat Tidak Suka

TS : Tidak Suka

BS : Biasa Saja

S : Suka

SS : Sangat Suka

Rasa	Warna	Aroma	Kemasan	Kemudahan Mendapatkan	Rating				
					S	T	B	S	S
Kurang Manis	Merah Kecokelatan	Sedikit Harum	Kardus	Warung Terdekat	S	T	B	S	S
Kurang Manis	Merah Pekat Kehitaman	Sangat Harum	Plastik	Warung Terdekat	S	T	B	S	S
Kurang Manis	Merah Kecokelatan	Sangat Harum	Plastik	Supermarket	S	T	B	S	S
Manis	Merah Pekat Kehitaman	Sangat Harum	Kardus	Warung Terdekat	S	T	B	S	S
Kurang Manis	Cokelat Kehitaman	Sedikit Harum	Kardus	Warung Terdekat	S	T	B	S	S
Manis	Cokelat Kehitaman	Sedikit Harum	Plastik	Warung Terdekat	S	T	B	S	S
Manis	Merah Kekuningan	Sangat Harum	Plastik	Warung Terdekat	S	T	B	S	S
Kurang Manis	Merah Kekuningan	Sangat Harum	Kardus	Warung Terdekat	S	T	B	S	S
Manis	Merah Kecokelatan	Sedikit Harum	Kardus	Warung Terdekat	S	T	B	S	S
Kurang Manis	Cokelat Kehitaman	Sangat Harum	Kardus	Supermarket	S	T	B	S	S

Kurang Manis	Merah Kekuningan	Sedikit Harum	Kardus	Minimarket
Manis	Cokelat Kehitaman	Sangat Harum	Plastik	Minimarket
Manis	Merah Kekuningan	Sedikit Harum	Plastik	Supermarket
Kurang Manis	Merah Pekat Kehitaman	Sangat Harum	Plastik	Minimarket
Manis	Merah Kecokelatan	Sangat Harum	Kardus	Minimarket
Manis	Merah Pekat Kehitaman	Sedikit Harum	Kardus	Supermarket



Lampiran 2. Persentase Karakteristik Responden Teh Botol Sosro

Jenis Kelamin

		Jumlah	Persentase
Valid	Laki-laki	32	41
	Perempuan	46	59
	Total	78	100

Umur

		Jumlah	Persentase
Valid	17-23	12	15,39
	24-32	30	38,46
	33-41	28	35,9
	42-50	5	6,41
	51-60	3	3,84
	Total	78	100

Pendidikan

		Jumlah	Persentase
Valid	SD	1	1,29
	SMP	3	3,85
	SMA	25	26,92
	D3	18	23,07
	S1	29	37,17
	S2	2	7,70
	Total	78	100

Pekerjaan

		Jumlah	Persentase
Valid	Mahasiswa	9	11,54
	Karyawan Swasta	20	25,64
	Petani	3	3,85
	Ibu Rumah Tangga	10	12,82
	PNS	15	19,23
	Wiraswasta	21	26,92
	Total	78	100

Pendapatan

		Jumlah	Persentase
Valid	<1.000.000	12	15,39
	1.000.000-2.500.000	16	20,51
	2.500.000-4.000.000	20	25,64
	4.000.000-5.500.000	21	26,92
	>5.500.000	9	11,54

Total	78	100
-------	----	-----

Jumlah Anggota Keluarga

		Jumlah	Persentase
Valid	1-2	2	2,6
	3-4	26	33,3
	4-5	6	7,7
	5-6	37	47,4
	6-7	7	9,0
	Total	78	100



Lampiran 3. Atribut dan Level Atribut

No	Atribut	Level
1	Rasa	1. Manis
		2. Kurang Manis
2	Warna	1. Merah PekatKehitaman
		2. Cokelat Kehitaman
		3. Merah Kecokelatan
		4. Merah Kekuningan
3	Aroma	1. Sedikit Harum
		2. Sangat Harum
4	Kemasan	1. Kemasan Kardus
		2. Kemasan Plastik
5	Kemudahan Mendapatkan	1. Warung Terdekat
		2. Minimarket
		3. Supermarket

Data Primer Diolah,2024

Lampiran 4. Data Karakteristik Konsumen

No	Nama	Jenis Kelamin	Usia	Jumlah Anggota Keluarga	Pendidikan Terakhir	Pekerjaan	Pendapatan
1	Destkiya	Perempuan	33-41	5	SMA	Wiraswasta	4.000.000-5.500.000
2	Firdaus	Laki-laki	33-41	4	D3	Karyawan Swasta	2.500.000-4.000.000
3	Indah	Perempuan	42-50	6	D3	Karyawan Swasta	>5.500.000
4	Indra Syahputra	Laki-laki	33-41	5	D3	Karyawan Swasta	4.000.000-5.500.000
5	Taufik Ismail	Laki-laki	33-41	5	S1	Karyawan Swasta	4.000.000-5.500.000
6	Hendi	Laki-laki	33-41	3	SMA	Karyawan Swasta	4.000.000-5.500.000
7	Dwi Sari	Perempuan	42-50	3	S1	Karyawan Swasta	>5.500.000
8	Hery Supriono	Laki-laki	51-60	5	SMA	Karyawan Swasta	4.000.000-5.500.000
9	Edi Syahputra	Laki-laki	42-50	4	SMA	Karyawan Swasta	4.000.000-5.500.000
10	Diana	Perempuan	33-41	3	S1	Karyawan Swasta	4.000.000-5.500.000
11	Heryanto	Laki-laki	42-50	3	SMA	Karyawan Swasta	4.000.000-5.500.000
12	Rahmansyah	Laki-laki	51-60	3	SMA	Karyawan Swasta	4.000.000-5.500.000
13	Dicky	Laki-laki	24-32	6	S1	Karyawan Swasta	2.500.000-4.000.000
14	Eka	Laki-laki	42-50	5	S1	Karyawan Swasta	4.000.000-5.500.000
15	Suprpto	Laki-laki	51-60	4	D3	Karyawan Swasta	4.000.000-5.500.000
16	Budianto	Laki-laki	17-23	2	SMA	Mahasiswa	<1.000.000
17	Jasman	Laki-laki	24-32	3	SMA	Ibu Rumah Tangga	1.000.000-2.500.000
18	Gita	Perempuan	24-32	3	SMA	Wiraswasta	2.500.000-4.000.000
19	Ayu	Perempuan	33-41	5	S1	Karyawan Swasta	4.000.000-5.500.000
20	Lukas	Laki-laki	17-23	4	SMA	Mahasiswa	<1.000.000
21	Dimas	Laki-laki	33-41	3	SD	Wiraswasta	2.500.000-4.000.000
22	Poppy	Perempuan	33-41	4	SMA	Ibu Rumah Tangga	1.000.000-2.500.000
23	Kurniawan	Laki-laki	24-32	6	S1	Wiraswasta	4.000.000-5.500.000
24	Jessy	Perempuan	24-32	5	SMA	Wiraswasta	2.500.000-4.000.000
25	Hakim	Laki-laki	33-41	4	SMA	Karyawan Swasta	2.500.000-4.000.000
26	Linda	Perempuan	17-23	3	SMA	Mahasiswa	<1.000.000
27	Rahmat	Laki-laki	33-41	4	SMA	Karyawan Swasta	2.500.000-4.000.000
28	Lindung S.	Laki-laki	24-32	5	S1	Wiraswasta	4.000.000-5.500.000
29	Firmansyah	Laki-laki	24-32	2	SMA	Ibu Rumah Tangga	1.000.000-2.500.000
30	Sigit M.	Laki-laki	33-41	7	S1	Karyawan Swasta	4.000.000-5.500.000

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 2/9/25

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)2/9/25

31	Tutty P.	Perempuan	17-23	4	SMA	Mahasiswa	<1.000.000
32	Ridho	Laki-laki	33-41	7	SMA	Wiraswasta	2.500.000-4.000.000
33	Rinda	Perempuan	24-32	6	S1	PNS	4.000.000-5.500.000
34	Dewi	Perempuan	33-41	5	S1	Wiraswasta	4.000.000-5.500.000
35	Wanda	Perempuan	17-23	4	SMA	Mahasiswa	<1.000.000
36	Rossdiana	Perempuan	33-41	4	S1	PNS	4.000.000-5.500.000
37	Yanto	Laki-laki	24-32	8	SMA	Wiraswasta	2.500.000-4.000.000
38	Ricky	Laki-laki	33-41	7	S1	Ibu Rumah Tangga	1.000.000-2.500.000
39	Doddy T.	Laki-laki	24-32	9	S1	Wiraswasta	4.000.000-5.500.000
40	Sintha	Perempuan	17-23	5	SMA	Mahasiswa	<1.000.000
41	Ajeng	Perempuan	33-41	6	S1	Wiraswasta	4.000.000-5.500.000
42	Sussy	Perempuan	24-32	7	D3	PNS	2.500.000-4.000.000
43	Mitha Sari	Perempuan	33-41	4	S1	Ibu Rumah Tangga	1.000.000-2.500.000
44	Henny	Perempuan	24-32	4	SMA	Wiraswasta	1.000.000-2.500.000
45	Melati	Perempuan	17-23	5	SMA	Mahasiswa	<1.000.000
46	Fikriawan	Laki-laki	24-32	6	S1	Wiraswasta	1.000.000-2.500.000
47	Dina	Perempuan	17-23	5	S1	Wiraswasta	1.000.000-2.500.000
48	Bunga	Perempuan	33-41	7	S1	Karyawan Swasta	>5.500.000
49	Benny	Laki-laki	24-32	7	D3	Wiraswasta	1.000.000-2.500.000
50	Fira	Perempuan	17-23	9	SMA	Mahasiswa	<1.000.000
51	Muhammad	Laki-laki	24-32	11	SMA	Wiraswasta	1.000.000-2.500.000
52	Ratih	Perempuan	33-41	3	S1	Ibu Rumah Tangga	1.000.000-2.500.000
53	Jelita	Perempuan	24-32	5	D3	PNS	2.500.000-4.000.000
54	Rachel S.	Perempuan	17-23	4	SMA	Mahasiswa	<1.000.000
55	Rizal	Laki-laki	17-23	6	S1	PNS	4.000.000-5.500.000
56	Jadianan	Laki-laki	24-32	7	S1	Ibu Rumah Tangga	<1.000.000
57	Leddy K.	Laki-laki	24-32	7	SMA	Ibu Rumah Tangga	<1.000.000
58	Siti R.	Perempuan	24-32	5	S1	Wiraswasta	1.000.000-2.500.000
59	Puji	Perempuan	33-41	6	S1	Karyawan Swasta	>5.500.000
60	Hariana	Perempuan	17-23	5	D3	PNS	2.500.000-4.000.000
61	Ronny	Laki-laki	33-41	4	D3	PNS	2.500.000-4.000.000
62	Avril	Perempuan	24-32	4	SMP	Wiraswasta	1.000.000-2.500.000

63	Novita	Perempuan	33-41	3	D3	Petani	>5.500.000
64	Sari Ayu	Perempuan	24-32	4	SMP	Wiraswasta	1.000.000-2.500.000
65	Yoseva	Perempuan	33-41	4	S2	PNS	>5.500.000
66	Indah G.	Perempuan	24-32	4	D3	PNS	2.500.000-4.000.000
67	Vina	Perempuan	33-41	6	D3	Petani	>5.500.000
68	Dessy P.	Perempuan	24-32	7	D3	PNS	2.500.000-4.000.000
69	Haura	Perempuan	24-32	8	S2	PNS	2.500.000-4.000.000
70	Emma	Perempuan	24-32	8	S1	Ibu Rumah Tangga	1.000.000-2.500.000
71	Munthe	Perempuan	24-32	8	S1	Ibu Rumah Tangga	<1.000.000
72	Rosdiana	Perempuan	33-41	7	D3	PNS	2.500.000-4.000.000
73	Rika	Perempuan	33-41	6	S1	Wiraswasta	>5.500.000
74	Rina	Perempuan	24-32	6	D3	PNS	2.500.000-4.000.000
75	Hotmian	Perempuan	24-32	5	D3	PNS	2.500.000-4.000.000
76	Ratih	Perempuan	33-41	6	D3	Petani	>5.500.000
77	Ayu F.	Perempuan	24-32	5	SMP	Wiraswasta	1.000.000-2.500.000
78	Furih	Perempuan	24-32	5	D3	PNS	2.500.000-4.000.000

Lampiran 5. Bentuk Kombinasi antara Atribut dengan Level Atribut Minuman Teh Botol Sosro

Nomor Stimuli	Rasa	Warna	Aroma	Kemasan	Kemudahan Mendapatkan
1	Kurang Manis	Merah Kecokelatan	Sangat Harum	Kardus	Supermarket
2	Manis	Merah Kekuningan	Sangat Harum	Plastik	Warung Terdekat
3	Manis	Merah Kecokelatan	Sedikit Harum	Plastik	Warung Terdekat
4	Manis	Merah Kecokelatan	Sangat Harum	Kardus	Minimarket
5	Kurang Manis	Merah Kekuningan	Sedikit Harum	Kardus	Minimarket
6	Kurang Manis	Merah Pekat Kehitaman	Sangat Harum	Plastik	Minimarket
7	Kurang Manis	Merah Kecokelatan	Sedikit Harum	Plastik	Warung Terdekat
8	Manis	Merah Pekat Kehitaman	Sangat Harum	Plastik	Supermarket
9	Kurang Manis	Cokelat Kehitaman	Sangat Harum	Kardus	Warung Terdekat

10	Kurang Manis	Merah Kekuningan	Sangat Harum	Plastik	Warung Terdekat
11	Manis	Cokelat Kehitaman	Sedikit Harum	Plastik	Minimarket
12	Manis	Merah Pekat Kehitaman	Sedikit Harum	Kardus	Warung Terdekat
13	Manis	Merah Kekuningan	Sedikit Harum	Kardus	Supermarket
14	Kurang Manis	Merah Pekat Kehitaman	Sedikit Harum	Kardus	Warung Terdekat
15	Kurang Manis	Cokelat Kehitaman	Sedikit Harum	Plastik	Supermarket
16	Manis	Cokelat Kehitaman	Sangat Harum	Kardus	Warung Terdekat

Lampiran 6. Input Data Penilaian Responden Terhadap Stimulus

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

20	4	2	2	3	3	3	3	2	2	2	3	3	2	3	2	3
21	2	3	2	3	3	3	4	2	3	2	3	3	2	3	2	4
22	3	3	3	4	3	3	3	2	2	3	3	4	3	3	1	3
23	3	2	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3
24	3	2	3	3	4	4	3	4	2	2	3	3	3	4	4	4
25	2	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3	2	3	2	2	2
26	4	2	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	2	4	2	2
27	3	2	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	3	2	3	3
28	3	1	4	3	4	3	3	1	4	3	3	3	4	3	2	4
29	5	4	3	4	4	4	3	3	3	4	2	2	3	3	4	4
30	1	2	2	2	4	3	3	3	2	3	3	4	2	5	4	5
31	3	2	2	2	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3
32	2	2	2	1	2	2	1	4	3	3	2	2	2	1	2	4
33	3	4	4	3	3	3	3	4	5	2	4	4	4	2	3	2
34	2	3	2	3	2	3	4	2	3	1	3	3	3	4	3	2
35	4	2	3	3	3	5	5	3	3	2	3	2	2	2	1	3
36	4	2	3	2	2	3	2	2	4	5	4	3	2	3	3	2
37	4	3	2	2	4	3	5	3	3	3	2	2	2	3	4	4
38	3	3	3	2	3	4	3	2	3	4	2	2	3	3	4	4
39	1	2	2	2	2	4	4	3	2	2	3	3	3	4	5	3
40	4	3	4	4	3	3	4	5	5	3	2	2	3	3	3	2
41	3	4	3	2	3	3	4	5	3	3	3	4	2	3	3	2
42	3	4	4	4	4	4	3	2	4	3	2	2	3	2	2	2
43	4	3	4	3	2	3	4	4	3	2	2	4	2	2	4	3
44	3	4	3	4	3	3	3	3	3	2	2	2	4	3	3	4
45	3	3	3	3	5	5	5	3	2	3	3	4	5	3	4	4
46	3	2	3	2	3	3	2	2	2	2	3	2	3	3	4	3
47	3	3	3	3	2	2	2	2	1	1	3	3	4	4	3	2
48	4	4	4	2	4	3	4	3	4	4	3	3	3	2	2	4
49	5	3	3	3	2	2	4	1	3	4	2	4	4	2	2	3
50	4	5	4	3	3	3	3	2	3	4	4	4	3	3	4	3
51	4	3	3	3	2	4	4	4	3	3	3	3	3	3	2	3
52	3	3	3	2	2	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4
53	3	1	4	3	4	3	3	1	4	3	3	4	2	4	3	3

54	4	4	4	4	3	4	3	3	3	2	2	3	3	3	4	4
55	5	4	5	4	4	4	3	3	2	3	3	4	3	4	3	4
56	4	4	4	3	3	3	2	4	4	3	4	3	4	4	4	3
57	2	2	2	2	2	3	3	3	2	3	4	5	3	4	3	3
58	4	4	4	3	3	3	4	4	5	3	5	3	3	4	5	5
59	3	2	3	3	3	2	2	2	3	4	5	5	5	5	4	4
60	2	3	2	2	3	2	3	5	2	3	4	2	3	2	3	4
61	3	3	2	4	2	2	4	4	2	3	4	4	2	3	2	3
62	4	4	3	2	2	2	4	3	3	3	1	4	2	3	3	2
63	3	5	1	3	2	3	4	4	2	2	4	5	3	3	3	2
64	5	4	2	2	3	3	3	3	3	3	3	5	3	3	3	3
65	3	4	4	2	4	4	3	3	4	3	3	5	4	2	4	3
66	3	3	3	4	4	4	4	3	5	4	3	5	4	2	4	4
67	1	3	1	3	4	3	5	2	4	4	4	5	4	2	3	4
68	4	4	3	3	5	3	2	4	3	4	4	3	3	3	3	4
69	4	5	3	3	5	4	2	4	3	5	4	3	3	3	3	4
70	4	4	3	3	5	3	2	4	2	5	3	3	3	3	2	3
71	2	3	2	4	4	4	3	4	2	4	4	3	2	2	3	3
72	4	3	2	5	4	2	4	3	3	3	4	4	2	2	3	4
73	2	3	2	5	4	3	4	3	3	3	2	4	2	3	4	3
74	3	2	3	4	3	2	3	4	2	3	2	3	3	4	4	4
75	3	2	3	4	3	3	3	3	3	2	2	4	3	4	3	5
76	4	2	4	4	2	3	5	3	3	2	4	3	3	5	3	5
77	5	3	3	3	2	4	5	4	3	3	4	4	3	5	4	4
78	4	4	3	2	3	4	5	3	4	3	4	2	3	5	3	5

Lampiran 7. Hasil Overall Statistic dan Average Importance Value Responden Laki-Laki

Utilities

		Utility Estimate	Std. Error
Rasa 3	Manis	-.125	.120
	Kurang Manis	.125	.120
Warna 4	Merah Pekat Kehitaman	.125	.209
	Cokelat Kehitaman	.125	.209
	Merah Kecokelatan	.125	.209
	Merah Kekuningan	-.375	.209
	Sedikit Harum	.000	.120
Aroma 5	Sangat Harum	.000	.120
	Kemasan Kardus	.500	.120
Kemasan 1	Kemasan Plastik	-.500	.120
	Kemudahan_Mendapatkan 2	.000	.161
	Warung Terdekat	.375	.188
	Minimarket	-.375	.188
	Supermarket	2.875	.127
	(Constant)		

Importance Values

Rasa	10.000
Warna	20.000
Aroma	.000
Kemasan	40.000
Kemudahan_Mendapatkan	30.000

Lampiran 8. Hasil Overall Statistic dan Average Importance Value Responden Perempuan

Utilities

		Utility Estimate	Std. Error
Rasa 2	Manis	.375	.180
	Kurang Manis	-.375	.180
Warna 1	Merah Pekat Kehitaman	-.375	.312
	Cokelat Kehitaman	.625	.312
	Merah Kecokelatan	-.375	.312
	Merah Kekuningan	.125	.312
Aroma 4	Sedikit Harum	.250	.180
	Sangat Harum	-.250	.180
Kemasan 5	Kemasan Kardus	.250	.180
	Kemasan Plastik	-.250	.180
Kemudahan_Mendapatkan 3	Warung Terdekat	.333	.240
	Minimarket	-.292	.281
	Supermarket	-.042	.281
(Constant)		2.792	.190

Importance Values

Rasa	22.222
Warna	29.630
Aroma	14.815
Kemasan	14.815
Kemudahan_Mendapatkan	18.519

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

Utilities

		Utility Estimate	Std. Error
Rasa 4	Manis	-.125	.164
	Kurang Manis	.125	.164
Warna 1	Merah Pekat Kehitaman	-.250	.283
	Cokelat Kehitaman	-.250	.283
	Merah Kecokelatan	.500	.283
	Merah Kekuningan	5.551E-17	.283
Aroma 5	Sedikit Harum	-.125	.164
	Sangat Harum	.125	.164
Kemasan 3	Kemasan Kardus	.250	.164
	Kemasan Plastik	-.250	.164
Kemudahan_Mendapatkan 2	Warung Terdekat	.333	.218
	Minimarket	-.167	.256
	Supermarket	-.167	.256
(Constant)		3.167	.173

Importance Values

Rasa	11.111
Warna	33.333
Aroma	11.111
Kemasan	22.222
Kemudahan_Mendapatkan	22.222

Lampiran 10. Hasil Overall Statistic dan Average Importance Value Responden Usia 24-32

Utilities		Utility Estimate	Std. Error
Rasa 3	Manis	-.187	.177
	Kurang Manis	.187	.177
Warna 1	Merah Pekat Kehitaman	-.562	.306
	Cokelat Kehitaman	-.313	.306
	Merah Kecokelatan	.687	.306
	Merah Kekuningan	.188	.306
Aroma 4	Sedikit Harum	.063	.177
	Sangat Harum	-.063	.177
Kemasan 5	Kemasan Kardus	.062	.177
	Kemasan Plastik	-.062	.177
Kemudahan_Mendapatkan 2	Warung Terdekat	-.583	.236
	Minimarket	.542	.276
	Supermarket	.042	.276
(Constant)		3.458	.186

Importance Values	
Rasa	12.500
Warna	41.667
Aroma	4.167
Kemasan	4.167
Kemudahan_Mendapatkan	37.500

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

Utilities		Utility Estimate	Std. Error
Rasa 4	Manis	.125	.129
	Kurang Manis	-.125	.129
Warna 1	Merah Pekat Kehitaman	-.125	.224
	Cokelat Kehitaman	.375	.224
	Merah Kecokelatan	-.125	.224
	Merah Kekuningan	-.125	.224
Aroma 5	Sedikit Harum	.125	.129
	Sangat Harum	-.125	.129
Kemasan 2	Kemasan Kardus	.375	.129
	Kemasan Plastik	-.375	.129
Kemudahan_Mendapatkan 3	Warung Terdekat	.167	.173
	Minimarket	.042	.202
	Supermarket	-.208	.202
(Constant)		2.833	.136

Importance Values	
Rasa	11.765
Warna	23.529
Aroma	11.765
Kemasan	35.294
Kemudahan_Mendapatkan	17.647

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

Utilities		Utility Estimate	Std. Error
Rasa 3	Manis	-.187	.186
	Kurang Manis	.187	.186
Warna 1	Merah Pekat Kehitaman	-.562	.322
	Cokelat Kehitaman	-.063	.322
	Merah Kecokelatan	.937	.322
	Merah Kekuningan	-.312	.322
Aroma 4	Sedikit Harum	.063	.186
	Sangat Harum	-.063	.186
Kemasan 5	Kemasan Kardus	.062	.186
	Kemasan Plastik	-.062	.186
Kemudahan_Mendapatkan 2	Warung Terdekat	.250	.248
	Minimarket	-.250	.291
	Supermarket	-.250	.291
(Constant)		2.750	.196

Importance Values	
Rasa	14.286
Warna	57.143
Aroma	4.762
Kemasan	4.762
Kemudahan_Mendapatkan	19.048

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

Utilities		Utility Estimate	Std. Error
Rasa 3	Manis	-.250	.138
	Kurang Manis	.250	.138
Warna 2	Merah Pekat Kehitaman	-.125	.239
	Cokelat Kehitaman	.125	.239
	Merah Kecokelatan	.375	.239
	Merah Kekuningan	-.375	.239
Aroma 4	Sedikit Harum	-.250	.138
	Sangat Harum	.250	.138
Kemasan 5	Kemasan Kardus	-.125	.138
	Kemasan Plastik	.125	.138
Kemudahan_Mendapatkan 1	Warung Terdekat	-.333	.184
	Minimarket	.542	.215
	Supermarket	-.208	.215
(Constant)		3.208	.145

Importance Values	
Rasa	17.391
Warna	26.087
Aroma	17.391
Kemasan	8.696
Kemudahan_Mendapatkan	30.435

Lampiran 14. Hasil Overall Statistic dan Average Importance Value Responden Pendidikan SD

Utilities

		Utility Estimate	Std. Error
Rasa 4	Manis	.000	.170
	Kurang Manis	.000	.170
Warna 2	Merah Pekat Kehitaman	.000	.295
	Cokelat Kehitaman	.250	.295
	Merah Kecokelatan	.000	.295
	Merah Kekuningan	-.250	.295
Aroma 5	Sedikit Harum	.000	.170
	Sangat Harum	.000	.170
Kemasan 3	Kemasan Kardus	.125	.170
	Kemasan Plastik	-.125	.170
Kemudahan_Mendapatkan 1	Warung Terdekat	.333	.227
	Minimarket	.333	.266
	Supermarket	-.667	.266
(Constant)		2.667	.180

Importance Values

Rasa	.000
Warna	28.571
Aroma	.000
Kemasan	14.286
Kemudahan_Mendapatkan	57.143

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

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

Document Accepted 2/9/25

Access From (repository.uma.ac.id)2/9/25

Lampiran 15. Hasil Overall Statistic dan Average Importance Value Responden Pendidikan SMP

Utilities		Utility Estimate	Std. Error
Rasa 3	Manis	-.187	.174
	Kurang Manis	.187	.174
Warna 2	Merah Pekat Kehitaman	.188	.301
	Cokelat Kehitaman	-.562	.301
	Merah Kecokelatan	.437	.301
	Merah Kekuningan	-.062	.301
Aroma 5	Sedikit Harum	-.062	.174
	Sangat Harum	.062	.174
Kemasan 4	Kemasan Kardus	-.063	.174
	Kemasan Plastik	.063	.174
Kemudahan_Mendapatkan 1	Warung Terdekat	.583	.231
	Minimarket	-.917	.271
	Supermarket	.333	.271
(Constant)		2.667	.183

Importance Values	
Rasa	12.000
Warna	32.000
Aroma	4.000
Kemasan	4.000
Kemudahan_Mendapatkan	48.000

Lampiran 16. Hasil Overall Statistic dan Average Importance Value Responden Pendidikan SMA

Utilities		Utility Estimate	Std. Error
Rasa 2	Manis	.375	.180
	Kurang Manis	-.375	.180
Warna 1	Merah Pekat Kehitaman	-.375	.312
	Cokelat Kehitaman	.625	.312
	Merah Kecokelatan	-.375	.312
	Merah Kekuningan	.125	.312
	Sedikit Harum	.250	.180
Aroma 5	Sangat Harum	-.250	.180
	Kemasan Kardus	.250	.180
Kemasan 4	Kemasan Plastik	-.250	.180
	Kemudahan_Mendapatkan 3	.333	.240
(Constant)	Warung Terdekat	-.292	.281
	Minimarket	-.042	.281
	Supermarket	2.792	.190

Importance Values	
Rasa	22.222
Warna	29.630
Aroma	14.815
Kemasan	14.815
Kemudahan_Mendapatkan	18.519

Lampiran 17. Hasil Overall Statistic dan Average Importance Value Responden Pendidikan D3

Utilities		Utility Estimate	Std. Error
Rasa 5	Manis	-.042	.099
	Kurang Manis	.042	.099
Warna 2	Merah Pekat Kehitaman	.250	.171
	Cokelat Kehitaman	.083	.171
	Merah Kecokelatan	-.083	.171
	Merah Kekuningan	-.250	.171
Aroma 3	Sedikit Harum	.208	.099
	Sangat Harum	-.208	.099
Kemasan 1	Kemasan Kardus	.458	.099
	Kemasan Plastik	-.458	.099
Kemudahan_Mendapatkan 4	Warung Terdekat	.056	.132
	Minimarket	.014	.155
	Supermarket	-.069	.155
(Constant)		2.819	.104

Importance Values	
Rasa	4.082
Warna	24.490
Aroma	20.408
Kemasan	44.898
Kemudahan_Mendapatkan	6.122

Lampiran 18. Hasil Overall Statistic dan Average Importance Value Responden Pendidikan S1

Utilities		Utility Estimate	Std. Error
Rasa 5	Manis	.063	.229
	Kurang Manis	-.063	.229
Warna 2	Merah Pekat Kehitaman	-.687	.397
	Cokelat Kehitaman	.312	.397
	Merah Kecokelatan	.062	.397
	Merah Kekuningan	.312	.397
Aroma 1	Sedikit Harum	.313	.229
	Sangat Harum	-.313	.229
Kemasan 3	Kemasan Kardus	.187	.229
	Kemasan Plastik	-.187	.229
Kemudahan_Mendapatkan 4	Warung Terdekat	.083	.305
	Minimarket	-.167	.358
	Supermarket	.083	.358
(Constant)		2.917	.241

Importance Values	
Rasa	5.263
Warna	42.105
Aroma	26.316
Kemasan	15.789
Kemudahan_Mendapatkan	10.526

Lampiran 19. Hasil Overall Statistic dan Average Importance Value Responden Pendidikan S2

Utilities		Utility Estimate	Std. Error
Rasa 4	Manis	.063	.265
	Kurang Manis	-.063	.265
Warna 1	Merah Pekat Kehitaman	.063	.459
	Cokelat Kehitaman	.062	.459
	Merah Kecokelatan	-.438	.459
	Merah Kekuningan	.313	.459
Aroma 2	Sedikit Harum	.188	.265
	Sangat Harum	-.188	.265
Kemasan 5	Kemasan Kardus	-.063	.265
	Kemasan Plastik	.063	.265
Kemudahan_Mendapatkan 3	Warung Terdekat	.083	.354
	Minimarket	-.167	.415
	Supermarket	.083	.415
(Constant)		3.417	.280

Importance Values	
Rasa	7.692
Warna	46.154
Aroma	23.077
Kemasan	7.692
Kemudahan_Mendapatkan	15.385

Lampiran 20. Hasil Overall Statistic dan Average Importance Value Responden Pekerjaan Mahasiswa

Utilities

		Utility Estimate	Std. Error
Rasa 4	Manis	-.125	.160
	Kurang Manis	.125	.160
Warna 1	Merah Pekat Kehitaman	.625	.278
	Cokelat Kehitaman	-.125	.278
	Merah Kecokelatan	-.375	.278
	Merah Kekuningan	-.125	.278
Aroma 3	Sedikit Harum	.250	.160
	Sangat Harum	-.250	.160
Kemasan 5	Kemasan Kardus	.125	.160
	Kemasan Plastik	-.125	.160
Kemudahan_Mendapatkan 2	Warung Terdekat	.000	.214
	Minimarket	-.375	.250
	Supermarket	.375	.250
(Constant)		3.125	.169

Importance Values

Rasa	9.091
Warna	36.364
Aroma	18.182
Kemasan	9.091
Kemudahan_Mendapatkan	27.273

Lampiran 21. Hasil Overall Statistic dan Average Importance Value Responden Pekerjaan Karyawan Swasta

Utilities

		Utility Estimate	Std. Error
Rasa 3	Manis	-.112	.070
	Kurang Manis	.112	.070
Warna 1	Merah Pekat Kehitaman	-.165	.122
	Cokelat Kehitaman	.067	.122
	Merah Kecokelatan	.317	.122
	Merah Kekuningan	-.219	.122
Aroma 4	Sedikit Harum	.067	.070
	Sangat Harum	-.067	.070
Kemasan 2	Kemasan Kardus	.192	.070
	Kemasan Plastik	-.192	.070
Kemudahan_Mendapatkan 5	Warung Terdekat	-.030	.094
	Minimarket	.024	.110
	Supermarket	.006	.110
(Constant)		2.994	.074

Importance Values

Rasa	16.779
Warna	40.268
Aroma	10.067
Kemasan	28.859
Kemudahan_Mendapatkan	4.027

Lampiran 22. Hasil Overall Statistic dan Average Importance Value Responden Pekerjaan Wiraswasta

Utilities

		Utility Estimate	Std. Error
Rasa 5	Manis	-.062	.146
	Kurang Manis	.062	.146
Warna 1	Merah Pekat Kehitaman	-.687	.252
	Cokelat Kehitaman	.312	.252
	Merah Kecokelatan	.562	.252
	Merah Kekuningan	-.188	.252
Aroma 4	Sedikit Harum	.063	.146
	Sangat Harum	-.063	.146
Kemasan 2	Kemasan Kardus	.438	.146
	Kemasan Plastik	-.438	.146
Kemudahan_Mendapatkan 3	Warung Terdekat	.083	.194
	Minimarket	.083	.228
	Supermarket	-.167	.228
(Constant)		2.667	.153

Importance Values

Rasa	4.762
Warna	47.619
Aroma	4.762
Kemasan	33.333
Kemudahan_Mendapatkan	9.524

Lampiran 23. Hasil Overall Statistic dan Average Importance Value Responden Pekerjaan PNS

Utilities		Utility Estimate	Std. Error
Rasa 1	Manis	.313	.289
	Kurang Manis	-.313	.289
Warna 2	Merah Pekat Kehitaman	-.062	.501
	Cokelat Kehitaman	.187	.501
	Merah Kecokelatan	-.063	.501
	Merah Kekuningan	-.062	.501
Aroma 4	Sedikit Harum	.063	.289
	Sangat Harum	-.063	.289
Kemasan 5	Kemasan Kardus	-.063	.289
	Kemasan Plastik	.063	.289
Kemudahan_Mendapatkan 3	Warung Terdekat	-.083	.386
	Minimarket	-.083	.452
	Supermarket	.167	.452
(Constant)		3.333	.305

Importance Values	
Rasa	45.455
Warna	18.182
Aroma	9.091
Kemasan	9.091
Kemudahan_Mendapatkan	18.182

Lampiran 24. Hasil Overall Statistic dan Average Importance Value Responden Pekerjaan Petani

Utilities		Utility Estimate	Std. Error
Rasa 2	Manis	.313	.352
	Kurang Manis	-.313	.352
Warna 1	Merah Pekat Kehitaman	.688	.610
	Cokelat Kehitaman	-.313	.610
	Merah Kecokelatan	-.313	.610
	Merah Kekuningan	-.062	.610
Aroma 5	Sedikit Harum	.063	.352
	Sangat Harum	-.063	.352
Kemasan 3	Kemasan Kardus	-.188	.352
	Kemasan Plastik	.188	.352
Kemudahan_Mendapatkan 4	Warung Terdekat	-.083	.469
	Minimarket	-.083	.550
	Supermarket	.167	.550
(Constant)		3.083	.371

Importance Values	
Rasa	26.316
Warna	42.105
Aroma	5.263
Kemasan	15.789
Kemudahan_Mendapatkan	10.526

Lampiran 25. Hasil Overall Statistic dan Average Importance Value Responden Pekerjaan Ibu Rumah Tangga

Utilities		Utility Estimate	Std. Error
Rasa 4	Manis	-.062	.058
	Kurang Manis	.062	.058
Warna 2	Merah Pekat Kehitaman	-.437	.100
	Cokelat Kehitaman	.312	.100
	Merah Kecokelatan	.562	.100
	Merah Kekuningan	-.437	.100
Aroma 5	Sedikit Harum	-.062	.058
	Sangat Harum	.062	.058
Kemasan 1	Kemasan Kardus	.563	.058
	Kemasan Plastik	-.563	.058
Kemudahan_Mendapatkan 3	Warung Terdekat	.417	.077
	Minimarket	.167	.090
	Supermarket	-.583	.090
(Constant)		2.583	.061

Importance Values	
Rasa	3.704
Warna	29.630
Aroma	3.704
Kemasan	33.333
Kemudahan_Mendapatkan	29.630

Lampiran 26. Hasil Overall Statistic dan Average Importance Value Responden Pendapatan <Rp. 1.000.000

Utilities		Utility Estimate	Std. Error
Rasa 4	Manis	-.125	.160
	Kurang Manis	.125	.160
Warna 1	Merah Pekat Kehitaman	.625	.278
	Cokelat Kehitaman	-.125	.278
	Merah Kecokelatan	-.375	.278
	Merah Kekuningan	-.125	.278
Aroma 3	Sedikit Harum	.250	.160
	Sangat Harum	-.250	.160
Kemasan 5	Kemasan Kardus	.125	.160
	Kemasan Plastik	-.125	.160
Kemudahan_Mendapatkan 2	Warung Terdekat	.000	.214
	Minimarket	-.375	.250
	Supermarket	.375	.250
(Constant)		3.125	.169

Importance Values	
Rasa	9.091
Warna	36.364
Aroma	18.182
Kemasan	9.091
Kemudahan_Mendapatkan	27.273

Lampiran 27. Hasil Overall Statistic dan Average Importance Value Responden Pendapatan Rp. 1.000.000-Rp.2.500.000

Utilities		Utility Estimate	Std. Error
Rasa 4	Manis	-.062	.058
	Kurang Manis	.062	.058
Warna 1	Merah Pekat Kehitaman	-.437	.100
	Cokelat Kehitaman	.312	.100
	Merah Kecokelatan	.562	.100
	Merah Kekuningan	-.437	.100
Aroma 5	Sedikit Harum	-.062	.058
	Sangat Harum	.062	.058
Kemasan 2	Kemasan Kardus	.563	.058
	Kemasan Plastik	-.563	.058
Kemudahan_Mendapatkan 3	Warung Terdekat	.417	.077
	Minimarket	.167	.090
	Supermarket	-.583	.090
(Constant)		2.583	.061

Importance Values	
Rasa	3.704
Warna	29.630
Aroma	3.704
Kemasan	33.333
Kemudahan_Mendapatkan	29.630

Lampiran 28. Hasil Overall Statistic dan Average Importance Value Responden Pendapatan Rp. 2.500.000-Rp.4.000.000

Utilities		Utility Estimate	Std. Error
Rasa 3	Manis	-.187	.177
	Kurang Manis	.187	.177
Warna 1	Merah Pekat Kehitaman	-.562	.306
	Cokelat Kehitaman	-.313	.306
	Merah Kecokelatan	.687	.306
	Merah Kekuningan	.188	.306
Aroma 4	Sedikit Harum	.063	.177
	Sangat Harum	-.063	.177
Kemasan 5	Kemasan Kardus	.062	.177
	Kemasan Plastik	-.062	.177
Kemudahan_Mendapatkan 2	Warung Terdekat	-.583	.236
	Minimarket	.542	.276
	Supermarket	.042	.276
(Constant)		3.458	.186

wwwImportance Values

Rasa	12.500
Warna	41.667
Aroma	4.167
Kemasan	4.167
Kemudahan_Mendapatkan	37.500

Lampiran 29. Hasil Overall Statistic dan Average Importance Value Responden Pendapatan Rp.4.000.000-Rp.5.500.000

Utilities		Utility Estimate	Std. Error
Rasa 2	Manis	-.175	.090
	Kurang Manis	.175	.090
Warna 1	Merah Pekat Kehitaman	-.150	.156
	Cokelat Kehitaman	.100	.156
	Merah Kecokelatan	.350	.156
	Merah Kekuningan	-.300	.156
Aroma 5	Sedikit Harum	.025	.090
	Sangat Harum	-.025	.090
Kemasan 3	Kemasan Kardus	.150	.090
	Kemasan Plastik	-.150	.090
Kemudahan_Mendapatkan 4	Warung Terdekat	-.033	.120
	Minimarket	-.008	.141
	Supermarket	.042	.141
(Constant)		2.958	.095

Importance Values	
Rasa	24.561
Warna	45.614
Aroma	3.509
Kemasan	21.053
Kemudahan_Mendapatkan	5.263

Lampiran 30. Hasil Overall Statistic dan Average Importance Value Responden Pendapatan >Rp.5.500.000

Utilities		Utility Estimate	Std. Error
Rasa 5	Manis	-.062	.211
	Kurang Manis	.062	.211
Warna 1	Merah Pekat Kehitaman	-.562	.366
	Cokelat Kehitaman	-.063	.366
	Merah Kecokelatan	.187	.366
	Merah Kekuningan	.438	.366
Aroma 3	Sedikit Harum	-.187	.211
	Sangat Harum	.187	.211
Kemasan 4	Kemasan Kardus	-.063	.211
	Kemasan Plastik	.063	.211
Kemudahan_Mendapatkan 2	Warung Terdekat	.417	.282
	Minimarket	-.208	.330
	Supermarket	-.208	.330
(Constant)		3.208	.223

Importance Values	
Rasa	5.556
Warna	44.444
Aroma	16.667
Kemasan	5.556
Kemudahan_Mendapatkan	27.778

Lampiran 31. Hasil Overall Statistic dan Average Importance Value Responden Jumlah Anggota Keluarga 1-2 Orang

Utilities		Utility Estimate	Std. Error
Rasa 2	Manis	-.312	.160
	Kurang Manis	.312	.160
Warna 3	Merah Pekat Kehitaman	-.437	.278
	Cokelat Kehitaman	-.188	.278
	Merah Kecokelatan	.312	.278
	Merah Kekuningan	.313	.278
Aroma 1	Sedikit Harum	-.437	.160
	Sangat Harum	.437	.160
Kemasan 5	Kemasan Kardus	.062	.160
	Kemasan Plastik	-.062	.160
Kemudahan_Mendapatkan 4	Warung Terdekat	-.250	.214
	Minimarket	.000	.250
	Supermarket	.250	.250
(Constant)		3.500	.169

Importance Values	
Rasa	21.739
Warna	26.087
Aroma	30.435
Kemasan	4.348
Kemudahan_Mendapatkan	17.391

Lampiran 32. Hasil Overall Statistic dan Average Importance Value Responden Jumlah Anggota Keluarga 3-4 Orang

Utilities		Utility Estimate	Std. Error
Rasa 2	Manis	-.203	.103
	Kurang Manis	.203	.103
Warna 1	Merah Pekat Kehitaman	-.141	.178
	Cokelat Kehitaman	.234	.178
	Merah Kecokelatan	.172	.178
	Merah Kekuningan	-.266	.178
Aroma 4	Sedikit Harum	.078	.103
	Sangat Harum	-.078	.103
Kemasan 3	Kemasan Kardus	.109	.103
	Kemasan Plastik	-.109	.103
Kemudahan_Mendapatkan 5	Warung Terdekat	.021	.137
	Minimarket	-.073	.161
	Supermarket	.052	.161
(Constant)		2.885	.109

Importance Values	
Rasa	28.889
Warna	35.556
Aroma	11.111
Kemasan	15.556
Kemudahan_Mendapatkan	8.889

Lampiran 33. Hasil Overall Statistic dan Average Importance Value Responden Jumlah Anggota Keluarga 5-6 Orang

Utilities		Utility Estimate	Std. Error
Rasa 5	Manis	.021	.113
	Kurang Manis	-.021	.113
Warna 3	Merah Pekat Kehitaman	-.021	.196
	Cokelat Kehitaman	.146	.196
	Merah Kecokelatan	-.104	.196
	Merah Kekuningan	-.021	.196
	Sedikit Harum	.313	.113
Aroma 2	Sangat Harum	-.313	.113
	Kemasan Kardus	.354	.113
Kemasan 1	Kemasan Plastik	-.354	.113
	Kemudahan_Mendapatkan 4	.083	.151
(Constant)	Warung Terdekat	-.167	.177
	Minimarket	.083	.177
	Supermarket	2.833	.119

Importance Values	
Rasa	2.222
Warna	13.333
Aroma	33.333
Kemasan	37.778
Kemudahan_Mendapatkan	13.333

Lampiran 34. Hasil Analisis Conjoint 78 Responden Pada Overall Statistic Dan Average Importance Value Dan Correlations

Utilities		Utility Estimate	Std. Error
Rasa 3	Manis	-.027	.037
	Kurang Manis	.027	.037
Warna 1	Merah Pekat Kehitaman	-.037	.064
	Cokelat Kehitaman	.059	.064
	Merah Kecokelatan	.091	.064
	Merah Kekuningan	-.114	.064
Aroma 5	Sedikit Harum	.013	.037
	Sangat Harum	-.013	.037
Kemasan 2	Kemasan Kardus	.071	.037
	Kemasan Plastik	-.071	.037
Kemudahan_Mendapatkan 4	Warung Terdekat	.017	.049
	Minimarket	-.004	.057
	Supermarket	-.013	.057
(Constant)		3.058	.039

Importance Values	
Rasa	12.412
Warna	38.361
Aroma	12.873
Kemasan	13.947
Kemudahan_Mendapatkan	22.407

Averaged Importance Score

Lampiran 35. Uji Validitas

Correlations																	
	Stimuli 1	Stimuli 2	Stimuli 3	Stimuli 4	Stimuli 5	Stimuli 6	Stimuli 7	Stimuli 8	Stimuli 9	Stimuli 10	Stimuli 11	Stimuli 12	Stimuli 13	Stimuli 14	Stimuli 15	Stimuli 16	Total
Stimuli 1																	
Pearson	1	.298**	.457**	.275*	.084	.223	.131	.131	.151	.243*	-.025	-.009	-.056	.136	-.086	.026	.509**
Correlation																	
Sig. (2-tailed)		.008	.000	.015	.465	.050	.253	.252	.188	.032	.825	.939	.626	.235	.452	.818	.000
N	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78
Stimuli 2																	
Pearson	.298**	1	.117	-.047	.184	.257*	-.004	.382**	.068	.197	.175	.109	.094	-.127	.082	-.031	.475**
Correlation																	
Sig. (2-tailed)	.008		.309	.686	.106	.023	.974	.001	.557	.083	.125	.340	.415	.268	.474	.786	.000
N	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78
Stimuli 3																	
Pearson	.457**	.117	1	.169	.129	.178	-.088	-.046	.320**	.113	-.079	-.097	.165	.048	.088	-.002	.395**
Correlation																	
Sig. (2-tailed)	.000	.309		.139	.262	.119	.444	.687	.004	.326	.492	.396	.150	.673	.446	.989	.000
N	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78
Stimuli 4																	
Pearson	.275*	-.047	.169	1	.182	-.014	.156	-.097	.058	-.063	-.099	.027	.007	.067	-.140	.015	.250*
Correlation																	
Sig. (2-tailed)	.015	.686	.139		.111	.905	.172	.399	.617	.583	.390	.815	.948	.557	.222	.898	.027
N	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78
Stimuli 5																	
Pearson	.084	.184	.129	.182	1	.399**	-.060	.078	.063	.339**	-.003	.006	.144	-.116	.048	.280*	.443**
Correlation																	
Sig. (2-tailed)	.465	.106	.262	.111		.000	.604	.497	.584	.002	.976	.957	.209	.310	.679	.013	.000
N	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78

Stimuli 6	Pearson																	
	Correlation	.223	.257*	.178	-.014	.399**	1	.255*	.217	.003	.036	.040	-.059	.039	.057	.117	.110	.469**
	Sig. (2-tailed)	.050	.023	.119	.905	.000		.024	.057	.980	.755	.726	.609	.735	.621	.307	.339	.000
	N	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78
Stimuli 7	Pearson																	
	Correlation	.131	-.004	-.088	.156	-.060	.255*	1	.059	.081	-.112	-.030	.023	-.090	.098	.038	.123	.274*
	Sig. (2-tailed)	.253	.974	.444	.172	.604	.024		.607	.479	.329	.792	.841	.434	.393	.741	.283	.015
	N	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78
Stimuli 8	Pearson																	
	Correlation	.131	.382**	-.046	-.097	.078	.217	.059	1	-.088	.110	.211	-.002	-.095	.013	.177	.044	.365**
	Sig. (2-tailed)	.252	.001	.687	.399	.497	.057	.607		.443	.339	.064	.984	.410	.911	.122	.703	.001
	N	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78
Stimuli 9	Pearson																	
	Correlation	.151	.068	.320**	.058	.063	.003	.081	-.088	1	.225*	.054	.074	.161	-.096	-.007	.039	.339**
	Sig. (2-tailed)	.188	.557	.004	.617	.584	.980	.479	.443		.047	.638	.519	.158	.401	.951	.734	.002
	N	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78
Stimuli 10	Pearson																	
	Correlation	.243*	.197	.113	-.063	.339**	.036	-.112	.110	.225*	1	.233*	.097	.037	-.115	.005	.120	.403**
	Sig. (2-tailed)	.032	.083	.326	.583	.002	.755	.329	.339	.047		.040	.400	.749	.317	.967	.296	.000
	N	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78
Stimuli 11	Pearson																	
	Correlation	-.025	.175	-.079	-.099	-.003	.040	-.030	.211	.054	.233*	1	.229*	.167	.213	.095	.146	.378**
	Sig. (2-tailed)	.825	.125	.492	.390	.976	.726	.792	.064	.638	.040		.044	.144	.061	.408	.203	.001
	N	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78
Stimuli 12	Pearson																	
	Correlation	-.009	.109	-.097	.027	.006	-.059	.023	-.002	.074	.097	.229*	1	.204	.232*	.113	-.063	.326**

	Sig. (2-tailed)	.939	.340	.396	.815	.957	.609	.841	.984	.519	.400	.044		.073	.041	.325	.583	.004
	N	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78
Stimuli 13	Pearson																	
	Correlation	-.056	.094	.165	.007	.144	.039	-.090	-.095	.161	.037	.167	.204	.1	.118	.145	.122	.335**
	Sig. (2-tailed)	.626	.415	.150	.948	.209	.735	.434	.410	.158	.749	.144	.073		.304	.206	.288	.003
	N	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78
Stimuli 14	Pearson																	
	Correlation	.136	-.127	.048	.067	-.116	.057	.098	.013	-.096	-.115	.213	.232*	.118	.1	.255*	.258*	.339**
	Sig. (2-tailed)	.235	.268	.673	.557	.310	.621	.393	.911	.401	.317	.061	.041	.304		.024	.022	.002
	N	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78
Stimuli 15	Pearson																	
	Correlation	-.086	.082	.088	-.140	.048	.117	.038	.177	-.007	.005	.095	.113	.145	.255*	.1	.278*	.355**
	Sig. (2-tailed)	.452	.474	.446	.222	.679	.307	.741	.122	.951	.967	.408	.325	.206	.024		.014	.001
	N	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78
Stimuli 16	Pearson																	
	Correlation	.026	-.031	-.002	.015	.280*	.110	.123	.044	.039	.120	.146	-.063	.122	.258*	.278*	.1	.391**
	Sig. (2-tailed)	.818	.786	.989	.898	.013	.339	.283	.703	.734	.296	.203	.583	.288	.022	.014		.000
	N	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78
Total	Pearson																	
	Correlation	.509**	.475**	.395**	.250*	.443**	.469**	.274*	.365**	.339**	.403**	.378**	.326**	.335**	.339**	.355**	.391**	.1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.027	.000	.000	.015	.001	.002	.000	.001	.004	.003	.002	.001	.000	
	N	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78

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

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

Lampiran 36. Uji Realibilitas

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	78	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	78	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.599	16

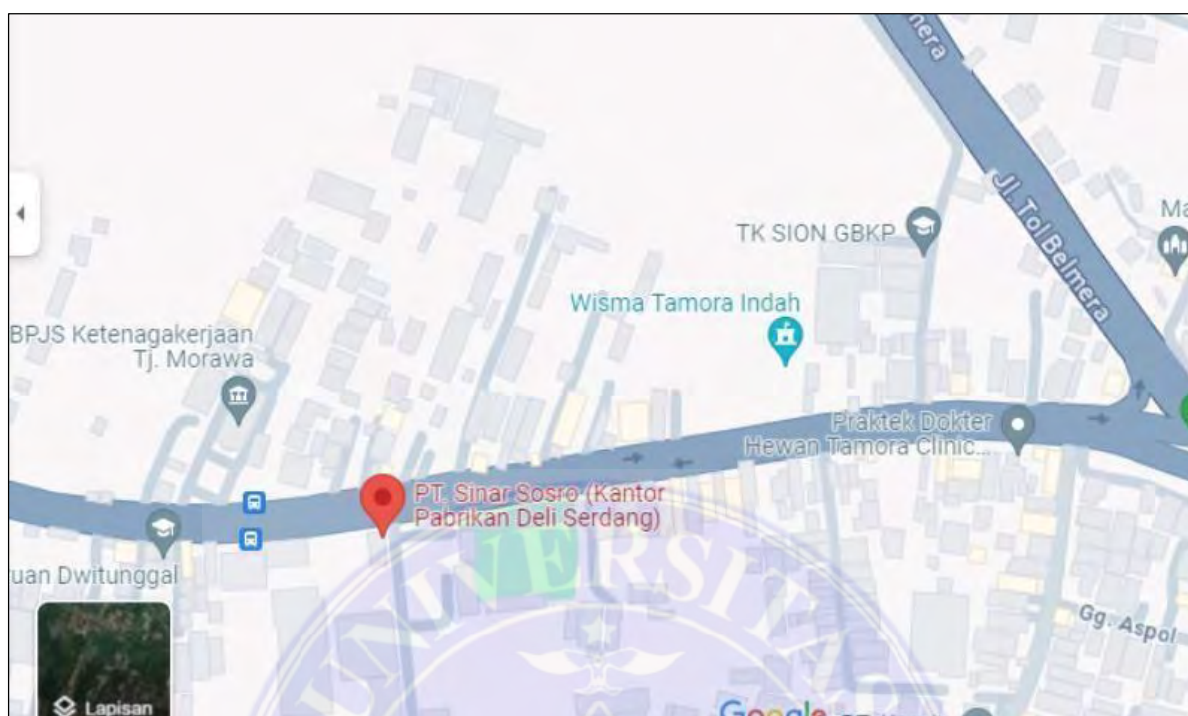
Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Stimuli_1	45.90	23.184	.354	.559
Stimuli_2	46.36	23.532	.315	.567
Stimuli_3	46.23	24.751	.257	.579
Stimuli_4	46.03	25.869	.088	.605
Stimuli_5	46.06	24.191	.300	.571
Stimuli_6	46.18	24.019	.333	.566
Stimuli_7	45.79	25.594	.104	.604
Stimuli_8	46.26	24.687	.196	.588
Stimuli_9	46.08	25.085	.185	.590
Stimuli_10	46.21	24.555	.257	.578
Stimuli_11	46.13	24.840	.235	.582
Stimuli_12	45.92	25.033	.151	.597
Stimuli_13	46.19	25.248	.194	.588
Stimuli_14	46.05	25.010	.177	.591
Stimuli_15	46.09	24.992	.206	.586
Stimuli_16	45.83	24.712	.248	.580

Lampiran 37. Dokumentasi Penelitian



Lampiran 38. Lokasi Penelitian



Lampiran 39. Surat Keterangan Selesai Riset dari PT. Sinar Sosro

SINAR SOSRO
a KENSO Company
PT. SINAR SOSRO
Pabrik Deli Serdang
Jl. Raya Tj. Morawa Km. 14,3
Deli Serdang - Medan 20362
T (02-41) 7948073 F. (02-41) 7948079

Nomor : 010/PGA-PKL/PT.SS.Dad/II/2024
Lamp : -
Perihal : Riset Mahasiswa

Kepada Yth :
Dekan Fakultas Pertanian
Universitas Medan Area
Di Tempat

Dengan hormat,

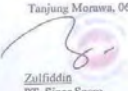
Bersama ini kami beritahukan bahwa mahasiswa dibawah ini :

No	Nama	Program Studi	NIM
1.	Jonatan Gabriel Sipangkar	198220126	Agribisnis

Telah melakukan riset di PT. Sinar Sosro pada Tanggal 05 Maret s/d 06 Maret 2024.

Demikian informasi ini kami sampaikan, atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Tanjung Morawa, 06 Maret 2024


Zulfiddin
PT. Sinar Sosro

CC : File