

**ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP
PEMBELIAN GULA AREN (*Arenga pinnata*)
DI PASAR TRADISIONAL KEBUN LADA BINJAI UTARA**

SKRIPSI

**OLEH :
ATIKAH HALIM
218220056**



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS 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 8/5/26

Access From (repository.uma.ac.id)8/5/26

**ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP
PEMBELIAN GULA AREN(*Arengapinnata*)
DI PASAR TRADISIONAL KEBUN LADA BINJAI UTARA**

SKRIPSI

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

OLEH :

**ATIKAH HALIM
218220056**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS 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 8/5/26

Access From (repository.uma.ac.id)8/5/26

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP PEMBELIAN GULA AREN (*Arenga pinnata*) DI PASAR TRADISIONAL KEBUN LADA BINJAI UTARA

Nama : Atikah Halim

NPM : 218220056

Fakultas : Pertanian

Disetujui Oleh:
Komisi Pembimbing



Dr. Siswa Panjang Hernosa, S.P., M.Si
Pembimbing

Diketahui Oleh:



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



Dr. Tennisya Febriyanti Suardi, S.P., M.P
Ketua Program Studi Agribisnis

Tanggal Lulus : 25 September 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 8/5/26

Access From (repository.uma.ac.id)8/5/26

HALAMAN PERNYATAAN

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

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

Medan, 25 September 2025



Atikah Halim
218220056

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Atikah Halim

NIM : 218220056

Program Studi : Agribisnis

Fakultas : Pertanian

Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area **Hak Royalti Noneklusif (*Non-Exclusif Royalti Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul “Analisis Prefrensi Gula Aren (Arenga pinnata) di Pasar Tradisional Kebun Lada Binjai Utara” beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalih media atau formatkan, mengolah dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Medan
Pada tanggal : 04 September 2025
Yang Menyatakan

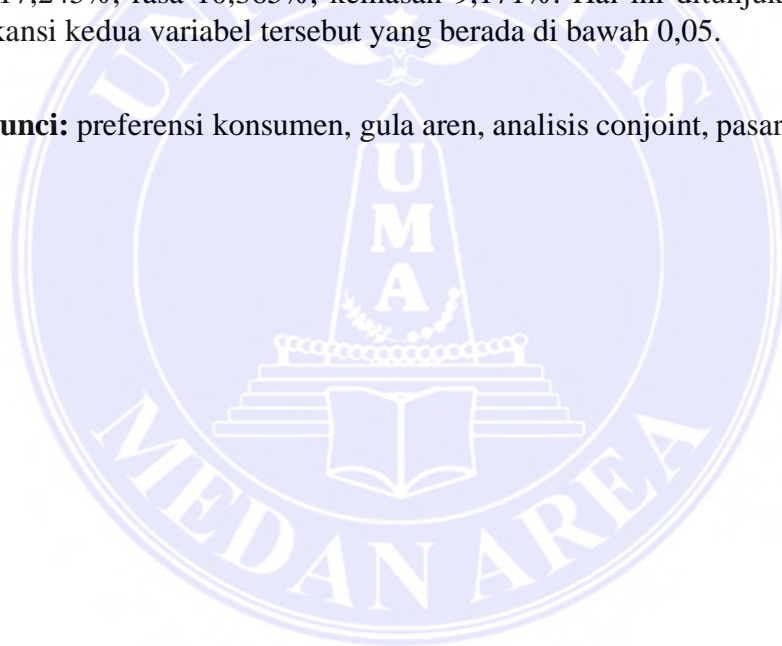


Atikah Halim

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui karakteristik konsumen gula aren di pasar Tradisional Kebun Lada Binjai Utara, untuk mengetahui atribut yang menjadi preferensi, dan untuk mengetahui urutan atribut gula aren di pasar Tradisional Kebun Lada Binjai Utara. Jenis penelitian ini adalah kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis conjoint yang menggunakan software SPSS versi 24. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hasil analisis konjoin menunjukkan bahwa karakteristik konsumen berdasarkan jenis kelamin perempuan sebesar 80,0%, umur 42-50 sebesar 32,0%, pekerjaan wiraswasta sebesar 28,0%, pendapata Rp.3.000.000- Rp.4.000.000 sebesar 42,0%, jumlah anggota keluarga 3-4 sebesar 40,0%. Atribut dan level gula aren yang menjadi preferensi konsumen adalah harga murah Rp.26.000-Rp.29.000-, ukuran besar, warna coklat kehitaman, rasa manis, tanpa kemasan, Urutan atribut gula aren menurut kepentingan konsumen yang menjadi preferensi konsumen adalah harga sebesar 37,298%, ukuran 25,920%, warna 17,245%, rasa 10,365%, kemasan 9,171%. Hal ini ditunjukkan oleh nilai signifikansi kedua variabel tersebut yang berada di bawah 0,05.

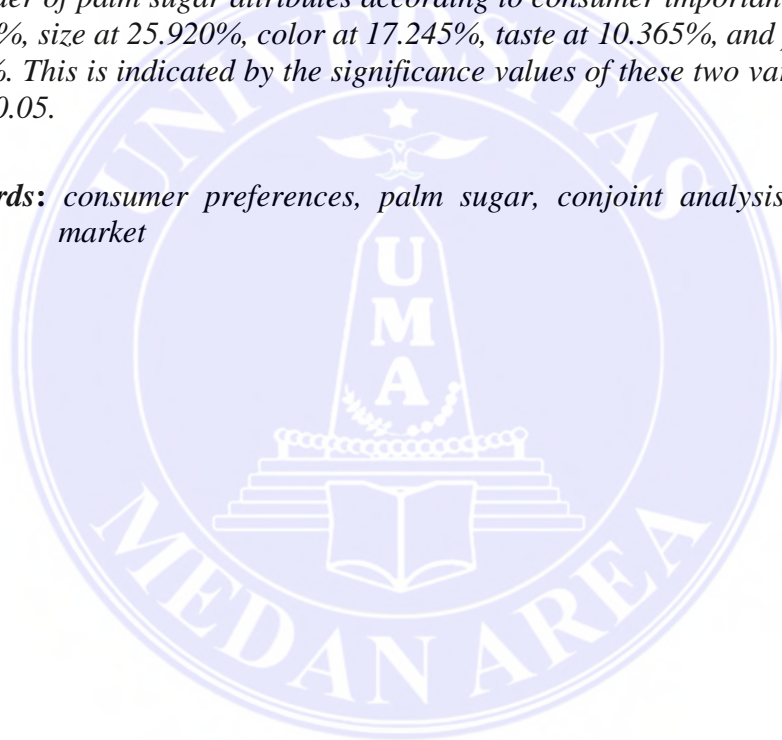
Kata kunci: preferensi konsumen, gula aren, analisis conjoint, pasar tradisional



ABSTRACT

This study aims to determine the characteristics of palm sugar consumers in the Traditional Market of Kebun Lada Binjai Utara, to identify the preferred attributes, and to ascertain the ranking of palm sugar attributes in the Traditional Market of Kebun Lada Binjai Utara. The type of this research is descriptive qualitative. Data collection techniques were carried out through the distribution of questionnaires. The analysis technique used is conjoint analysis utilizing SPSS software version 24. The research results indicate that the conjoint analysis shows consumer characteristics based on gender, with 80.0% being female, 32.0% aged 42-50, 28.0% self-employed, 42.0% with an income of Rp.3,000,000-Rp.4,000,000, and 40.0% with 3-4 family members. The attributes and levels of palm sugar that are consumer preferences include a low price of Rp.26,000-Rp.29.000, large size, dark brown color, sweet taste, and plastic bag packaging. The order of palm sugar attributes according to consumer importance is price at 37.298%, size at 25.920%, color at 17.245%, taste at 10.365%, and packaging at 9.171%. This is indicated by the significance values of these two variables being below 0.05.

Keywords: *consumer preferences, palm sugar, conjoint analysis, traditional market*



RIWAYAT HIDUP

Atikah Halim adalah nama penulis skripsi ini. Penulis dilahirkan pada tanggal 17 Juni 2003 di Jl. Gaharu, Kelurahan Jati Makmur, Kecamatan Binjai Utara, Provinsi Sumatera Utara. Merupakan anak ketiga (Bungsu) dari pasangan Bapak Andi Muslim dan Ibu Hadijah S.Ag. Pendidikan Sekolah Dasar di SD Muhammadiyah 04 Binjai Utara pada tahun 2009, Sekolah Menengah Pertama di MTs Aisyiyah Kota Binjai pada tahun 2015, selanjutnya pendidikan Sekolah Menengah Atas di Mas Aisyiyah Kota Binjai pada tahun 2018. Pada bulan September 2021, menjadi mahasiswa pada Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Medan Area. Selama menjadi mahasiswa, pada tahun 2023 saat penulis semester 5 mengikuti salah satu Program MBKM (Merdeka Belajar Kampus Merdeka) yaitu Program Wirausaha Merdeka (WMK) Batch 2 Kemendikbudristek dengan tema “SMART Entrepreneurship” Society, Meaningful, Adaptive, Rich, Technology Based yang diselenggarakan di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (UMSU), kemudian pada tahun 2024 saat penulis semester 7 melaksanakan Praktik Kerja Lapangan (PKL) di PT. Perkebunan Nusantara I Regional 1 Kebun Bulu Cina, Kecamatan Hampan Perak, Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan Rahmat dan Hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan judul” **ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP PEMBELIAN GULA AREN (*Arenga pinnata*) DI PASAR TRADISIONAL KEBUN LADA BINJAI UTARA**”.

Skripsi ini merupakan salah satu syarat kelulusan strata satu (S1) pada program studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Medan Area. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terimakasih dan rasa hormat kepada:

1. Bapak Dr. Siswa Panjang Hernosa, SP., M.Si, selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Medan Area. Dan Dosen Pembimbing saya yang telah membimbing dan memperhatikan selama masa penyusunan skripsi ini.
2. Ibu Marizha Nurcahyani, S.TP., M.Sc, selaku Ketua Program Studi Agribisnis Universitas Medan Area.
3. Bapak & Ibu seluruh Dosen Fakultas Pertanian Universitas Medan Area yang telah membimbing dan memperhatikan selama masa pendidikan di Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Medan Area.
4. Kedua Orang tua yang sangat saya cintai (Ayah dan Umi), mereka telah memberikan semangat dan dukungan penuh. berkat doa mereka, saya bisa sampai pada tahap ini. Saya sangat bangga memiliki orangtua seperti mereka.
5. Abang dan kakak saya , Luthfi Halim dan Hanifah Halim yang selalu memberikan dukungan penuh dan juga materi selama penyusunan skripsi ini

kepada saya sebagai adiknya.

6. Keluarga besar yang tidak bisa disebutkan satu persatu namanya yang juga memberi dukungan kepada saya selama ini.
7. Sahabat saya Amy, Pita, Ummi, dan Nanda yang selalu bersama-sama memberikan semangat selama berada di dunia perkuliahan dan membantu saya selama masa penyusunan skripsi ini.
8. Teman-teman Fakultas Pertanian Stambuk 2021 Universitas Medan Area yang selalu memberikan dukungan selama masa penyusunan skripsi ini.
9. Terimakasih kepada ATIKAH HALIM. Ya, Saya sendiri yang telah berjuang, tetap kuat, dan mampu bertahan dalam mengerjakan skripsi ini hingga selesai.

Proud Of Me.

Semua pihak yang telah membantu selama masa penyusunan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu. Saya berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak

Penulis



(Atikah Halim)

DAFTAR ISI

Halaman

ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
RIWAYAT HIDUP	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan	11
1.4 Manfaat Penelitian	12
1.5 kerangka Pemikiran	13
II. TINJAUAN PUSTAKA	16
2.1 Konsumen	16
2.2 Gula Aren	17
2.3 Klasifikasi dan Morfologi Aren	18
2.4 Proses pembuatan gula aren	20
2.5 Pendekatan Preferensi Konsumen dengan <i>Utility</i> dan <i>Importance value</i>	21
2.5.1 Pendekatan <i>Utility</i>	21
2.5.2 Pendekatan <i>Importance Value</i>	22
2.5.3 Relevansi dengan penelitian gula aren	23
2.6 Prefrensi Konsumen	23
2.7 Atribut Produk	25
2.8 Karakteristik Konsumen	26
2.9 Analisis <i>Conjoint</i>	28
2.10 Penelitian Terdahulu	29
III. METODE PENELITIAN	32
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian	32
3.2 Metode Pengambilan Sampel	32
3.3 Metode Pengumpulan Data	33

3.4 Metode Analisis Data	33
3.5 Definisi Operasional Variabel	38
3.6 Matriks Rencana Penelitian	41
IV. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN	43
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian	43
4.2 Visi dan Misi Pasar Tradisional Binjai	43
4.3 Keadaan Geografi dan Topografi	43
4.4 Pasar Tradisional Kebun Lada Binjai Utara	44
V. HASIL DAN PEMBAHASAN	45
5.1 Uji Validitas dan Reabilitas	45
5.1.1 Uji validitas	45
5.1.2 Uji Reabilitas	46
5.2 Karakteristik Konsumen Gula Aren	46
5.2.1 karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin	46
5.2.2 Karakteristik Responden berdasarkan usia	47
5.2.3 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Pekerjaan	49
5.2.4 Karakteristik Responden berdasarkan Pendapatan	51
5.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Anggota Keluarga	53
5.3 Preferensi konsumen terhadap Atribut Dan Level Gula Aren	54
5.4 Urutan Atribut Gula Aren Menurut Preferensi Konsumen	62
5.5 Tingkat Keakuratan Prediksi Model Hasil Analisis Conjoint	65
VI. KESIMPULAN DAN SARAN	67
6.1 Kesimpulan	67
6.2 Saran	68
DAFTAR PUSTAKA	69
LAMPIRAN	72

DAFTAR TABEL

No	Keterangan	Hal
1	Konsumsi Gula Nasional dan Produksi Gula Nasional 2019-2023.....	2
2	Luas Tanaman Aren di Sumatera Utara 2019-2021	4
3	Produksi Gula Aren di Kota Binjai 2019-2023	7
4	Produksi Gula Aren di Kota Binjai 2019-2023	8
5	Jumlah Penduduk Menurut Kelurahan di Kecamatan Binjai Utara2024.....	8
6	Rata-rata Konsumsi Gula Aren di Kota Binjai 2019-2023	9
7	Atribut dan Level Gula Aren.....	36
8	Matriks Penelitian.....	41
9	Hasil Output Uji Validitas	45
10	Hasil Output Uji Reabilitas.....	46
11	karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	47
12	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	48
13	Karakteristik Responden menurut Jenis Pekerjaan	50
14	Karakteristik Responden berdasarkan Pendapatan	51
15	Karakteristik Responden berdasarkan Jumlah Anggota Keluarga	53
16	Nilai <i>Utility</i> Berdasarkan Hasil <i>Conjoint Analysis</i>	55
17	Nilai Kepentingan (<i>Importance Value</i>) Atribut Gula Aren.....	62
18	Nilai Korelasi Hasil <i>Conjoint</i>	65

DAFTAR GAMBAR

No	Keterangan	Hal
1.	Skema Kerangka Pemikiran	15
2.	Lokasi Pasar Tradisional Kebun Lada Binjai Utara	43
3.	Diagram kegunaan masing-masing atribut warna	56
4.	Diagram Kegunaan Masing Masing Taraf Atribut Harga	57
5.	Diagram Kegunaan Maing-Masing Taraf Atribut Ukuran	59
6.	Diagram Kegunaan Maing-Masing Taraf Atribut Rasa	60
7.	Diagram Kegunaan Maing-Masing Taraf Atribut Kemasan	61



DAFTAR LAMPIRAN

No	Keterangan	Hal
1.	Kuisisioner Penelitian	72
2.	Persentase Karakteristik Responden Gula Aren	75
3.	Atribut dan Level - Level Atribut.....	76
4.	Data Karakteristik Konsumen	77
5.	Bentuk Kombinasi antara Atribut dengan Level Atribut Gula Aren	79
6.	Input Data Penilaian Responden terhadap Stimulus	80
7.	Hasil <i>Overall Statistic</i> Dan <i>Average Importance Value</i> Responden Laki Laki.....	82
8.	Hasil <i>Overall Statistic</i> Dan <i>Average Importance Value</i> Responden Perempuan ..	83
9.	Hasil <i>Overall Statistic</i> Dan <i>Average Importance Value</i> Responden Usia 17 – 23	84
10.	Hasil <i>Overall Statistic</i> Dan <i>Average Importance Value</i> Responden Usia 14-32...	85
11.	Hasil <i>Overall Statistic</i> Dan <i>Average Importance Value</i> Responden Usia 33-41...	86
12.	Hasil <i>Overall Statistic</i> Dan <i>Average Importance Value</i> Responden Usia 41-50...	87
13.	Hasil <i>Overall Statistic</i> Dan <i>Average Importance Value</i> Responden pekerjaan Mahasiswa	88
14.	Hasil <i>Overall Statistic</i> Dan <i>Average Importance Value</i> Responden Pekerjaan Karyawan Swasta.....	89
15.	Hasil <i>Overall Statistic</i> Dan <i>Average Importance Value</i> Responden Pekerjaan Wiraswasta.....	90
16.	Hasil <i>Overall Statistic</i> Dan <i>Average Importance Value</i> Responden pekerjaan PNS	91
17.	Hasil <i>Overall Statistic</i> Dan <i>Average Importance Value</i> Responden pekerjaan Petani	92
18.	Hasil <i>Overall Statistic</i> Dan <i>Average Importance Value</i> Responden Pekerjaan Ibu Rumah Tangga.....	93
19.	Hasil <i>Overall Statistic</i> Dan <i>Average Importance Value</i> Responden pendapatan < Rp 1.000.000.....	94
20.	Hasil <i>Overall Statistic</i> Dan <i>Average Importance Value</i> Responden pendapatan Rp 1.000.000 – Rp.2.000.000	95
21.	Hasil <i>Overall Statistic</i> Dan <i>Average Importance Value</i> Responden pendapatan Rp 3.000.000 – Rp.4.000.000	96
22.	Hasil <i>Overall Statistic</i> Dan <i>Average Importance Value</i> Responden pendapatan Rp 5.000.000 – Rp.6.000.000	97
23.	Hasil <i>Overall Statistic</i> Dan <i>Average Importance Value</i> Responden jumlah keluarga 1-2.....	98
24.	Hasil <i>Overall Statistic</i> Dan <i>Average Importance Value</i> Responden Jumlah Keluarga 3-4	99
25.	Hasil <i>Overall Statistic</i> Dan <i>Average Importance Value</i> Responden Jumlah Keluarga 5-6	100
26.	Hasil Analisis <i>Conjoint</i> 50 Responden pada <i>Overall Statistics</i> dan <i>Average Importance Value</i> dan <i>Correlations</i>	101
27.	Uji Validitas.....	102
28.	Uji Reabilitas	106
29.	Pra-Survey Penelitian.....	107
30.	Lokasi Penelitian.....	109
31.	Surat Pengantar Penelitian	110
32.	Surat Izin Penelitian	111
33.	Surat Selesai Penelitian	112

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia memiliki hutan yang luas dan menjadi salah satu hutan tropis terluas di dunia, menempati pada peringkat kedua dalam hal keanekaragaman hayatinya. Hutan Indonesia memberikan banyak manfaat besar, baik secara langsung maupun tidak langsung untuk memenuhi hampir semua kebutuhan manusia. Aren (*Arenga pinnata*) telah lama dikenal sebagai tanaman serbaguna yang dapat menghasilkan bahan baku industri. Hampir seluruh bagian fisik dan produksi dari tanaman ini dapat dimanfaatkan dan memiliki nilai ekonomi mulai dari buah, nira, batang, daun bahkan akar. Penggunaan aren (*Arenga pinnata*) dapat dirasakan langsung manfaatnya oleh industri rumahan melalui pemanfaatan secara tradisional (Dasopang, 2021)

Tanaman Aren adalah salah satu jenis tumbuhan palma yang memproduksi nira, dan tanaman ini berasal dari Asia Tropis. Tanaman ini diketahui menyebar secara alami mulai dari India Timur, disebelah Barat Asia dan menyebar hingga sejauh Malaysia, Indonesia dan Filipina, disebelah Timur Asia. Di Indonesia, tanaman aren tumbuh liar atau dibudidayakan hingga ketinggian 1.400 mdpl biasanya aren banyak tumbuh di lereng-lereng atau tebing sungai. Tanaman aren (*Arenga pinnata*) memiliki potensi besar untuk dikembangkan di Indonesia karena tanaman ini merupakan sumber daya alam yang dikenal dikawasan tropika disebabkan oleh manfaat yang beragam dari tanaman ini, dari semuanya itu nira aren memiliki nilai ekonomis yang paling signifikan (Saerang A, 2023)

Sektor pertanian merupakan sektor yang memiliki peranan penting dalam struktur pembangunan perekonomian nasional khususnya di daerah-daerah. Sektor pertanian sampai sekarang masih tetap memegang peran strategis dalam perekonomian nasional. Gula di Indonesia pada umumnya dihasilkan dari tumbuhan tebu. Selain tebu gula dihasilkan pada buah kelapa dan pohon aren, sumber konsumsi masyarakat terhadap gula lebih memproduksinya dari tanaman tebu. Masyarakat juga ikut serta dalam rantai industry gula mulai dari pedesaan hingga perkotaan, seperti petani tebu, industri pengolahan (pabrik gula/PG), distributor, pedagang, industri pengolahan makanan dan minuman hingga konsumen dalam negara. Permintaan gula yang tinggi diduduki oleh sektor pengolahan makanan dan minuman, namun tidak sebanding dengan permintaan jumlah rumah tangga di yang seiring dengan pertumbuhan penduduk.

Menurut Badan Pusat Statistik (2023) Permintaan gula Masyarakat Indonesia tergolong tinggi seiring dengan peningkatan jumlah penduduk, perkembangan industry, makanan dan juga minuman.

Tabel 1 Konsumsi Gula Nasional dan Produksi Gula Nasional 2019-2023

No	Tahun	Konsumsi Gula Nasional	Produksi Gula Nasional
1	2019	5,95	2,23
2	2020	6,20	2,12
3	2021	6,32	2,35
4	2022	6,50	2,40
5	2023	6,70	2,60

Sumber: Badan Pusat Statistik (2023)

Tabel ini menunjukkan bahwa, tercatat bahwa konsumsi gula nasional pada tahun 2019 mencapai 5,95 jt/ton, sedangkan produksi gula nasional hanya mencapai

2,23jt/ton. Selanjutnya pada tahun 2020 jumlah konsumsi gula nasional mengalami kenaikan sekitar 6,20 jt/ton, sedangkan jumlah produksi gula nasional pada tahun 2020 mengalami penurunan produksi sekitar 2,12 jt/ton, lalu pada tahun 2021 konsumsi gula nasional mengalami kenaikan hingga mencapai 6,32 jt/ton dan produksi gula nasional juga mengalami kenaikan sekitar 2,35 jt/ton, lalu pada tahun 2022 jumlah konsumsi gula nasional terus mengalami kenaikan mencapai 6,50 jt/ton dan produksi gula nasional mencapai 2,40 jt/ton, dan pada tahun 2023 konsumsi kenaikan gula nasional tetap mengalami kenaikan hingga mencapai 6,70 jt/ton dan jumlah produksi gula nasional juga mengalami kenaikan dengan mencapai 2,60 jt/ton.

Menurut Badan Pusat Statistik (2021), Sumatera Utara merupakan salah satu Provinsi yang luas lahan perkebunan Kelapa Sawit, Karet, Aren, Buah-Buahan, Sayuran dan lainnya. Pemerintah membangun program ketahanan pangan salah satunya adalah Program Penyediaan Pangan Berbasis Sumber Daya Lokal. Ketahanan pangan pada tatanan nasional adalah kemampuan bangsa untuk menjamin seluruh penduduknya untuk dapat memperoleh pangan dengan jumlah yang cukup, mutu yang layak, dan aman, yang didasarkan pada optimasi pemanfaatan dan berbasis pada keanekaragaman sumber daya domestik. Salah satu indikator untuk mengatur ketahanan pangan adalah ketergantungan ketersediaan ketahanan pangan nasional.

Tabel 2 Luas Tanaman Aren di Sumatera Utara 2019-2021

No	Tahun	Luas Tanaman (Ha)
1	2019	7.020,00
2	2020	7.063,00
3	2021	7.105,00

Sumber: Badan Pusat Statistik (2021)

Tercatat saat ini luas lahan perkebunan aren yang ada di Sumatera Utara pada tahun 2019 seluas 7.020,00Ha. Pada tahun 2020 mengalami peningkatan luas tanaman yaitu sekitar 7.063,00Ha dan pada tahun 2021 luas tanaman aren tsb seluas 7.105,00. Dapat disimpulkan bahwa luas tanaman aren di Sumatera Utara dari tahun ke tahun mengalami peningkatan luas.

Tanaman aren (*Arenga pinnata*) merupakan tanaman perkebunan yang berpotensi untuk dikembangkan (Siti Nurdasanti, 2021). Tanaman Aren adalah salah satu jenis tumbuhan palma yang memproduksi buah, nira dan pati atau tepung di dalam batang. Hasil produksi aren ini semuanya dapat dimanfaatkan dan memiliki nilai ekonomi. Nira tanaman aren dapat diolah menjadi gula aren dalam bentuk cetak dan kristal. Gula aren dipercaya memiliki indeks glikemik yang lebih rendah daripada gula pasir tebu. Seperti halnya kelapa, nira aren juga sering dimanfaatkan untuk diolah menjadi gula. Gula adalah salah satu bahan pemanis alami yang dibutuhkan dalam kehidupan sehari-hari di dalam rumah tangga baik pada makanan maupun minuman. Meskipun komoditas gula bukanlah salah satu bahan pangan utama, akan tetapi sebagai barang konsumsi, gula memiliki peran yang sangat penting karena menjadi kebutuhan dasar yang di konsumsi oleh Masyarakat. Akan tetapi, tidak sedikit orang yang mengkonsumsi gula aren sebagai bahan

pemanis alami dalam membuat suatu olahan pada makanan ataupun minuman.

Pohon aren memiliki potensi ekonomi yang tinggi karena hampir semua bagiannya dapat memberikan keuntungan finansial. Buahnya dapat dibuat kolang-kaling yang digemari oleh masyarakat Indonesia pada umumnya. Daunnya dapat digunakan sebagai bahan kerajinan tangan dan bisa juga sebagai atap, sedangkan akarnya dapat dijadikan bahan obat-obatan. Dari batangnya dapat diperoleh ijuk dan lidi yang memiliki nilai ekonomis. Selain itu, batang usia muda dapat diambil sagunya, sedangkan pada usia tua dapat dipakai sebagai bahan furnitur. Nira aren dapat dibuat minuman (lahang) dan gula aren (gula kawung). Sager, atau niradari pohon aren juga dapat dibuat menjadi etanol (ethyl alcohol), yaitu bahan bakar alternatif untuk menggantikan minyak tanah, gas elpiji, dan bensin. Namun dari semua produk aren, nira aren yang berasal dari lengan bunga jantan sebagai bahan untuk produksi gula aren adalah yang paling besar nilai ekonomisnya.

Industri adalah kegiatan ekonomi yang mengolah bahan mentah, bahan baku, barang setengah jadi, dan / atau barang jadi menjadi barang dengan nilai tambah lebih tinggi untuk penggunaannya, termasuk kegiatan rancang Bangun dan perekayasaan industri (Standardization., 2022).

Industri dalam arti sempit adalah Kumpulan perusahaan yang menghasilkan produk sejenis dimana terdapat kesamaan dalam bahan baku yang digunakan, proses, produk akhir dan konsumen akhir. Dalam arti yang lebih luas, industri merupakan kumpulan perusahaan yimandaang memproduksi barang dan jasa dengan elastisitas silang yang positif dan tinggi (kuncoro, 2007), Saat ini sudah banyak negara-negara di

dunia yang mengenal gula aren sebagai pemanis makanan, termasuk beberapa negara di Eropah, Amerika, Australia, dan Afrika. Negara- negara penghasil gula aren terbesar di dunia adalah Indonesia, Pilipina, Thailand, India dan Malaysia. Peluang ekspor pun sudah terbuka hampir ke semua benua. Saat ini sudah banyak negara-negara di dunia yang mengenal gula aren sebagai pemanis makanan, termasuk beberapa negara di Eropah, Amerika, Australia, dan Afrika. Negara-negara penghasil gula aren terbesar di dunia adalah Indonesia, Pilipina, Thailand, India dan Malaysia. Peluang ekspor pun sudah terbuka hampir ke semua benua.

Menurut (Imanda, 2023) Proses produksi gula aren sangat berbeda dengan proses produksi gula pasir yang terbuat tebu. Dimana industri kecil dan rumah tangga yang memproduksi gula aren mengambil bahan baku berupa nira langsung dari pohon aren dengan tinggi sekitar 7 meter sampai dengan 15meter. Usaha gula aren ini diusahakan oleh usaha rumah tangga secara turun temurun dengan cara-cara tradisional dan peralatan yang sangat sederhana. Kecuali, jika di sekitar desa terdapat pohon-pohon aren yang tumbuh liar dan belum diambil nira nya oleh penduduk.

Gula aren terbuat dari sari atau nira pohon aren tanaman dari keluarga palem. Gula ini memiliki warna coklat gelap cenderung hitam. Rasa gula aren lebih manis dan aromanya lebih kuat dibanding gula merah atau gula jawa. Tekstur gula aren juga lebih kental ketimbang gula merah yang lebih cair. Gula merupakan salah satu bahan pokok makanan, sumber kalori dan sumber rasa manis. Banyak jenis gula yang digunakan untuk bahan pemanis utama diantaranya, gula pasir, gula batu, gula jagung, gula kelapa dan gula aren. Gula aren merupakan pemanis alami dari nira aren yang diambil dari proses penyadapan kemudian dilakukan pemasakan hingga berubah menjadi padat.

Tabel 3 Produksi Gula Aren di Kota Binjai 2019-2023

No	Tahunh	Produksi (Ton)
1	2019	6.100,00
2	2020	6.619,00
3	2021	7.236,00
4	2022	6.958,00
5	2023	6.761,00

Sumber : Badan Pusat Statistik (2023)

Kota Binjai dikenal sebagai salah satu daerah penghasil gula aren dengan kualitas yang baik. Gula aren, yang dihasilkan dari nira pohon aren, memiliki potensi besar sebagai pemanis alami dan sehat. Sayangnya, dalam beberapa tahun terakhir, konsumsi gula aren di Kota Binjai menunjukkan perkembangan yang kurang menggembirakan. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (2023), bahwa produksi gula aren di Kota Binjai pada tahun 2019 hingga tahun 2021 mengalami kenaikan. Akan tetapi pada tahun 2022 hingga tahun 2023 produksi gula aren justru mengalami penurunan.

Kecamatan Binjai Utara memiliki luas wilayah sebesar 23,59 Km² yang terdiri dari 9 kelurahan dan memiliki 64 lingkungan, kelurahan binjai utara terletak disebelah Utara Kota Binjai yang berbatasan dengan Kabupaten Deli Serdang, Kecamatan Binjai Kota, Kecamatan Binjai Barat dan Kecamatan Binjai Timur. Jumlah penduduk di Kecamatan Binjai Utara tahun 2023 sebanyak 88.364 jiwa dengan laki-laki sebanyak 44.281 dan Perempuan sebanyak 44.083. kelurahan dengan jumlah penduduk terbanyak yaitu pada Kelurahan Kebun Lada. Dan Kelurahan dengan jumlah penduduk terkecil adalah Kelurahan Jati Negara.

Tabel 4 Produksi Gula Aren di Kota Binjai 2019-2023

Kecamatan	Laki-laki	Perempuan	Jumlah
Binjai Selatan	30.677	30.217	60.894
Binjai Kota	16.156	16.295	32.452
Binjai Timur	34.166	34.210	68.376
Binjai Utara	44.281	44.083	88.364
Binjai Barat	26.347	26.839	53.186

Sumber : Data BPS (2023)

Pada tabel diatas terlihat bahwa jumlah penduduk di Kecamatan Binjai Utara merupakan kecamatan yang paling banyak penduduknya di kota binjai sebanyak 88.364 jiwa dengan jumlah penduduk laki-laki sebanyak 44.281 jiwa dan jumlah penduduk Perempuan sebanyak 44.083 jiwa.

Dari uraian diatas, dapat diketahui bahwa konsumsi gula aren terus mengalami peningkatan untuk kebutuhan rumah tangga dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini menyebabkan penulis tertarik untuk melakukan penelitian di pasar tradisional yang berada di kelurahan kebun lada kecamatan binjai utara.

Tabel 5 Jumlah Penduduk Menurut Kelurahan di Kecamatan Binjai Utara 2024

Kelurahan	Penduduk		Jumlah
	Laki-laki	Perempuan	
Pahlawan	5.811	6.135	11.946
Jati negara	1.805	1.770	3.575
Nangka	5.454	5.562	11.016
Jati Makmur	5.481	5.526	11.007
Damai	3.666	3.681	7.347
Kebun Lada	3.001	3.096	6.097
Cengkah Turi	7.307	7.280	14.587
Jati Karya	5.742	5.727	11.469
Jati Utomo	6.814	6.676	13.570
Jalan Kebun	5.019	2.110	7.129
Binjai Utara	50.100	47.643	97.743

Sumber: BPS Kelurahan Binjai Utara (2024)

Berdasarkan tabel 5, jumlah penduduk menurut kelurahan di kecamatan binjai utara 2024, total penduduk kecamatan binjai utara adalah sebanyak 97.743 jiwa dengan jumlah laki-laki sebanyak 50.100 jiwa dan jumlah Perempuan sebanyak 47.643 jiwa. Kelurahan dengan jumlah penduduk terbanyak adalah pada kelurahan Cengkeh Turi yaitu sebanyak 14.587 jiwa dengan jumlah laki-laki sebanyak 7.307 jiwa dan jumlah Perempuan sebanyak 7.280 jiwa.

Tabel 6 Rata-rata Konsumsi Gula Aren di Kota Binjai 2019-2023

No	Tahun	Rata-Rata Konsumsi
1	2019	0,156 kg
2	2020	0,148 kg
3	2021	0,137 kg
4	2022	0,129 kg
5	2023	0,100 kg

Sumber: Badan Pusat Statistik (2023)

Tabel ini menunjukkan bahwa, rata-rata konsumsi gula aren menurut kelompok bahan pangan perKabupaten/Kota pada tahun 2019 rata-rata konsumsi gula aren mencapai 0,156. Ini merupakan tahun tertinggi rata-rata konsumsi gula aren di Kota Binjai. Pada pergantian tahun berikutnya di tahun 2020 hingga tahun 2023 rata-rata konsumsi gula aren terus mengalami penurunan secara bertahap hingga angka terendahnya pada tahun 2023 yaitu 0,100. Setelah ditelusuri dari uraian di atas salah satu permasalahan utama adalah kurangnya pemahaman pelaku usaha terhadap preferensi konsumen. Banyak pelaku usaha masih memproduksi gula aren dalam bentuk tradisional dan tanpa inovasi kemasan yang menarik. Konsumen modern saat ini memiliki preferensi yang lebih kompleks, seperti menginginkan gula aren dalam kemasan praktis dan higienis, atau dalam bentuk cair yang lebih mudah digunakan.

Konsumsi gula aren di kota ini masih tertinggal dibandingkan produk pemanis lainnya, seperti gula pasir dan pemanis sintetis. Dinas Perdagangan dan Perindustrian (2022).

Akibat dari permasalahan tersebut, penjualan produk gula aren menjadi tidak meningkat atau berjalan ditempat. Apabila kondisi ini terus dibiarkan, maka keberlanjutan usaha gula aren di Kota Binjai akan dapat berdampak pada penurunan pendapatan para pelaku usaha atau penjual.

Oleh karena itu, memahami preferensi konsumen menjadi sangat penting. Dengan menyesuaikan produk sesuai kebutuhan pasar, pelaku usaha gula aren di Kota Binjai memiliki peluang besar untuk mengembangkan usahanya. Inovasi melalui kemasan yang menarik, variasi produk, dan strategi pemasaran yang lebih modern dapat menjadi kunci untuk meningkatkan minat konsumen gula aren di Kota Binjai. Dengan demikian, produk lokal ini tidak hanya mampu bertahan, tetapi juga dapat berkembang dan memberikan peran yang lebih besar dalam perekonomian daerah. Atas dasar itulah penulis tertarik melakukan penelitian mengenai preferensi konsumen gula aren, khususnya di Kota Binjai. Adapun yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, adapun yang menjadi rumusan masalahnya yaitu :

1. Bagaimana karakteristik Konsumen gula aren di Pasar Tradisional Kebun Lada?
2. Bagaimana atribut dan level gula aren yang menjadi preferensi konsumen di Pasar Tradisional Kebun Lada?
3. Bagaimana urutan atribut gula aren yang menjadi preferensi konsumen di Pasar Tradisional Kebun Lada

1.3 Tujuan

Adapun berdasarkan rumusan masalah diatas, yang menjadi tujuan penelitian yaitu:

1. Untuk mengetahui karakteristik konsumen gula aren di Pasar Tradisional Kebun Lada Binjai Utara
2. Untuk mengetahui atribut dan level gula aren yang menjadi preferensi di Pasar Tradisional Kebun Lada Binjai Utara
3. Untuk mengetahui urutan atribut gula aren di Pasar Tradisional Kebun Lada Binjai Utara

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun yang menjadi manfaat pada penelitian ini yaitu:

4. Bagi pembuat kebijakan penelitian ini menjadi informasi yang intensif terkait bagaimana preferensi konsumen dalam membeli gula aren. Dan hasilnya dapat digunakan untuk membuat kebijakan pasar yang lebih efektif dalam menjaga atribut dari gula aren tersebut dan tetap menjaga kestabilan harga. Bagi produsen, agar dapat memahami bagaimana karakteristik setiap konsumen dan hasilnya dapat digunakan untuk membuat strategi dan daya Tarik terhadap konsumen agar konsumen tetap menjadi pelanggan.
5. Bagi akademisi dan peneliti, penelitian ini dapat menjadi rujukan bagi akademisi dan peneliti lain yang tertarik dalam bidang perilaku konsumen. Khususnya mengenai preferensi konsumen apa saja yang menjadi pertimbangan dalam membeli suatu produk. Temuan ini dapat mendorong penelitian lebih lanjut tentang perilaku konsumen.
6. Bagi pembaca, penelitian ini diharapkan dapat bahan masukan untuk penelitian selanjutnya dan juga untuk menambah informasi mengenai perilaku konsumen gula aren di Pasar Tradisional Binjai. Ini penting untuk meningkatkan kesadaran dan pengetahuan masyarakat. Bagi konsumen, penelitian ini dapat memberikan wawasan kepada konsumen tentang karakteristik konsumen mempengaruhi produsen. Dengan informasi ini, konsumen dapat membuat keputusan yang lebih baik lagi dalam pembelian.

1.5 kerangka Pemikiran

Preferensi konsumen adalah kecenderungan atau pilihan individu terhadap suatu produk atau jasa berdasarkan preferensi pribadi, kebutuhan, atau nilai yang dianggap penting menurut (Atikah, 2020) 4 Preferensi ini mencerminkan bagaimana konsumen membuat keputusan antara berbagai alternatif produk atau layanan yang tersedia, dengan mempertimbangkan faktor-faktor seperti harga, kualitas, merek, fitur, atau manfaat lain yang dirasakan. Preferensi konsumen terhadap gula aren dipengaruhi oleh kesadaran akan gaya hidup sehat, khususnya di kalangan konsumen urban.

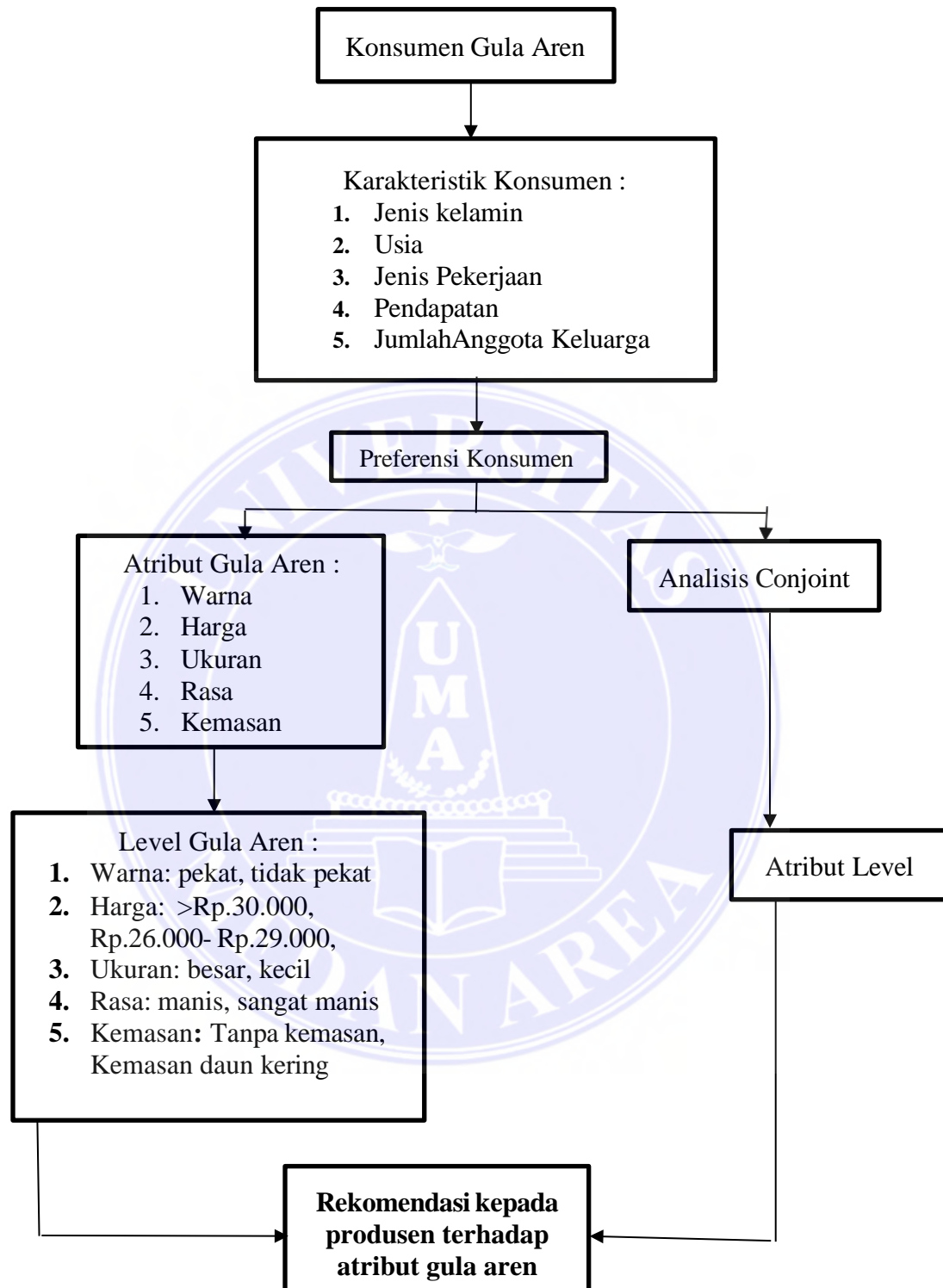
Gula aren merupakan pemanis sebagai pengganti gula pasir. Gula aren dianggap lebih alami, ia memiliki rasa khas, dan juga potensi manfaat kesehatan yang lebih baik. Tidak sedikit konsumen gula aren merupakan seseorang yang memiliki usaha atau bisnis dalam bidang minuman sebagian mereka menjadikan gula aren sebagaibahan pemanis alami pada minuman tertentu hingga menimbulkan cita rasa yang berbeda disbanding minuman yang menggunakan bahan pemanis selain dari gula aren.

Saat membeli gula aren, pembeli memiliki beragam pilihan berdasarkan karakteristik ukuran, atau yang dalam penelitian ini disebut sebagai atribut produk. Penting bagi produsen untuk memiliki pengetahuan tentang kualitas produk karena pengetahuan tersebut memberikan wawasan mengenai faktor- faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli. Penelitian ini mengkaji porsi, harga, rasa, tekstur, dan ukuran Haryanto (2019). Dengan mengetahui pendapat pelanggan tentang fitur produk yang menurut konsumen paling menarik dan menjadi pertimbangan konsumen. Oleh karena itu, produsen tentunya akan mampu mengelola

usahanya dengan tingkat penjualan yang lebih tinggi. Beberapa tantangan yang dimiliki gula aren yaitu salah satunya seperti pada harga. Persaingan harga pada produk lain yang lebih mudah ditemukan atau mudah dijangkau. Selain itu juga kurangnya standarisasi kualitas di pasar lokal dapat memengaruhi kepercayaan konsumen.

Berdasarkan uraian diatas, kerangka pemikiran preferensi gula aren dapat digambarkan sebagai berikut :





Gambar 1. Skema Kerangka Pemikiran

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Konsumen

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

- a. Konsumen individu merupakan suatu individu yang membeli barang dan jasa secara langsung untuk digunakan sendiri. Mereka merupakan tulang punggung perekonomian nasional, karena Sebagian besar produk dari pabrik dan perusahaan digunakan oleh konsumen akhir dan konsumen individu.
- b. Konsumen organisasi merupakan konsumen bisnis, yayasan, Lembaga sosial, kantor pemerintah, dan Lembaga lainnya seperti sekolah, perguruan tinggi, dan juga rumah makan. Konsumen organisasi ini membeli produk berupa peralatan dan jasa lainnya untuk menjalankan seluruh kegiatan organisasinya.

Memahami perbedaan antara konsumen individu dengan konsumen organisasi sangat penting dalam penelitian, karena kedua jenis konsumen ini memiliki karakteristik yang sangat berbeda. Karena hal ini dapat membantu penelitian dalam mengembangkan strategi pemasaran, dan menganalisis data penelitian.

2.2 Gula Aren

Aren (*Arenga pinnata*) merupakan salah satu tanaman yang memiliki potensi nilai ekonomi yang tinggi. Tanaman ini bisa tumbuh pada segala macam kondisi tanah, baik tanah berlempung, berkapur maupun berpasir. Gula aren yang dihasilkan dari nira aren merupakan komoditi lokal yang tumbuh secara alami dan dibudidayakan di lahan lahan milik Masyarakat (Eka Yuniati, 2019).

Gula aren merupakan hasil pemekatan nira aren melalui pemanasan hingga kadar air yang sangat rendah ($< 6\%$) sehingga saat mendingin produk itu akan mengeras. Nira dipanaskan hingga mengental, Setelah itu, cairan gula kental tersebut dituangkan ke dalam cetakan dan dibiarkan sampai dingin. Proses pembuatan gula aren ini sederhana dan dapat dilakukan dengan peralatan yang tidak rumit. Gula aren dihasilkan dari penyadapan nira aren yang kemudian dikurangi kadar airnya hingga mencapai kepadatan yang diinginkan.

Gula aren merupakan salah satu produk pemanis yang memiliki jumlah kalori cukup tinggi disamping memiliki kekhasan tersendiri dibandingkan gula tebu atau gula bit. Gulaaren lebih mudah larut, keadaannya lebih kering dan bersih serta memiliki aroma yang khas, sehingga banyak digunakan pada pembuatan kue, kecap, dan produk pangan lainnya. Biasanya, kualitas gula aren yang baik akan ditentukan oleh bahanbakunya, yaitu nira aren (Assah, 2020), pengertian pula aren menurut (Oktavianti, R., & Fitriani, D. 2020) adalah pemanis alami yang diperoleh dari nira pohon aren, yaitu cairan manis yang disadap dari bunga jantan atau betina pohon tersebut. Secara ilmiah, gula aren diklasifikasikan sebagai karbohidrat sederhana dengan kandungan utama berupa sukrosa, glukosa, dan

fruktosa. Dalam proses produksi atau pembuatan gula aren diperoleh dari proses penyadapan pohon aren untuk mendapatkan air nira yang nantinya menjadi bahan baku dalam menghasilkan produk gula aren. Produk gula aren berupa gula cetak, yang mana air nira di masak hingga mengental seperti gulai dan kemudian dicetak dalam cetakan yang biasanya berasal dari batok kelapa yang berbentuk setengan lingkaran. Permintaan akan gula aren oleh masyarakat semakin meningkat, mengingat Masyarakat makin banyak mencari gula aren untuk kepentingan pembuatan kue atau minuman, bahkan beberapa produk-produk yang dihasilkan oleh perusahaan minuman sudah mulai menggunakan gula aren sebagai pengganti gula pasir. Namun permintaan yang semakin meningkat ini tidak dibarengi dengan ketersediaan akan gula aren di pasaran. Berkurangnya ketersediaan gula aren disebabkan karena ketersediaan pohon aren yang semakin berkurangserta berkurangnya petani gula aren itu sendiri.

2.3 Klasifikasi dan Morfologi Aren

Tanaman aren termasuk kedalam familia *Arecaceae (Palmae)* dan termasuk tumbuhan berbuji tertutup (*angiosparmae*) karena biji bahunya terbungkus oleh daging buah. Tanaman yang cocok tumbuh di wiilayah tropis ini memiliki system klasifikasi dan Taksonomi yaitu sebagai berikut :

Kingdom :	<i>Plantae</i>
Subkingdom :	<i>Viridiplantae</i>
Infrakingdom :	<i>Streptophyta</i>
Superdivisi :	<i>Embryophyta</i>
Divisi :	<i>Tracheophyte</i>
Subdivisi :	<i>Spermatophyta</i>
Kelas :	<i>Magnoliopsida</i>
Superordo :	<i>Lilianae</i>
Ordo :	<i>Arecales</i>
Famili :	<i>Areca sceae</i>
Genus :	<i>Arenga</i>
Spesies :	<i>Arenga pinnata</i>

Morfologi dari tanaman aren sebagai penghasil gula aren yaitu tanaman aren termasuk suku Aracaceae (pinang-pinangan). Batangnya tidak berduri, tidak bercabang, tinggi dapat mencapai 25 meter dan diameter pohon dapat mencapai 65 cm. Batang pohon aren terbalut oleh ijuk sehingga pelepah daun yang sudah tua sulit diambil atau lepas dari batangnya. Oleh karena itulah, batang pohon aren sering ditumbuhi oleh banyak tanaman jenis paku-pakuan. Tangkai daun aren panjangnya dapat mencapai 1,5 meter, helaian daun panjangnya dapat mencapai 1.45 meter, lebar 7 cm dan bagian bawah daun ada lapisan lilin (Erni, 2018).

Menurut kholida (2024), Gula aren memiliki cirikhas tersendiri yaitu pada aroma yg kuat dan rasanya yang khas karamel sangat berbeda dengan gula tebu yang cenderung lebih manis dan tidak memiliki aroma yang khas.

2.4 Proses pembuatan gula aren

Pembuatan gula aren diawali dengan air dari bunga jantan pohon aren yang dikumpulkan terlebih dahulu dalam sebuah bumbung bambu. Untuk mencegah nira mengalami peragian dan nira yang telah mengalami fermentasi tidak bisa dibuat gula, maka ke dalam bumbung bambu tersebut ditambahkan laru atau kawao yang berfungsi sebagai pengawet alami. Setelah jumlahnya cukup, nira direbus di atas tungku dalam sebuah wajan besar. Kayu terbaik untuk memasak gula aren berasal dari kayu aren yang sudah tua Ramadhani (2015). Untuk mengambil air nira, biasanya pohon aren disadap dua kali sehari, yakni pada pagi dan sore hari. Nira yang diambil pada pagi hari hasilnya lebih banyak ketimbang nira yang dipanen pada sore hari. Jumlah hasil panen nira tergantung pada tingkat kesuburan tanah dan perawatannya. Jika dalam satu hari panen air nira sepuluh liter dalam satu pohon, maka pada pagi hari akan menghasilkan tujuh liter air nira, sedangkan panen sore hari menghasilkan tiga liter nira Rumokoi (2018).

Perlu diketahui, air nira sangat mudah menjadi masam, karena zat gula yang terkandung mudah terfermentasi oleh bakteri. Untuk mensiasati agar nira tidak mudah terfermentasi, biasanya perajin gula merah, menggunakan satu kilogram kayu nangka yang telah dicincang seperti kripik yang direndam dalam satu liter air masak hingga kecoklatan. Air nira yang telah terkumpul kemudian disaring terlebih dahulu agar lebih

bersih. Lalu dibawa ke tempat pemasakan. Air nira yang telah disaring ini akan direbus di atas wajan yang besar dan dengan api yang sedang Cairan gula harus sering diaduk selama proses rebus nya. Lama pemasakansekitar 4-5 jam, tergantung pada bentuk tungku dan besarnya api. Sebaiknya pilihlah tungku dengan dibuat dengan bentuk standar tungku hemat bahan bakar dan wadah masak yang permukaannya luas, serta kayu api yang kering. Nira aren yang sedang dimasak jangan lupa untuk sambil sesekali diaduk, agar tidak gosong dan mencegah hasil gula terasa pahit. Ketika mendidih, nira yang sedang dipanaskan ini akan mengeluarkan buih. Untuk mencegah meluapnya buih nira saat dimasak, taburkan dua butir daging buah kemiri yang telah dihaluskan pada setiap wajan Rumokoi (2018)

2.5 Pendekatan Preferensi Konsumen dengan *Utility* dan *Importance value*

Dalam analisis perilaku konsumen, preferensi dapat diukur secara kuantitatif melalui dua pendekatan utama, yaitu utility (kegunaan) dan importance value (tingkat kepentingan). Kedua pendekatan ini banyak digunakan dalam metode *conjoint analysis* untuk memahami sejauh mana konsumen menilai atribut-atribut suatu produk. Analisis ini memungkinkan peneliti untuk tidak hanya mengetahui atribut mana yang disukai, tetapi juga atribut mana yang lebih penting bagi konsumen ketika mengambil keputusan pembelian Haryanto (2019).

2.5.1 Pendekatan *Utility*

Konsep utility pertama kali diperkenalkan dalam teori ekonomi mikro sebagai ukuran tingkat kepuasan yang diperoleh konsumen dari mengonsumsi suatu barang atau jasa. Dalam konteks penelitian pemasaran, utility didefinisikan sebagai nilai kegunaan atau manfaat yang dirasakan konsumen dari suatu atribut produk. Nilai utility biasanya diperoleh melalui pengolahan data hasil survei atau kuesioner, di mana setiap atribut produk (misalnya harga,

ukuran, warna, rasa, dan kemasan) diberikan skor tertentu oleh konsumen.

Utility dapat bernilai positif maupun negatif. Nilai positif menunjukkan bahwa konsumen menyukai atribut tersebut, sedangkan nilai negatif berarti konsumen cenderung kurang menyukainya. Sebagai contoh, dalam penelitian gula aren, konsumen lebih menyukai atribut “harga terjangkau” sehingga atribut tersebut memperoleh utility yang tinggi, sedangkan atribut “harga mahal” akan memiliki utility rendah atau bahkan negatif. Dengan demikian, utility membantu peneliti memahami pilihan konsumen secara lebih terperinci, bukan sekadar berdasarkan perkiraan.

2.5.2 Pendekatan *Importance Value*

Jika *utility* menggambarkan tingkat kesukaan konsumen terhadap suatu level atribut, maka *importance value* menunjukkan tingkat kepentingan relatif dari suatu atribut dibandingkan atribut lain. *Importance value* dihitung berdasarkan selisih nilai *utility* antarlevel dalam satu atribut. Semakin besar perbedaan *utility* dalam atribut tersebut, maka semakin tinggi tingkat kepentingannya. *Importance value* biasanya disajikan dalam bentuk persentase untuk mempermudah interpretasi. Melalui *importance value*, peneliti dapat mengetahui urutan atribut mana yang paling berpengaruh dalam keputusan pembelian konsumen. Sebagai contoh, dalam penelitian gula aren di Pasar Tradisional Kebun Lada, harga muncul sebagai atribut yang paling penting dalam memengaruhi konsumen, diikuti oleh ukuran, warna, rasa, dan terakhir kemasan. Informasi ini sangat bermanfaat bagi produsen maupun pedagang karena dapat dijadikan dasar dalam menetapkan strategi penjualan yang sesuai dengan preferensi konsumen.

2.5.3 Relevansi dengan penelitian gula aren

Pendekatan *utility* dan *importance value* memiliki peran penting dalam penelitian gula aren ini. Melalui pendekatan *utility*, dapat diketahui bahwa konsumen lebih menyukai gula aren dengan harga terjangkau, ukuran besar, warna cokelat kehitaman, dan rasa manis alami, sementara kemasan bukan menjadi perhatian utama. Selanjutnya, *importance value* menjelaskan bahwa atribut harga dan ukuran merupakan faktor dominan yang memengaruhi keputusan pembelian, sedangkan kemasan berada pada urutan terakhir. Temuan ini memberikan implikasi praktis. Bagi pedagang, hasil ini menunjukkan bahwa penyediaan gula aren sebaiknya lebih menekankan pada atribut harga dan ukuran. Bagi peneliti selanjutnya, penting untuk melengkapi penelitian dengan memasukkan variabel tambahan seperti desain kemasan, label informasi gizi, serta strategi pemasaran agar preferensi konsumen dapat dipahami secara lebih menyeluruh. Dengan demikian, pendekatan *utility* dan *importance value* bukan hanya alat analisis statistik, tetapi juga dapat menjadi dasar bagi pengambilan keputusan strategis dalam pemasaran produk, termasuk gula aren, agar lebih sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen di pasar (Anwar K. , 2016).

2.6 Prefrensi Konsumen

Menurut Muzdalifah (2012), mendefinisikan pengetahuan tentang preferensi konsumen yang diberi nama teori preferensi nyata (*realed preference*). Dalam teori ini menyatakan bahwa setiap konsumen pasti mempunyai preferensi. Preferensi ini akan mengarahkan konsumen dalam pembelian barang kebutuhannya di pasar. Jadi apa yang akan dibelinya di pasar merupakan petunjuk atas susunan preferensinya, dengan

kata lain permintaan di pasar merupakan preferensi nyata baginya.

Preferensi konsumen adalah selera subjektif individu yang ditentukan oleh seberapa bermanfaat suatu produk atau jasa bagi konsumen, menurut (Andriyanty, 2022) Selain itu, hal ini memungkinkan pelanggan untuk memberikan penilaian terhadap barang dan jasa, dan harus menjamin bahwa preferensi pelanggan tidak terpengaruh oleh harga atau pendapatan. Keputusan pelanggan untuk membeli suatu barang atau jasa tertentu juga dapat dipengaruhi oleh preferensinya (Hartono, 2022).

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

Menurut Hasibuan (2019) menyatakan bahwa konsep preferensi dapat didefinisikan sebagai perasaan yang paling natural kuat dan nyaman terhadap cara-cara tertentu dalam berperilaku dan menjalani pengalaman. Jadi, dapat disimpulkan bahwa analisis preferensi konsumen adalah analisis yang bertujuan untuk mengetahui apa yang disukai dan yang tidak disukai oleh konsumen, juga untuk menentukan urutan suatu atribut produk maupun produk itu sendiri.

2.7 Atribut Produk

Atribut merupakan bentuk umum dari suatu produk atau jasa. Pada penelitian ini, terdapat 4 atribut gula aren yang dipilih yaitu: atribut warna, harga, ukuran, dan tekstur.

1. Atribut Warna

Menurut (Mutmainah, 2022), atribut warna yaitu warna dari gula aren menurut penilaian atau tanggapan dari konsumen. Atribut warna pada gula aren dibedakan menjadi 2 jenis: yaitu coklat kehitaman dan coklat kekuningan.

2. Atribut Harga

Menurut jasa (kotler, 2016), Harga adalah sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk dan jasa atau jumlah dari nilai yang ditukarkan Konsumen untuk dapat memperoleh manfaat dari menggunakan suatu produk dan jasa.

Harga tidak hanya memengaruhi kemampuan beli tetapi juga persepsi terhadap kualitas. Harga yang terlalu rendah bisa dianggap menunjukkan kualitas yang rendah, sementara harga yang tinggi sering diasosiasikan dengan eksklusivitas atau premium. Pendapatan konsumen juga termasuk salah satu alasan konsumen dalam memilih produk. Dalam penelitian ini, penjual menjual harga pada gula aren dengan berkisaran harga Rp.26.000 - 29.000, dan > Rp.30.000.

3. Atribut Ukuran

Menurut (Sugiyono, 2019), variabel ukuran dapat berupa atribut yang menggambarkan sifat kuantitatif dari objek penelitian, seperti dimensi, skala, atau jumlah tertentu. Ukuran sering dioperasionalkan sebagai indikator yang

membantu peneliti mengukur suatu fenomena dengan alat atau kriteria tertentu, seperti dalam konteks analisis kinerja, produk, atau preferensi konsumen. Atribut ukuran pada gula aren dapat dibedakan menjadi 2(dua) taraf yaitu dengan ukuran besar dan kecil, pada dasarnya ukuran pada gula aren dapat mempengaruhi harga.

4. Atribut Rasa

Rasa adalah sensasi atau persepsi yang dirasakan melalui indra, terutama indra perasa. Adapun rasa gula aren dibedakan menjadi manis dan sangat manis.

5. Atribut kemasan

Menurut (Tjiptono, 2010), pengemasan (packaging) merupakan kegiatan yang melibatkan perencanaan serta produksi pembungkus sebuah produk. Kemasan yang inovatif dapat memberikan manfaat kepada perusahaan melebihi pesaing dan mendorong penjualan. Fungsi utama kemasan yaitu: menyimpan serta melindungi isi yang dapat memberikan kemudahan dalam penggunaan, memberikan daya tarik, sebagai identitas, sebagai informasi menyangkut isi pemakaian dan kualitas, serta sebagai cermin inovasi produk berkaitan dengan kemajuan teknologi dan daur ulang.

2.8 Karakteristik Konsumen

Kebahagiaan klien adalah sesuatu yang harus diketahui oleh setiap perusahaan. Kurangnya pemahaman terhadap kebutuhan, keinginan, dan motivasi pelanggan merupakan salah satu penyebab utama kegagalan pemasaran perusahaan. Produsen dapat memproduksi barang baru, menetapkan keunggulan produk, menetapkan harga,

memilih saluran pemasaran, menyusun pesan iklan, dan menghasilkan elemen bauran pemasaran lainnya dengan memahami apa yang dibutuhkan pelanggan. Pelanggan memiliki karakteristik yang mungkin mempengaruhi perilaku konsumen selama proses pembelian (Nurpani, 2021).

1. Jenis Kelamin

Perbedaan jenis kelamin dapat menyebabkan pola konsumsi yang berbeda karena laki-laki dan perempuan mempunyai selera dan kebutuhan yang berbeda. Pria cenderung tertarik pada hal-hal yang keras dan *sporty*, namun wanita memiliki preferensi lain. Aktifitas seseorang juga mempengaruhi jumlah energi yang dibutuhkan. Semakin aktif seseorang maka semakin banyak energi yang dibutuhkannya. Bahkan untuk tingkat aktivitas fisik yang sama, wanita yang memiliki tubuh pendek biasanya membutuhkan lebih sedikit energi dibandingkan pria.

2. Umur

Umur merupakan sejumlah waktu yang dihabiskan seseorang untuk menjalani hidup. Kebutuhan dan keinginan orang akan berubah semakin bertambahnya umur. Selera seseorang terhadap suatu barang dapat yang dibutuhkan sangat berhubungan dengan umur. Tingkat umur seseorang memengaruhi kedewasaan seseorang dalam berpikir (Rusmini, 2022).

3. Jenis Pekerjaan

Status pekerjaan seseorang mempengaruhi pilihan barang dan jasa yang akan dibeli serta perilaku konsumsinya. Sulitnya suatu pekerjaan juga

bergantung pada seberapa besar tenaga yang dibutuhkan, dan pekerjaan yang memerlukan kekuatan fisik biasanya membutuhkan tenaga yang lebih besar dibandingkan pekerjaan yang memerlukan ketangkasan.

4. Pendapatan

Menurut Pendapatan merupakan penghasilan yang timbul dari pelaksanaan aktivitas entitas yang normal dan dikenal dengan sebutan yang berbeda, seperti penjualan, penghasilan jasa, bunga, dividen, royalti dan sewa. Pendapatan merupakan hal yang penting karena pendapatan adalah objek atas aktivitas perusahaan. Pendapatan memiliki pengertian yang bermacam-macam tergantung dari sisi mana untuk meninjau pengertian pendapatan tersebut.

5. Jumlah Anggota Keluarga

(Statistik, 2021) *Statistik Kesejahteraan Rakyat Indonesia*. Jakarta: BPS Jumlah anggota keluarga merupakan salah satu variabel demografis yang berpengaruh terhadap perilaku konsumsi rumah tangga, termasuk dalam pembelian produk pangan seperti gula aren. keluarga didefinisikan sebagai sekumpulan orang yang tinggal dalam satu rumah dan dipengaruhi oleh faktor jumlah anggota dalam menentukan kebutuhan konsumsi sehari-hari.

2.9 Analisis *Conjoint*

Menurut (Tiara, 2022), adalah teknik yang digunakan untuk mengevaluasi preferensi konsumen dengan mengidentifikasi kombinasi atribut produk yang paling disukai. Metode ini memberikan wawasan tentang kepentingan relatif dari atribut produk tertentu, yang membantu dalam merancang produk yang lebih sesuai dengan

keinginan pasar.

Menurut (Anwar N. L., 2024), analisis conjoint merupakan teknik multivariant yang digunakan untuk mengetahui bagaimana preferensi konsumen terhadap barang atau jasa. Analisis ini dapat memberikan identifikasi kombinasi atribut yang paling disukai oleh konsumen dan identifikasi kepentingan relative dari setiap atribut. Menurut definisi lain, adalah teknik untuk memastikan evaluasi pelanggan terhadap objek tertentu berdasarkan kualitas yang membentuk atribut tersebut.

2.10 Penelitian Terdahulu

1. Penelitian yang dilakukan oleh (Reza Novita Hayu, 2024) tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi karakteristik konsumen yang menggunakan gula aren di Pasar Indralaya Kabupaten Ogan Ilir dan kemudian menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi konsumsi gula aren di Pasar Indralaya Kabupaten Ogan Ilir. Metode yang digunakan yaitu perilaku konsumen dianalisis menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitiannya yaitu, hasil menunjukkan bahwa Karakteristik Responden dalam penelitian ini bervariasi dalam karakteristik konsumen berdasarkan usia, pendidikan, pekerjaan, dan jenis kelamin. Rata-rata jumlah Konsumsi gula aren oleh konsumen di Pasar Indralaya diukur dalam kilogram per bulan. Faktor- Faktor yang Mempengaruhi yaitu ditemukan bahwa usia, pendidikan, harga, jumlah anggota keluarga, tekstur, dan warna gula aren berpengaruh signifikan terhadap konsumsi gula aren.
2. Penelitian yang dilakukan oleh (Frelly Monolimay, 2024) tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui preferensi konsumen dalam membeli gula aren di Pasar

Bersehati, Kota Manado, dan memberikan wawasan kepada penjual gula aren tentang preferensi konsumen agar dapat meningkatkan pendapatan atau keuntungan. Metode yang digunakan yaitu melalui wawancara dan penyebaran kuisioner lalu diolah dengan *convenience sampling*. Hasil penelitiannya yaitu, hasil menunjukkan preferensi konsumen terhadap gula aren sangat dipengaruhi oleh warna, rasa, ukuran, kemasan, dan harga.

3. Penelitian tersebut dilakukan oleh (Waskito, 2022) tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi preferensi dan atribut utama yang paling dipertimbangkan konsumen dalam pembelian cabai besar di Kabupaten Sukoharjo. Atribut yang dianalisis meliputi jenis cabai, warna kulit, permukaan kulit, ketebalan kulit, tingkat kepedasan, dan harga cabai. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu mengumpulkan survei dengan teknik *accidental sampling* pada 100 responden. Untuk analisis data, digunakan metode *Chi-Square* untuk melihat signifikansi atribut, serta metode *Multiatribut Fishbein* untuk menganalisis sikap konsumen terhadap atribut cabai besar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa preferensi konsumen terhadap cabai besar meliputi cabai dengan karakteristik Warna merah terang (melambangkan kematangan sempurna), Permukaan kulit mengkilap (mewakili tingkat kesegaran), Kulit yang tebal, Tingkat kepedasan sangat pedas, Harga yang rendah.
4. Penelitian tersebut dilakukan oleh (Erica , 2021) tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis preferensi konsumen terhadap atribut-atribut sayuran organik yang menjadi pertimbangan dalam pembelian. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan metode survei dengan teknik *Accidental Sampling* yang

melibatkan 60 responden, data dianalisis dengan analisis Chi-Square. Hasil penelitian menunjukkan bahwa atribut sayuran organik yang paling dipertimbangkan konsumen adalah kesempurnaan fisik, lama kesegaran, harga, kemasan dan warna. Dan konsumen lebih menyukai sayuran dengan harga terjangkau, warna sayuran yang hijau muda, kemasan plastik transparan, daun lebar yang tidak berlubang, serta kesegaran yang bertahan hingga 2-3 hari.

5. Penelitian tersebut dilakukan oleh (Harianto, 2017), tujuans penelitian ini adalah untuk mengkaji atribut gula aren yang menjadi preferensi konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian di pasar tradisional Kecamatan Awayan, Kabupaten Balangan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan metode wawancara dengan menggunakan kuisioner. Lalu dianalisis dengan Chi-Square untuk mengetahui atribut gula aren yang menjadi preferensi konsumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa eferensi konsumen terhadap gula aren meliputi atribut warna cokelat, rasa manis, ukuran sedang, kemasan plastik, dan harga Rp 16.000–Rp 18.000 per kilogram. Dan seluruh atribut menunjukkan perbedaan yang signifikan dengan tingkat kepercayaan 95%.

III. METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Pasar Tradisional Kebun Lada, yang berlokasi di Jl. Kebun lada, Kelurahan Pahlawan, Kecamatan Binjai Utara, Kota Binjai, Provinsi Sumatera Utara. Adapun pemilihan lokasi penelitian ini dilakukan secara purposive atau sengaja dengan pertimbangan lokasi ini merupakan Pasar Tradisional Kebun Lada diketahui terdapat pedagang yang menjual gula aren. Selain menjual gula aren, pedagang juga menjual sayuran, dan juga bahan baku lainnya. Adapun waktu penelitian ini dilakukan pada bulan April 2025 – Mei 2025.

3.2 Metode Pengambilan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen gula aren tepatnya di pasar Tradisional Kebun Lada. Menurut (Sugiyono, 2020), Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah metode *purposive sampling*. Menurut (Dana P, 2020), *purposive sampling* digunakan Ketika seorang peneliti ingin menargetkan konsumen dengan karakteristik minat dan suatu penelitian. Sampel yang akan diambil pada penelitian ini sebanyak 50 sampel konsumen yang sedang membeli gula aren di pasar Tradisional Kebun lada dengan kriteria responden untuk mengisi kuisisioner ini yakni :

- a. Berusia lebih dari 17 tahun.
- b. Responden adalah konsumen gula aren yang saat penelitian berlangsung sedang membeli gula aren di lokasi penelitian
- c. Konsumen yang telah melakukan pembelian setidaknya 1 kali di pasar Tradisional Kebun Lada

3.3 Metode Pengumpulan Data

Beberapa jenis data yang dikumpulkan dalam penelitian ini yaitu: data primer dan data sekunder. Data primer dikumpulkan dan diperoleh secara langsung dari responden melalui wawancara dan kuisioner yang didistribusikan kepada konsumen gula aren di pasar Tradidional Kebun Lada. Jawaban diidentifikasi menggunakan skala likert dengan skor 1-5. Menurut (Sugiyono, 2018), data primer adalah sumber data yang didapatkan langsung dari lapangan atau langsung dari sumbernya pertama kali. Sedangkan data sekunder diperoleh secara tidak langsung dari sumber yang terkait, Seperti buku, jurnal, (BPS), Dinas Perindustrian dan Dinas Perdagangan, serta instansi atau lembaga perusahaan yang berhubungan dengan penelitian.

3.4 Metode Analisis Data

1. Analisis Conjoint

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yakni Variable Pendekatan Analisis *Conjoin* yang menggunakan software SPSS versi 24. Uji validitas dan reabilitas akan dilakukan terhadap data menggunakan metode penelitian deskriptif kuantitatif, yang berarti metode penelitian yang dikumpulkan sebelum dilakukan analisis data. Menurut

Sugiyono (2021), validitas berarti bahwa instrumen tersebut dapat digunakan untuk tujuan pengukuran yang diinginkan. Untuk uji validitas ini digunakan uji korelasi *pearson product moment*. Dianggap valid jika nilai *sig* nya kurang dari 0,05. Sedangkan uji reabilitas adalah uji yang menyatakan bahwa kuisioner yang kita punya dapat digunakan secara formal atau sudah terpercaya. Uji reabilitas menentukan seberapa akurat dan konsisten suatu alat ukur dapat diandalkan meskipun telah melalui berbagai penelitian. Untuk menentukan reabilitas suatu instrument angket, uji reabilitas ini menggunakan Teknik *Cronbach's Alpha*, Dengan kriteria:

- d. Jika $\text{Alpha} > 0,90$ maka reabilitas sempurna.
- e. Jika $\text{Alpha } 0,70 - 0,90$ maka reabilitas tinggi.
- f. Jika $\text{Alpha } 0,50 - 0,70$ maka reabilitas moderat.
- g. Jika $\text{Alpha} < 0,50$ maka reabilitas rendah.

Analisis *Conjoint* alat analisis yang sering digunakan untuk menganalisis data, terutama untuk mengidentifikasi kontribusi atribut yang paling disukai konsumen dan kepentingan dari setiap atribut. Analisis *Conjoint* adalah alat analisis yang digunakan untuk mengetahui preferensi konsumen terhadap suatu produk. Menurut (Supandi, 2021), Analisis *Conjoint* adalah analisis conjoint digunakan untuk mengevaluasi atribut produk melalui pendekatan seperti pairwise comparison dan full-profile prosedur. Teknik ini mempermudah perumusan strategi berdasarkan preferensi konsumen yang terukur secara statistik.

Menurut, (Basem, 2022), tahapan analisis conjoint adalah sebagai berikut:

1. Perancangan atribut dan level

Penelitian ini menggunakan lima atribut, dengan dua hingga tiga level untuk masing-masing atribut. Selanjutnya, kombinasi atribut (stimuli) dibuat dari masing-masing level dan atribut. Mengidentifikasi atribut harus didukung oleh bukti yang menunjukkan potensi berbagai Menentukan preferensi dan nilai- nilai yang mungkin dimiliki orang (Amstrong., 2016) Atribut juga harus seimbang antara apa yang penting bagi responden dan apa yang relevan dengan pembuat keputusan. Pemilihan atribut gula aren yang mudah dikenali oleh konsumen. Dan setiap atribut didefinisikan oleh serangkaian level. Oleh karena itu, menetapkan tingkat untuk atribut akan menindaklanjuti dari mengidentifikasi atribut dan dianggap penting.

Tabel 7. Atribut dan Level Gula Aren

No	Atribut	Level
1	Warna	1. Cokelat Kehitaman 2. Cokelat Kekuningan
2	Harga	1. Rp26.000-Rp.29.000 2. > Rp.30.000
3	Ukuran	1. Besar 2. Kecil
4	Rasa	1. Sangat Manis 2. Manis
5	Kemasan	1. Tanpa kemasan 2. Kemasan Daun Kering

Sumber: Pengolahan Data Primer (2024)

2. Mendesain stimuli

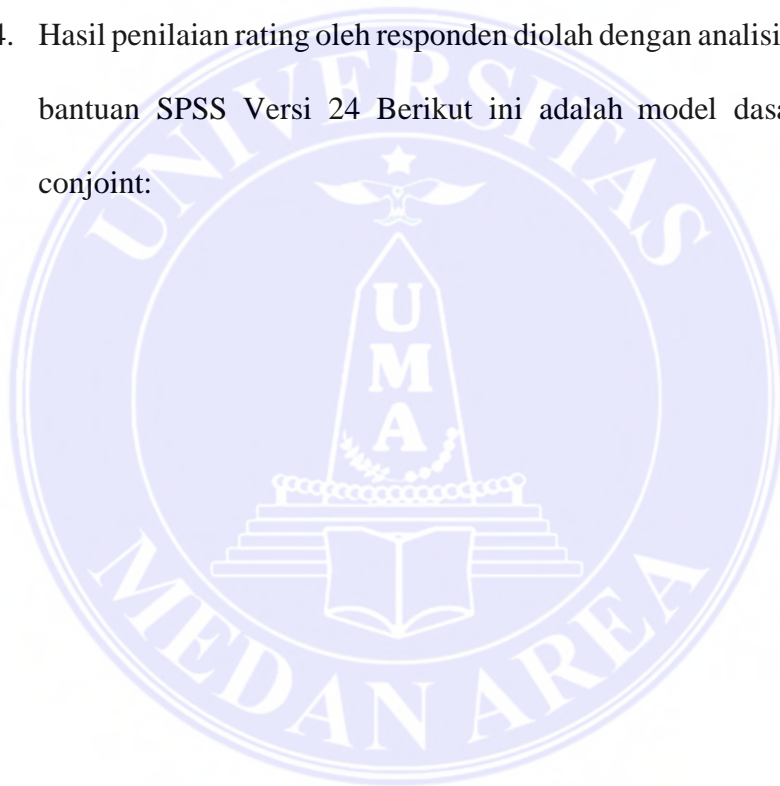
Pada penelitian ini menggunakan metode full profile atau kombinasi lengkap. Untuk mengevaluasi semua stimulus dilakukan fractional factorial design untuk mereduksi jumlah stimuli. Bentuk stimuli yang dapat dibentuk dari 5 atribut yaitu warna, harga, ukuran, rasa, kemasan dan 11 Level tertera pada tabel di atas adalah $2 \times 3 \times 2 \times 2 \times 2 = 48$ stimuli. Dengan menggunakan

prosedur *Orthogonal design* pada 24 SPSS, maka stimuli yang berjumlah 48 direduksi menjadi 8 stimuli.

3. Mengumpulkan pendapat responden stimulus yang ada

Stimulus saat ini akan dinilai oleh responden. Penilaian menggunakan skala ordinal yang dinyatakan dalam skala likert dengan nilai 1 sangat tidak suka, 2 tidak suka, 3 biasa saja, 4 suka, 5 sangat suka. Lihat lampiran 1 untuk melihat hasil design orthogonal dan hasil rancangan stimuli.

4. Hasil penilaian rating oleh responden diolah dengan analisis conjoint dengan bantuan SPSS Versi 24 Berikut ini adalah model dasar untuk analisis conjoint:



Keterangan :

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

tiap stimuli

M : Jumlah atribut

k_i : Jumlah taraf dari atribut ke- i

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

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

Nilai kepentingan relatif atribut (importance values)

ditentukan dengan rumus berikut (Supranto, 2004).

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

Keterangan :

W_i : Nilai relatif penting atribut ke-

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

: Range nilai kepentingan tiap atribut

m : Jumlah atribut

5. Melakukan proses *conjoint* dengan memasukan yang ada

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

6. Pengukuran hasil analisis

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

7. Responden adalah konsumen gula aren yang saat penelitian berlangsung sedang membeli gula aren di lokasi penelitian.
8. Konsumen yang telah melakukan pembelian setidaknya 1 kali di pasar Tradisional Kebun Lada

3.5 Definisi Operasional Variabel

Adapun definisi operasional variable penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Konsumen adalah individu atau orang yang membeli gula aren di pasar Tradisional Kebun Lada, dengan kriteria telah berusia lebih dari 17 tahun, responden yang sedang membeli gula aren, serta telah melakukan pembelian gula aren setidaknya 1 kali di pasar Tradisional Kebun Lada.
2. Gula aren adalah pemanis alami yang diperoleh dari nira pohon aren, yaitu cairan manis yang disadap dari bunga jantan atau betina pohon tersebut. Secara ilmiah, gula aren diklasifikasikan sebagai karbohidrat sederhana dengan kandungan utama berupa sukrosa, glukosa, dan fruktosa.

3. Preferensi konsumen adalah sikap kecenderungan atau pilihan konsumen terhadap atribut produk gula aren yang tersedia.

4. Atribut gula aren adalah karakteristik atau ciri-ciri yang terdapat pada gula aren.

Atribut pada penelitian ini adalah warna, harga, ukuran, rasa, kemasan

- Atribut warna menggunakan 2 atribut level yaitu coklat kehitaman dan coklat kekuningan.

- Atribut harga dalam penelitian ini yaitu Rp 26.000–29.000, > Rp 30.000,-,

- Atribut ukuran dalam penelitian ini terdiri dari 2 taraf yaitu ukuran besar, dan kecil.

- Atribut Rasa dalam penelitian ini terdiri dari 2 taraf yaitu rasa manis dan sangat manis.

- Atribut kemasan dalam penelitian ini terdiri dari 2 taraf yaitu tanpa kemasan dan menggunakan kemasan daun kering.

5. karakteristik konsumen yang akan di teliti yakni jenis kelamin, usia, pendidikan, pekerjaan, pendapatan dan jumlah anggota keluarga.

- Jenis kelamin: perbedaan antara laki-laki dan Perempuan.

- Usia: Usia responden dalam penelitian ini dapat dikategorikan menjadi beberapa kelompok, yaitu: 17–25 tahun, 26–35 tahun, 36–41 tahun, 42–50 tahun, dan >50 tahun.

- Jenis pekerjaan: jenis pekerjaan responden dalam penelitian ini yaitu : PNS, Karyawan Swasta, Wiraswasta, Petani, Mahasiswa, dan Ibu Rumah Tangga.

- Pendapatan: pendapatan dalam penelitian ini diukur berdasarkan rata-rata

pendapatan bulanan, dengan kategori: < Rp 1.000.000, Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000, Rp 3.000.000 – Rp 4.000.000, Rp 5.000.000 – Rp 6.000.000.

- Jumlah anggota keluarga: jumlah anggota keluarga responden dalam penelitian ini diukur berdasarkan banyaknya orang dalam satu rumah tangga, dengan kategori yaitu : 1–2 orang, 3–4 orang, 5–6 orang, 7-8 orang.



3.6 Matriks Rencana Penelitian

Matriks rencana penelitian disusun untuk memberikan gambaran sistematis mengenai tahapan kegiatan penelitian, waktu pelaksanaan, serta urutan kegiatan yang akan dilakukan. Penyusunan matriks ini bertujuan agar penelitian berjalan lebih terarah, terjadwal, dan dapat dievaluasi sesuai dengan target waktu yang telah ditentukan. Dengan adanya matriks, peneliti dapat memantau perkembangan setiap tahap penelitian serta meminimalkan hambatan yang mungkin muncul selama proses berlangsung.

Table 8 Matriks Penelitian

No	Kegiatan	Bulan																			
		November				Desember				Januari				Februari				Maret			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pengajuan Judul	■																			
2	ACC Judul	■																			
3	Pengerjaan Proposal		■	■																	
4	Bimbingan pertama				■																
5	Bimbingan Kedua					■															
6	Bimbingan Ketiga							■													
7	ACC Seminar Proposal													■							
8	Pelaksanaan Sempro														■						
9	Mulai Penelitian																		■		
10	Bimbingan Keempat																			■	
11	Selesai Penelitian																				■

No	Kegiatan																								
		April				Mei				Juni				Juli				Agustus				September			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
12	Pengerjaan Bab 5																								
13	Bimbingan Kelima																								
14	Bimbingan Keenam																								
15	ACC Seminar Hasil																								
16	Pengerjaan Jurnal																								
17	Pelaksanaan Seminar Hasil																								
18	Bimbingan Ketujuh																								
19	Bimbingan Kedelapan																								
20	ACC Sidang																								
21	Pelaksanaan Sidang																								

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa Karakteristik konsumen gula aren di pasar Tradisional Kebun Lada Binjai Utara, mayoritas berjenis kelamin perempuan dengan persentase 80,0%, berusia 42-50 tahun (32,0%), bekerja sebagai wiraswasta (28,0%), dengan Pendapatan bulanan sebesar Rp.3.000.000 - Rp.4.000.000 (42,0%), seta memiliki terakhir jumlah anggota keluarga 3-4 orang sebesar (40,0%). Hal ini menunjukkan bahwa konsumen gula aren di pasar tradisional umumnya adalah ibu rumah tangga atau pelaku usaha kecil dengan pendapatan menengah.
2. Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa atribut dan level gula aren yang menjadi preferensi konsumen yaitu warna dengan level coklat kehitaman, harga dengan level Rp.26.000-Rp.29.000, ukuran dengan level besar, rasa manis alami dan tanpa menggunakan kemasan.
3. Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa urutan atribut gula aren menurut preferensi konsumen adalah harga dengan level Rp.26.000-Rp.29.000-, Ukuran dengan level besar, warna dengan level coklat kehitaman, rasa dengan level manis dan kemasan dengan level tanpa kemasan. Hal ini bermakna bahwa konsumen lebih mengutamakan faktor lalu faktor kualitas (warna dan rasa), sedangkan kemasan hanya dianggap pelengkap.

6.2 Saran

1. Bagi pedagang, sebaiknya lebih menyesuaikan produk gula aren dengan preferensi konsumen , yaitu menjaga harga (Rp 26.000–Rp 29.000), ukuran besar, serta kualitas warna coklat kehitaman dan rasa manis alami, karena atribut tersebut paling diprioritaskan konsumen.
2. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan menambahkan pembahasan tentang hal-hal yang belum banyak dikaji dalam penelitian ini, seperti kemasan, label informasi, dan cara pemasaran. Hal ini penting karena penelitian sekarang lebih fokus pada atribut dasar (harga, ukuran, warna, dan rasa). Dengan menambahkan variabel tersebut, penelitian lanjutan bisa memberi gambaran yang lebih lengkap tentang apa saja yang memengaruhi pilihan konsumen terhadap gula aren.

DAFTAR PUSTAKA

- Amstrong., K. d. (2016). *Jilid 1, Edisi 9.Dasar-dasar Pemasaran*. Jakarta: Erlangga. p125.
- Andriyanty, N. (2022). *Indikator Pertanian dan Tantangan yang dihadapi Sektor Pertanian*. Portal PPID.
- Anwar, K. (2016). *Jilid 1, Edisi 9.Dasar-dasar Pemasaran*. Jakarta: Erlangga. p125.
- Anwar, N. L. (2024). Analisis konjoint untuk mengukur preferensi konsumen beras di kecamatan mataram. *jurnal agrimansion*, 37-49.
- Assah, F. Y. (2020). Pengaruh pH nira aren terhadap nilai kalori beberapa produk gula aren. *Jurnal Penelitian Teknologi Industri*, 12.
- Atikah, N. A. (2020). Atikah, N. A .Analisis Preferensi Konsumen Produk Teh Celup. Business Management, Economic, and Accounting National Seminar. *Business Management, Economic, and Accounting National Seminar*.
- Basem, a.-o. (2022). *Tahapan Analisis Konjoin*.
- Dana P, T. (2020). Kajian Purposive Sampling.
- Dasopang, Y. (2021). Analisis Nilai Tambah Produk Air Sadapan Pohon Aren(Arenga pinnata) Menjadi Gula Aren Di Kecamatan Tanjung Morawa Provinsi Sumatera Utara. *jurnal agribizda*.
- Eka Yuniati, U. (2019). Palm Sugar as a Household Economic Source in Krajan, Medono Village, Boja Subdistrict, Kendal District .
- Erica . (2021). Preferensi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sayuran Organik di Supermarket Diamond Kota Palembang. *Jurnal KaliAgri*,. 38-50.
- Erni. (2018). Informasi Tanaman Aren (Arenga Pinnata) di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Dpkp*.
- Frelly Monolimay, T. (2024). Preferensi Konsumen Dalam Membeli Gula Aren Di Pasar Bersehati Kota Manado. *ejournal.unsrat.ac.id*,, 42-50.
- Hafizah. (n.d.). Preferensi Konsumen Generasi Z Terhadap Konsumsi Produk Dalam Negeri. *Ethos*.V7i2.4694.
- Harianto. (2017). analisis preferensi konsumen terhadap produk gula aren di kecamatan awayan kabupaten balangan. *Jurnal Stiper amuntai*.
- Hartono, A. (2022). Evaluasi Dosis Pemupukan Rekomendasi Kementerian Pertanian untuk Tanaman Padi. *Jurnal Ilmu Pertanian Indonesia*.
- Haryanto, A. (2019). Analisis Preferensi Konsumen Beras (Studi Kasus: Pasar Tavip, Kota Binjai). . *Repository Umsu*.
- Hasibuan, A. (2019). Kajian Preferensi Kosmen Dalam Membeli Sayuran di Kecamatan Ciputat Timur.
- Hasibuan, H. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Konsumen Dalam Membeli Salak Padangsidempuan Di Pasar Tradisional Kota Medan. *Doctoral Dissertation*.
- Henrosa, F. M. (2021). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi produksi kopi. *Jurnal Jiperta*.
- Hernosa, Y. E. (2022). PENGARUH Pemberian Pupuk Organik Cair Kulit Pisang

- Terhadap Pertumbuhan dan Produksi Tanaman Sawi. *Jurnal Universitas Labuhan Batu*.
- Ilham, M. R. (2022). Analisis Saluran Pemasaran Lima Pangan Pokok dan Penting di Lima Kabupaten Sumatera Utara [Analysis of Marketing Channel of the Five Essentials and Important Food in Five Districts of North Sumatra]. *Jurnal Marketing Kebijakan Publik*.
- Imanda, S. F. (2023). Preferensi Konsumen Terhadap Jeruk di Kota Lhokseumawe. <https://rama.unimal.ac.id/id/eprint>.
- kotlar, k. (2016). *Mengelola Pribadi komunikasi : Pemasaran langsung dan Basisi Data dan Penjualan Pribadi*. Marketing Management.
- kuncoro, d. (2007). Analisis konveksi lahan dan sawah. *jurnal IPB*, 9.
- Kurniawati, A. (2021). Analisis Konjoin Preferensi Konsumen Terhadap Sayuran Organik di Brastagi Supermarket Medan. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pertanian.*, 1-12.
- Kusuma, G. (2020). Serupa tapi tak sama Warna Brown Sugar VS Gula Aren. *himfoodtech*.
- Mahendra. (2024). Analisis preferensi konsumen terhadap produk gula aren.
- Muhammad, I. R. (2022). Analisis Saluran Pemasaran Lima Pangan Pokok dan Penting di Lima Kabupaten Sumatera Utara [Analysis of Marketing Channel of the Five Essentials and Important Food in Five Districts of North Sumatra]. *Jurnal Ekonomi Kebijakan Publik*.
- Mutmainah, M. P. (2022). Preferensi Konsumen terhadap Minyak Goreng Kemasan (Studi Kasus di Giant Ekspres Kota Bengkulu). *Jurnal Agribisnis*.
- Muzdalifah. (2012). Kajian Preferensi Konsumen Terhadap Buah-Buahan Lokal di Kota Banjarbaru. *Jurnal Agribisnis Pedesaan*.
- Nurpani, A. (2021). Preferensi Konsumen Jamu Pagi dan Konsumen Jamu alam. *Repository*.
- Oktavianti, R, F. (2020). Karakteristik Fisik dan Kimia Gula Aren (Arenga pinnata Merr) di Kabupaten Rejang Lebong. *Jurnal Agroindustri.*, 112-120.
- Rahmawaty A, N. A. (2023). Preferensi Konsumen Terhadap Pangan. *NEM*.
- Ramadhani, R. (2015). Ramadhani, R. Potensi dan Manfaat Ekonomi dari Pohon Aren (Arrenga pinnata Merr). *Jurnal Ekonomi Sumber Daya Hutan*.
- Reza Novita Hayu, M. (2024). Prilaku kosumen dalam membeli gula aren di Pasar Indralaya Kabupaten Ogan Ilir. *repository unsri*.
- Rosmawati. (2018). Pokok-Pokok Hukum Perlindungan Konsume. *Prenada Media*.
- Rumokoi, M. (2018). Manfaat tanaman aren (Arrenga Pinata Merr).
- Rusmini, M. (2022). Pengaruhtingkat umur terhadap generasi millennial. *journal of sharia economics*, 26-34.
- Saerang , A. (2023). Strategi Peningkatan Pendapatan Usaha Gula Aren (Arenga pinnata merr) Di Desa Moyag Kecamatan Kotamobagu Timur Kota Kotamobagu. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Bisnis. Jurnal Widina Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Bisnis*, 1-11.
- Sahir, S. (2021). *Metodologi Penelitian (1st ed.)*. KBM Indonesia. Medan: repository.uma.ac.id.
- Satria. (2023). Preferensi Konsumen Terhadap Pembelian Buah Apel Red Delicious di

Arena Buah.

- Selamet, A. J. (2023). Analisis preferensi konsumen terhadap gula semut aren di pulau. *Agroteksos*, 2-33.
- Siti Nurdasanti, D. (2021). Analisis Nilai Tambah dan Titik Impas Agroindustri Gula Aren Skala Rumah Tangga. *Economics Agriculture*. <https://jurnal.unigal.ac.id/>.
- Standardization., O. (2022). Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merk Costumade. *Studi di Merk Dagang Costumade Indonesia*.
- Statistik, B. P. (2021, 8 11). Statistik Kesejahteraan Indonesia.
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D (M.Dr. Ir. Sutopo, S.Pd.
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuntitatif, kualitatif, R&D. Bandung: Alfabeta,CV.
- Sugiyono. (2020). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D (M.Dr. Ir. Sutopo, S.Pd.
- Supandi, E. (2021). Pendekatan Conjoint Analysis untuk Mengukur Tingkat Preferensi Mahasiswa terhadap Layanan Sistem Informasi Akademik di UIN Yogyakarta. *Jurnal Neliti*.
- Supranto, J. B. (2004). Pengaruh intensifikasi usahatani terhadap peningkatan produksi dan pendapatan petani di kabupaten manokwari. *Repository pertanian*.
- Suprihati, U. (2015). Pengaruh Produk dan Jasa Terhadap Preferensi Konsumen.
- Tiara. (2022). Analysis of Consumers" Preferences for Melon Using the Conjoint Method. *AGROIndustrial ISSN 2252-6137*, 22-31.
- Tjiptono, L. (2010). Pendampingan Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Daya Saing Produk Pertanian Organik (Kasus Kelompok Tani Jaya di Desa Ciaruteun Ilir). *Jurnal Ilmiah Pengabdian kepada Masyarakat*.
- Waskito, N. (2022). Analisis Prefrensi Konsumen Terhadap Pemblian Komoditi Cabai Besar (*Capsicum Annuum* l.) Di Kabupaten Sukoharjo. *Open Journal Unimal*.
- Wibowo. (2019). Analisis Prefrensi Konsumen Pasar Dalam Membeli Beras.
- Yusril Ishak Mahendra, N. (2024). Analisis preferensi konsumen terhadap produk gula aren. *Wiratani*.

LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

Analisis preferensi konsumen terhadap pembelian gula aren di pasar tradisional Binjai, Fakultas pertanian Universitas Medan Area

No Responden...

Responden
Terhormat

Penelitian dalam rangka penyusunan skripsi dengan judul “Analisis preferensi konsumen terhadap pembelian gula aren (Arenga pinnata) di pasar tradisional Kebun Lada Binjai Utara” pada program sarjana pertanian Universitas Medan Area, saya mengharapkan kesediaan saudara/saudari untuk menjawab pertanyaan dengan baik.

- Nama : _____
- Alamat : _____
- Jenis Kelamin : Laki-Laki Perempuan
- Usia : 17-23 24-32 33-41
 42-50
- Jenis Pekerjaan : Wiraswasta Petani IRT
 Mahasiswa Karyawan Swasta
 PNS
- Pendapatan : < Rp 1.000.000
 Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000
 Rp. 3.000.000 - Rp. 4.000.000
 Rp. 5.000.000 - Rp. 6.000.000
- Jumlah Anggota Keluarga : 1-2 3-4 5-6
 7-8

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 8/5/26

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)8/5/26

Petunjuk: Isilah kuisioner ini dengan penelitian 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



Card	Atribut					Rate				
	Warna	Harga	Ukuran	Rasa	Kemasan	STS	TS	BS	S	SS
1	Cokelat kehitaman	Rp.26.000- Rp.29.000-,	Besar	Sangat manis	Tanpa Kemasan
2	Cokelat kekuningan	Rp.26.000- Rp.29.000-,	Kecil	Manis	Daun pisang
3	Cokelat kekuningan	Rp.26.000- Rp.29.000-,	Kecil	Sangat manis	Tanpa Kemasan
4	Cokelat kehitaman	Rp.29.000- > Rp.30.000	Kecil	Manis	Tanpa Kemasan
5	Cokelat kehitaman	Rp.26.000- Rp.29.000	Kecil	Sangat manis	Daun pisang
6	Cokelat kekuningan	Rp.26.000- Rp.29.001	Besar	Manis	Tanpa Kemasan
7	Cokelat kehitaman	Rp.26.000- Rp.29.000-,	Besar	Manis	Daun pisang
8	Cokelat kekuningan	> Rp.30.000	Besar	Sangat manis	Daun pisang

PREFERENSI KONSUMEN

1. Apa alasan saudara membeli gula aren?
Karena...
2. Seberapa sering anda membeli gula aren?
 - a. Tidak tentu
 - b. Seminggu sekali
 - c. Sebulan sekali
3. Berapa kisaran harga gula aren?
 - a. <Rp.25.000
 - b. Rp26.000 – Rp29.000
 - c. >Rp30.000
4. Ukuran gula aren mana yang anda beli?
 - a. Besar
 - b. Sedang
 - c. Kecil
5. Bagaimana Tingkat warna yang anda sukai?
 - a. Cokelat Kehitaman
 - b. Cokelat Kuning
 - c. Cokelat

Lampiran 2. Persentase Karakteristik Responden Gula Aren**Jenis Kelamin**

		Jumlah	Persentase
Valid	Laki laki	10	20,0%
	Perempuan	40	80,0%
	Total	50	100

Umur

		Jumlah	Persentase
Valid	17-23	7	14,0%
	24-32	14	28,0%
	33-41	13	26,0%
	42-50	16	32,0%
	Total	50	100

Jenis Pekerjaan

		Jumlah	Persentase
Valid	Mahasiswa	7	14,0%
	Karyawan Swasta	9	18,0%
	Wiraswasta	14	28,0%
	PNS	7	14,0%
	Petni	1	2,0%
	Ibu Rumah Tangga	12	24,0%
	Total	50	100

Pendapatan

		Jumlah	Persentase
Valid	< Rp 1.000.000	10	2,0%
	Rp.1.000.000 - Rp.2.000.000	18	36,0%
	Rp.3.000.000 - Rp.4.000.000	21	42,0%
	Rp.5.000.000 - Rp.6.000.000	1	2,0%
	Jumlah	50	100

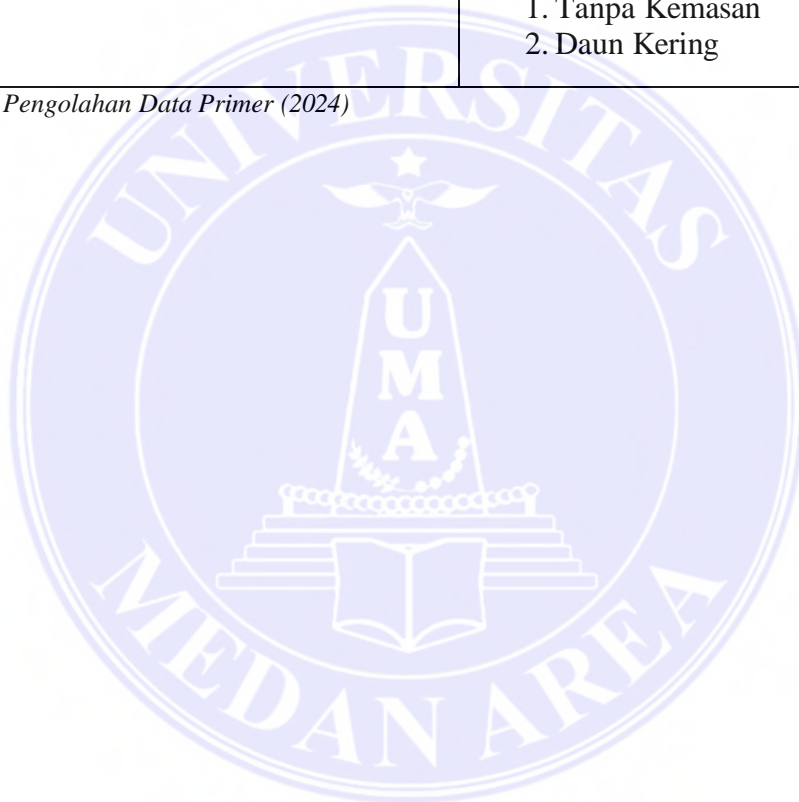
Jumlah Anggota Keluarga

		Jumlah	Persentase
Valid	1-2	19	38,0%
	3-4	23	46,0%
	5-6	1	2,0%
	Jumlah	50	86

Lampiran 3 Atribut dan Level - Level Atribut

Atribut	Level
Warna	1. Cokelat Kehitaman
Harga	2. Cokelat Kekuningan
	3. Rp26.000-Rp.29.000
Ukuran	2. > Rp.30.000
	1. Besar
Rasa Kemasan	2. Kecil
	1. Sangat Manis
	2. Manis
	1. Tanpa Kemasan
	2. Daun Kering

Sumber: Pengolahan Data Primer (2024)



Lampiran 4. Data Karakteristik Konsumen

No	Jenis Kelamin	Umur	Pekerjaan	Pendapatan Responden	Jumlah Keluarga	Frekuensi Pembelian
1	Perempuan	33-41	Karyawan Wiraswasta	Rp.1.000.000 - Rp.2.000.000	1-2	Tidak tentu
2	Perempuan	24-32	Wiraswasta	Rp.1.000.000 - Rp.2.000.000	3-4	Tidak tentu
3	Perempuan	33-41	Pns	Rp.3.000.000 - Rp.4.000.000	1-2	Seminggu sekali
4	Laki-laki	17-23	Mahasiswa	Rp.1.000.000 - Rp.2.000.000	-	Tidak tentu
5	Perempuan	17-23	Mahasiswa	<Rp 1.000.000	-	Tidak tentu
6	Perempuan	33-41	Wiraswasta	<Rp 1.000.000	1-2	Tidak tentu
7	Perempuan	24-32	Wiraswasta	Rp.1.000.000 - Rp.2.000.000	3-4	Tidak tentu
8	Perempuan	17-23	Mahasiswa	Rp.1.000.000 - Rp.2.000.000	-	Tidak tentu
9	Perempuan	42-50	Wiraswasta	Rp.1.000.000 - Rp.2.000.000	3-4	Sebulan sekali
10	Perempuan	24-32	Pns	Rp.3.000.000 - Rp.4.000.000	1-2	Tidak tentu
11	Laki-laki	17-23	Mahasiswa	Rp.3.000.000 - Rp.4.000.000	-	Tidak tentu
12	Perempuan	33-41	Wiraswasta	Rp.1.000.000 - Rp.2.000.000	3-4	Tidak tentu
13	Perempuan	42-50	Pns	Rp.3.000.000 - Rp.4.000.000	3-4	Tidak tentu
14	Laki-laki	24-32	Karyawan Wiraswasta	Rp.3.000.000 - Rp.4.000.000	1-2	Seminggu sekali
15	Laki-laki	42-50	Pns	Rp.3.000.000 - Rp.4.000.000	3-4	Sebulan sekali
16	Perempuan	24-32	Ibu Rumah Tangga	Rp.1.000.000 - Rp.2.000.000	1-2	Tidak tentu
17	Perempuan	33-41	Karyawan Wiraswasta	Rp.1.000.000 - Rp.2.000.000	1-2	Seminggu sekali
18	Perempuan	17-23	Mahasiswa	<Rp 1.000.000	-	Tidak tentu
19	Perempuan	17-23	Mahasiswa	Rp.3.000.000 - Rp.4.000.000	-	Tidak tentu
20	Perempuan	42-50	Pns	Rp.3.000.000 - Rp.4.000.000	3-4	Tidak tentu
21	Perempuan	24-32	Ibu Rumah Tangga	Rp.1.000.000 - Rp.2.000.000	1-2	Tidak tentu
22	Laki-laki	24-32	Wiraswasta	<Rp 1.000.000	1-2	Tidak tentu
23	Perempuan	33-41	Karyawan Wiraswasta	Rp.1.000.000 - Rp.2.000.000	1-2	Tidak tentu
24	Perempuan	24-32	Wiraswasta	Rp.1.000.000 - Rp.2.000.000	1-2	Tidak tentu
25	Perempuan	42-50	Wiraswasta	Rp.1.000.000 - Rp.2.000.000	3-4	Tidak tentu
26	Laki-laki	24-32	Karyawan Wiraswasta	Rp.1.000.000 - Rp.2.000.000	1-2	Tidak tentu

27	Perempuan	33-41	Pns	Rp.3.000.000 - Rp.4.000.000	1-2	Tidak tentu
28	Perempuan	42-50	Ibu Rumah Tangga	Rp.3.000.000 - Rp.4.000.000	1-2	Sebulan sekali
29	Perempuan	42-50	Wiraswasta	Rp.3.000.000 - Rp.4.000.000	1-2	Tidak tentu
30	Perempuan	42-50	Ibu Rumah Tangga	Rp.1.000.000 - Rp.2.000.000	3-4	Sebulan sekali
31	Laki-laki	33-41	Karyawan Wiraswasta	Rp.1.000.000 - Rp.2.000.000	1-2	Tidak tentu
32	Laki-laki	24-32	Wiraswasta	Rp.3.000.000 - Rp.4.000.000	1-2	Tidak tentu
33	Laki-laki	33-41	Wiraswasta	Rp.3.000.000 - Rp.4.000.000	1-2	Tidak tentu
34	Perempuan	42-50	Ibu Rumah Tangga	Rp.3.000.000 - Rp.4.000.000	3-4	Tidak tentu
35	Laki-laki	33-41	Wiraswasta	Rp.3.000.000 - Rp.4.000.000	3-4	Tidak tentu
36	Perempuan	42-50	Pns	Rp.5.000.000 - Rp.6.000.000	1-2	Sebulan sekali
37	Perempuan	42-50	Ibu Rumah Tangga	<Rp 1.000.000	3-4	Tidak tentu
38	Perempuan	24-32	Karyawan Wiraswasta	Rp.5.000.000 - Rp.6.000.000	3-4	Tidak tentu
39	Perempuan	42-50	Wiraswasta	Rp.1.000.000 - Rp.2.000.000	3-4	Tidak tentu
40	Perempuan	33-41	Ibu Rumah Tangga	Rp.5.000.000 - Rp.6.000.000	5-6	Tidak tentu
41	Perempuan	33-41	Wiraswasta	Rp.3.000.000 - Rp.4.000.000	3-4	Sebulan sekali
42	Perempuan	42-50	Ibu Rumah Tangga		3-4	Tidak tentu
43	Perempuan	24-32	Ibu Rumah Tangga	Rp.1.000.000 - Rp.2.000.000	3-4	Tidak tentu
44	Perempuan	42-50	Ibu Rumah Tangga	Rp.1.000.000 - Rp.2.000.000	3-4	Tidak tentu
45	Perempuan	33-41	Karyawan Wiraswasta	Rp.3.000.000 - Rp.4.000.000	3-4	Seminggu sekali
46	Perempuan	42-50	Ibu Rumah Tangga	Rp.3.000.000 - Rp.4.000.000	3-4	Tidak tentu
47	Perempuan	24-32	Karyawan Wiraswasta	Rp.1.000.000 - Rp.2.000.000	3-4	Tidak tentu
48	Perempuan	42-50	Petani	<Rp.1.000.000	3-4	Tidak tentu
49	Perempuan	17-23	Mahasiswa	<Rp 1.000.000	-	Tidak tentu
50	Perempuan	42-50	Ibu Rumah Tangga	Rp.1.000.000 - Rp.2.000.000	3-4	Tidak tentu

Lampiran 5. Bentuk Kombinasi antara Atribut dengan Level Atribut Gula Aren

Nomor Stimuli	Warna	Harga	Ukuran	Rasa	Kemasan
1	Cokelat Kehitaman	Rp.26.000 – Rp.29.000	Besar	Sangat Manis	Tanpa Kemasan
2	Cokelat Kekuningan	Rp.26.000 – Rp.29.000	Kecil	Manis	Daun Kering
3	Cokelat Kekuningan	Rp.26.000 – Rp.29.000	Kecil	Sangat Manis	Tanpa Kemasan
4	Cokelat Kehitaman	> Rp.30.000	Kecil	Manis	Tanpa Kemasan
5	Cokelat Kehitaman	Rp.26.000 – Rp.29.000	Kecil	Sangat Manis	Daun Kering
6	Cokelat Kekuningan	Rp.26.000 – Rp.29.000	Besar	Manis	Daun Kering
7	Cokelat Kehitaman	Rp.26.000 – Rp.29.000	Besar	Manis	Daun Kering
8	Cokelat Kekuningan	> Rp.30.000	Besar	Sangat Manis	Daun Kering

Lampiran 6. Input Data Penilaian Responden terhadap Stimulus

Nomor	Stimulus							
Responden	1	2	3	4	5	6	7	8
1	4	4	4	1	4	4	4	2
2	4	3	3	3	4	4	4	2
3	5	3	3	3	4	4	5	2
4	4	3	3	2	3	5	5	3
5	4	4	4	2	2	5	4	2
6	4	3	3	2	3	4	4	2
7	3	3	3	2	3	4	4	2
8	4	3	2	2	3	4	5	2
9	5	4	2	1	2	5	5	2
10	3	4	4	2	3	3	4	2
11	4	4	4	2	3	4	3	4
12	3	4	4	3	4	3	3	3
13	4	4	1	2	3	4	4	3
14	5	2	2	2	3	4	5	2
15	4	3	3	2	2	4	4	2
16	3	4	4	1	2	4	4	2
17	4	3	3	2	3	4	3	2
18	3	4	4	2	3	3	3	3
19	4	4	3	2	2	4	5	2
20	5	4	4	2	3	4	5	3
21	4	3	3	3	3	5	4	3
22	4	3	3	1	3	3	5	2
23	5	4	3	3	4	4	5	3
24	5	3	3	4	5	4	5	4
25	5	3	3	4	4	3	4	4
26	4	2	2	3	4	3	4	3
27	3	4	4	3	3	4	3	4
28	4	4	4	3	4	4	4	3
29	4	3	3	4	4	2	3	4
30	4	2	2	2	2	4	4	4
31	4	3	4	2	3	4	4	3
32	4	2	2	2	3	4	5	4

33	5	3	3	2	2	4	5	4
34	4	3	4	3	4	3	4	3
35	4	3	3	3	2	4	4	4
36	3	2	1	3	2	4	4	3
37	3	4	4	2	2	4	4	2
38	3	2	2	3	2	4	4	4
39	4	3	2	3	4	3	2	3
40	4	3	3	2	3	4	4	3
41	4	3	3	2	3	4	4	3
42	5	3	3	2	3	5	5	3
43	4	3	2	3	5	5	3	3
44	4	3	2	2	2	4	4	4
45	4	3	2	4	3	2	4	3
46	3	4	4	3	3	4	4	4
47	3	3	4	3	3	4	3	3
48	4	4	3	4	4	3	4	4
49	3	2	4	3	2	4	3	5
50	4	3	4	4	3	4	3	3

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

<i>Utilities</i>		<i>Utility Estimate</i>	<i>Std. Error</i>
Warna	Cokelat Kehitaman	,000	,018
	Cokelat Kekuningan	,000	,018
Harga	Rp.26.000 – Rp.29.000	,033	,028
	> Rp.30.000	-,033	,028
Ukuran	Besar	,325	,018
	Kecil	-,325	,018
Rasa	Sangat Manis	-,025	,018
	Manis	,025	,018
Kemasan	Tanpa Kemasan	,050	,018
	Daun Kering	-,050	,018
(Constant)		3,392	,019

<i>Importance Values</i>	
Warna	20,820
Harga	30,254
Ukuran	22,167
Rasa	5,046
Kemasan	21,713

Averaged Importance Score

Lampiran 8. Hasil *Overall Statistic* Dan *Average Importance Value* Responden Perempuan

<i>Utilities</i>		<i>Utility Estimate</i>	<i>Std. Error</i>
Warna	Cokelat Kehitaman	,066	,013
	Cokelat Kekuningan	-,066	,013
Harga	Rp.26.000 – Rp.29.000	,363	,018
	> Rp.30.000	-,363	,018
Ukuran	Besar	,391	,013
	Kecil	-,391	,013
Rasa	Sangat Manis	-,078	,013
	Manis	,078	,013
Kemasan	Tanpa Kemasan	-,003	,013
	Daun Kering	,003	,013
(Constant)		3,219	,014

<i>Importance Values</i>	
Warna	16,662
Harga	38,854
Ukuran	27,076
Rasa	11,579
Kemasan	5,869
<i>Averaged Importance Score</i>	

Lampiran 9. Hasil *Overall Statistic* Dan *Average Importance Value* Responden Usia 17 – 23

<i>Utilities</i>		<i>Utility Estimate</i>	<i>Std. Error</i>
Warna	Cokelat Kehitaman	-,054	,000
	Cokelat Kekuningan	,054	,000
Harga	Rp.26.000 – Rp.29.000	,452	,000
	> Rp.30.000	-,452	,000
Ukuran	Besar	,268	,000
	Kecil	-,268	,000
Rasa	Sangat Manis	-,089	,000
	Manis	,089	,000
Kemasan	Tanpa Kemasan	-,018	,000
	Daun Kering	-,018	,000
(Constant)		3,119	,000

<i>Importance Values</i>	
Warna	17,208
Harga	43,463
Ukuran	22,229
Rasa	9,848
Kemasan	7,251

<i>Averaged Importance Score</i>	
----------------------------------	--

Lampiran 10. Hasil *Overall Statistic* Dan *Average Importance Value* Responden Usia 14-32

		<i>Utilities</i>	
		<i>Utility Estimate</i>	<i>Std. Error</i>
Warna	Cokelat Kehitaman	-,071	,063
	Cokelat Kekuningan	,071	,063
Harga	Rp.26.000 – Rp.29.000	,452	,084
	> Rp.30.000	-,452	,084
Ukuran	Besar	,411	,063
	Kecil	-,411	,063
Rasa	Sangat Manis	-,071	,063
	Manis	,071	,063
Kemasan	Tanpa Kemasan	-,054	,063
	Daun Kering	-,054	,063
(Constant)		3,244	,067

<i>Importance Values</i>	
Warna	12,655
Harga	38,863
Ukuran	30,566
Rasa	8,966
Kemasan	8,950
<i>Averaged Importance Score</i>	

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

		<i>Utilities</i>	
		<i>Utility Estimate</i>	<i>Std. Error</i>
Warna	Cokelat Kehitaman	,096	,014
	Cokelat Kekuningan	-,096	,014
Harga	Rp.26.000 – Rp.29.000	,124	,018
	> Rp.30.000	-,124	,021
Ukuran	Besar	,423	,014
	Kecil	-,423	,014
Rasa	Sangat Manis	-,077	,014
	Manis	,077	,014
Kemasan	Tanpa Kemasan	-,058	,014
	Daun Kering	-,058	,014
(Constant)		3,391	,014

<i>Importance Values</i>	
Warna	12,041
Harga	36,208
Ukuran	31,191
Rasa	8,879
Kemasan	11,681
<i>Averaged Importance Score</i>	

Lampiran 12. Hasil Overall Statistic Dan Average Importance Value Responden Usia 41-50

<i>Utilities</i>			
		<i>Utility Estimate</i>	<i>Std. Error</i>
Warna	Cokelat Kehitaman	,109	,044
	Cokelat Kekuningan	-,109	,044
Harga	Rp.26.000 – Rp.29.000	,250	,059
	>Rp.30.000	-,250	,059
Ukuran	Besar	,359	,044
	Kecil	-,359	,044
Rasa	Sangat Manis	-,078	,044
	Manis	,078	,044
Kemasan	Tanpa Kemasan	-,047	,044
	Daun Kering	,047	,044
(Constant)		3,219	,047

<i>Importance Values</i>	
Warna	25,768
Harga	32,161
Ukuran	21,316
Rasa	11,068
Kemasan	9,687
<i>Averaged Importance Score</i>	

Lampiran 13. Hasil *Overall Statistic* Dan *Average Importance Value* Responden pekerjaan Mahasiswa

		<i>Utilities</i>	
		<i>Utility Estimate</i>	<i>Std. Error</i>
Warna	Cokelat Kehitaman	-,054	,000
	Cokelat Kekuningan	,054	,000
Harga	Rp.26.000 – Rp.29.000	,167	,000
	> Rp.30.000	-,167	,000
Ukuran	Besar	,268	,000
	Kecil	-,268	,000
Rasa	Sangat Manis	-,089	,000
	Manis	,089	,000
Kemasan	Tanpa Kemasan	,018	,000
	Daun Kering	-,018	,000
(Constant)		3,119	,000

<i>Importance Values</i>	
Warna	17,208
Harga	43,463
Ukuran	22,229
Rasa	9,848
Kemasan	7,251
<i>Averaged Importance Score</i>	

Lampiran 14. Hasil Overall Statistic Dan Average Importance Value Responden Pekerja Karyawan Swasta

		<i>Utilities</i>	
		<i>Utility Estimate</i>	<i>Std. Error</i>
Warna	Cokelat Kehitaman	,375	,000
	Cokelat Kekuningan	-,375	,000
Harga	Rp.26.000 – Rp.29.000	,167	,000
	>Rp.30.000	,167	,000
Ukuran	Besar	,125	,000
	Kecil	-,125	,000
Rasa	Sangat Manis	-,125	,000
	Manis	,125	,000
Kemasan	Tanpa Kemasan	,125	,000
	Daun Kering	-,125	,000
(Constant)		3,333	,000

<i>Importance Values</i>	
Warna	25,000
Harga	50,000
Ukuran	8,333
Rasa	8,333
Kemasan	8,333

Averaged Importance Score

Lampiran 15. Hasil *Overall Statistic* Dan *Average Importance Value* Responden Pekerjaan Wiraswasta

		<i>Utilities</i>	
		<i>Utility Estimate</i>	<i>Std. Error</i>
Warna	Cokelat Kehitaman	,089	,051
	Cokelat Kekuningan	-,089	,051
Harga	Rp.26.000 – Rp.29.000	,119	,067
	>Rp.30.000	,119	,079
Ukuran	Besar	,411	,051
	Kecil	-,411	,051
Rasa	Sangat Manis	-,089	,051
	Manis	,089	,051
Kemasan	Tanpa Kemasan	-,018	,051
	Daun Kering	.018	,051
(Constant)		3,345	,053

<i>Importance Values</i>	
Warna	19,616
Harga	32,774
Ukuran	27,472
Rasa	12,118
Kemasan	8,020

<i>Averaged Importance Score</i>	
----------------------------------	--

Lampiran 16. Hasil Overall Statistic Dan Average Importance Value Responden pekerjaan PNS

<i>Utilities</i>			
		<i>Utility Estimate</i>	<i>Std. Error</i>
Warna	Cokelat Kehitaman	,018	,025
	Cokelat Kekuningan	-,018	,025
Harga	Rp.26.000 – Rp.29.000	,405	,034
	> Rp.30.000	-,405	,034
Ukuran	Besar	,518	,025
	Kecil	-,518	,025
Rasa	Sangat Manis	-,196	,025
	Manis	,196	,025
Kemasan	Tanpa Kemasan	,018	,025
	Daun Kering	-,018	,025
(Constant)		3,202	,027

<i>Importance Values</i>	
Warna	11,483
Harga	26,920
Ukuran	28,418
Rasa	10,699
Kemasan	22,481
<i>Averaged Importance Score</i>	

Lampiran 17. Hasil Overall Statistic Dan Average Importance Value Responden pekerjaan petani

		<i>Utilities</i>	
		<i>Utility Estimate</i>	<i>Std. Error</i>
Warna	Cokelat Kehitaman	,083	,044
	Cokelat Kekuningan	-,083	,044
Harga	Rp.26.000 – Rp.29.000	,333	,059
	> Rp.30.000	-,333	,059
Ukuran	Besar	,438	,044
	Kecil	-,438	,044
Rasa	Sangat Manis	000	,044
	Manis	,000	,044
Kemasan	Tanpa Kemasan	-,021	,044
	Daun Kering	021	,044
(Constant)		3,229	,047

<i>Importance Values</i>	
Warna	22,262
Harga	43,906
Ukuran	29,682
Rasa	9,397
Kemasan	3,754
<i>Averaged Importance Score</i>	

Lampiran 18. Hasil *Overall Statistic* Dan *Average Importance Value* Responden Pekerjaan Ibu Rumah Tangga

		<i>Utilities</i>	
		<i>Utility Estimate</i>	<i>Std. Error</i>
Warna	Cokelat Kehitaman	.083	.044
	Cokelat Kekuningan	-.083	.044
Harga	Rp.26.000 – Rp.29.000	.333	.069
	> Rp.30.000	-.333	.069
Ukuran	Besar	.438	.044
	Kecil	-.438	.044
Rasa	Sangat Manis	.000	.044
	Manis	.000	.044
Kemasan	Tanpa Kemasan	-.021	.044
	Daun Kering	.021	.044
(Constant)		3,229	.047

<i>Importance Values</i>	
Warna	22,262
Harga	34,906
Ukuran	29,682
Rasa	9,397
Kemasan	3,754
<i>Averaged Importance Score</i>	

Lampiran 19. Overall Statistic Dan Average Importance Value Responden pendapatan < Rp 1.000.000

		<i>Utilities</i>	
		<i>Utility Estimate</i>	<i>Std. Error</i>
Warna	Cokelat Kehitaman	,196	,051
	Cokelat Kekuningan	-,196	,051
Harga	Rp.26.000 – Rp.29.000	,310	,079
	> Rp.30.000	-,310	,079
Ukuran	Besar	,161	,051
	Kecil	-,161	,051
Rasa	Sangat Manis	-,125	,051
	Manis	,125	,051
Kemasan	Tanpa Kemasan	-,089	,051
	Daun Kering	-,089	,051
(Constant)		3,048	,053

<i>Importance Values</i>	
Warna	15,909
Harga	43,152
Ukuran	18,550
Rasa	9,026
Kemasan	11,364
<i>Averaged Importance Score</i>	

Lampiran 20. Hasil Overall Statistic Dan Average Importance Value Responden pendapatan Rp 1.000.000 – Rp.2.000.000

		<i>Utilities</i>	
		<i>Utility Estimate</i>	<i>Std. Error</i>
Warna	Cokelat Kehitaman	,196	,068
	Cokelat Kekuningan	-,196	,068
Harga	Rp.26.000 – Rp.29.000	,310	,091
	> Rp.30.000	-,310	,091
Ukuran	Besar	,161	,068
	Kecil	-,161	,068
Rasa	Sangat Manis	-,125	,068
	Manis	,125	,068
Kemasan	Tanpa Kemasan	,189	,068
	Daun Kering	-.089	,068
(Constant)		3,048	,072

<i>Importance Values</i>	
Warna	20,872
Harga	36,701
Ukuran	27,674
Rasa	8,792
Kemasan	5,961
<i>Averaged Importance Score</i>	

Lampiran 21. Hasil *Overall Statistic* Dan *Average Importance Value* Responden pendapatan Rp 3.000.000 – Rp.4.000.000

		<i>Utilities</i>	
		<i>Utility Estimate</i>	<i>Std. Error</i>
Warna	Cokelat Kehitaman	,010	,015
	Cokelat Kekuningan	,010	,015
Harga	Rp.26.000 – Rp.29.000	,264	,020
	> Rp.30.000	-,264	,020
Ukuran	Besar	,406	,015
	Kecil	-,406	,015
Rasa	Sangat Manis	-,042	,015
	Manis	,042	,015
Kemasan	Tanpa Kemasan	,021	,015
	Daun Kering	-,021	,015
(Constant)		3,257	,016

<i>Importance Values</i>	
Warna	17,267
Harga	34,043
Ukuran	25,879
Rasa	10,559
Kemasan	12,253
<i>Averaged Importance Score</i>	

Lampiran 22. Hasil Overall Statistic Dan Average Importance Value Responden pendapatan Rp 5.000.000 – Rp.6.000.000

		<i>Utilities</i>	
		<i>Utility Estimate</i>	<i>Std. Error</i>
Warna	Cokelat Kehitaman	,125	,236
	Cokelat Kekuningan	-,125	,236
Harga	Rp.26.000 – Rp.29.000	,222	,314
	> Rp.30.000	-,222	,369
Ukuran	Besar	,208	,236
	Kecil	-,208	,236
Rasa	Sangat Manis	000	,236
	Manis	000	,236
Kemasan	Tanpa Kemasan	000	,236
	Daun Kering	000	,236
(Constant)		2,944	,248

<i>Importance Values</i>	
Warna	26,038
Harga	41,656
Ukuran	15,802
Rasa	9,534
Kemasan	6,970
<i>Averaged Importance Score</i>	

Lampiran 23. Hasil Overall Statistic dan Average Importance Value Responden jumlah keluarga 1-2

<i>Utilities</i>			
		<i>Utility Estimate</i>	<i>Std. Error</i>
Warna	Cokelat Kehitaman	,028	,039
	Cokelat Kekuningan	-,028	,039
Harga	Rp.26.000 – Rp.29.000	,222	,052
	> Rp.30.000	-,222	,061
Ukuran	Besar	,389	,039
	Kecil	-,389	,039
Rasa	Sangat Manis	-,056	,039
	Manis	,056	,039
Kemasan	Tanpa Kemasan	000	,039
	Daun Kering	000	,039
(Constant)		3,250	,041

<i>Importance Values</i>	
Warna	13,001
Harga	41,560
Ukuran	29,023
Rasa	11,171
Kemasan	5,245
<i>Averaged Importance Score</i>	

Lampiran 24. Hasil Overall Statistic Dan Average Importance Value Responden Jumlah Keluarga 3-4

		<i>Utilities</i>	
		<i>Utility Estimate</i>	<i>Std. Error</i>
Warna	Cokelat Kehitaman	,196	,068
	Cokelat Kekuningan	-,196	,068
Harga	Rp.26.000 – Rp.29.000	,310	,091
	> Rp.30.000	-,310	,106
Ukuran	Besar	,161	,068
	Kecil	-,161	,068
Rasa	Sangat Manis	-,125	,068
	Manis	,125	,068
Kemasan	Tanpa Kemasan	-,089	,068
	Daun Kering	-,089	,068
(Constant)		3,048	,072

<i>Importance Values</i>	
Warna	20,872
Harga	36,701
Ukuran	27,674
Rasa	8,792
Kemasan	5,961

Averaged Importance Score

Lampiran 25. Hasil Overall Statistic Dan Average Importance Value Responden Jumlah Keluarga 5-6

		<i>Utilities</i>	
		<i>Utility Estimate</i>	<i>Std. Error</i>
Warna	Cokelat Kehitaman	,125	,000
	Cokelat Kekuningan	-,125	,000
Harga	Rp.26.000 – Rp.29.000	,367	,000
	> Rp.30.000	,367	,000
Ukuran	Besar	,275	,000
	Kecil	-,275	,000
Rasa	Sangat Manis	-,175	,000
	Manis	,175	,000
Kemasan	Tanpa Kemasan	,075	,000
	Daun Kering	-,075	,000
(Constant)		3,133	,000

<i>Importance Values</i>	
Warna	20,000
Harga	42,667
Ukuran	17,333
Rasa	10,000
Kemasan	10,000
<i>Averaged Importance Score</i>	

Lampiran 26. Hasil Analisis *Conjoint* 50 Responden pada *Overall Statistics* dan *Average Importance Value* dan *Correlations*

<i>Utilities</i>			
		<i>Utility Estimate</i>	<i>Std. Error</i>
Warna	Cokelat Kehitaman	0,055	0,014
1	Cokelat Kekuningan	-0,055	0,014
Harga	Rp.26.000-Rp.29.000	0,300	0,019
2	> Rp.30.000	0,300	0,022
Ukuran	Besar	0,375	0,014
3	Kecil	-0,375	0,014
Rasa	Sangat Manis	-0,070	0,014
4	Manis	0,070	0,014
Kemasan	Tanpa Kemasan	0,010	0,014
5	Daun Kering	-0,010	0,014
(Constant)		3,250	0,015

<i>Importance Value</i>	
Warna	17,246
Harga	37,298
Ukuran	25,920
Rasa	10,365
Kemasan	9,171
<i>Avaraged Importance Score</i>	

<i>Correlation</i>		
	<i>Value</i>	<i>Sig.</i>
Pearson"s R	1,000	,000
Kendall"s tau	,982	,000

a. *Correlations between observed and estimated preferences*

Lampiran 27. Uji Validitas

Correlations

		cokelat_k	cokelat_kek	warna
cokelat_kehitam	Pearson Correlation		-,065	,673*
	Sig. (2-tailed)		,652	,00
cokelat_kekuning	Pearson Correlation	-,065		,5
	Sig. (2-tailed)	,652	,5	,694*
warna	Pearson Correlation	,5	,694*	
	Sig. (2-tailed)	,652	,694*	,5
	N	50	50	50

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

Correlations

		Rp.26.000_ sampai_Rp.29.000	lebihdari_Rp.30.000	harga
Rp.26.000_sampai_Rp.29.000	Pearson Correlation		-,02	,796*
	Sig. (2-tailed)		,84	,00
	N	5	5	5
lebihdari_Rp.30.000	Pearson Correlation	-,02		,448*
	Sig. (2-tailed)	,84		,00
	N	5	5	5
harga	Pearson Correlation	,796*	,448*	
	Sig. (2-tailed)	,00	,00	
	N	5	5	5

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

Correlations

		besar	kecil	ukuran
besar	Pearson Correlation		,475*	,858*
	Sig. (2-tailed)		,000	,00
	N	50	50	5
kecil	Pearson Correlation	,475*		,859*
	Sig. (2-tailed)	,000		,00
	N	50	50	5
ukuran	Pearson Correlation	,858*	,859*	
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	
	N	50	50	5

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

Correlations

		sangat_mani	manis	rasa
sangat_manis	Pearson Correlation		-,282	,699*
	Sig. (2-tailed)		,04	,00
	N	5	5	5
manis	Pearson Correlation	-,282		,489*
	Sig. (2-tailed)	,04		,00
	N	5	5	5
rasa	Pearson Correlation	,699*	,489*	
	Sig. (2-tailed)	,00	,00	
	N	5	5	5

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

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

Correlations

		besar	kecil	ukuran
besar	Pearson Correlation		,475*	,858*
	Sig. (2-tailed)		,00	,00
	N		5	5
kecil	Pearson Correlation			,859*
	Sig. (2-tailed)			,00
	N	5	5	
ukuran	Pearson Correlation		,859*	
	Sig. (2-tailed)	,00	,00	
	N		5	5

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

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

Lampiran 28. Uji Reabilitas

Case Processing Summary

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,674	8

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
p1	34,4000	16,449	,10	,68
p2	33,9400	13,894	,55	,61
p3	33,3000	14,133	,47	,62
p4	32,6000	15,265	,37	,65
p5	33,4200	15,432	,35	,65
p6	33,6400	16,276	,16	,67
p7	33,2200	15,114	,33	,65
p8	18,0400	4,325	1,000	,42

Lampiran 29. Pra-Survey Penelitian



Suasana pasar tradisional yang tampak dari dalam



Suasana pasar tradisional yang tampak dari luar



Produk gula aren yang berwarna coklat kehitaman



Produk gula aren yang berwarna coklat kekuningan



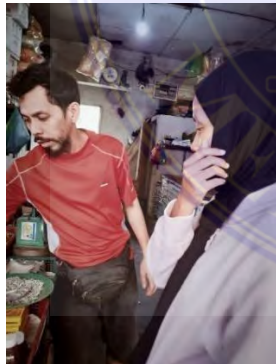
Gambar gula aren yang menggunakan kemasan daun Kering



Wawancara kepada responden 1



Wawancara kepada responden 2



Wawancara kepada responden 3



Wawancara kepada responden 4

Lampiran 30. Lokasi Penelitian



Kebun Lada
Binjai Utara, Binjai City, North Sumatra



Lampiran 31 Surat Pengantar Penelitian



UNIVERSITAS MEDAN AREA

FAKULTAS PERTANIAN

Kampus I : Jalan Kolam Nomor 1 Medan Estate ☎ (061) 7360168, Medan 20223
Kampus II : Jalan Seliabudi Nomor 79 / Jalan Sei Serayu Nomor 70 A ☎ (061) 42402994, Medan 20122
Website: www.uma.ac.id E-Mail: univ_medanarea@uma.ac.id

Nomor : 557/FP.0/01.10/III/2025

Medan, 11 Maret 2025

Lamp. : -

Hal : Pengambilan Data/Riset

Kepada yth.
Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik
Kota Binjai
di
Tempat

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

Nama : Atikah Halim
NIM : 218220056
Program Studi : Agribisnis

Untuk melaksanakan Pengambilan Data di Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Kota Binjai untuk kepentingan skripsi berjudul "**Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Pembelian Gula Aren (Arenga Pinata) di Pasar Tradisional Kebun Lada Binjai Utara**".

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

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



Dekan,

Dr. Siswa Panjang Hernosa, SP, M.Si

Tembusan:

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



Lampiran 32 Surat Izin Penelitian



PEMERINTAH KOTA BINJAI
DINAS KETENAGAKERJAAN,
PERINDUSTRIAN DAN PERDAGANGAN
Jalan Perintis Kemerdekaan Nomor 113, Binjai Utara, Kota Binjai
Sumatera Utara 20743, Email: disnakerperindagbinjai.umum@gmail.com

Binjai, 15 Agustus 2025

Nomor : 000.9.1/3059 /Disnaker Perindag/VIII/2025
Sifat : Biasa
Lampiran : -
Perihal : Izin Penelitian

Yth: **ATIKAH HALIM**
di -
Tempat

Menindaklanjuti Surat Sekretaris Daerah Kota Binjai Nomor 000.9.1/4014 tanggal 31 Juli 2025 perihal Surat Izin Penelitian.

Berkenaan dengan hal tersebut, dengan ini kami menyampaikan kepada Saudara bahwa kami tidak berkeberatan menerima saudara untuk melakukan penelitian di Dinas Ketenagakerjaan dan Perindustrian Perdagangan Kota Binjai (Pasar Tradisional Kebun Lada), surat Izin Penelitian ini berlaku selama 1 (satu) minggu terhitung mulai tanggal surat ini dikeluarkan.

Demikian kami sampaikan untuk urusan selanjutnya.

KEPALA DINAS KETENAGAKERJAAN,
PERINDUSTRIAN DAN PERDAGANGAN
KOTA BINJAI



Drs. HAMDANI HASIBUAN
PEMBINA UTAMA MUDA
NIP. 19691119 199009 1 001

Lampiran 33 Surat Selesai Penelitian

 PEMERINTAH KOTA BINJAI
**DINAS KETENAGAKERJAAN,
PERINDUSTRIAN DAN PERDAGANGAN**
Jalan Perintis Kemerdekaan Nomor 113, Binjai Utara, Kota Binjai
Sumatera Utara 20743, Email: disnakerperindagbinjai.umum@gmail.com

SURAT KETERANGAN
NOMOR : 400.7.22.1/ 5247 /Disnaker Perindag/IX/2025

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Drs. Hamdani Hasibuan
NIP : 19691119 199009 1 001
Pangkat/Gol.Ruang : Pembina Utama Muda (IV/c)
Jabatan : Kepala Dinas Ketenagakerjaan, Perindustrian dan
Perdagangan Kota Binjai

Menerangkan dengan sesungguhnya bahwa :

Nama : ATIKAH HALIM
NPM : 218220056
Pekerjaan : Mahasiswi
Status : Mahasiswi Program Studi Agribisnis
Fakultas Pertanian Universitas Medan Area
Judul : Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Pembelian Gula Aren
(*Arenga Pinnata*) Di Pasar Tradisional Kebun Lada Binjai Utara
Tempat Penelitian : Dinas Ketenagakerjaan, Perindustrian dan Perdagangan
Kota Binjai

Benar-benar **TELAH** melaksanakan Riset Tugas Akhir (Skripsi) terkait "Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Pembelian Gula (*Arenga Pinnata*) Di Pasar Tradisional Kebun Lada Binjai Utara" di Dinas Ketenagakerjaan, Perindustrian dan Perdagangan Kota Binjai, selama 1 (satu) Minggu.

Demikian surat Keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Binjai, 02 September 2025

KEPALA DINAS KETENAGAKERJAAN,
PERINDUSTRIAN DAN PERDAGANGAN
KOTA BINJAI


Drs. HAMDANI HASIBUAN
PEMBINA UTAMA MUDA
NIP. 19691119 199009 1 001