

**ANALISIS PREFERENSI, PERMINTAAN DAN KEPUASAN
KONSUMEN RUMAH TANGGA DALAM PEMBELIAN GULA PASIR
DI KOTA BANDAR LAMPUNG**

(Skripsi)

Oleh
Selly Muchtar Djalil
1714131005



**JURUSAN AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS LAMPUNG
2021**

**ANALISIS PREFERENSI, PERMINTAAN DAN KEPUASAN KONSUMEN
RUMAH TANGGA DALAM PEMBELIAN GULA PASIR
DI KOTA BANDAR LAMPUNG**

Oleh

Selly Muchtar Djalil

Skripsi

**Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mencapai Gelar
SARJANA PERTANIAN**

Pada

**Jurusan Agribisnis
Fakultas Pertanian Universitas Lampung**



**JURUSAN AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS LAMPUNG
2021**

ABSTRAK

ANALISIS PREFERENSI, PERMINTAAN DAN KEPUASAN KONSUMEN RUMAH TANGGA DALAM PEMBELIAN GULA PASIR DI KOTA BANDAR LAMPUNG

Oleh

Selly Muchtar Djalil

Penelitian ini bertujuan untuk (1) mengkaji preferensi konsumen rumah tangga terhadap atribut-atribut gula pasir, (2) faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi permintaan konsumen rumah tangga terhadap gula pasir, (3) dan tingkat kepuasan konsumen rumah tangga terhadap gula pasir di Kota Bandar Lampung. Penelitian ini menggunakan metode survei di Kecamatan Tanjung Karang Barat, Way Halim, Tanjung Karang Timur dan Kemiling yang melibatkan 100 ibu rumah tangga konsumen gula pasir dengan menggunakan teknik *multistage random sampling*. Tujuan pertama dianalisis menggunakan metode analisis konjoin, tujuan kedua dianalisis menggunakan regresi linier berganda, dan tujuan ketiga dianalisis menggunakan *Customer Satisfaction Index (CSI)* serta *Importance Performance Analysis (IPA)*. Pengumpulan data dilaksanakan dari bulan Januari hingga Maret 2021. Hasil penelitian menunjukkan bahwa atribut-atribut yang disukai oleh konsumen gula pasir yaitu gula pasir kemasan berukuran satu kilogram dengan tekstur butiran gula pasir yang halus dan berwarna putih dengan kisaran harga mulai dari Rp11.500 hingga Rp13.000 per kilogram. Faktor-faktor yang berpengaruh terhadap permintaan gula pasir yaitu harga gula pasir dan jumlah anggota keluarga. Nilai kepuasan konsumen gula pasir tertinggi yaitu merek Rosebrand sebesar 86,15 diikuti dengan Gulaku yaitu 85,37 persen sehingga termasuk dalam kategori sangat puas. Atribut yang perlu dipertahankan produsen gula pasir yaitu atribut kemudahan memperoleh gula pasir, kebersihan gula pasir, ketersediaan tanggal kadaluarsa, label halal, dan izin BPOM.

Kata kunci : Gula pasir, Kepuasan, Permintaan, Preferensi.

ABSTRACT

ANALYSIS OF HOUSEHOLD CONSUMER PREFERENCES, DEMAND AND SATISFACTION IN THE PURCHASE OF SUGAR IN BANDAR LAMPUNG CITY

By

Selly Muchtar Djalil

This study aims to (1) examine household consumer preferences for sugar attributes, (2) what factors influence household consumer demand for granulated sugar, (3) and the level of household consumer satisfaction with granulated sugar in Indonesia. Bandar Lampung City. This study uses a survey method in the Districts of Tanjung Karang Barat, Way Halim, Tanjung Karang Timur and Kemiling involving 100 housewives who consume sugar using multistage random sampling technique. The first objective was analyzed using conjoint analysis method, the second objective was analyzed using multiple linear regression, and the third objective was analyzed using Customer Satisfaction Index (CSI) and Importance Performance Analysis (IPA). Data collection was carried out from January to March 2021. The study reveals that the attributes favored by white sugar consumers are one kilogram sugar pack with fine texture of white sugar and white in color with price ranging from Rp 11.500 to Rp 13.000 per kilogram. The factors that affecting the demand for white sugar are the price of white sugar and the number of family members. The highest CSI is for Rosebrand sugar at 86,15 percent followed by Gulaku sugar at 85,37 percent, showing that consumer are very satisfied. Attributes that need to be maintained by sugar producers are availability of white sugar, cleanliness of white sugar, mark of expired dates, halal label, and BPOM permit.

Keywords : Sugar, Satisfaction, Demand, Preference.

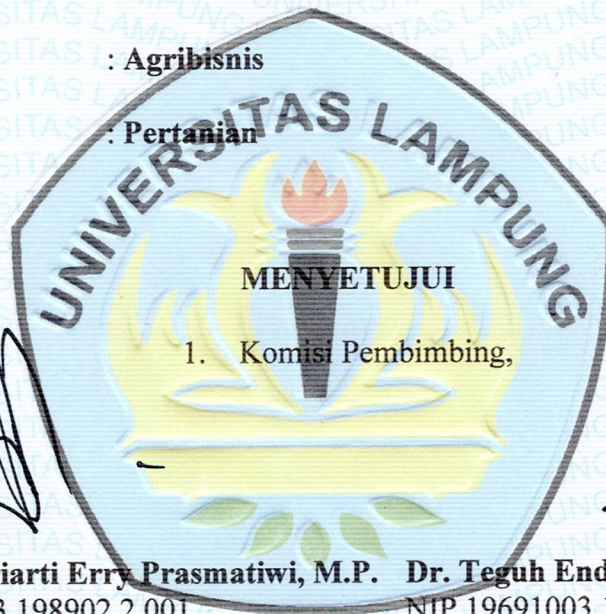
Judul : **ANALISIS PREFERENSI, PERMINTAAN DAN
KEPUASAN KONSUMEN RUMAH TANGGA
DALAM PEMBELIAN GULA PASIR DI KOTA
BANDAR LAMPUNG**

Nama Mahasiswa : **Selly Muchtar Djafil**

NPM : **1714131005**

Jurusan : **Agribisnis**

Fakultas : **Pertanian**



1. **Komisi Pembimbing,**

Dr.Ir. Fembriarti Erry Prasmatiwi, M.P. NIP 19630203 198902 2 001
Dr. Teguh Endaryanto, S.P., M.Si. NIP 19691003 199403 1 004

2. **Ketua Jurusan Agribisnis**

Dr. Teguh Endaryanto, S.P., M.Si.
NIP 19691003 199403 1 004

MENGESAHKAN

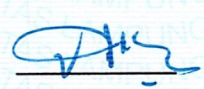
1. Tim Penguji

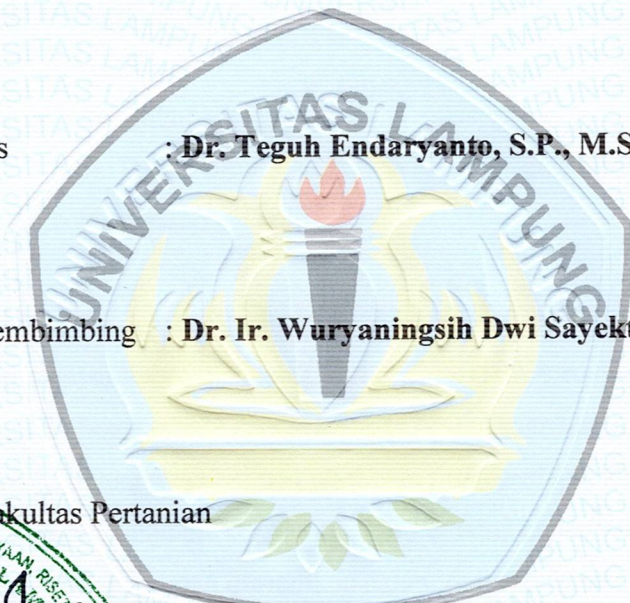
Ketua : **Dr.Ir. Fembriarti Erry Prasmatiwi, M.P.**

M.


Sekretaris : **Dr. Teguh Endaryanto, S.P., M.Si.**

Penguji
Bukan Pembimbing : **Dr. Ir. Wuryaningsih Dwi Sayekti, M.S**





2. Dekan Fakultas Pertanian



Prof. Dr. Ir. Irwan Sukri Banuwa, M.Si.
NIP. 19611020 198603 1 002



Tanggal Lulus Ujian Skripsi : **31 Agustus 2021**

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Selly Muchtar Djalil

NPM : 1714131005

Program Studi : Agribisnis

Jurusan : Agribisnis

Fakultas : Pertanian

Alamat : Jl. Teuku Umar GG. Tavip No. 22 Kel. Sidodadi, Kec. Kedaton,
Kota Bandar Lampung

Dengan ini menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya orang lain yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dirujuk dari sumbernya dan disebutkan dalam daftar pustaka.



RIWAYAT HIDUP



Penulis lahir di Bandar Lampung pada tanggal 07 September 1998, sebagai anak ketiga dari tiga bersaudara dari pasangan Bapak Arifin, S.H dan Ibu Sri Chairattati DP.Alam, S.Pd., M.Pd. Pendidikan Taman Kanak-Kanak (TK) diselesaikan di TK Xaverius Way Halim Bandar Lampung pada tahun 2005, Pendidikan Sekolah Dasar (SD) di SD Al-Azhar 1 pada tahun 2011, Pendidikan Sekolah Menengah Pertama (SMP) di SMP Negeri 23

Bandar Lampung pada tahun 2014 dan Pendidikan Sekolah Menengah Atas (SMA) di SMA Negeri 9 Bandar Lampung pada tahun 2017. Penulis diterima di Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Lampung pada tahun 2017 melalui jalur Seleksi Nasional Masuk Perguruan Tinggi (SNMPTN).

Penulis mengikuti kegiatan Praktik Pengenalan Pertanian (*Homestay*) selama 7 hari di Desa Gunung Rejo, Kecamatan Way Lima, Kabupaten Pesawaran pada tahun 2018. Penulis melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Menggala, Kecamatan Menggala Timur, Kabupaten Tulang Bawang selama 40 pada bulan Januari hingga Februari 2020. Penulis melaksanakan Praktikum Umum (PU) di Balai Pengkajian Teknologi Pertanian (BPTP) Lampung. Penulis pernah menjadi Asisten Dosen (asdos) mata kuliah Pengantar Ilmu Ekonomi pada semester genap tahun ajaran 2019/2020. Penulis juga aktif sebagai anggota bidang kewirausahaan Himpunan Mahasiswa Agribisnis Fakultas Pertanian (Himaseperta) Universitas Lampung pada periode 2017-2020. Penulis juga pernah menjadi bendahara pelaksana dalam kegiatan Seminar Nasional yang dilaksanakan pada tahun 2019.

SANWANCANA

Assalamualaikum Wr. Wb

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala berkah, hidayah, nikmat dan karunia-Nya, skripsi yang berjudul “**Analisis Preferensi, Permintaan dan Kepuasan Konsumen Rumah Tangga Dalam Pembelian Gula Pasir di Kota Bandar Lampung**” dapat diselesaikan dengan baik dan tepat waktu.

Skripsi ini tidak akan terealisasi dengan baik tanpa adanya dukungan, bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini, ucapan terima kasih disampaikan yang sebesar-besarnya dengan segala kerendahan dan ketulusan hati kepada :

- 1) Prof. Dr. Ir. Irwan Sukri Banuwa, M.Si. selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Lampung.
- 2) Dr. Teguh Endaryanto, S.P., M.Si. selaku Ketua Jurusan Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Lampung sekaligus Dosen Pembimbing Kedua atas ketulusan hati, bimbingan, dukungan, motivasi serta meluangkan waktu, tenaga dan pikirannya untuk memberikan ilmu yang bermanfaat dari awal hingga akhir perkuliahan dan dalam proses penyelesaian skripsi.
- 3) Dr. Indah Listiana, S.P., M.Si. selaku Sekretaris Jurusan Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Lampung.
- 4) Dr.Ir. Fembriarti Erry Prasmatiwi, M.P. selaku Pembimbing Akademik sekaligus Dosen Pembimbing Pertama yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikirannya untuk memberikan bimbingan, arahan, motivasi, dukungan dan ilmu yang bermanfaat dari awal hingga akhir perkuliahan dan dalam proses penyelesaian skripsi.

- 5) Dr. Ir. Wuryaningsih Dwi Sayekti, M.S. selaku Dosen Penguji atau Pembahas yang telah memberikan masukan, saran, dukungan, motivasi dan ilmu yang bermanfaat dari awal hingga akhir perkuliahan dan dalam penyempurnaan skripsi ini.
- 6) Seluruh Dosen Jurusan Agribisnis yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat selama penulis menjadi mahasiswa di Universitas Lampung.
- 7) Karyawan dan karyawan di Jurusan Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Lampung yaitu Mba Iin, Mba Tunjung, Mas Boim dan Mas Bukhari, atas semua bantuan yang telah diberikan.
- 8) Kedua orang tuaku tercinta, Ayahanda tercinta Arifin, S.H dan Ibu tercinta Sri Chairattati DP.Alam, S.Pd., M.Pd. yang selalu memberikan dukungan, semangat, kasih sayang, perhatian, saran dan doa yang tak pernah terputus untuk kelancaran dan kesuksesan penulis.
- 9) Kakak-kakakku tersayang, Artha Muchtar Djalil dan Nico Muchtar Djalil yang selalu memberikan semangat dan motivasi kepada penulis.
- 10) Sahabat-sahabatku tersayang “kosbel”, Belli, Vira, Dhayu, Indah, Icul, Eyin, Caca, Aul, Putri, Nina, Dewi, Agem, Olga dan Thania atas segala bantuan, doa, semangat, motivasi, perhatian, kebersamaan, memberikan banyak kenangan lucu dan indah kepada penulis selama perkuliahan dan menemani penulis selama penyelesaian skripsi.
- 11) Sahabat-sahabatku “bangbe”, Nebe, Dwika, Dehas, Thea dan Dhanti yang telah memberikan bantuan, saran, semangat dan hiburan kepada penulis selama perkuliahan dan penyelesaian skripsi.
- 12) Sahabat-sahabatku Gita, Nurul, Ria dan Rafli yang selama ini memberikan semangat, motivasi dan mendengarkan keluhan penulis selama perkuliahan dan penyelesaian skripsi.
- 13) The Kons yang selama ini memberikan bantuan kepada penulis selama perkuliahan.
- 14) Teman-teman seperjuangan Agribisnis 2017, yang tidak dapat disebutkan satu per satu atas bantuan, saran, dukungan dan kenangan indah yang telah diberikan kepada penulis sejak menjadi mahasiswa baru.

- 15) Atu dan Kiyay Agribisnis 2014, 2015, 2016 serta adik Agribisnis 2018, 2019 dan 2020 yang tidak dapat disebutkan satu per satu atas bantuan, saran, dukungan dan kenangan indah yang telah diberikan kepada penulis.
- 16) Keluarga Himaseperta yang telah memberikan pengalaman organisasi, suka duka, cerita dan ilmu yang bermanfaat kepada penulis selama kuliah di Jurusan Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Lampung.
- 17) Almamater tercinta dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini.

Semoga Allah SWT memberikan balasan terbaik atas segala bantuan yang telah diberikan kepada penulis. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih terdapat kekurangan dan masih jauh dari kata sempurna. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua. Mohon maaf atas segala kesalahan dan kekhilafan selama proses penulisan skripsi ini.

Bandar Lampung, 4 Oktober 2021

Selly Muchtar Djali

DAFTAR ISI

Halaman

DAFTAR TABEL	iii
DAFTAR GAMBAR.....	vii
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.2.1 Preferensi konsumen rumah tangga terhadap gula pasir di Kota Bandar Lampung belum diketahui	5
1.2.2 Permintaan gula pasir di Rumah Tangga cenderung menurun.....	6
1.2.3 Kepuasan dalam mengkonsumsi gula pasir di Bandar Lampung....	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
II. TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	9
2.1 Tinjauan Pustaka.....	9
2.1.1 Gula Pasir	9
2.1.2 Preferensi Konsumen.....	10
2.1.3 Pola Permintaan.....	13
2.1.4 Teori Permintaan	14
2.1.5 Kepuasan Konsumen	19
2.1.6 Penelitian Terdahulu.....	23
2.2 Kerangka Pemikiran.....	27
2.3 Hipotesis	30
III. METODE PENELITIAN	31
3.1 Metode Dasar	31
3.2 Konsep Dasar dan Definisi Operasional	31
3.3 Populasi, Sampel, Teknik Sampling, Responden dan Waktu Penelitian.....	35
3.4 Sifat dan Jenis Data.....	37
3.4.1 Sifat Data	37
3.4.2 Jenis Data.....	37
3.5 Uji Validitas dan Reabilitas	37

3.6 Metode Analisis Data.....	40
3.6.1 Preferensi Konsumen.....	40
3.6.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konsumen	42
3.6.3 Kepuasan Konsumen	45
IV. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN.....	49
4.1 Sejarah Singkat Kota Bandar Lampung.....	49
4.2 Keadaan Geografi	50
4.3 Keadaan Topografi.....	52
4.4 Keadaan Demografi	52
4.5 Pendapatan Kota Bandar Lampung	53
4.6 Komoditas Kebutuhan Pokok : Gula Pasir	53
V. HASIL DAN PEMBAHASAN	56
5.1 Karakteristik Responden	56
5.2 Preferensi Konsumen Terhadap Atribut Gula Pasir di Kota Bandar Lampung.....	61
5.3 Pola Permintaan Gula Pasir di Kota Bandar Lampung.....	65
5.4 Pengaruh Pandemi Covid-19 Dalam Pembelian Gula Pasir	69
5.5 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Gula Pasir di Kota Bandar Lampung.....	70
5.6 Kepuasan Konsumen Dalam Pembelian Gula Pasir di Kota Bandar Lampung.....	75
VI. KESIMPULAN DAN SARAN	82
6.1 Kesimpulan	82
6.2 Saran	83
DAFTAR PUSTAKA	84
LAMPIRAN.....	87

DAFTAR TABEL

Tabel		Halaman
1.	Rata-rata konsumsi dan pengeluaran per kapita per bulan komoditas gula di Provinsi Lampung tahun 2015-2019.....	4
2.	<i>Customer Satisfaction Index</i> (CSI)	20
3.	Kriteria tingkat kepuasan	20
4.	Penelitian terdahulu yang berkaitan dengan judul penelitian	23
5.	Batasan operasional atribut-atribut gula pasir yang mempengaruhi preferensi konsumen rumah tangga	32
6.	Batasan operasional variabel yang mempengaruhi permintaan gula pasir	32
7.	Batasan operasional variabel yang mempengaruhi kepuasan konsumen gula pasir	33
8.	Hasil uji validitas dan reabilitas tingkat kepentingan dan kinerja atribut produk gula pasir di Kota Bandar Lampung	39
9.	Atribut dan Level Atribut Gula Pasir	40
10.	Total stimulus yang diperoleh melalui prosedur orthogonal	41
11.	Penentuan tingkat kepuasan dan interpretasi analisis <i>Customer Satisfaction Index</i> (CSI)	46
12.	Daftar kecamatan berdasarkan luas wilayah dan jumlah kelurahan	51
13.	Jumlah penduduk menurut jenis kelamin dan sex ratio di Kota Bandar Lampung tahun 2015-2021	52
14.	Usia responden gula pasir konsumen rumah tangga di Kota Bandar Lampung	57

15. Pendidikan terakhir responden gula pasir berdasarkan pendidikan di Kota Bandar Lampung	57
16. Sebaran responden gula pasir berdasarkan pekerjaan di Kota Bandar Lampung	58
17. Sebaran responden gula pasir berdasarkan suku di Bandar Lampung.....	59
18. Rata-rata pendapatan dari masing-masing anggota keluarga.....	59
19. Sebaran responden gula pasir berdasarkan total pendapatan rumah tangga di Bandar Lampung	60
20. Distribusi responden gula pasir menurut jumlah anggota keluarga.....	61
21. Preferensi konsumen terhadap atribut gula pasir di Kota Bandar Lampung	62
22. Hasil analisis konjoin keseluruhan atribut gula pasir	63
23. Tingkat kepentingan atribut gula pasir.....	63
24. Nilai koefisien korelasi analisis konjoin atribut gula pasir	65
25. Jumlah konsumsi gula pasir konsumen rumah tangga di Kota Bandar Lampung	66
26. Frekuensi pembelian gula pasir konsumen rumah tangga di Kota Bandar Lampung.....	66
27. Tempat pembelian gula pasir konsumen rumah tangga di Kota Bandar Lampung	67
28. Informasi bahan makanan dan minuman yang dicampurkan dengan gula pasir.....	68
29. Merek gula pasir yang dikonsumsi oleh rumah tangga di Kota Bandar Lampung	68
30. Dampak pandemi Covid-19 terhadap pembelian gula pasir di Kota Bandar Lampung.....	69
31. Hasil uji heteroskedastis permintaan gula pasir tingkat rumah tangga di Kota Bandar Lampung	70
32. Faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan gula pasir konsumen rumah tangga di Kota Bandar Lampung	71

33. Atribut produk gula pasir berdasarkan tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan.....	75
34. Analisis Customer Satisfaction Index (CSI) produk gula merek Gulaku dan Rosebrand.....	76
35. Nilai rata-rata tingkat kepentingan dan tingkat kinerja atribut gula pasir merek Gulaku dan Rosebrand	78
36. Identitas responden gula pasir di Kota Bandar Lampung	90
37. Pola pembelian gula pasir konsumen rumah tangga di Kota Bandar Lampung	95
38. Dampak Covid-19 terhadap pembelian gula pasir tingkat rumah tangga di Kota Bandar Lampung	98
39. Preferensi atribut gula pasir tingkat rumah tangga di Kota Bandar Lampung	102
40. Peringkat preferensi (kombinasi atribut) gula pasir konsumen rumah tangga Kota Bandar Lampung	105
41. Faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan gula pasir di tingkat rumah tangga Kota Bandar Lampung	108
42. Tingkat penilaian kepuasan konsumen gula pasir Gulaku dan Rose brand	111
43. Tingkat kepuasan konsumen gula pasir merek Gulaku	113
44. Tingkat kepuasan konsumen gula pasir merek Rosebrand	115
45. Hasil uji reliabilitas tingkat kepentingan atribut produk gula pasir di Kota Bandar Lampung berdasarkan 30 responden	116
46. Hasil uji validitas tingkat kepentingan atribut produk gula pasir di Kota Bandar Lampung berdasarkan 30 responden	117
47. Hasil uji reliabilitas tingkat kinerja atribut produk gula pasir di Kota Bandar Lampung berdasarkan 30 responden	118
48. Hasil uji validitas tingkat kinerja atribut produk gula pasir di Kota Bandar Lampung berdasarkan 30 responden	119
49. Hasil analisis konjoin nilai kegunaan pada setiap level atribut gula pasir.....	120

50. Hasil analisis konjoin nilai kepentingan (<i>importance value</i>) konsumen rumah tangga terhadap atribut gula pasir	120
51. Hasil analisis konjoin nilai korelasi tiap atribut gula pasir	120
52. Hasil regresi nilai R square faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan gula pasir tingkat rumah tangga di kota Bandar Lampung	121
53. Hasil regresi nilai F hitung faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan gula pasir tingkat rumah tangga di kota Bandar Lampung	121
54. Hasil regresi dan uji multikolinieritas faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan gula pasir tingkat rumah tangga di kota Bandar Lampung	121
55. Hasil uji heteroskestisitas faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan gula pasir tingkat rumah tangga di kota Bandar Lampung	122
56. Analisis Customer Satisfaction Index (CSI) produk gula merek Gulaku dan Rosebrand.....	123

DAFTAR GAMBAR

Gambar		Halaman
1. Kurva konsumsi pendapatan dan kurva engel		15
2. Kurva permintaan barang X.....		15
3. Diagram kartesius (matriks) <i>importance performance analysis</i>		21
4. Kerangka pemikiran analisis preferensi, permintaan dan kepuasan konsumen rumah tangga dalam membeli gula pasir di Kota Bandar Lampung		29
5. Diagram Kartesius (Matriks)		47
6. Peta administrasi Kota Bandar Lampung.....		50
7. Posisi atribut gula pasir merek Gulaku di dalam diagram kartesius <i>Importance Performance Analysis (IPA)</i>		78
8. Posisi atribut gula pasir merek Rosebrand di dalam diagram kartesius <i>Importance Performance Analysis (IPA)</i>		79
9. Posisi atribut gula pasir merek Gulaku di dalam diagram kartesius <i>Importance Performance Analysis (IPA)</i>		124
10. Posisi atribut gula pasir di dalam diagram kartesius <i>Importance Performance Analysis (IPA)</i>		125

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Komoditas gula pasir memiliki peran penting di sektor pertanian khususnya sub sektor perkebunan dalam perekonomian nasional. Gula pasir merupakan salah satu bahan pangan yang dibutuhkan oleh tubuh manusia sebagai sumber karbohidrat dan sumber energy. Gula pasir juga digunakan sebagai bahan pemanis dan pengawet untuk makanan dan minuman. Dalam rumah tangga dan industri makanan serta minuman baik yang berskala besar maupun kecil gula pasir dianggap sebagai salah satu bahan pokok untuk memenuhi kebutuhan pangan sehari-hari. Hingga kini keberadaan gula belum sepenuhnya bisa digantikan dengan pemanis buatan lainnya. Gula merupakan pemanis alami yang tidak memberikan efek berbahaya bagi kesehatan tubuh manusia apabila dikonsumsi secukupnya (Badan Ketahanan Pangan, 2011).

Tingkat ketergantungan Indonesia terhadap gula pasir termasuk ke dalam golongan tinggi. Hal ini menyebabkan negara Indonesia harus mengimpor gula pasir dari negara lain karena pemenuhan kebutuhan bahan pangan di dalam negeri tidak dapat tercukupi. Pada tahun 2019 Indonesia melakukan impor gula sebesar 4.090,05 ribu ton, hal ini dikarenakan konsumsi gula yang dilakukan Indonesia memiliki jumlah yang terus meningkat setiap tahun. Hingga kini industri gula pasir dalam negeri belum mampu untuk memenuhi kebutuhan gula pasir di masyarakat yang terus meningkat. Peningkatan kebutuhan gula pasir disebabkan oleh pertambahan jumlah penduduk dan meningkatnya pendapatan per kapita menjadi salah satu faktor yang menyebabkan Indonesia melakukan impor gula (BPS, 2020).

Industri gula pasir di Indonesia mengalami perkembangan yang semakin meningkat setiap tahunnya. Salah satunya adalah industri gula pasir di Provinsi Lampung. Pada tahun 2019 Provinsi Lampung ikut berkontribusi memenuhi kebutuhan gula nasional sebesar 33,32 persen dari total produksi gula di Indonesia yaitu sebanyak 2,23 juta ton (BPS,2020). Gula pasir memiliki potensi yang besar karena banyaknya masyarakat yang menggemari gula pasir sebagai bahan minuman sehari-hari. Hingga kini pemanis buatan lainnya seperti sakarin atau siklambat belum dapat menggantikan keberadaan gula pasir. Hal ini dikarenakan penggunaan pemanis buatan dalam jangka panjang dapat menimbulkan efek negatif bagi kesehatan tubuh manusia (Efriza,2009).

Perkembangan lainnya yang terjadi adalah pemasaran gula pasir yang sebelumnya tidak menggunakan merek, kini pemasaran gula pasir telah menggunakan merek yang dianggap menjadi nilai tambah untuk melakukan penjualan. Dengan adanya berbagai macam alternatif yang tersedia dapat menyebabkan konsumen cenderung memiliki preferensi tertentu sebelum melakukan proses pembelian terhadap produk tersebut. Pemahaman terkait karakteristik dan preferensi konsumen dapat membantu industri gula pasir untuk dapat bersaing dan bertahan dengan industri gula pasir lainnya.

Preferensi konsumen adalah kecenderungan konsumen dalam memilih produk sesuai tingkat kesukaannya. Preferensi konsumen terhadap gula dapat dipengaruhi oleh kombinasi atribut dan level yang dihadapkan. Industri gula pasir perlu mengetahui atribut-atribut yang dianggap penting dan menjadi faktor pertimbangan konsumen dalam memutuskan untuk melakukan pembelian dan mengkonsumsi gula pasir dalam kegiatan sehari-hari. Pilihan konsumen terhadap gula pasir yang akan dibeli dapat dipengaruhi oleh karakteristik konsumen itu sendiri. Karakteristik konsumen meliputi kepribadian konsumen, pengetahuan konsumen dan pengalaman konsumen serta karakteristik demografi konsumen. Karakteristik konsumen juga dapat mempengaruhi tingkat permintaan suatu produk. Preferensi konsumen terhadap gula pasir dapat menimbulkan suatu kebiasaan untuk mengkonsumsi gula pasir (Sumarwan,2004). Kebiasaan dalam mengkonsumsi gula pasir dapat menyebabkan konsumen melakukan pembelian

gula pasir yang berulang. Pola permintaan dapat tercipta apabila konsumen rumah tangga terus melakukan pembelian gula pasir secara berulang-ulang. Pola permintaan meliputi berapa banyak jumlah gula pasir yang dibeli dan dikonsumsi, jumlah frekuensi pembelian gula pasir dalam kurun waktu satu bulan, kemudian bagaimana penggunaan gula pasir oleh konsumen dan merek gula pasir yang paling banyak dibeli oleh konsumen serta di mana tempat konsumen biasa melakukan pembelian gula pasir.

Ketidakstabilan di sektor ekonomi akibat krisis yang ditimbulkan oleh pandemi Covid-19, dapat dirasakan di seluruh Negara tak terkecuali Indonesia. Kondisi perekonomian yang tidak stabil akibat pandemi Covid-19 dalam kehidupan masyarakat Indonesia, khususnya rumah tangga dapat di rasakan semakin memprihatinkan. Sebagai salah satu penopang utama perekonomian konsumsi rumah tangga melambat secara signifikan. Hal ini dapat mempengaruhi kinerja industri dan usaha mikro, kecil, dan menengah. Karakteristik konsumen yang sadar mengenai kesehatan dalam mengkonsumsi gula pasir dapat menjadi salah satu penyebab yang memengaruhi konsumen dalam mengkonsumsi gula pasir. Menurut Permenkes No. 30 tahun 2013 batas konsumsi gula yang disarankan oleh Kementerian Kesehatan RI yaitu sebanyak 50 gram gula (empat sendok makan) per orang per hari (Permenkes, 2014). Sehingga dapat disimpulkan bahwa batas konsumsi gula per orang per bulannya adalah 1,5 kilogram.

Pada umumnya jumlah konsumsi gula pasir tingkat rumah tangga di Indonesia selama tahun 2002-2018 mengalami penurunan dengan rata-rata penurunan 1,7 persen per tahun. Pada tahun 2012 konsumsi dalam rumah tangga mengalami penurunan paling tinggi yaitu sebesar 12,29 persen dibandingkan tahun sebelumnya. Konsumsi gula pasir dalam rumah tangga tahun 2018 menurun sebesar 1,75 persen dengan konsumsi sebesar 6,83 kg/kapita/tahun. Hal ini menggambarkan bahwa tingkat konsumsi gula pasir perkapita belum ada peningkatan dan cenderung mengalami penurunan semenjak tahun 2017. Penurunan tingkat konsumsi gula pasir juga terjadi di Provinsi Lampung. Rata-rata konsumsi dan pengeluaran per kapita per bulan komoditas gula di Provinsi Lampung tahun 2015 hingga 2019 dapat dilihat melalui Tabel 1.

Tabel 1 Rata-rata konsumsi dan pengeluaran per kapita per bulan komoditas gula di Provinsi Lampung tahun 2015-2019

Tahun	Jumlah (kg)	Pertumbuhan (%)	Pengeluaran (Rp/kg)	Pertumbuhan (%)
2015	0,582		7.436	
2016	0,634	8,20	7.692	0,000
2017	0,633	-0,15	8.027	4,173
2018	0,619	-2,26	7.710	-4,111
2019	0,574	-7,83	7.055	-9,284
Rata-rata pertumbuhan	0,608	-0,51	7.584	-2,305

Sumber : BPS Provinsi Lampung, 2019

Berdasarkan Tabel 1 diketahui bahwa jumlah konsumsi gula pasir di Provinsi Lampung cenderung menurun setiap tahunnya. Rata-rata pertumbuhan bernilai negatif yaitu sebesar -0,51 persen. Penurunan tingkat konsumsi gula juga terjadi di Kota Bandar Lampung yang merupakan ibukota dari Provinsi Lampung.

Berdasarkan data yang diperoleh dari BPS Kota Bandar Lampung (2021) rata-rata pengeluaran perkapita sebulan menurut kelompok komoditas bahan minuman di Kota Bandar Lampung juga cenderung menurun yaitu pada tahun 2018 sebesar Rp 17.040 (dengan persentase sebesar 1,21 persen) menjadi Rp 16.596 (dengan persentase sebesar 1,19 persen) pada tahun 2019. Dengan nilai konsumsi yang cenderung menurun terhadap gula pasir membuktikan bahwa permintaan gula pasir di Kota Bandar Lampung cenderung menurun.

Dalam sudut pandang kesehatan, penurunan konsumsi gula pasir yang terjadi di Kota Bandar Lampung merupakan suatu hal yang baik. Dalam sudut pandang pelaku usaha seperti industri gula pasir penurunan tingkat konsumsi gula pasir yang terjadi di Kota Bandar Lampung merupakan suatu permasalahan yang perlu dipertimbangkan agar dapat mempertahankan atau bahkan meningkatkan kembali konsumsi dan penjualan gula pasir di Kota Bandar Lampung.

Pada umumnya setelah konsumen mengkonsumsi gula pasir, konsumen akan melakukan tahap evaluasi terhadap konsumsi gula pasir yang telah dilakukannya. Hasil yang diperoleh adalah tingkat kepuasan konsumen berupa rasa puas atau tidak puas terhadap gula pasir yang dikonsumsi. Kepuasan konsumen

merupakan penilaian setiap konsumen dengan membandingkan antara kondisi yang ada dengan kondisi yang diharapkan. Kepuasan yang dirasakan oleh konsumen terhadap gula pasir akan membuat konsumen melakukan pembelian dan konsumsi gula pasir secara berkelanjutan, begitupun sebaliknya apabila konsumen memiliki perasaan yang tidak puas terhadap gula pasir yang dikonsumsi maka akan menyebabkan konsumen merasa kecewa dan menghentikan pembelian gula pasir tersebut.

Oleh karena itu, berdasarkan latar belakang tersebut perlu adanya penelitian tentang preferensi, permintaan dan kepuasan konsumen rumah tangga terhadap pembelian gula di Bandar Lampung untuk mengetahui bagaimana preferensi, faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan dan kepuasan konsumen rumah tangga terhadap gula pasir di Bandar Lampung.

1.2 Rumusan Masalah

1.2.1 Preferensi konsumen rumah tangga terhadap gula pasir di Kota Bandar Lampung belum diketahui

Meskipun dihadapkan dengan berbagai atribut yang sama preferensi yang dimiliki tiap konsumen berbeda-beda. Dalam menentukan pilihan produk konsumen dapat dipengaruhi oleh preferensi yang dimiliki oleh konsumen tersebut. Seiring dengan perkembangan zaman konsumen membeli dan mengonsumsi produk tidak hanya berdasarkan nilai fungsinya saja, namun juga berdasarkan nilai sosial dan emosional yang dimiliki konsumen. Terdapat sebagian konsumen yang berpendapat bahwa tingkat kepentingan terkait *brand* di atas segalanya dan ada pula konsumen yang berpendapat bahwa tingkat kualitas produk tidak begitu penting apabila memiliki tingkat harga yang terjangkau. Atribut-atribut gula pasir dapat meliputi jenis, warna, tekstur, dan harga gula pasir tersebut. Masing-masing atribut memiliki sub-atribut atau tingkatan salah satu contohnya adalah atribut warna butiran gula pasir yang memiliki sub-atribut seperti warna putih dan warna putih kekuningan atau atribut tekstur butiran gula pasir yang memiliki sub-atribut seperti bertekstur halus dan agak kasar.

Atribut-atribut gula pasir ini menjadi salah satu pertimbangan produsen gula untuk dapat menghasilkan produk gula pasir sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen gula pasir sehingga jumlah penjualan produk akan semakin meningkat. Apabila jumlah penjualan produk gula pasir mengalami peningkatan maka produsen gula pasir akan memperoleh pendapatan yang meningkat. Preferensi konsumen rumah tangga terhadap gula pasir di Kota Bandar Lampung belum diketahui secara jelas. Hal ini dikarenakan penelitian-penelitian terdahulu hanya membahas terkait tingkat kepuasan dan loyalitas konsumen gula pasir dengan merek Gulaku di Kota Bandar Lampung. Penelitian terkait preferensi konsumen tingkat rumah tangga terhadap gula pasir di Kota Bandar Lampung belum dilakukan. Sehingga perlu dilakukan analisis preferensi konsumen rumah tangga dalam membeli gula pasir di Kota Bandar Lampung.

1.2.2 Permintaan gula pasir di Rumah Tangga cenderung menurun

Menurut Sukirno (2013) permintaan suatu barang tergantung pada beberapa faktor yaitu harga komoditas tersebut, selera, rata-rata pendapatan rumah tangga, harga komoditas lain, distribusi pendapatan diantara rumah tangga dan jumlah penduduk. Sedangkan menurut Kurniawati (2006) permintaan gula pasir dapat dipengaruhi oleh harga gula pasir yang turut berkaitan dengan kemampuan masyarakat ataupun industri makanan dan minuman. untuk membeli gula pasir.

Berdasarkan Tabel 1 dan data yang diperoleh dari BPS Kota Bandar Lampung (2021) diketahui bahwa tingkat nilai konsumsi yang cenderung menurun terhadap gula pasir mengindikasikan bahwa tingkat permintaan masyarakat Provinsi Lampung terhadap gula pasir cenderung menurun. Tingkat nilai konsumsi gula pasir yang menurun berbanding terbalik dengan meningkatnya jumlah penduduk Kota Bandar Lampung di setiap tahunnya. Oleh sebab itu penulis menganggap perlu dilakukannya penelitian terkait permintaan gula pasir untuk mengkaji faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi permintaan gula pasir di Kota Bandar Lampung.

1.2.3 Kepuasan dalam mengkonsumsi gula pasir di Bandar Lampung

Setiap produk yang dihasilkan suatu Industri harus memiliki ciri khas yang dapat membedakan antara suatu produk dengan produk sejenis. Hal ini bertujuan untuk menarik perhatian pelanggan baru dan mempertahankan loyalitas dari pelanggan yang sudah ada. Dengan memberikan kepuasan kepada konsumen melalui peningkatan kinerja mutu produk merupakan salah satu cara yang dapat digunakan untuk mencapai tujuan tersebut. Produk yang memiliki nilai mutu yang baik dapat dirasakan oleh konsumen yang bertindak sebagai pengguna akhir.

Informasi mengenai tingkat kepuasan konsumen terhadap gula pasir bermanfaat bagi industri gula pasir agar kepuasan konsumen gula pasir dapat terjaga atau bahkan mengalami peningkatan. Apabila konsumen merasakan kepuasan terhadap gula pasir maka konsumen akan tetap membeli dan mengkonsumsi gula pasir tersebut. Sehingga permintaan akan gula cenderung meningkat. Namun pada kenyataannya permintaan gula pasir di Kota Bandar Lampung cenderung menurun. Apakah produk gula pasir yang beredar di Bandar Lampung sudah memberikan kepuasan kepada konsumen rumah tangga atau tidak.

Berdasarkan uraian di atas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah:

- 1) Bagaimana preferensi konsumen rumah tangga terhadap atribut-atribut gula pasir di Kota Bandar Lampung?
- 2) Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi permintaan konsumen tingkat rumah tangga terhadap gula pasir di Kota Bandar Lampung?
- 3) Bagaimanakah kepuasan konsumen rumah tangga terhadap gula pasir di Kota Bandar Lampung?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disampaikan, maka tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah:

- 1) Mengkaji preferensi konsumen rumah tangga terhadap atribut-atribut gula pasir di Bandar Lampung.

- 2) Mengkaji faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi permintaan konsumen rumah tangga dalam membeli gula pasir di Kota Bandar Lampung.
- 3) Mengkaji tingkat kepuasan konsumen rumah tangga gula pasir di Kota Bandar Lampung

1.4 Manfaat Penelitian

Diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

- 1) Bagi pemangku kebijakan, sebagai informasi dan bahan pertimbangan dalam menyusun kebijakan khususnya mengenai komoditas gula.
- 2) Bagi pelaku usaha gula, sebagai informasi dan bahan pertimbangan dalam menjalankan dan mengembangkan kegiatan usahanya, meningkatkan kualitas produknya dalam pemenuhan konsumsi masyarakat serta dan sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan pemasaran yang tepat.
- 3) Bagi peneliti dan akademisi sebagai informasi dan bahan pertimbangan dalam rangka pengembangan penelitian sejenis

II. TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Gula Pasir

Gula merupakan senyawa karbohidrat tersusun dari hydrogen, karbon dan oksigen. Gula memiliki rasa yang manis sehingga biasa digunakan sebagai bahan campuran makanan maupun minuman. Pada umumnya gula diciptakan dari tanaman tebu. Selain itu, gula juga dapat diperoleh dari kelapa atau pohon aren. Gula yang beredar dan biasa digunakan di kalangan masyarakat untuk dikonsumsi adalah gula tebu. Gula digolongkan ke dalam dua jenis yaitu gula kasar dan gula rafinasi. Gula rafinasi merupakan gula yang diperdagangkan untuk konsumsi langsung atau konsumsi industri minuman dan makanan. Berbeda hal dengan gula kasar yang diperdagangkan kepada industri rafinasi. Gula rafinasi dan gula kasar memiliki karakteristik pasar dan harga jual yang berbeda. Menurut Asosiasi Gula Rafinasi Indonesia gula yang beredar di pasar terbagi menjadi 10 jenis yaitu gula pasir, gula halus, gula kastor, gula batu, gula coklat, gula merah, gula bubuk, gula Kristal, gula dari madu dan gula rafinasi (AGRI,2020).

Kontribusi yang diharapkan dari gula dalam konsumsi kalori penduduk Indonesia menurut Pola Pangan Harapan (PPH) berada di urutan keempat setelah padi – padian, pangan hewani serta minyak dan lemak. Hal ini menyebabkan gula termasuk ke dalam golongan bahan pangan pokok. Gula merupakan bahan pemanis alami yang tidak memberikan efek berbahaya bagi kesehatan tubuh pemakainya selama dikonsumsi dalam jumlah yang cukup. Hal ini berbeda jika dibandingkan dengan pemanis buatan seperti siklamat dan sakarin yang memiliki

karsinogenik. Selain itu, pemanis buatan seperti siklamat dan sakarin juga memiliki tingkat kemanisan yang jauh lebih tinggi jika dibandingkan dengan tingkat kemanisan gula, hal ini yang menyebabkan harga pemanis buatan siklamat atau sakarin relatif lebih murah dari pada harga gula (Suhardjo, 1996).

Pada umumnya masyarakat mengkonsumsi gula pasir dalam kehidupan sehari-harinya. Gula pasir merupakan pemanis multifungsi yang terbuat dari sari tumbuhan seperti tebu, jagung, nira, kelapa dan nira. Namun pada umumnya gula pasir terbuat dari sari tebu yang kemudian dikristalkan mewujudkan serbuk-serbuk seperti pasir (AGRI,2020). Gula pasir yang tersebar di masyarakat terbagi ke dalam dua jenis yaitu gula pasir kemasan dan curah. Gula pasir curah adalah gula pasir yang dikemas ulang dengan tidak memiliki merek (*brand*) dan biasanya dijual dalam satuan massa (kilogram). Sedangkan gula pasir kemasan adalah gula pasir yang dikemas langsung dari pabrik dengan memberikan tambahan informasi mengenai identitas produk berupa merek.

Pada umumnya gula pasir curah memiliki harga yang jauh lebih murah jika dibandingkan dengan harga gula pasir kemasan. Hal ini disebabkan oleh adanya perbedaan dalam hal tahap pengemasan yang membuat hasil gula pasir curah dan gula pasir kemasan memiliki perbedaan pada bagian kualitas. Gula pasir kemasan memiliki keunggulan berupa kebersihan gula pasir terjamin, ukuran gula pasir bervariasi, kemudahan memperoleh gula pasir, desain kemasan yang lebih menarik dengan memberikan informasi mengenai ketersediaan tanggal kadaluarsa, label halal, dan izin BPOM. Selain itu, pemberian merek pada gula pasir kemasan membuat masyarakat menjadi lebih mudah mengingat dan merasa tertarik terhadap produk gula pasir kemasan sehingga penjualan gula pasir kemasan menjadi lebih meningkat.

2.1.2 Preferensi Konsumen

Preferensi merupakan istilah yang memiliki arti yaitu “lebih menyukai satu alternatif daripada yang lain atau lainnya”. Kesukaan, pilihan, atau sesuatu yang konsumen lebih suka biasa disebut dengan preferensi. Preferensi adalah salah

satu parameter tingkat keberhasilan perusahaan pemasaran untuk mencapai tujuannya, yaitu keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen tentang preferensi konsumen. Frank (2011) mengemukakan bahwa preferensi merupakan proses memberikan peringkat terkait seluruh hal yang dapat dikonsumsi yang bertujuan untuk memperoleh preferensi atas suatu produk maupun jasa.

Preferensi konsumen terhadap produk dapat diketahui dengan menentukan atribut atau faktor mana yang tetap berpegang pada produk. Atribut tersebut merupakan faktor-faktor yang pada akhirnya dapat mempengaruhi manusia pertimbangan mereka untuk memilih suatu produk. Preferensi konsumen terdapat di dalam tahap evaluasi alternatif di dalam proses pengambilan keputusan konsumen dalam membeli suatu produk. Sehingga dapat disimpulkan bahwa suatu pilihan yang diambil dan dipilih konsumen dari berbagai macam pilihan yang tersedia disebut dengan preferensi konsumen.

Kotler dan Keller (2007) menyatakan bahwa ada enam langkah dalam hierarki model efek yaitu kesadaran, pengetahuan, preferensi, preferensi, kesediaan untuk membeli, dan kesediaan untuk membeli. Tahap preferensi konsumen terhadap suatu produk merupakan awal dari tahap loyalitas konsumen terhadap suatu produk. Oleh karena itu, pelaku bisnis perlu belajar bagaimana cara menimbulkan rasa preferensi tersebut di dalam diri. Tahap preferensi merupakan perilaku konsumen tersebut dengan mempengaruhi dan memanipulasi konsumen yang konsumen tersebut lewat. Pengusaha yang mengidentifikasi konsumen perlu memperoleh produk yang berorientasi pasar berdasarkan preferensi konsumen untuk setiap merek produk. Perusahaan juga dapat menggunakan preferensi untuk mengidentifikasi segmen preferensi. Memahami preferensi konsumen terhadap produk, terutama gula pasir, memungkinkan perusahaan atau industri gula untuk mengembangkan strategi yang tepat untuk memenuhi harapan konsumen dan menyusun strategi bisnis agar tetap dapat bersaing dengan perusahaan gula pasir lainnya. Terdapat tiga komponen preferensi yang dapat mempengaruhi konsumen dimana semua komponen tersebut saling berkaitan dan mempengaruhi satu sama lain yaitu:

- 1) Karakteristik individu yang meliputi jenis kelamin, usia, pendapatan, pendidikan dan pengetahuan terkait gizi.
- 2) Karakteristik produk yang meliputi aroma, rasa, warna, tekstur dan kemasan.
- 3) Karakteristik lingkungan yang meliputi tingkat social, jumlah keluarga, mobilitas dan musim.

Salah satu analisis yang dapat digunakan untuk mengkaji preferensi konsumen rumah tangga terhadap suatu produk atau jasa yaitu analisis konjoin. Analisis konjoin merupakan suatu teknik yang secara spesifik digunakan untuk memahami bagaimana keinginan konsumen terhadap suatu produk atau jasa dengan mengukur tingkat kegunaan dan nilai kepentingan dari berbagai atribut suatu produk (Hair dkk, 2010). Analisis ini sangat berguna untuk membantu merancang karakteristik produk baru, membuat konsep produk baru, membantu menentukan tingkat harga serta memprediksi tingkat penjualan

Analisis konjoin didasarkan pada premis bahwa subjek mengevaluasi nilai atau kegunaan suatu produk / jasa / ide dengan menggabungkan jumlah utilitas terpisah yang disediakan oleh masing-masing atribut. Analisis konjoin merupakan teknik dekomposisi, hal ini dikarenakan evaluasi keseluruhan subjek (preferensi) adalah didekomposisi untuk memberikan utilitas untuk setiap variabel prediktor, dan untuk setiap tingkat variabel prediktor. Analisis konjoin umumnya ditemukan dalam studi perilaku dan dalam studi pemasaran (Green dan Srinivasan,1978) dimana variabel prediktor disebut atribut, dan variabel dependen sering kali merupakan evaluasi keseluruhan dari produk. Studi analisis konjoin memiliki dua tujuan utama yaitu pertama adalah menentukan kontribusi berbagai variabel prediktor dan nilai (atau level) masing-masing ke variabel dependen (biasanya secara keseluruhan evaluasi). Tujuan kedua adalah untuk membangun model prediksi untuk kombinasi nilai baru yang diambil dari variabel prediktor. Terdapat beberapa metode umum dalam analisis konjoin yaitu :

- a) *Multidimensional Scalling*, umumnya digunakan untuk memberikan gambaran mengenai pasangan atribut yang dilakukan dalam pengukuran *pairwise comparison*. Metode ini terbatas penggunaannya pada jumlah atribut yang kecil.

- b) Analisis Regresi dengan variabel dummy banyak digunakan untuk tipe data metrik dan non-metrik. Jika data yang digunakan berasal dari penilaian stimulus yang dirancang sebelumnya dan penilaian dilakukan dengan menggunakan skala metrik, maka regresi biasanya dapat dihitung secara langsung dengan menggunakan pendekatan kuadrat terkecil (OLS). Ketika menggunakan serangkaian rangsangan dalam penilaian stimulus, data pertama-tama harus ditransformasikan dengan regresi monotonik atau penskalaan multidimensi, dan kemudian analisis dilanjutkan dengan regresi variabel dummy. Namun, jika data diperoleh dengan evaluasi terpisah dari setiap tingkat karakteristik, yang disebut pilihan diskrit, analisis yang dapat digunakan adalah model logit. (Bajaj 1998).

2.1.3 Pola Permintaan

Menurut Nurfarma (2005) pola permintaan menggambarkan berbagai jumlah suatu produk yang konsumen inginkan dan memiliki kemampuan untuk membeli pada berbagai tingkat harga secara berulang-ulang. Apabila konsumen memiliki preferensi yang sesuai terhadap gula pasir maka konsumen tersebut akan menimbulkan kebiasaan mengkonsumsi gula pasir sehingga konsumen akan terus melakukan pembelian yang berulang untuk memenuhi kebutuhannya yang disebut dengan pola permintaan.

Kebiasaan konsumsi dapat disebut juga dengan pola konsumsi. Pola konsumsi adalah susunan beberapa macam pangan yang dikonsumsi dalam waktu tertentu yang dapat terlihat dalam jumlah, frekuensi, dan jenis pangan. Pola konsumsi seseorang terhadap gula pasir akan menentukan permintaan terhadap gula pasir. Pola konsumsi tiap masyarakat berbeda dikarenakan tiap masyarakat memiliki preferensi yang berbeda sehingga membatasi pilihannya terhadap beberapa jenis produk. Faktor tersebut memengaruhi suatu pola pembelian konsumen. Terdapat beberapa faktor pertimbangan pemilihan produk antara lain, faktor ekonomi, budaya, sosial, persepsi individu, dan sebagainya. Pola pembelian suatu produk dapat menghasilkan data atau informasi yang bersifat kualitatif dan kuantitatif.

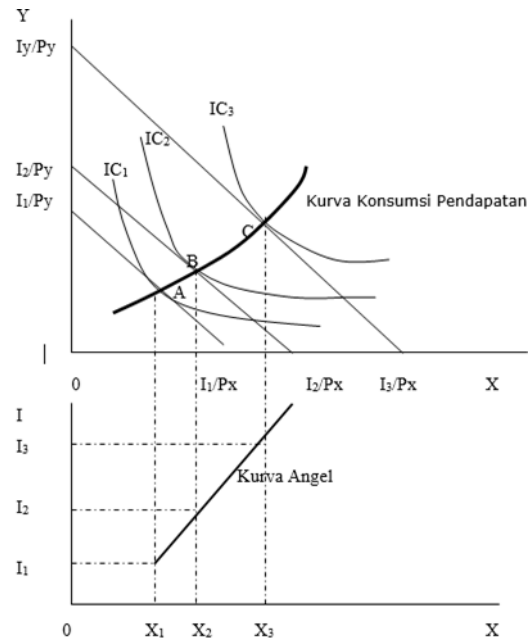
Pola pembelian suatu produk secara kuantitatif dimaksudkan untuk mengetahui jumlah produk yang dibeli dan digunakan. Pola pembelian suatu produk secara kualitatif dilakukan untuk mengetahui frekuensi pembelian menurut jenis produk yang dibeli dan digunakan, serta untuk mengetahui bagaimana cara memperoleh produk tersebut

2.1.4 Teori Permintaan

Permintaan adalah jumlah barang yang sanggup dibeli oleh para pembeli pada suatu tempat dan waktu tertentu dengan harga yang berlaku pada saat itu. Dalam permintaan perlu dibedakan diantara dua pengertian yaitu permintaan dan jumlah barang yang diminta. Permintaan menggambarkan keseluruhan dari pada hubungan antara harga dan permintaan. Sedangkan jumlah barang yang diminta berarti jumlah barang yang diminta pada suatu tingkat tertentu.

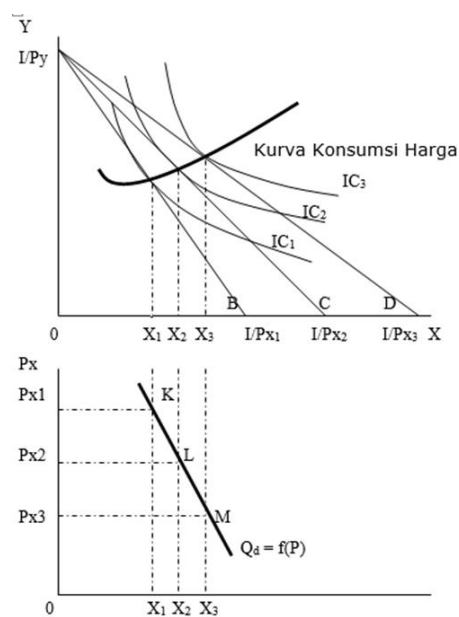
Teori permintaan dan teori perilaku konsumen dapat dijelaskan melalui kurva indifferen dan garis anggaran. Kurva indifferen adalah kurva yang menghubungkan titik-titik kombinasi dari konsumsi barang-barang yang menghasilkan tingkat kepuasan yang sama. Kurva indifferen memperlihatkan semua kombinasi dari pilihan konsumen yang memberikan tingkat kepuasan yang sama bagi konsumen. Sedangkan garis anggaran adalah garis yang menunjukkan jumlah barang yang dapat dibeli dengan sejumlah pendapatan atau anggaran tertentu, pada tingkat harga tertentu (Sugiyanto, 2014).

Kurva indifferen menunjukkan selera dan preferensi konsumen terhadap produk yang dikonsumsi, sedangkan garis anggaran menunjukkan kemampuan maksimum konsumen untuk membeli produk. Kepuasan maksimum akan tercapai pada titik persinggungan antara kurva indifferen dengan garis anggaran. Apabila terjadi perubahan tingkat pendapatan yang berulang maka titik keseimbangan konsumen akan ikut berubah. Sehingga menghasilkan kurva konsumsi pendapatan (*income consumption curve*). Dari kurva ICC ini dapat diturunkan kurva Engel yang menunjukkan pengaruh perubahan pendapatan terhadap pembelian suatu barang (Sugiyanto, 2014)



Gambar 1 Kurva konsumsi pendapatan dan kurva engel
(sumber : Sugiyanto, 2014)

Jika terdapat perubahan harga barang X, namun harga barang Y, pendapatan dan preferensi konsumen *ceteris paribus* maka akan menghasilkan kurva konsumsi harga (*price consumption curve*). Kurva PCC diperoleh dari titik-titik keseimbangan konsumen apabila terjadinya perubahan tingkat harga barang X, sedangkan harga barang Y, pendapatan dan preferensi konsumen tetap.



Gambar 2 Kurva permintaan barang X

Dari kurva PCC ini diturunkan kurva permintaan barang X.. Permintaan dalam analisis ekonomi dianggap bahwa permintaan suatu barang terutama dipengaruhi oleh tingkat harganya. Oleh sebab itu, dalam teori permintaan terutama dianalisis adalah hubungan antara jumlah permintaan suatu barang dengan harga barang tersebut. Dasar dari teori permintaan ialah hukum permintaan yang menyatakan bahwa permintaan pasar berhubungan negatif dengan harga produk.

Menurut Sugiyanto (2014), faktor-faktor yang menentukan suatu barang oleh masyarakat antara lain:

a. Harga barang itu sendiri

Apabila harga suatu barang semakin rendah (murah), kecenderungan permintaan terhadap barang tersebut akan bertambah dengan anggapan bahwa faktor lainnya bernilai tetap (*ceteris paribus*) dan hal ini berlaku juga sebaliknya. Pada penelitian ini harga barang itu sendiri adalah harga gula pasir.

b. Harga barang lain

Harga barang lain sangat memiliki hubungan erat dengan barang yang ditawarkan. Hubungan antara suatu barang dengan jenis barang lain dapat digolongkan dalam beberapa jenis yaitu antara lain:

(1) Barang substitusi

Barang substitusi (pengganti) adalah suatu barang yang dapat menggantikan fungsi dari barang lain secara sempurna. Apabila harga barang substitusinya turun, maka permintaan akan barang tersebut akan berkurang. Namun apabila harga barang substitusinya naik, maka permintaan barang tersebut akan meningkat.

(hubungannya positif/berbanding lurus). Barang substitusi pada penelitian ini adalah gula merah.

(2) Barang komplementer

Barang komplementer (pelengkap) adalah suatu barang yang selalu digunakan secara bersamaan dengan barang-barang yang lain. Apabila harga barang komplementernya turun, maka permintaan akan barang tersebut akan naik. Sebaliknya, jika harga barang komplementernya naik, maka permintaan akan

barang tersebut akan menurun pula (hubungannya negatif/berbanding terbalik). Barang komplementer pada penelitian ini adalah teh dan kopi.

c. Jumlah penduduk

Dapat dikatakan bahwa permintaan suatu barang berhubungan positif dengan jumlah penduduk. Semakin besar jumlah penduduk suatu daerah atau negara, semakin tinggi permintaan suatu barang untuk harga tertentu.

d. Pendapatan konsumen

Tingkat pendapatan konsumen akan menunjukkan daya beli konsumen. Semakin tinggi tingkat pendapatan, maka semakin meningkat permintaan terhadap suatu barang tersebut.

e. Selera masyarakat

Selera atau kebiasaan juga akan memengaruhi permintaan suatu barang. Jika selera masyarakat terhadap suatu barang meningkat, permintaan terhadap barang itu pun akan meningkat.

Permintaan dirumuskan secara umum sebagai berikut:

$$X^D = F(P_{X_1}, P_{X_2}, \dots, P_{X_n}, Y, E),$$

Keterangan

- D : jumlah barang X_1 yang diminta
- P_{X_1} : harga barang X_1 tersebut P_{X_2}, \dots
- P_{X_n} : harga barang-barang lain
- Y : pendapatan konsumen yang tersedia untuk dibelanjakan
- E : selera dan faktor-faktor lain yang tidak dapat dibahas satu demi satu

Analisis yang digunakan untuk mengetahui faktor-faktor apa sajakah yang mempengaruhi permintaan yaitu analisis regresi linier berganda. Sugiyono (2013) mengemukakan bahwa analisis regresi linear berganda adalah pengembangan dari analisis regresi linear sederhana dimana terdapat lebih dari satu variabel independen X. Analisis ini digunakan untuk melihat sejumlah variabel independen X_1, X_2, \dots, X_n terhadap variabel dependen Y berdasarkan nilai variabel-variabel independen X_1, X_2, \dots, X_n .

Perbedaan antara regresi sederhana dengan regresi berganda terletak pada jumlah variabel bebasnya. Jika dalam regresi sederhana jumlah variabel bebas yang digunakan untuk memprediksi variabel terikat hanya satu, maka regresi berganda jumlah variabel bebas yang digunakan untuk memprediksi variabel terikat lebih dari satu. Dalam regresi berganda seluruh variabel bebas dimasukkan kedalam perhitungan regresi serentak. Dengan demikian diperoleh persamaan regresi guna memprediksi variabel terikat dengan memasukkan secara serentak serangkaian variabel bebas. Dalam persamaan regresi dihasilkan konstanta dan koefisien regresi bagi masing-masing variabel bebas (Sugiyono,2013). Model yang digunakan untuk analisis regresi berganda sebagai berikut:

$$\ln Y = \ln \beta_0 + \beta_1 \ln X_1 + \beta_2 \ln X_2 + \beta_3 \ln X_3 + \beta_4 \ln X_4 + \beta_5 \ln X_5 + \beta_6 \ln X_6 + \beta_7 D + e$$

Keterangan:

- Y = Permintaan gula pasir (Kg/bulan)
- X₁ = Harga gula pasir (Rp/Kg)
- X₂ = Harga gula merah (Rp/Kg)
- X₃ = Harga teh (Rp/Kg)
- X₄ = Harga kopi (Rp/Kg)
- X₅ = Pendapatan rumah tangga (Rp/bulan)
- X₆ = Jumlah anggota keluarga (orang)
- D = Jenis gula pasir (1 : Kemasan, 0 : Curah,)
- β₀ = Konstanta
- e = Error
- β₁, β₂, β₃, β₄, β₅, β₆, β₇ = Koefisien Regresi.

Menurut Arikunto (2013) analisis korelasi dan regresi berganda ini adalah analisis tentang pengaruh antara satu dependent variabel dengan dua atau lebih independen variabel. Jika ada lebih dari satu variabel bebas untuk mengestimasi nilai Y, persamaan tingkat pertama persamaan disebut permukaan regresi (*regression surface*). Dalam analisis regresi, baik regresi sederhana maupun regresi berganda ada tiga rukun dasar yang harus dicarai, yaitu:

- a. Garis regresi, yaitu garis yang menyatakan hubungan antar variabel.
- b. *Standard error of estimate*, yaitu harga yang mengukur pemecaran tiap-tiap titik (data) terhadap garis regresinya. Atau merupakan penyimpangan standard dari harga harga dependent (Y) terhadap garis regresinya.

- c. Koefisien korelasi (r), yaitu angka yang menyatakan eratnya hubungan antara variabel-variabel itu.

2.1.5 Kepuasan Konsumen

Kepuasan pelanggan merupakan tonggak penting dalam kesuksesan bisnis. Oleh karena itu, untuk memenuhi kepuasan pelanggan, sehingga produsen perlu waspada untuk mempelajari kebutuhan konsumen yang selalu berubah dan kebutuhan yang berubah. Konsumen akan merasa puas jika dapat menghasilkan produk dan jasa yang sesuai dengan kebutuhan dan kebutuhannya. Menurut Philip Kotler (Sunyoto, 2013), konsumen dapat mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan umum. Konsumen akan merasa kecewa ketika penilaian kinerja perusahaan terdapat di bawah harapan konsumen, tetapi konsumen akan merasakan kepuasan ketika penilaian kinerja sesuai dengan harapan, dan konsumen akan merasa sangat puas ketika penilaian kinerja dapat melebihi harapannya. Kepuasan berasal dari kata latin "kepuasan". Ini berarti cukup atau cukup, yang berarti "facio" untuk melakukan atau mengeksekusi. Kepuasan pelanggan sebagai hasil pembelian dan penggunaan yang berasal dari perbandingan antara harapan dan kenyataan pembelian dengan hasil yang diharapkan sebelumnya (Tjiptono, 2014).

Berdasarkan penjelasan di atas, kita dapat menyimpulkan bahwa kepuasan pelanggan adalah penilaian konsumen yang membandingkan keadaan saat ini dengan keadaan yang diharapkan. Konsumen akan merasa puas jika produk dan jasa yang perusahaan tawarkan sesuai dengan harapan konsumen. Begitupun sebaliknya, konsumen akan merasa kecewa ketika produk dan jasa yang ditawarkan perusahaan tidak sesuai dengan harapan mereka.

Analisis yang digunakan untuk menganalisis kepuasan konsumen dalam mengkonsumsi gula pasir di kota Bandar Lampung adalah metode analisis *Customer Satisfaction Index (CSI)* dan *Importance Performance Analysis (IPA)*. CSI adalah pendekatan yang memperhitungkan pentingnya karakteristik yang diukur dari suatu produk atau layanan dan merupakan indikator untuk menentukan

tingkat kepuasan pelanggan secara keseluruhan. CSI memberikan data yang jelas tentang kepuasan konsumen, sehingga perusahaan dapat melakukan penilaian rutin dari waktu ke waktu untuk meningkatkan apa yang hilang dan apa yang dianggap positif oleh konsumen.

Tabel 2 *Customer Satisfaction Index (CSI)*

Atribut	Kepentingan (I) Skala 1-5	Kinerja (P) Skala 1-5	Skor (S) (S) = (I) x (P)
...			
...			
Skor total	Total (I) = (Y)		Total (S) = (T)

Sumber : (Supranto, 2006).

Nilai rata-rata pada kolom kepentingan (I) dijumlahkan sehingga diperoleh Y dan juga hasil kali I dengan P pada kolom skor (S) dijumlahkan dan diperoleh T. CSI diperoleh dari perhitungan $(T/5Y) \times 100\%$. Nilai 5 (pada 5Y) adalah nilai maksimum yang digunakan pada skala pengukuran. Nilai maksimum CSI adalah 100%. Nilai CSI 50% atau lebih rendah menandakan kinerja pelayanan yang kurang baik. Nilai CSI 80% atau lebih tinggi menandakan pengguna merasa puas terhadap kinerja pelayanan (Supranto, 2006). CSI dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut ini :

$$CSI = \frac{T}{5Y} \times 100\%$$

Keterangan :

T = Nilai total dari CSI

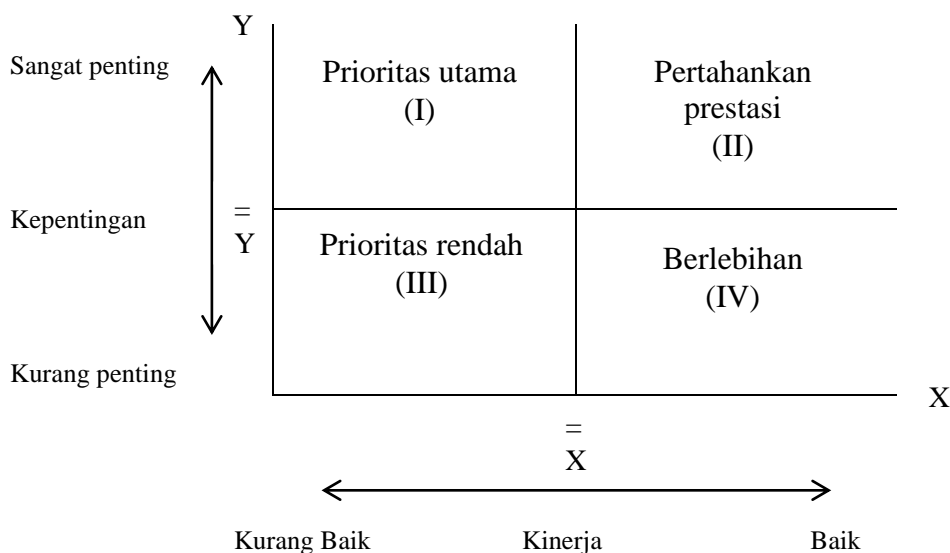
5 = Nilai maksimum pada skala pengukuran

Y = Nilai total dari kolom harapan

Tabel 3 Kriteria tingkat kepuasan

No	Nilai CSI (%)	Keterangan (CSI)
1	81 – 100,00	Sangat Puas
2	66 – 80,99	Puas
3	51 – 65,99	Cukup puas
4	35 – 50,99	Kurang puas
5	0 – 34,99	Tidak puas

Importance Performance Analysis (IPA) adalah teknik analisis yang digunakan untuk mengidentifikasi faktor-faktor kinerja penting apa yang harus ditunjukkan oleh suatu organisasi dalam memenuhi kepuasan konsumen. Hasil penelitian disampaikan dalam bentuk kuadran dua dimensi yang bersifat grafis dan mudah diinterpretasi.



Gambar 3 Diagram kartesius (matriks) *importance performance analysis* (Sumber : Ong dan Pambudi, 2014)

Interpretasi terkait keempat diagram kartesius dalam *importance performance analysis* (IPA) adalah sebagai berikut:

A. Prioritas utama

Atribut-atribut yang terletak pada kuadran ini dianggap sebagai faktor penting atau utama dan diharapkan oleh konsumen tetapi kondisi persepsi dan atau kinerja sebenarnya yang ada pada saat ini belum memberikan kepuasan sehingga pihak manajemen memiliki kewajiban untuk mengalokasikan sumber daya yang memadai untuk meningkatkan kinerja berbagai faktor tersebut. Atribut-atribut yang terletak pada kuadran ini merupakan prioritas untuk ditingkatkan.

B. Pertahankan prestasi

Atribut-atribut yang terletak pada kuadran ini dianggap penting dan diharapkan sebagai faktor penunjang bagi kepuasan konsumen sehingga pihak manajemen

berkewajiban memastikan bahwa kinerja institusi yang dikelolanya dapat terus mempertahankan prestasi yang telah dicapai.

C. Prioritas rendah

Atribut-atribut yang terletak pada kuadran ini mempunyai tingkat persepsi atau kinerja aktual yang rendah sekaligus dianggap tidak terlalu penting dan atau terlalu diharapkan oleh konsumen sehingga manajemen tidak perlu memprioritaskan atau terlalu memberikan perhatian pada faktor-faktor tersebut.

D. Berlebihan

Atribut-atribut yang terletak pada kuadran ini dianggap tidak terlalu penting dan atau tidak terlalu diharapkan sehingga pihak manajemen perlu mengalokasikan sumber daya yang terkait dengan atribut-atribut tersebut kepada faktor-faktor lain yang mempunyai prioritas penanganan lebih tinggi yang masih membutuhkan peningkatan, semisal di kuadran B.

Ada dua cara untuk merepresentasikan data IPA. Pertama, untuk mendapatkan gambaran umum tentang distribusi data termasuk ke dalam kuadran ke berapa, tempatkan garis potong kuadran pada rata-rata sumbu prioritas manajemen atau kepentingan dan kinerja. Selanjutnya, telusuri perpotongan kuadran dengan nilai rata-rata yang diamati dari sumbu kepuasan dan sumbu prioritas pengemudi untuk mendapatkan ide konkrit di kuadran mana setiap elemen berada. Dalam konteks IPA ini, peneliti melakukan langkah-langkah berikut:

1. Menghitung *Mean* Harapan setiap responden.
2. Menghitung *Mean* Persepsi setiap responden.
3. Melakukan plotting *Mean* Harapan dan *Mean* Persepsi secara *Cartesian* ke dalam Kuadran IPA Martilla and James.
4. Melakukan interpretasi dan analisis seputar indikator-indikator apa yang masuk ke dalam masing-masing kategori.

2.1.6 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan penelitian-penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti-peneliti sebelumnya dalam bentuk skripsi maupun dalam bentuk jurnal yang berkaitan dengan judul penelitian yang dibuat penulis. Penelitian terdahulu tersebut digunakan sebagai referensi penulis untuk meningkatkan pengetahuan tentang teori yang digunakan dalam analisis penelitian yang dilakukan. Penelitian terdahulu yang berkaitan dengan preferensi, permintaan dan kepuasan konsumen rumah tangga dalam membeli gula pasir di Kota Bandar Lampung dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4 Penelitian terdahulu yang berkaitan dengan judul penelitian

No	Judul dan Peneliti	Tujuan Penelitian	Metode Analisis	Hasil Penelitian
1	Preferensi Konsumen Gula Kelapa Di Pasar Godean Kabupaten Sleman Provinsi Yogyakarta (Nurhadi dkk, 2018)	Mengidentifikasi karakteristik konsumen Dan menganalisis preferensi konsumen terhadap gula kelapa di Kabupaten Sleman, Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta.	Analisis Konjoin	Preferensi konsumen gula kelapa di Pasar Godean, Preferensi kombinasi atribut gula kelapa berdasarkan urutan kepentingan relatif yang paling diprioritaskan oleh konsumen berturut-turut dalam membeli gula kelapa adalah berwarna coklat kehitaman, berukuran sedang, dan berbentuk tempurung kelapa.
2	Tingkat Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Gulaku Di Kota Bandar Lampung (Anggraini dkk, 2013)	Mengetahui tingkat kepuasan dan Loyalitas konsumen Gulaku.	CSI dan IPA	Kepuasan konsumen Gulaku di Kota Bandar Lampung berada pada level sangat puas dengan nilai indeks kepuasan (CSI) sebesar 81,68 persen, dan konsumen termasuk konsumen yang loyal

Tabel 4 Penelitian terdahulu yang berkaitan dengan judul penelitian (lanjutan)

No	Judul dan Peneliti	Tujuan Penelitian	Metode Analisis	Hasil Penelitian
3	Analisis Preferensi Konsumen terhadap Produk Gula Aren di Kabupaten Balangan (Harianto dan Wahdah, 2017)	Mengkaji atribut yang menjadi preferensi Konsumen dalam membuat keputusan pembelian gula aren di Kabupaten Balangan.	Analisis Chi-Square	Preferensi konsumen gula aren di pasar tradisional Kabupaten Balangan adalah gula aren yang memiliki warna coklat, rasa manis, ukuran sedang, kemasan plastik dan harga berkisar antara Rp.16.000,00 – Rp. 18.000,00 per kg.
4	Analisis preferensi konsumen untuk membeli merek "gulaku" gula Produk di kota yogyakarta (Islamiyah dkk., 2018)	Menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi konsumen dalam membeli produk gula pasir merek Gulaku di Kota Yogyakarta.	Regresi model eksponensial	Variabel Budaya, pribadi, citra merek (<i>brand image</i>) dan promosi memiliki pengaruh signifikan terhadap preferensi konsumen dalam membeli produk gula pasir merek Gulaku di Kota Yogyakarta.
5	Preferensi dan Prospek Kebutuhan Gula pada Industri Mikro, Kecil dan Menengah Makanan dan Minuman di Kota Surabaya (Hadi dkk., 2020)	Mengetahui preferensi dan Prospek kebutuhan gula pasir untuk UMKM (Mikro, Kecil, dan Usaha Menengah) industri makanan dan minuman di kota Surabaya.	Analisis kualitatif berupa reduksi data, penyajian, dan penarikan kesimpulan verifikasi.	Atribut yang mempengaruhi preferensi konsumen UMKM Industri Pangan dan Minuman dalam memilih produk gula adalah: rasa manis, kesehatan, harga sesuai kualitas produknya, performa fisik seperti warna dan merek gula, tekstur gula berbentuk butiran lembut, dan netral aroma.

Tabel 4 Penelitian terdahulu yang berkaitan dengan judul penelitian (lanjutan)

No	Judul dan Peneliti	Tujuan Penelitian	Metode Analisis	Hasil Penelitian
6	Analisis Peramalan Produksi dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Produksi Gula Kristal Putih Pada Pabrik Gula Modjopangoong Kabupaten Tulungagung (Purfadila dan Andriani, 2018)	Menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi produksi gula kristal putih dan menganalisis peramalan produksi gula kristal putih untuk 3 tahun (2016, 2017, dan 2018)	Regresi linier berganda dan Winter	Faktor yang berpengaruh terhadap produksi gula kristal putih pada Pabrik Gula Modjopangoong dalam masa giling tahun 2015 adalah jumlah tebu dan hasil peramalan produksi gula kristal putih mengalami kenaikan dan penurunan.
7	Analisis faktor yang mempengaruhi konsumsi gula pasir curah dan proses keputusan Pembelian konsumen gula pasir curah di kota medan (Putri dkk.,2014)	Mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi Keputusan pembelian dan preferensi konsumen terhadap gula pasir curah	Regresi linier berganda.	Harga beli konsumen dan Pendapatan tidak berpengaruh nyata terhadap jumlah konsumsi gula pasir curah, sedangkan jumlah tanggungan berpengaruh nyata terhadap jumlah konsumsi gula pasir curah.
8	Analisis Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Gula Pasir Di Kota Medan (Fachreza, 2011)	Mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi Permintaan gula pasir di kota Medan.	Regresi Linier Berganda	Konsumsi gula di kota Medan secara serempak dipengaruhi oleh harga gula pasir, harga gula merah, harga teh hitam, konsumsi Gula pasir tahun sebelumnya dan pendapatan per kapita kota Medan.

Tabel 4 Penelitian terdahulu yang berkaitan dengan judul penelitian (lanjutan)

No	Judul dan Peneliti	Tujuan Penelitian	Metode Analisis	Hasil Penelitian
9	Analisis Karakteristik Konsumen Terhadap Gula Kemasan Di Desa Pasar Baru Pangean Kecamatan Pangean Kabupaten Kuantan Singingi Provinsi Riau (Alatas,2020)	Mengetahui karakteristik konsumen yang membeli gula kemasan di Desa Pasar Baru Pangean Kecamatan Pangean Kabupaten Kuantan Singingi.	Analisis deskriptif	Usia konsumen yang memilih gula kemasan berada pada usia 20 – 25 tahun dengan persentase 57 persen, konsumen yang memilih gula tanpa kemasan berada pada usia 26 – 65 dengan persentase 43 persen. Karakteristik harga konsumen memilih gula tanpa kemasan 90 persen. Karakteristik kategori pendidikan didominasi pendidikan tingkat SD sebanyak 39 persen. Karakteristik jenis pekerjaan konsumen memiliki pekerjaan ibu rumah tangga. Karakteristik pendapatan yang memiliki persentase tertinggi yaitu Rp. 1.500.000 – 2.999.000 sebanyak 44 persen.
10	Analisis Tingkat Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen Terhadap Produk Gula Pasir Merek Gulaku Di Kota Bogor (Hendrayani, 2008)	Menganalisis tingkat kepuasan dan loyalitas konsumen terhadap produk gula Pasir Gulaku di kota Bogor loyalitas petani tebu rakyat berkaitan dengan perilaku petani, peran pemerintah dan pabrik gula di jawa timur	CSI Dan IPA	Tingkat kepuasan konsumen terhadap kinerja yang diberikan oleh produk Gula pasir Gulaku berada pada tingkatan “ puas” yaitu sebesar 77,73 persen, Jadi harapan atau tingkat kepentingan konsumen telah dipenuhi oleh Gulaku sebesar 77,73 persen

Berdasarkan Tabel 4 diketahui bahwa beberapa penelitian terdahulu menggunakan metode analisis yang sama yaitu metode konjoin untuk mengetahui preferensi konsumen gula pasir, metode regresi linier berganda untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi permintaan gula pasir di kota Bandar Lampung dan metode CSI serta IPA untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen rumah tangga terhadap pembelian produk gula pasir.

Perbedaan atau ciri khas dari penelitian yang dilakukan oleh penulis dibandingkan dengan penelitian-penelitian terdahulu adalah yang pertama lokasi penelitian dilakukan di Kota Bandar Lampung. Hingga kini belum ada penelitian terkait faktor-faktor yang memengaruhi permintaan gula pasir dan preferensi konsumen gula pasir di Kota Bandar Lampung. Kedua, penelitian terkait preferensi dan permintaan yang dilakukan penulis tidak memfokuskan pada merek gula pasir tertentu melainkan membandingkan antara gula pasir kemasan dan gula pasir curah sedangkan penelitian terkait kepuasan konsumen gula pasir difokuskan pada merek gula pasir yang paling banyak digunakan di Kota Bandar Lampung yaitu Gulaku dan Rosebrand. Ketiga penelitian yang dilakukan penulis tidak melakukan analisis terkait loyalitas konsumen terhadap suatu merek gula pasir tertentu.

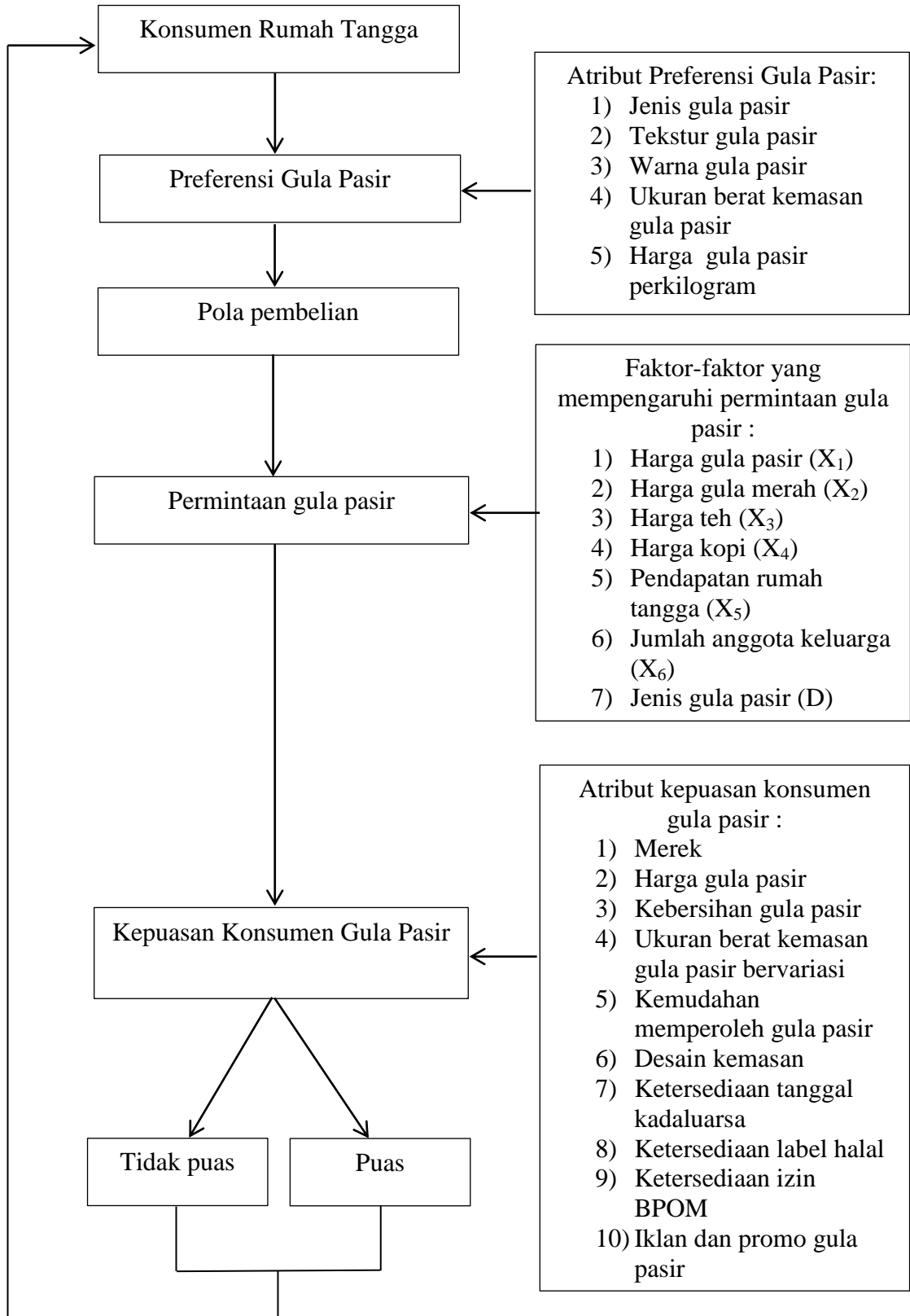
2.2 Kerangka Pemikiran

Gula pasir merupakan salah satu produk bahan pokok yang sering digunakan oleh konsumen rumah tangga sebagai penunjang aktivitas rumah tangga setiap harinya. Konsumen dihadapkan dengan berbagai preferensi terhadap karakteristik (atribut) yang dimiliki oleh gula pasir yang mempengaruhi keputusan pembeliannya. Umumnya masyarakat dalam memilih dan menilai suatu produk pada mulanya melihat dari apa yang terlihat dari produk tersebut apakah sesuai dari kriteria produk yang ia sukai ataupun tidak. Atribut fisik yang dapat diamati oleh mata seperti jenis, tekstur, warna, ukuran dan harga dapat mempengaruhi preferensi konsumen dalam membeli gula pasir. Produsen perlu mengetahui kombinasi atribut apakah yang paling diminati oleh konsumen dalam memasarkan produknya.

Berdasarkan penelitian-penelitian terdahulu yang berkaitan mengenai preferensi konsumen gula pasir atribut-atribut yang dipilih untuk digunakan pada penelitian ini yaitu jenis, tekstur, warna, ukuran dan harga gula pasir. Atribut jenis gula pasir yang dimasukkan didasari dengan jenis gula pasir yang tersebar di Kota Bandar Lampung yaitu gula pasir kemasan dan gula pasir curah. Dan sub-atribut harga didasari dengan harga gula pasir yang tersebar di Kota Bandar Lampung.

Pada umumnya pola pembelian yang dilakukan tiap konsumen berbeda-beda. Hal ini akan mempengaruhi permintaan gula pasir. Permintaan gula pasir dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu harga barang itu sendiri, harga barang lain (barang substitusi dan komplementer), pendapatan dan selera. Variabel-variabel tersebut mungkin dapat mempengaruhi keputusan konsumen rumah tangga dengan didasari oleh teori permintaan. Variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini merupakan adopsi dari penelitian yang dilakukan oleh Putri,dkk (2014) dan Pamungkas (2008) adalah harga gula pasir, harga gula merah, harga teh, harga kopi, pendapatan rumah tangga, dan jumlah anggota keluarga.

Setelah konsumen rumah tangga mengkonsumsi produk gula pasir, maka konsumen akan melakukan proses evaluasi terhadap produk gula pasir tersebut, apakah atribut-atribut dari gula pasir yang dibelinya dapat memberikan kepuasan ataupun tidak. Atribut-atribut yang digunakan penulis tidak berbeda jauh dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Hendrayani (2008) dan Anggraini (2013). Atribut-atribut yang digunakan untuk menganalisis tingkat kepuasan konsumen gula pasir di Kota Bandar Lampung yaitu merek, harga, kebersihan produk, ukuran kemasan bervariasi, kemudahan memperoleh gula pasir, desain kemasan, ketersediaan tanggal kadaluarsa, label halal, izin BPOM, iklan dan promo gula pasir. Apabila konsumen rumah tangga puas akan produk gula pasir yang dibelinya, maka semakin besar kemungkinan konsumen rumah tangga tersebut akan membeli dan mengkonsumsi ulang produk gula pasir tersebut.



Gambar 4 Kerangka pemikiran analisis preferensi, permintaan dan kepuasan konsumen rumah tangga dalam membeli gula pasir di Kota Bandar Lampung

2.3 Hipotesis

Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah diduga harga gula pasir, harga gula merah, harga teh, harga kopi, pendapatan rumah tangga, dan jumlah anggota keluarga berpengaruh terhadap permintaan konsumen rumah tangga dalam pembelian gula pasir di Kota Bandar Lampung.

III. METODE PENELITIAN

3.1 Metode Dasar

Metode dasar yang digunakan adalah metode survei. Penelitian survei digunakan untuk memecahkan masalah-masalah isu skala besar yang aktual dengan populasi sangat besar, sehingga diperlukan sampel ukuran besar. Penelitian survei informasi dikumpulkan dari responden menggunakan kuesioner (Sugiyono, 2013). Penelitian survei adalah metode penelitian yang mengkaji populasi yang besar dengan menggunakan metode sampel yang memiliki tujuan untuk mengetahui perilaku, karakteristik, dan membuat deskripsi serta generalisasi yang ada dalam populasi tersebut metode survei merupakan pendekatan metode deskriptif untuk mendapatkan informasi dari sampel yang mewakili populasi. Data diperoleh dengan wawancara berdasarkan kuisisioner yang telah dipersiapkan terlebih dahulu.

3.2 Konsep Dasar dan Definisi Operasional

Gula pasir merupakan pemanis yang terbuat dari sari tumbuhan seperti tebu dan jagung yang kemudian dikristalkan mewujudkan menjadi serbuk-serbuk seperti pasir yang dinyatakan dalam satuan kilogram (kg).

Preferensi merupakan selera subjektif (individu) konsumen yang mengonsumsi gula pasir yang diukur dengan nilai gunanya. Preferensi dianalisis dengan menggunakan kombinasi atribut-atribut produk beserta level yang berbeda-beda. Atribut yang diteliti adalah jenis, warna, tekstur, ukuran kemasan dan harga.

Tabel 5 Batasan operasional atribut-atribut gula pasir yang mempengaruhi preferensi konsumen rumah tangga

No	Variable (atribut)	Definisi	Pengukuran/ Satuan
1	Jenis	Berbagai jenis gula pasir kemasan yang dikonsumsi rumah tangga	Gula pasir kemasan (bermerek) dan gula pasir curah (dikemas ulang tidak bermerek)
2	Warna	Merupakan warna yang tampak dalam produk gula pasir	Putih dan kuning
3	Tekstur	Berbagai bentuk butiran gula pasir yang dikonsumsi rumah tangga	Butiran halus dan butiran agak kasar
4	Ukuran Kemasan	Berbagai ukuran berat gula pasir dalam kemasan yang dikonsumsi rumah tangga	0,25 kg, 0,50 kg, dan 1,00 kg
5	Harga	Sejumlah uang yang dikeluarkan untuk mendapatkan gula pasir perkilogram.	Rp 11.500 – Rp 13.000 dan Rp 13.500 –Rp 15.000

Permintaan Gula pasir adalah jumlah gula pasir yang diminta oleh konsumen rumah tangga pada berbagai tingkat harga dalam periode satu bulan.

Variabel yang mempengaruhi permintaan adalah berbagai variabel yang di duga berpengaruh terhadap permintaan produk gula pasir. Variabel-variabel dalam penelitian ini yaitu harga gula pasir (X_1), harga gula merah (X_2), harga teh (X_3), harga kopi (X_4) pendapatan rumah tangga (X_5), jumlah anggota keluarga (X_6).

Tabel 6 Batasan operasional variabel yang mempengaruhi permintaan gula pasir

No	Variable (atribut)	Definisi	Pengukuran/ Satuan
1	Harga Gula Pasir	Sejumlah uang yang dikeluarkan untuk mendapatkan gula pasir	Rp/kg
2	Harga Gula Merah	Sejumlah uang yang dikeluarkan untuk mendapatkan gula merah	Rp/kg
3	Harga Teh	Sejumlah uang yang dikeluarkan untuk mendapatkan teh	Rp/kg

Tabel 6 Batasan operasional variabel yang mempengaruhi permintaan gula pasir (Lanjutan)

No	Variable (atribut)	Definisi	Pengukuran/ Satuan
4	Harga Kopi	Sejumlah uang yang dikeluarkan untuk mendapatkan kopi	Rp/kg
5	Pendapatan	Total penghasilan riil dari seluruh anggota rumah tangga	Rp/bulan
6	Jumlah Anggota Keluarga	Banyaknya orang yang menjadi tanggungan dalam rumah tangga	Orang

Kepuasan konsumen merupakan tanggapan atau penilaian setiap konsumen atas produk gula pasir yang telah dikonsumsi dengan membandingkan antara kondisi yang ada dengan kondisi yang diharapkan konsumen.

Atribut – atribut yang digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen rumah tangga terhadap produk gula pasir yaitu merek, harga gula pasir, kebersihan gula pasir, ukuran gula pasir bervariasi, kemudahan memperoleh gula pasir, desain kemasan, ketersediaan tanggal kadaluarsa, ketersediaan label halal, ketersediaan izin BPOM, iklan dan promo gula pasir

Tabel 7 Batasan operasional variabel yang mempengaruhi kepuasan konsumen gula pasir

No	Variable (atribut)	Definisi	Pengukuran/ Satuan
1	Merek gula pasir	Suatu tanda atau simbol yang terdiri dari nama, istilah, gambar, logo, lambang, desain atau kombinasi dari semua itu yang ditujukan untuk mengidentifikasi, mendefinisikan atau memberi identitas gula pasir	Sangat terkenal (5), terkenal (4), biasa (3), tidak terkenal (2), sangat tidak terkenal (1).
2	Harga gula pasir	Sejumlah uang yang dikeluarkan untuk mendapatkan gula pasir	Sangat murah (5), murah (4), biasa (3), mahal (2), sangat mahal (1)

Tabel 7 Batasan operasional variabel yang mempengaruhi kepuasan konsumen gula pasir (lanjutan)

No	Variable (atribut)	Definisi	Pengukuran/ Satuan
3	Kebersihan gula pasir	Tingkat kebersihan butiran gula pasir dari benda selain gula	Sangat bersih (5), bersih (4), biasa (3), tidak bersih (2), sangat tidak bersih (1).
4	Ukuran gula pasir bervariasi	Berbagai ukuran berat kemasan produk gula pasir.	Sangat bervariasi (5), bervariasi (4), biasa (3), tidak bervariasi (2), sangat tidak bervariasi(1).
5	Lokasi memperoleh gula pasir	Lokasi maupun hal penunjang lainnya yang memudahkan konsumen mendapatkan produk gula pasir.	Sangat strategis (5), strategis (4), biasa (3), tidak strategis (2), sangat tidak strategis (1).
6	Desain kemasan gula pasir	Bentuk, struktur, material, warna, citra, tipografi dan elemen-elemen desain.	Sangat menarik (5), menarik (4), biasa (3), tidak menarik (2), sangat tidak menarik (1)
7	Ketersediaan tanggal kadaluarsa	Tanda atau bukti masa simpan dan konsumsi gula pasir	Sangat jelas (5), jelas(4), biasa (3), tidak jelas (2), sangat tidak jelas (1).
8	Ketersediaan label halal	Tanda atau bukti bahwa suatu produk tersebut telah mendapatkan sertifikat halal dan aman dari LPPOM MUI	Sangat jelas dan sangat lengkap (5), jelas dan lengkap (4), biasa (3), tidak jelas dan tidak lengkap (2), sangat tidak jelas dan sangat tidak lengkap(1).

Tabel 7 Batasan operasional variabel yang mempengaruhi kepuasan konsumen gula pasir (lanjutan)

No	Variable (atribut)	Definisi	Pengukuran/ Satuan
9	Ketersediaan izin BPOM	Tanda atau bukti bahwa suatu pruduk tersebut telah mendapatkan sertifikat atau izin dari BPOM	Sangat jelas dan sangat lengkap (5), jelas dan lengkap (4), biasa (3), tidak jelas dan tidak lengkap (2), sangat tidak jelas dan sangat tidak lengkap(1).
10	Iklan dan promo gula	Upaya untuk memberitahukan atau menawarkan produk atau jasa pada dengan tujuan menarik calon konsumen untuk membeli atau mengkonsumsi gula pasir	Sangat menarik (5), menarik (4), biasa (3), tidak menarik (2), sangat tidak menarik (1).

3.3 Populasi, Sampel, Teknik Sampling, Responden dan Waktu Penelitian.

Menurut Sugiyono (2013) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek atau subyek yang menjadi kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini yaitu rumah tangga di Kota Bandar Lampung. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *multistage random sampling* yang dilakukan dengan cara melakukan pengelompokan kecamatan-kecamatan yang ada di Kota Bandar Lampung menjadi dua kelompok, yaitu kecamatan kelas menengah atas dan kecamatan kelas menengah bawah. Mengambil masing-masing dua kecamatan untuk mewakili kecamatan kelas menengah atas dan kelas menengah bawah secara acak melalui pengundian. Kecamatan yang terpilih adalah Tanjung Karang Timur dan Tanjung Karang Barat yang mewakili masyarakat kelas menengah bawah di Bandar Lampung. Kecamatan yang mewakili masyarakat kelas menengah atas adalah Way Halim dan Kecamatan Kemiling. Kemudian diambil masing-masing satu kelurahan dan dua Rukun Tetangga (RT) di setiap Kecamatan. Pada kecamatan Tanjung Karang Barat

Kelurahan yang terpilih yaitu Kelurahan Kelapa Tiga Permai Lingkungan II tepatnya di RT 03 dan RT 05, pada Kecamatan Tanjung Karang Timur Kelurahan yang terpilih yaitu Kelurahan Sawah Brebes Lingkungan I tepatnya di RT 04 dan RT 06, pada Kecamatan Way Halim Kelurahan yang terpilih yaitu Kelurahan Perumnas Way Halim Lingkungan III tepatnya di RT 02 dan RT 03, dan pada Kecamatan Kemiling Kelurahan yang terpilih yaitu Kelurahan Beringin Raya Lingkungan I tepatnya di RT 05 dan RT 07. Penentuan jumlah sampel mengacu pada rumus Slovin (Amirin, 2011) sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{Nd^2 + 1}$$

$$n = \frac{1.051.500}{1.051.500 \times 10\%^2 + 1}$$

$$n = 99,99$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi Kota Bandar Lampung

d = presisi (10%)

Dengan memasukan jumlah populasi penduduk Kota Bandar Lampung, dihasilkan sampel dengan jumlah 99,99 rumah tangga yang dibulatkan menjadi 100 rumah tangga. Kemudian sampel diambil masing-masing sebanyak 25 rumah tangga pada setiap kecamatan yang terpilih dengan pertimbangan dan pengamatan penulis terkait kondisi tempat tinggal konsumen termasuk ke dalam kategori menengah ke atas maupun ke bawah. Jumlah sampel ini dapat dianggap sudah mewakili seluruh konsumen rumah tangga yang mengkonsumsi gula pasir di Kota Bandar Lampung. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Januari sampai dengan bulan Maret 2021.

Kriteria yang harus dimiliki oleh Responden dalam penelitian ini antara lain :

- 1) Ibu rumah tangga atau orang lain yang berperan sebagai pengambil keputusan dalam pembelian gula pasir.
- 2) Berusia minimal 18 tahun, dan sudah atau pernah membeli dan mengonsumsi produk gula pasir minimal satu kali dalam dua bulan terakhir.

3.4 Sifat dan Jenis Data

3.4.1 Sifat Data

Adapun data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dan kuantitatif.

- a. Data kualitatif, yaitu data yang disajikan dalam bentuk kata verbal bukan dalam bentuk angka yang termasuk data kualitatif dalam penelitian ini yaitu gambaran umum objek penelitian.
- b. Data kuantitatif adalah jenis data yang dapat diukur atau dihitung secara langsung, yang berupa informasi atau penjelasan yang dinyatakan dengan bilangan atau berbentuk angka.

3.4.2 Jenis Data

Data merupakan keterangan yang menerangkan obyek-obyek dalam variabel tertentu. Untuk mengumpulkan data dan informasi yang diperoleh dalam penelitian ini, penulis menggunakan sumber data sebagai berikut :

- a. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumbernya diamati dan dicatat untuk pertama kalinya. Data primer dalam penelitian ini diperoleh langsung dari lokasi penelitian yaitu wawancara secara langsung untuk memperoleh data dari responden dengan menggunakan kuisioner yang telah dipersiapkan sebelumnya.
- b. Data sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh orang yang melakukan penelitian dari sumber-sumber yang telah ada. Data ini diperoleh dari referensi seperti buku dan laporan penelitian sejenis serta instansi terkait seperti Badan Pusat Statistika dan Badan Ketahanan Pangan.

3.5 Uji Validitas dan Reabilitas

Uji validitas dilakukan untuk mengungkapkan apakah pertanyaan pada kuestioner tersebut sah atau tidak. Menurut Hadi dalam Bawono (2006) analisis ini dipakai untuk mengukur seberapa cermat suatu test melakukan fungsi ukurnya atau telah

benar-benar dapat mencerminkan variabel yang diukur. Adapun kriteria penilaian uji validitas dengan taraf signifikan (α) = 0,05 jika r hitung $>$ r Tabel atau nilai *corrected item* dari *total correlation* bernilai di atas 0,361 untuk jumlah 30 responden, maka kuesioner sebagai alat pengukur dikatakan valid atau ada korelasi yang nyata antara kedua variabel tersebut.

Menurut Bawono (2006) uji reliabilitas adalah menguji data yang diperoleh berdasarkan hasil dari wawancara menggunakan kuesioner. Jika kuesioner itu handal atau *reliable*, maka jawaban responden tersebut konsisten dari waktu ke waktu. Suatu variabel dikatakan *reliable* jika r hitung $>$ r Tabel dan bernilai positif. Setiap pertanyaan dikatakan *reliable* jika nilai *Cronbach Alpha* $>$ 0,60. Berikut ini merupakan rumus *Cronbach Alpha* :

$$r \text{ hitung} = \frac{n (\sum X_1 Y_1) - (\sum X_1) X (\sum Y_1)}{\sqrt{\{n \sum X_1^2 - (\sum X_1)^2\} \times \{n \sum Y_1^2 - (\sum Y_1)^2\}}}$$

keterangan :

- r = koefisien korelasi (validitas)
- X = skor pada atribut item n
- Y = skor total atribut
- XY = skor pada atribut item n dikalikan skor total atribut
- N = banyaknya atribut

Berdasarkan Tabel 8 diketahui bahwa nilai *Corrected Item* dan *Total Correlation* berdasarkan 30 responden dari masing-masing atribut sudah di atas 0,361. Hal ini menunjukkan bahwa pertanyaan yang diajukan pada kuisisioner adalah valid. Nilai Cronbach's Alpha tingkat kepentingan gula pasir sebesar 0,722 yang artinya semua pertanyaan yang diajukan pada kuisisioner juga dinyatakan reliabel karena nilainya di atas 0,6. Hasil menunjukkan bahwa pertanyaan kuisisioner untuk variabel atribut produk dalam menghitung tingkat kepentingan sikap konsumen terhadap produk gula pasir dinyatakan valid dan reliabel sehingga seluruh atribut produk tersebut dapat dianalisis lebih lanjut. Hasil uji validasi dan reliabilitas tingkat kepentingan dan kinerja atribut produk gula pasir di Kota Bandar Lampung untuk 30 responden dapat dilihat lebih lanjut pada lampiran Tabel 45, Tabel 46, Tabel 47, dan Tabel 48. Hasil uji validitas dan reliabilitas kepentingan

dan kinerja konsumen rumah tangga gula pasir di Kota Bandar Lampung dapat dilihat pada Tabel 8

Tabel 8 Hasil uji validitas dan reabilitas tingkat kepentingan dan kinerja atribut produk gula pasir di Kota Bandar Lampung

No	Indikator variabel	<i>Corrected Item dan Total Correlation</i>		<i>Cronbach's Alpha</i>	
		Kepentingan	Kinerja	Kepentingan	Kinerja
1	Merek gula pasir	0,602	0,501	0,722	0,710
2	Harga gula pasir	0,580	0,448		
3	Kebersihan gula pasir	0,532	0,456		
4	Ukuran gula pasir bervariasi	0,745	0,692		
5	Lokasi memperoleh gula pasir	0,413	0,522		
6	Desain kemasan gula pasir	0,692	0,496		
7	Ketersediaan tanggal kadaluarsa	0,368	0,463		
8	Ketersediaan label halal	0,405	0,592		
9	Ketersediaan izin BPOM	0,405	0,506		
10	Iklan dan promo gula	0,569	0,596		

Kemudian hasil uji validitas dan reliabilitas tingkat kinerja atribut produk gula pasir sebanyak 30 responden di Kota Bandar Lampung dapat dilihat melalui Tabel 8 diperoleh nilai *Corrected Item dan Total Correlation* dari masing-masing atribut sudah di atas 0,361. Hasil menunjukkan bahwa pertanyaan yang diajukan pada kuisisioner adalah valid. Nilai *Cronbach's Alpha* tingkat kepuasan produk gula pasir sebesar 0,710 artinya semua pertanyaan yang diajukan pada kuisisioner juga dinyatakan reliabel karena nilainya di atas 0,6. Hal ini berarti pengukuran dengan pengumpulan data yang dilakukan valid atau terdapat korelasi yang nyata antara variabel-variabel yang digunakan sehingga akan memberikan hasil yang konsisten dari waktu ke waktu bila dilakukan pengukuran kembali terhadap subjek yang sama.

3.6 Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis konjoin untuk menganalisis preferensi konsumen gula pasir, metode analisis regresi linier berganda untuk menganalisis faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi permintaan gula pasir dan metode *Costumer Satisfaction Index* (CSI) dan *Metode Importance Performance Analysis* (IPA) digunakan untuk analisis kepuasan konsumen gula pasir.

3.6.1 Preferensi Konsumen

Analisis konjoin menggambarkan preferensi konsumen berdasarkan evaluasi berbagai atribut produk. Model konjoin mengasumsikan bahwa produk dapat diberikan tingkatan atribut secara spesifik. Utilitas konsumen total ditentukan oleh utilitas setiap tingkatan atau level. Berikut ini merupakan langkah-langkah yang dilakukan untuk analisis konjoin sebagai berikut:

- a. Atribut gula pasir terdiri dari atribut internal dan eksternal yang sangat banyak jika harus diteliti seluruhnya. Sebanyak lima atribut dipilih yaitu jenis gula, tekstur, warna gula, ukuran, dan harga gula pasir.
- b. Setiap atribut gula pasir yang terpilih diberikan tingkatan. Atribut jenis gula, warna gula, tekstur, dan harga gula pasir diberikan minimal dua level.

Tabel 9 Atribut dan Level Atribut Gula Pasir

Atribut	Level atribut
Jenis	Gula pasir kemasan (B ₁)
	Gula pasir curah (B ₂)
Tekstur	Halus (T ₁)
	Agak kasar (T ₂)
Warna	Kuning (W ₁)
	Putih (W ₂)
Ukuran	1,00 Kg (U ₁)
	0,50 Kg (U ₂)
	0,25 Kg (U ₃)
Harga	Rp 13.500 - Rp 15.000 (H ₁)
	Rp 11.500 – Rp 13.000 (H ₂)

Level ditentukan untuk setiap gula pasir berdasarkan pra-survei, sehingga evaluasi konsumen dapat lebih realistis.

- c. Kombinasi yang seharusnya dihasilkan yaitu sebanyak 48 kombinasi. Terlalu banyak kombinasi dapat mempersulit konsumen dalam mengevaluasi atribut. Kombinasi dipilih menggunakan prosedur *orthogonal* dengan aplikasi SPSS. Prosedur *orthogonal* menghasilkan delapan kombinasi yang memiliki level disetiap atribut berbeda. Kombinasi yang diperoleh tertera pada Tabel 10.

Tabel 10 Total stimulus yang diperoleh melalui prosedur orthogonal

Stimuli	Atribut				
	Jenis	Tekstur	Warna	Ukuran (Kg)	Harga (Rp)
1	Kemasan	Halus	Kuning	1,00	13.500 – 15.000
2	Curah	Agak kasar	Putih	1,00	11.500 – 13.000
3	Curah	Agak kasar	Kuning	1,00	13.500 – 15.000
4	Kemasan	Agak kasar	Putih	0,25	13.500 – 15.000
5	Kemasan	Agak kasar	Kuning	0,50	11.500 – 13.000
6	Curah	Halus	Putih	0,50	13.500 – 15.000
7	Kemasan	Halus	Putih	1,00	11.500 – 13.000
8	Curah	Halus	Kuning	0,25	11.500 – 13.000

- d. Kemudian konsumen memberikan skor dari kombinasi yang paling disukai bernilai delapan hingga kombinasi yang paling tidak disukai bernilai satu.

Model yang digunakan dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\mu(x) = a_0 + a_{1j} X_{1j} + a_{2j} X_{2j} + a_{3j} X_{3j} + a_{4j} X_{4j} + a_{5j} X_{5j}$$

Keterangan:

- $\mu(x)$ = utilitas dari setiap stimuli gula pasir x
 a_0 = konstanta atau total utilitas dari seluruh atribut
 a_{1j} = utilitas dari atribut jenis pada level ke-j
 a_{2j} = utilitas dari atribut tekstur pada level ke-j
 a_{3j} = utilitas dari atribut warna kemasan pada level ke-j
 a_{4j} = utilitas dari atribut ukuran pada level ke-j
 a_{5j} = utilitas dari atribut harga pada level ke-j
 X_{1j} = bernilai 1 jika atribut jenis dan level ke-j terjadi, 0 lainnya
 X_{2j} = bernilai 1 jika atribut tekstur dan level ke-j terjadi, 0 lainnya
 X_{3j} = bernilai 1 jika atribut warna dan level ke-j terjadi, 0 lainnya
 X_{4j} = bernilai 1 jika atribut ukuran dan level ke-j terjadi, 0 lainnya
 X_{5j} = bernilai 1 jika atribut harga dan level ke-j terjadi, 0 lainnya

Estimasi nilai utilitas (μ) dilakukan pada setiap kombinasi dengan menyesuaikan setiap variable dummy. Jika $\mu(x)$ bernilai positif, maka konsumen menyukai kombinasi gula pasir tersebut. Sebaliknya, jika $\mu(x)$ bernilai negatif, maka konsumen kurang menyukai kombinasi gula pasir tersebut. Tampilan SPSS *subfile summary* juga menunjukkan urutan kepentingan relatif atribut. Keakurasian analisis diukur dengan koefisien korelasi, yaitu nilai *Pearson's R* dan nilai *Kendall'S Tau*. Nilai tersebut diuji dengan $\alpha=0,05$. Jika berbeda nyata, maka pendapat dari 100 orang konsumen dapat diterima dan dianalisis.

3.6.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konsumen

Dalam menjawab tujuan kedua yaitu faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan produk gula pasir metode yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda yang ditransformasikan kedalam bentuk logaritma natural (\ln). Adapun persamaannya sebagai berikut:

$$\ln Y = \ln \beta_0 + \beta_1 \ln X_1 + \beta_2 \ln X_2 + \beta_3 \ln X_3 + \beta_4 \ln X_4 + \beta_5 \ln X_5 + \beta_6 \ln X_6 + \beta_7 \ln D + e$$

Keterangan:

- Y = Permintaan gula pasir (Kg/bulan)
- X₁ = Harga gula pasir (Rp/Kg)
- X₂ = Harga gula merah (Rp/Kg)
- X₃ = Harga teh (Rp/Kg)
- X₄ = Harga kopi (Rp/Kg)
- X₅ = Pendapatan rumah tangga (Rp/bulan)
- X₆ = Jumlah anggota keluarga (orang)
- D = Jenis gula pasir (0 : Curah, 1 : Kemasan)
- β_0 = Konstanta
- ei = Error
- $\beta_{1,.., \beta_7}$ = Koefesien Regresi.

Berikut ini merupakan penjelasan mengenai Uji Statistik yang dilakukan pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

a. Uji F (uji pengaruh secara serempak)

Uji F dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui seberapa jauh variabel independen atau bebas secara bersama-sama dapat mempengaruhi variabel

dependen atau terikat (Bawono,2006). Hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

- 1) $H_0: b_i = 0$, artinya variabel harga gula pasir, harga gula merah, harga teh, harga kopi, pendapatan rumah tangga, jumlah anggota keluarga, jenis gula pasir secara bersama-sama tidak berpengaruh dan signifikan terhadap permintaan gula pasir.
- 2) H_a : minimal satu $b_i \neq 0$, artinya variabel harga gula pasir, harga gula merah, harga teh, harga kopi, pendapatan rumah tangga, jumlah anggota keluarga, jenis gula pasir secara bersama-sama berpengaruh dan signifikan terhadap permintaan gula pasir.

Dasar pengambilan keputusan sebagai berikut :

- 1) Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima artinya tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel harga gula pasir, harga gula merah, harga teh, harga kopi, pendapatan rumah tangga, jumlah anggota keluarga, jenis gula pasir secara bersama-sama terhadap permintaan gula pasir.
- 2) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak artinya ada pengaruh yang signifikan antara variabel harga gula pasir, harga gula merah, harga teh, harga kopi, pendapatan rumah tangga, jumlah anggota keluarga, jenis gula pasir secara bersama-sama terhadap permintaan gula pasir. Disamping dengan membandingkan F_{hitung} dengan F_{tabel} untuk menentukan H_0 diterima atau tidak dapat dengan melihat nilai signifikansinya apakah lebih atau kurang dari 10% (Bawono,2006).

b. Uji t (uji pengaruh secara parsial)

Uji ini menurut Bawono (2006) digunakan untuk melihat tingkat signifikansi variabel independen mempengaruhi variabel dependen secara individu atau sendiri-sendiri. Pengujian ini dilakukan secara parsial atau individu, dengan menggunakan uji t statistik untuk masing-masing variabel bebas, dengan tingkat kepercayaan tertentu. Hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

- 1) $H_0 : \beta = 0$ artinya variabel harga gula pasir, harga gula merah, harga teh, harga kopi, pendapatan rumah tangga, jumlah anggota keluarga tidak berpengaruh dan signifikan terhadap permintaan gula pasir.

- 2) $H_0 : \beta \neq 0$ artinya variabel harga gula pasir, harga gula merah, harga teh, harga kopi, pendapatan rumah tangga, jumlah anggota keluarga berpengaruh dan signifikan terhadap permintaan gula pasir.

Dasar pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut :

- 1) Jika $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$, maka H_0 diterima, artinya tidak ada pengaruh dan signifikan antara variabel harga gula pasir, harga gula merah, harga teh, harga kopi, pendapatan rumah tangga, jumlah anggota keluarga dan jenis gula pasir dengan permintaan gula pasir;
- 2) Jika $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$, maka H_0 ditolak, artinya ada pengaruh dan signifikan antara variabel harga gula pasir, harga gula merah, harga teh, harga kopi, pendapatan rumah tangga, jumlah anggota keluarga dan jenis gula pasir dengan permintaan gula pasir. Di samping membandingkan $t \text{ hitung}$ dengan $t \text{ tabel}$ agar bisa menentukan H_0 diterima atau tidak, dapat pula dengan melihat nilai signifikasinya apakah lebih atau kurang dari 10% (Bawono,2006).

c. Uji R^2 (koefisien determinasi)

Pengujian ini dilakukan untuk menunjukkan derajat hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen, atau bagaimana kontribusi variabel tersebut mempengaruhi variabel dependen. Analisis koefisien determinasi (R) digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase pengaruh umum variabel bebas terhadap variabel terikat. Pengujian ini dilakukan dengan mengamati R hasil analisis persamaan regresi yang diamati. Jika koefisien determinasi (R) mendekati 1, berarti model regresi yang digunakan lebih sesuai daripada estimasi variabel dependen (Bawono,2006).

d. Uji Multikolinieritas

Menurut Ghazali (2011), uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi telah mendeteksi adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Untuk menguji multikolinieritas dapat dilihat melalui nilai VIF masing-masing variabel independen. Apabila nilai VIF yang diperoleh bernilai kurang dari 10, maka dapat disimpulkan bahwa tidak adanya tanda-tanda multikolinieritas pada data yang digunakan.

e. Uji Heteroskedastis

Uji heterokedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Ada beberapa cara yang dapat dilakukan untuk melakukan uji heteroskedastisitas, yaitu uji grafik plot, uji park, uji glejser, dan uji white. Cara menguji ada tidaknya heteroskedastisitas pada penelitian ini, yaitu dengan menggunakan uji white, dimana tingkat signifikansinya harus diatas 0,05 maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Pengujian ini dilakukan untuk mendapatkan nilai probabilitas $Obs * R$. Jika probabilitas signifikansi lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa tidak adanya gejala heterokedastisitas pada data. Sebaliknya jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa adanya gejala heterokedastisitas pada data yang digunakan (Ghozali, 2011).

3.6.3 Kepuasan Konsumen

Atribut yang digunakan untuk menganalisis kepuasan konsumen gula pasir adalah merek, harga, kebersihan gula pasir, ukuran berat kemasan gula pasir bervariasi, kemudahan memperoleh gula pasir, desain kemasan, ketersediaan tanggal kadaluarsa, label halal, izin BPOM, iklan dan promo penjualan.

Metode yang digunakan untuk menjawab tujuan keempat penelitian ini adalah metode *Customer Satisfaction Index (CSI)* dan Metode *Importance Performance Analysis (IPA)*. CSI digunakan untuk mengukur indeks kepuasan konsumen (*index satisfaction*) dari tingkat kepentingan (*importance*) dan tingkat pelaksanaan (*performance*) yang bertujuan untuk pengembangan program pemasaran yang memengaruhi kepuasan konsumen terhadap produk gula pasir. Atribut gula pasir yang akan diteliti tingkat kepuasannya yaitu merek, harga, desain kemasan, kebersihan produk, ukuran, kemudahan memperoleh, ketersediaan tanggal kadaluarsa, Label halal dan BPOM serta Promo/iklan penjualan. Berikut ini merupakan tahapan dalam pengukuran CSI yaitu :

- a. Menghitung *Weighting faktor (WF)*, yaitu mengubah nilai rata-rata kepentingan menjadi angka persentase dari total rata-rata tingkat kinerja

seluruh atribut dengan total 100 persen. *Weighting Faktor* adalah fungsi dari rata-rata skor kepentingan (RSP-i) masing-masing atribut dalam bentuk persentase (%) dari total rata-rata tingkat kepentingan (RSP-i) untuk seluruh atribut yang diuji.

$$\text{Weight Faktor} \times 100\% \dots\dots\dots(\text{Supranto, 2006})$$

b. Cara menghitung Indeks kepuasan konsumen sebagai berikut:

(1) Menghitung *Weighted Score* (WS) yaitu perkalian antara Rata-rata Skor Kinerja (RSK) dengan *Weighting Faktor* (WF), dengan rumus:

$$\text{Weighted Score} = \text{RSK} \times \text{WF} \dots\dots\dots(\text{Supranto, 2006})$$

(2) Menghitung *Weighted Total* (WT), yaitu menunjukkan semua *Weighted Score* (WS) dengan semua atribut produk.

(3) Menghitung Indeks Kepuasan Konsumen, yaitu *Weighted Total* (WT) dibagi skala maksimal (*Highest Scale/HS*), yaitu skala likert 5 dikalikan 100%.

$$\text{CSI} = \frac{\text{WT}}{\text{HS}} \times 100\% \dots\dots\dots(\text{Supranto, 2006})$$

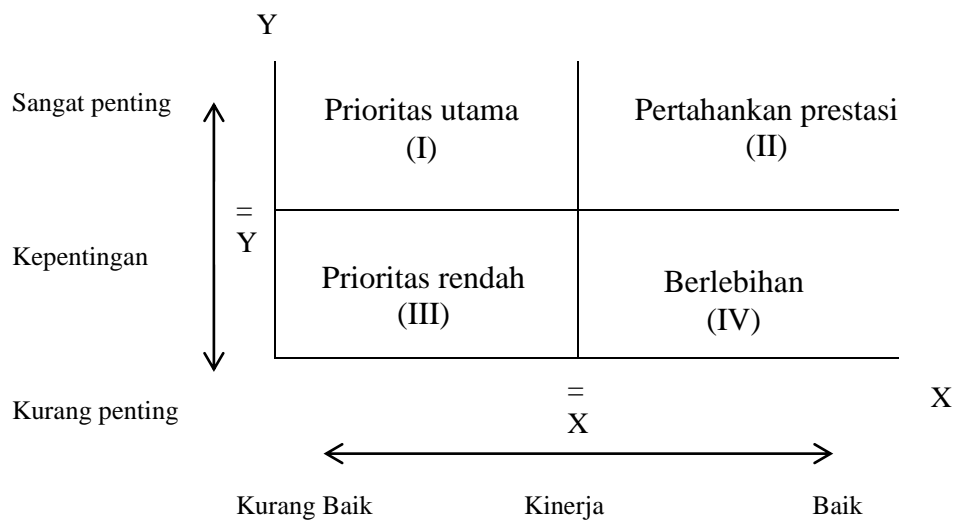
Tingkat kepuasan responden secara keseluruhan dapat dilihat pada kriteria tingkat kepuasan konsumen pada Tabel 11.

Tabel 11 Penentuan tingkat kepuasan dan interpretasi analisis *Customer Satisfaction Index* (CSI)

Rentang Skala	Interpretasi
0,00-0,20	Sangat tidak puas
0,21-0,40	Tidak Puas
0,41-0,60	Cukup puas
0,61-0,80	Puas
0,81-1,00	Sangat puas

Sumber: Supranto, 2006

Metode *Importance Performance Analysis* (IPA) merupakan suatu teknik penerapan untuk mengukur atribut dari tingkat kepentingan dan pelaksanaan. Sumbu mendatar (X) diisi skor rata-rata tingkat kepuasan atribut, dan sumbu tegak (Y) diisi skor rata-rata tingkat kepentingan atribut.



Gambar 5 Diagram Kartesius (Matriks)
(Sumber : Ong dan Pambudi, 2014)

Diagram dibagi menjadi empat bagian, dimana pembatasnya adalah garis x dan y . Dimana x adalah rata-rata nilai kinerja seluruh atribut yang diteliti. Sedangkan y adalah rata-rata dari rata-rata nilai kepentingan seluruh atribut yang diteliti. Berikut ini merupakan rumus yang digunakan untuk memperoleh skor rata-rata tingkat kepuasan atribut (sumbu X) dan skor rata-rata tingkat kepentingan atribut (sumbu Y) :

$$X = \frac{\sum Xi}{n} \qquad Y = \frac{\sum Yi}{n}$$

Keterangan :

- X = skor rata-rata tingkat kepuasan atribut
- Y = skor rata-rata tingkat kepentingan atribut
- n = jumlah responden

Menginterpretasikan bagaimana suatu variabel atribut dinilai oleh keseluruhan responden menurut tingkat kepentingan dan tingkat kinerja, dibutuhkan suatu rentang skala numerik. Menurut Simamora (2001) perlu dicari terlebih dahulu rentang skala (RS), yang diperoleh dengan rumus :

$$RS = (m-n)/b$$

$$RS = (5-1)/5$$

$$RS = 0,8$$

Keterangan :

m = bobot tertinggi yang mungkin

n = bobot terendah yang mungkin

b = jumlah kelas

Dengan rentang skala sebesar 0,8, untuk skala lima peringkat, dimana skor terendah 1 dan tertinggi 5, maka skala linier numerik disajikan dibawah ini.

$1 \leq x \leq 1,8$ = Sangat tidak penting/Sangat tidak baik

$1,9 < x \leq 2,6$ = Tidak penting/tidak baik

$2,7 < x \leq 3,4$ = Cukup

$3,5 < x \leq 4,2$ = Penting/baik

$4,3 < x \leq 5$ = Sangat penting/Sangat baik

IV. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

4.1 Sejarah Singkat Kota Bandar Lampung

Kota Bandar Lampung sebelumnya bernama Tanjung Karang–Teluk betung. Perubahan nama tersebut didahului dengan perubahan Keresidenan Lampung menjadi Provinsi Lampung pada tanggal 18 Maret 1964 dengan Ibu Kota nya yaitu Tanjungkarang–Telukbetung. Selanjutnya berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 24 Tahun 1983. Kotamadya Daerah Tingkat II Tanjungkarang–Telukbetung diganti namanya menjadi Kotamadya Daerah Tingkat II Bandar Lampung terhitung sejak tanggal 17 Juni 1983, dan sejak tahun 1999 berubah nama menjadi Kota Bandar Lampung.

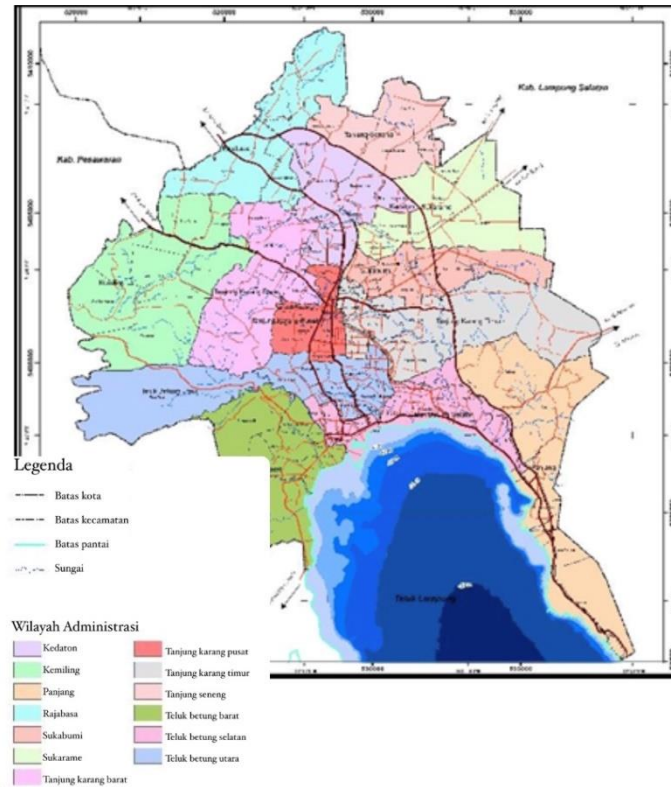
Berdasarkan Undang-undang No. 5 tahun 1975 dan Peraturan Pemerintah No. 3 Tahun 1982 tentang perubahan wilayah maka Kota Bandar Lampung dimekarkan dari 4 kecamatan 30 kelurahan menjadi 9 kecamatan dengan 58 kelurahan. Kemudian berdasarkan surat keputusan Gubernur/KDHTingkat I Lampung Nomor G/185.B.111/Hk/1988 tanggal 6 Juli 1988 serta Surat Persetujuan Mendagri nomor 140/1799/PUOD tanggal 19 Mei 1987 tentang pemekaran kelurahan di wilayah Kota Bandar Lampung, maka Kota Bandar Lampung dimekarkan menjadi 9 kecamatan dan 84 kelurahan. Kemudian berdasarkan Peraturan Daerah Kota Bandar Lampung Nomor 04 Tahun 2001 tentang pembentukan, penghapusan dan penggabungan kecamatan dan kelurahan, maka kota Bandar Lampung menjadi 13 kecamatan dengan 98 kelurahan. Pada tahun 2012, melalui Peraturan Daerah Kota Bandar Lampung Nomor 04 Tahun 2012 tentang penataan dan pembentukan kelurahan dan kecamatan, yang kemudian diubah dengan Peraturan Daerah Kota Bandar Lampung Nomor 12 Tahun 2012

tentang Perubahan Atas Peraturan Daerah Kota Bandar Lampung Nomor 04 Tahun 2012, kembali dilakukan pemekaran kecamatan yang berjumlah 13 kecamatan menjadi 20 kecamatan dan pemekaran kelurahan yang berjumlah 98 kelurahan menjadi 126 kelurahan (BPS Kota Bandar Lampung, 2021).

4.2 Keadaan Geografi

Kota Bandar Lampung terletak pada koordinat $5^{\circ}20'$ - $5^{\circ}30'$ Lintang Selatan dan $105^{\circ}28'$ - $105^{\circ}37'$ Bujur Timur. Batas-batas wilayah Kota Bandar Lampung :

- 1) Sebelah Utara berbatasan dengan Kecamatan Natar Kabupaten Lampung Selatan.
- 2) Sebelah Selatan berbatasan dengan Teluk Lampung.
- 3) Sebelah Barat berbatasan dengan Kecamatan Gedung Tataan dan Padang Cermin Kabupaten Pesawaran.
- 4) Sebelah Timur berbatasan dengan Kecamatan Tanjung Bintang Kabupaten Lampung Selatan



Gambar 6 Peta administrasi Kota Bandar Lampung
Sumber : BPS Kota Bandar Lampung, 2021

Kota Bandar Lampung memiliki luas wilayah 197,22 km². Luas wilayah tersebut terbagi pada setiap kecamatan dengan luas yang variatif. Dengan lokasi yang strategis secara geografis, ketersediaan akses yang memadai, dan jalur transportasi yang mendukung dan kelengkapan fasilitas penunjangnya, menjadikan kota Bandar Lampung sebagai pusat koleksi dan distribusi berbagai barang dan jasa yang potensial.

Sebanyak 100 orang sampel penelitian ini berasal dari 4 kecamatan di Kota Bandar Lampung. Konsumen tercatat tinggal di Kecamatan Tanjung Karang Timur, Karang Barat, Kemiling, dan Way Halim. Penyebaran alamat menunjukkan bahwa konsumen tersebar secara merata, walaupun tidak di seluruh Kecamatan di Kota Bandar Lampung. Daftar kecamatan di Kota Bandar Lampung berdasarkan luas wilayah dan jumlah kelurahan secara lebih rinci tertera pada Tabel 12.

Tabel 12 Daftar kecamatan berdasarkan luas wilayah dan jumlah kelurahan

No.	Nama Kecamatan	Luas Wilayah (km ²)	Jumlah Kelurahan
1	Teluk Betung Barat	11,02	5
2	Teluk Betung Timur	14,83	6
3	Teluk Betung Selatan	3,79	6
4	Bumi Waras	3,75	5
5	Panjang	15,75	8
6	Tanjung Karang Timur	2,03	5
7	Kedamaian	8,21	7
8	Teluk Betung Utara	4,33	6
9	Tanjung Karang Pusat	4,05	7
10	Enggal	3,49	6
11	Tanjung Karang Barat	14,99	7
12	Kemiling	24,24	9
13	Langkapura	6,12	5
14	Kedaton	4,79	7
15	Rajabasa	13,53	7
16	Tanjung Senang	10,63	5
17	Labuhan Ratu	7,97	6
18	Sukarame	14,75	6
19	Sukabumi	23,60	7
20	Way Halim	5,35	6
Total		197,22	126

4.3 Keadaan Topografi

Kota Bandar Lampung terletak pada ketinggian 0 sampai 700 meter di atas permukaan laut dengan topografi yang terdiri dari:

- a. Daerah pantai, yaitu sekitar Teluk Betung Selatan dan Panjang
- b. Daerah perbukitan yaitu sekitar Teluk Betung Utara
- c. Daerah dataran tinggi dengan sedikit bergelombang terdapat di sekitar Tanjung Karang Barat. Daerah tersebut dipengaruhi oleh Gunung Balau dan perbukitan Batu Serampok di bagian Timur Selatan.
- d. Teluk Lampung dan pulau pulau kecil bagian Selatan (BPS Kota Bandar Lampung, 2021).

4.4 Keadaan Demografi

Jumlah penduduk Kota Bandar Lampung tahun tahun 2019 yaitu 1.051.500 jiwa dengan sex ratio 101, yang berarti jumlah penduduk laki-laki lebih banyak dari penduduk perempuan. Kepadatan penduduk paling besar terdapat di Kecamatan Tanjung Karang Timur yakni 21.220 jiwa/km², sedangkan kecamatan yang paling kecil kepadatan penduduknya adalah Kecamatan Sukabumi yaitu 3.215 jiwa/km² (BPS Kota Bandar Lampung, 2021).

Tabel 13 Jumlah penduduk menurut jenis kelamin dan sex ratio di Kota Bandar Lampung tahun 2015-2021

Tahun	Laki-Laki (Jiwa)	Perempuan (Jiwa)	Jumlah (Jiwa)
2015	493.411	485.876	979.287
2016	502.418	495.301	997.728
2017	511.371	504.539	1.015.910
2018	520.078	513.725	1.033.803
2019	528.804	522.696	1.051.500
2020	528.759	517.696	1046.455
2021	594.292	571.774	1.166.066

Sumber: BPS Kota Bandar Lampung, 2021

4.5 Pendapatan Kota Bandar Lampung

Berdasarkan Peraturan Daerah Kota Bandar Lampung nomor 9 tahun 2019 tentang APBD Tahun Anggaran 2020 diketahui pendapatan Kota Bandar Lampung yang diperoleh pada tahun 2020 yaitu sebesar Rp3.003.639.971.712,00 dengan jumlah pendapatan asli daerah yaitu sebesar Rp 1.130.709.788.662,00. Pendapatan asli daerah adalah penerimaan yang berasal dari sumber-sumber pendapatan daerah yang terdiri dari pajak daerah, retribusi daerah, bagian laba BUMD, penerimaan dari dinas-dinas, dan penerimaan lain-lain. Berdasarkan pendapatan yang diperoleh dari pajak bumi bangunan diketahui bahwa kecamatan di Kota Bandar Lampung terbagi menjadi dua kelompok yaitu kelompok berpendapatan menengah ke atas dan menengah ke bawah. Kecamatan yang termasuk ke dalam kelompok menengah atas yaitu kecamatan Enggal, Way Halim, Kemiling, Panjang, Teluk Betung Utara, Bumiwaras, Sukabumi, Rajabasa, Labuhan Ratu, Kedaton, dan Teluk Betung Barat sedangkan kecamatan yang termasuk ke dalam kelompok menengah ke bawah yaitu kecamatan Teluk Betung Timur, Teluk Betung Selatan, Langkapura, Tanjung Senang, Sukarame, Tanjung Karang Pusat, Kedamaian, Tanjung Karang Timur, dan Tanjung Karang Barat. (BPS Kota Bandar Lampung, 2021)

4.6 Komoditas Kebutuhan Pokok : Gula Pasir

Sebagai sumber energi gizi, menurut Pola Harapan Makan (PPH), kontribusi gula yang diharapkan terhadap konsumsi kalori penduduk Indonesia menempati urutan keempat setelah biji-bijian, makanan hewani serta lemak dan minyak, dengan pangsa 6,7%. Sehingga gula pasir termasuk sebagai bahan makanan pokok. Gula adalah senyawa karbohidrat yang rasanya manis yang terdiri dari karbon, hidrogen, dan oksigen. Gula, seperti pemanis alami lainnya, tidak membahayakan kesehatan apabila selama digunakan dengan secukupnya. Salah satu dari lima Provinsi penghasil gula terbesar di Indonesia adalah Provinsi Lampung. Kota Bandar Lampung merupakan Ibu Kota Provinsi Lampung yang menjadi pusat kegiatan pemerintahan, sosial, politik, pendidikan dan budaya, serta pusat

kegiatan ekonomi di daerah Provinsi Lampung. Hal ini menjadikan Kota Bandar Lampung sebagai kawasan komersial yang potensial khususnya untuk produk gula (AGRI,2020).

Apa pun yang tetap merupakan produk gula pasir dan merupakan bagian dari produk gula itu sendiri disebut dengan atribut produk gula. Sifat produk gula pasir merupakan elemen produk yang dianggap penting oleh konsumen dan dijadikan dasar dalam pengambilan keputusan pembelian gula pasir. Karakteristik produk gula pasir dapat berupa jenis, tekstur gula pasir, warna gula pasir, ukuran isian gula pasir yang berbeda, dan harga gula pasir. Gula pasir yang beredar di kota Bandar Lampung dapat dibedakan menjadi dua jenis yaitu gula pasir kemasan dan gula pasir curah. Gula curah adalah gula pasir yang dikemas ulang oleh penjual tanpa merek dan biasanya dijual dalam satuan kilogram. Gula pasir kemasan adalah gula pasir yang dikemas langsung oleh pabrik gula dengan memberikan tambahan informasi terkait produk berupa merek dan informasi produk. Produk gula yang diproduksi perusahaan harus memiliki karakteristik tertentu yang membedakannya dengan produk perusahaan lainnya.

Gula pasir merupakan salah satu bahan dasar yang digunakan dalam rumah tangga. Gula pasir biasa digunakan sebagai campuran minuman atau makanan yang dikonsumsi oleh seluruh anggota rumah tangga. Konsumen gula di Kota Bandar Lampung umumnya mencampur gula dengan minuman berupa kopi atau teh, dan berbagai jenis makanan dalam takaran yang berbeda untuk menambah rasa manis dan asin pada makanan tersebut. Konsumsi gula di Kota Bandar Lampung mengalami penurunan. Hal ini terjadi pada tahun 2018, menurut Kelompok Minuman di kota Bandar Lampung, persentase pengeluaran per kapita per bulan meningkat dari 1,21% menjadi 1,19% pada 2019 dan kembali 1,16% pada 2020. Terlihat bahwa permintaan gula pasir di Kota Bandar Lampung cenderung menurun seiring dengan jumlah konsumsi gula pasir yang cenderung menurun (BPS Kota Bandar Lampung,2021).

Pada umumnya harga gula pasir curah jauh lebih murah dibandingkan dengan gula pasir kemasan. Hal ini disebabkan oleh adanya perbedaan dalam hal kualitas dan

kebersihan. Gula pasir kemasan memiliki keunggulan berupa kebersihan gula pasir terjamin, warna butiran gula pasir lebih putih dan halus, kemudahan memperoleh gula pasir, desain kemasan yang lebih menarik dengan memberikan informasi mengenai ketersediaan tanggal kadaluarsa, label halal, dan izin BPOM. Dengan peningkatan kualitas gula pasir kemasan diharapkan konsumen akan merasakan kepuasan akan produk gula pasir tersebut dan tetap melakukan pembelian secara berkelanjutan. Kisaran harga gula pasir yang tersebar di Kota Bandar Lampung yaitu mulai dari Rp11.500 hingga Rp15.000 per kilogramnya.

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa :

- 1). Atribut-atribut gula pasir yang disukai dan diinginkan oleh Konsumen gula pasir di Kota Bandar Lampung yaitu gula pasir kemasan berukuran satu kilogram dengan tekstur butiran gula pasir yang halus dan berwarna putih serta harga jual yang terjangkau yaitu sekitar Rp 11.500 – Rp13.000.
- 2). Pola permintaan gula pasir oleh konsumen rumah tangga di Kota Bandar Lampung berdasarkan merek dagang yang banyak digunakan yaitu gula pasir Gulaku. Jumlah rata-rata pembelian gula pasir dalam rumah tangga sebesar 2,40 kilogram perbulannya dengan rata-rata pembelian gula pasir sebesar 0,57 kilogram per kapita per bulan kemudian rata-rata frekuensi pembelian dalam sebulan sebesar 3,32 kali perbulan dan tempat pembelian gula pasir paling banyak dilakukan di warung.
- 3). Faktor-faktor yang berpengaruh nyata terhadap permintaan gula pasir di Kota Bandar Lampung yaitu harga gula pasir dan jumlah anggota keluarga.
- 4). Nilai kepuasan konsumen rumah tangga di Kota Bandar Lampung terhadap gula pasir merek Rosebrand yaitu sebesar 86,16 persen diikuti dengan merek Gulaku yaitu sebesar 85,38 persen sehingga termasuk dalam kategori sangat puas. Atribut-atribut yang perlu dipertahankan oleh produsen gula pasir Gulaku dan Rosebrand yaitu atribut kemudahan memperoleh gula pasir, kebersihan gula pasir, ketersediaan tanggal kadaluarsa, label halal, izin BPOM. Atribut yang menjadi prioritas rendah karena kurang penting menurut responden ada lima macam yaitu merek, harga, ukuran berat kemasan gula pasir bervariasi, desain kemasan, iklan dan promo penjualan.

6.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan maka penulis dapat memberikan saran sebagai berikut :

- 1) Bagi produsen gula pasir dapat memproduksi produk gula pasir sesuai dengan preferensi konsumen yaitu gula pasir kemasan dengan butiran gula pasir bertekstur halus, bewarna putih dan ukuran kemasan 0,5 hingga 1,00 kilogram serta harga jual yang terjangkau mulai dari Rp11.500 sampai dengan Rp13.000 per kilogramnya. Kemudian konsumen gula pasir di Kota Bandar Lampung sudah merasa puas terhadap gula pasir yang berada dipasaran hal ini harus terus dipertahankan oleh produsen gula pasir, salah satunya dengan menjaga kualitas dan ketersediaan dari produknya sehingga kemungkinan penurunan kepuasan pelanggan menjadi kecil. Harga yang diterapkan oleh produsen harus bisa bersaing dengan produk sejenis.
- 2) Bagi penelitian selanjutnya saran yang bisa diberikan penulis adalah dengan melakukan perbandingan tingkat kepuasan gula pasir dengan merek dagang berbeda dan melakukan penelitian terkait loyalitas produk gula pasir dengan merek dagang Gulaku dan Rosebrand di Kota Bandar Lampung.

DAFTAR PUSTAKA

- Alatas,A.2020. Analisis Karakteristik Konsumen Terhadap Gula Kemasan Di Desa Pasar Baru Pangean Kecamatan Pangean Kabupaten Kuantan Singingi Provinsi Riau. *Optima : Jurnal Agribisnis, Ekonomi dan Sosial*. 4(1).pp 1-9.
- Anggraini, V., Prasmatiwi, F.E. dan Santoso, H.2013. Analisis tingkat kepuasan dan loyalitas konsumen gulaku di kota Bandar Lampung. *JIIA*, 1(2), pp.149-155.
- Arikunto, Suharsimi. 2013. *Prosedur Penelitian*. Rineka Cipta. Jakarta.
- Arsyad, L. 1987. *Ekonomi Mikro*. BPFE. Yogyakarta.
- Azhar, M.R., Zakaria,W.A., Adawiyah,R.2019. Pola Konsumsi Tahu Dan Tempe Pada Keluarga Prasejahtera. *JIIA*, 7(2), pp.165-171.
- Asosiasi Gula Rafinasi Indonesia.2020. Jenis-Jenis Gula. <https://agri.or.id/blog-gula-rafinasi/jenis-jenis-gula>. Diakses pada tanggal 7 Desember 2020
- Badan Ketahanan Pangan. 2011. *Proyeksi Konsumsi Gula Pasir Kota Bandar Lampung*. Bandar Lampung.
- Badan Pusat Statistik. 2020. *Statistik Tebu Indonesia, Indonesian Sugar Cane Statistics*. Biro Pusat Statistik. Jakarta
- Badan Pusat Statistik Kota Bandar Lampung. 2019. *Kota Bandar Lampung dalam Angka 2019*. BPS Kota Bandar Lampung. Bandar Lampung.
- Badan Pusat Statistik Kota Bandar Lampung. 2021. *Kota Bandar Lampung dalam angka 2021*.BPS Kota Bandar Lampung. Bandar Lampung
- Badan Pusat Statistik Provinsi Lampung. 2019. *Pola konsumsi penduduk provinsi Lampung 2019*. BPS Provinsi Lampung. Lampung
- Bajaj, A. 1998. Report 98-I. *Technology Factors Influencing Senior Information Systems Managers' Decisions to Adopt New Computing Architectures*. Carnegie Mellon University. Pittsburgh

- Bawono, Anton.2006 . *Multivariate Analysis dengan SPSS*. Salatiga Press.
Salatiga: STAIN
- Efriza. 2009. Farmamin dan Perbekalan kesehatan. *Direktorat Surveilan dan Penyuluhan Kemasan Pangan*
- Fachreza.,Negara,S.,Salmia.2012. Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Gula Pasir Di Kota Medan. *Journal of Agriculture and Agribusiness Socioeconomics*. 1(1).pp 1-14
- Frank, Robert H. (2011). *Ekonomi Mikro dan Perilaku*. Edisi delapan, Mc.Graw.Hill International Edition
- Green, P. E., & Srinivasan, V. (1978). Konjoin Analysis in Consumer Research: Issues and Outlook. *Journal of Consumer Research*.
- Hair .F Joseph, Black C William, Babin J Barry, Anderson E Rolph (2010). *Multivariate data analysis : Global perspective, 7th edition*.
- Hadi, NH., Zaki, I., dan Fatihin, MK. 2020. *The preference and prospects of sugar needs in micro, small and medium enterprise industries of food and beverage in Surabaya City*. Int. J. Innov. Creat. Chang.
- Harianto, Y., dan Wahdah, N. 2017. Analisis Preferensi Konsumen terhadap Produk Gula Aren Di Kecamatan Awayan Kabupaten Balangan. *Rawa Sains : Jurnal Sains Stiper Amuntai*.7(2). Pp 86-94
- Hendrayani, IN. 2008. *Gulaku di kota bogor (Studi Kasus di Giant Botani Square dan Ramayana BTM)* . skripsi. program studi manajemen agribisnis. Institut Pertanian Bogor . Bogor.
- Islamiyah,F.,Manumono,D.,Astuti,A. 2020. *Consumer preferences analysze to buying "gulaku" brand of sugar Products in yogyakarta city*.Jurnal Ilmiah Agritas.3(2).pp 1-9
- Kementrian Pertanian.2019.*Buletin Konsumsi Pangan Volume 10*. Pusat data dan sistem informasi pertanian seketariat jendral kementrian pertanian. Jakarta
- Kotler, Philip & Keller, L. Kevin. (2007). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12, Jilid 1 dan 2. Pearson Education. Jakarta
- Kurniawati, 2006. *Analisis Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Terhadap Kualitas Produk Roti Unyil Venus Di Jalan Siliwangi Bogor*. Skripsi. Departemen Ilmu-Ilmu Sosial Ekonomi Pertanian. Faperta IPB. Bogor.
- Nurhadi.2018. *Preferensi Konsumen Gula Kelapa Di Pasar Godean Kabupaten Sleman Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta*. Jurnal Agribisnis Fakultas Peternakan Dan Pertanian Universitas Diponegoro. Semarang

- Ong, J. O. dan Pambudi, J. 2014. Analisis Kepuasan Pelanggan Dengan Importance Performance Analysis Di Sbu Laboratory Cibitung Pt Sucofindo (Persero). *J@ti Undip: Jurnal Teknik Industri*, vol. 9, no. 1, pp. 1-10
- Peraturan Menteri Kesehatan RI. 2014. *Pedoman Gizi Seimbang*. Menteri Kesehatan Republik Indonesia.
- Purfadila, S., Andriani, D. R., 2018. Analisis Preferensi Konsumen Dalam Membeli Produk Gula Pasir Merek Gulaku Di Kota Yogyakarta. *Jurnal Ekonomi dan Agribisnis (JEPA)*. 2(1). pp 52-61
- Putri, MS., Darus, HM., dan Ayu, SF. 2014. Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Konsumsi Gula Pasir Curah Dan Proses Keputusan Pembelian Konsumen Gula Pasir Curah Di Kota Medan. *Journal on Social Economic of Agriculture and Agribusiness*. 3(3). pp 1-15
- Rakhmat J. 2001. *Metode Penelitian Komunikasi*. PT Remaja Rosdakarya. Bandung. *Jurnal Komplek* Vol. 5 No. 2 Desember 2013 Hal 64-156. Fakultas Ekonomi Universitas Trunojoyo. Bandung
- Suhardjo. 1996. *Pola Pangan Harapan (PPH) dan Penerapannya*. Majalah Pangan 5 (7). Bulog. Jakarta.
- Sugiyanto, Catur. 2015. *Ekonomi Mikro: Ringkasan Teori, Soal, Trik dan Jawaban*. Edisi Pertama. Yogyakarta: BPF.
- Sugianto, Catur. 2007. *Permintaan Gula Di Indonesia*. *Jurnal Ekonomi Pembangunan* Volume 08 No. 2, Desember 2007.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- Sukirno. 2013. *Mikroekonomi Teori Pengantar*. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta
- Sumarwan, U. 2004. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Ghalia Indonesia. Ciawi-Bogor
- Sunyoto, D. 2013. *Hak dan Kewajiban bagi Pekerja dan Pengusaha*. Pustaka Yustisia . Jakarta
- Supranto. 2006. *Analisis Multivariat Arti dan Interpretasi*. Rineka Cipta. Jakarta.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa, Prinsip, Penerapan dan Penelitian*. Penerbit ANDI . Yogyakarta