

**ANALISIS TINGKAT KEPENTINGAN DAN KINERJA ATRIBUT TEH  
PUCUK HARUM SIAP MINUM DI UNIVERSITAS LAMPUNG  
( Studi Kasus Pada Kantin Universitas Lampung )**

(Skripsi)

Oleh

**SHAHELIA HAKIM**



**FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS LAMPUNG  
BANDAR LAMPUNG  
2021**

**ANALISIS TINGKAT KEPENTINGAN DAN KINERJA ATRIBUT TEH  
PUCUK HARUM SIAP MINUM DI UNIVERSITAS LAMPUNG  
( Studi Kasus Pada Kantin Universitas Lampung )**

**Oleh**

**SHAHELIA HAKIM**

**Skripsi**

**Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar  
SARJANA TEKNOLOGI PERTANIAN**

**Pada**

**Jurusan Teknologi Hasil Pertanian  
Fakultas Pertanian Universitas Lampung**



**FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS LAMPUNG  
BANDAR LAMPUNG  
2021**

## **ABSTRAK**

### **ANALISIS TINGKAT KEPENTINGAN DAN KINERJA ATRIBUT TEH PUCUK HARUM SIAP MINUM DI UNIVERSITAS LAMPUNG ( Studi Kasus Pada Kantin Universitas Lampung )**

Oleh

**SHAHELIA HAKIM**

Teh adalah minuman seduhan yang paling sering diminum oleh masyarakat Indonesia selain air mineral. Permintaan masyarakat yang tinggi terhadap teh kemasan siap minum menyebabkan beberapa perusahaan mengeluarkan produk barunya dan mulai bersaing untuk mendapatkan respon baik dari masyarakat agar produknya tetap bertahan dan semakin berkembang. Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui atribut apa saja yang dapat mempengaruhi preferensi konsumen dalam memilih Teh Pucuk Harum dan mengetahui atribut yang paling diminati oleh konsumen terhadap keputusan pembelian Teh Pucuk Harum di Universitas Lampung. Survei dilakukan dengan penyebaran kuisioner dikoperasi mahasiswa dan beberapa kantin di lingkungan Universitas Lampung yang menjual teh pucuk harum siap minum. Data yang telah didapat ditabulasikan, disajikan dalam bentuk tabel dan grafik lalu dianalisis dengan menggunakan analisis deskriptif, dan *Importance Performance Analysis* (IPA). Data diperoleh Atribut-atribut yang dianggap penting oleh konsumen terhadap produk teh pucuk harum adalah atribut yang menempati kuadran I (kualitas bahan baku aroma, pengemasan dan higienitas) dan kuadran II (rasa, label halal, kemudahan dalam menemukan produk dan tanggal kadaluwarsa). Atribut-atribut yang dianggap kurang penting oleh konsumen terhadap produk teh pucuk harum adalah atribut

*Shahelia Hakim*

yang menempati kuadran III dan kuadran IV (warna, ukuran persaji, harga, potongan pada event tertentu dan media iklan).

Kata kunci: analisis preferensi, pengambilan keputusan, teh pucuk harum

## **ABSTRACT**

### **ANALISIS TINGKAT KEPENTINGAN DAN KINERJA ATRIBUT TEH PUCUK HARUM SIAP MINUM DI UNIVERSITAS LAMPUNG ( Studi Kasus Pada Kantin Universitas Lampung )**

**By**

**SHAHELIA HAKIM**

Tea is a brewed drink that is most often drunk by Indonesian people besides mineral water. High public demand for ready-to-drink packaged tea has caused several companies to release new products and start competing to get a good response from consumer so that their products can survive and grow. The purpose of this study is to determine what attributes can affect consumer preferences in choosing Teh Pucuk Harum and knowing the attributes that are most in demand by consumers on purchasing decisions for Teh Pucuk Harum at the University of Lampung.

The survey was conducted by distributing questionnaires to student's cafeterias and several canteens at The University of Lampung that sell Teh Pucuk Harum. The data that has been obtained is tabulated, presented in the form of tables and graphs, analyzed using descriptive analysis, and Importance Performance Analysis (IPA). The data obtained are the attributes that are considered important by consumers for Teh Pucuk Harum are the attributes that occupy quadrant I (quality of aroma raw materials, packaging and hygiene) and quadrant II (taste, halal label, ease of finding the product and expiration date). Attributes that are considered less important by consumers for Teh Pucuk Harum

*Shahelia Hakim*

products are those that occupy quadrant III and quadrant IV (color, serving size, price, discounts on certain events and advertising media).

Keywords: preference analysis, decision making, teh pucuk harum

Judul Skripsi : **ANALISIS TINGKAT KEPENTINGAN DAN KINERJA  
ATRIBUT TEH PUCUK HARUM SIAP MINUM  
DI UNIVERSITAS LAMPUNG  
(Studi Kasus Pada Kantin Universitas Lampung)**

Nama Mahasiswi : **Shahelia Hakim**

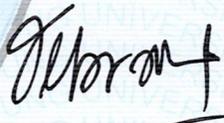
Nomor Pokok Mahasiswi : **1414051086**

Jurusan : **Teknologi Hasil Pertanian**

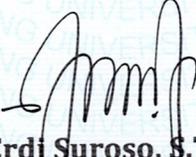
Fakultas : **Pertanian**



  
**Dr. Erdi Suroso, S.T.P., M.T.A.**  
NIP 19721006 199803 1 005

  
**Ir. Fibra Nurainy, M.T.A.**  
NIP 19680225 199603 2 001

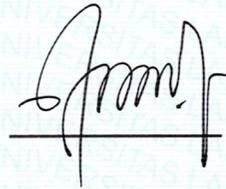
2. Ketua Jurusan Teknologi Hasil Pertanian

  
**Dr. Erdi Suroso, S.T.P., M.T.A.**  
NIP 19721006 199803 1 005

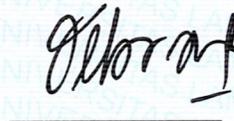
**MENGESAHKAN**

**1. Tim Penguji**

**Ketua : Dr. Erdi Suroso, S.T.P., M.T.A.**



**Sekretaris : Ir. Fibra Nurainy, M.T.A.**



**Pembahas : Dr. Sri Hidayati, S.T.P., M.P.**



**2. Dekan Fakultas Pertanian**



**Prof. Dr. Ir. Irwan Sukri Banuwa, M.Si.**

**NIP. 19611020 198603 1 002**

**Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 09 Agustus 2021**

## PERNYATAAN KEASLIAN HASIL KARYA

Saya adalah Shahelia Hakim NPM 1414051086

Dengan ini menyatakan bahwa apa yang tertulis dalam karya ilmiah ini adalah hasil kerja saya sendiri yang berdasarkan pada pengetahuan dan informasi yang telah saya dapatkan. Karya ilmiah ini tidak berisi material yang telah dipublikasikan sebelumnya atau dengan kata lain bukanlah hasil dari plagiat karya orang lain.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dan dapat dipertanggungjawabkan. Apabila dikemudian hari terdapat kecurangan dalam karya ini, maka saya siap mempertanggungjawabkannya.

Bandar Lampung, 9 Agustus 2021

Yang membuat pernyataan



Shahelia Hakim

NPM. 1414051086

## **RIWAYAT HIDUP**

Penulis dilahirkan di Kota Pekanbaru, Riau pada tanggal 2 Februari 1997 sebagai anak pertama dari tiga bersaudara dari Bapak Lukman Hakim, S.H., M.H. dan Ibu Juharma S.S.T. Penulis memiliki 2 orang adik yaitu Alfi Hakim dan Gelsi Faiha Hakim. Penulis menempuh pendidikan di TK Pertiwi Bandar Lampung, pendidikan dasar di SD Kartika II-5 Bandar Lampung (2002-2008), pendidikan menengah di Sekolah Menengah Pertama (SMP) Negeri 29 Bandar Lampung (2009-2011), dan Sekolah Menengah Atas (SMA) Negeri 10 Bandar Lampung (2012-2014). Penulis diterima sebagai mahasiswa Jurusan Teknologi Hasil Pertanian Fakultas Pertanian Universitas Lampung pada tahun 2014 melalui jalur Seleksi Nasional Masuk Perguruan Tinggi Negeri (SNMPTN). Selama di perguruan tinggi, penulis melaksanakan Praktik Umum di PT.Belfoods Indonesia Sukamaju, Kec.Jonggol, Bogor, Jawa Barat pada tahun 2017 serta melaksanakan KKN Tematik di desa Bangun Jaya Kecamatan Gunung Agung Kabupaten Tulang Bawang Barat pada tahun 2018.

## SANWACANA

Puji syukur penulis ucapkan kehadiran Allah SWT, karena atas rahmat dan hidayah-Nya skripsi ini dapat diselesaikan. Skripsi yang berjudul ‘Analisis Preferensi Konsumen dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Teh Pucuk Harum Siap Minum di Universitas Lampung.

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Irwan Sukri Banuwa, M.Si., selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Lampung.
2. Bapak Dr. Erdi Suroso, S.T.P., M.T.A., selaku Ketua Jurusan Teknologi Hasil Pertanian Fakultas Pertanian Universitas Lampung sekaligus pembimbing utama serta pembimbing akademik atas bantuan, fasilitas, arahan, saran, motivasi, dan bimbingan yang telah diberikan selama proses perkuliahan dan penyusunan skripsi.
3. Ibu Ir. Fibra Nurainy, M.T.A., selaku pembimbing kedua atas bantuan, saran, motivasi, dan bimbingan yang telah diberikan selama proses penyusunan skripsi.
4. Ibu Dr. Sri Hidayati, S.T.P.,M.P. selaku penguji atas saran, bimbingan, dan evaluasi terhadap karya skripsi penulis.
5. Bapak dan Ibu dosen dan Staf administrasi dan laboratorium yang telah memberikan ilmu, wawasan dan bantuan kepada penulis selama kuliah.

6. Keluargaku tercinta, ayah dan mama serta kedua adikku yang telah memberikan dukungan, motivasi, materi dan doa yang telah menyertai penulis selama ini.
7. Ica,Peby,Tiara,Windy,Shinta,Wiji,Aisyah,Mia,Ainun,Bela,Ira,Lulu,Wita,Ama I,Mutiara serta seluruh sahabat seangkatanku THP angkatan 2014 terima kasih atas dukungan dan bantuan selama ini tidak akan pernah penulis lupakan.
8. Saudaraku Irine,Dila,Restu,Rosi,Dhana,Lia,Fadil Terima kasih atas dukungan waktu,tenaga dan jasanya untuk membantu penulis hingga saat ini bisa menyelesaikan skripsi.
9. Seluruh pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penulisan tugas akhir ini masih banyak terdapat kekurangan. Akhir kata semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan dipergunakan dengan sebaik-baiknya, dan bermanfaat bagi diri sendiri dan yang membacanya.

Bandar Lampung, 9 Agustus 2021

**Shahelia Hakim**

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	x
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xi
<b>I. PENDAHULUAN</b>	
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Tujuan Penelitian .....	3
1.3. Manfaat Penelitian .....	3
<b>II. TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1. Teh ( <i>Camellia Sinesis</i> ) .....	4
2.2. Teh Hitam .....	5
2.3. Teh Kemasan Siap Minum.....	6
2.4. Perilaku Konsumen .....	6
2.5. Preferensi Konsumen .....	7
2.6. Analisis Deskriptif .....	8
2.7. <i>Importance Performance Analysis (IPA)</i> .....	8
<b>III. BAHAN DAN METODE</b>	
3.1. Tempat dan Waktu Penelitian .....	9
3.2. Bahan dan Alat.....	9

3.3. Metode Penelitian .....	9
3.4. Pelaksanaan Penelitian .....	9
3.4.1. Metode Penentuan Jumlah Responden .....	10
3.4.2. Penyusunan Kuisisioner.....	11
3.4.3. Penyebaran Kuisisioner .....	11
3.4.4. Pengumpulan Data .....	11
3.4.5. Analisis Data .....	11

#### **IV. HASIL DAN PEMBAHASAN**

4.1. Profil Responden .....	15
4.1.1. Responden Teh Pucuk Harum Berdasarkan Jenis Kelamin .....	17
4.1.2. Responden Teh Pucuk Harum Berdasarkan Sumber Penghasilan .....	17
4.1.3. Responden Teh Pucuk Harum Berdasarkan Pendapatan Perbulan .....	18
4.1.4. Responden Teh Pucuk Harum Berdasarkan Pengeluaran Setiap Bulan .....	19
4.1.5. Responden Teh Pucuk Harum Berdasarkan Tempat Tinggal .....	20
4.1.6. Responden Teh Pucuk Harum Berdasarkan Asal Daerah .....	21
4.2. Importance Performance Analysis .....	22
4.2.1. Kuadran I (Prioritas Utama).....	24
4.2.2. Kuadran II (Pertahankan Prestasi) .....	25
4.2.3. Kuadran III (Prioritas Rendah).....	26
4.2.4. Kuadran IV (Berlebihan).....	26

#### **V. KESIMPULAN**

5.1. Kesimpulan .....	28
5.2. Saran .....	29

#### **DAFTAR PUSTAKA**

#### **LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Profil Responden Teh Pucuk Harum di Kantin Universitas Lampung ....	16
2. Skor rata-rata kinerja bauran pemasaran Teh Pucuk Harum .....	23

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Bentuk matrik <i>Importance Performance Analysis</i> .....	13
2. Diagram responden berdasarkan jenis kelamin.....	17
3. Diagram persentase responden berdasarkan sumber penghasilan.....	18
4. Diagram responden berdasarkan pendapatan perbulan .....	19
5. Diagram responden berdasarkan pengeluaran setiap bulan .....	20
6. Diagram responden berdasarkan tempat tinggal .....	21
7. Diagram responden berdasarkan asal daerah .....	22
8. Diagram kartesius untuk atribut-atribut yang mempengaruhi kinerja bauran pemasaran Teh Pucuk Harum .....	24

## I. PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang Masalah

Teh adalah minuman seduhan yang paling sering diminum oleh masyarakat Indonesia selain air mineral. Masyarakat Indonesia menyeduh minuman teh sebagai minuman pendamping makanan seperti gorengan, mie ayam, bakso dan makanan lainnya. Teh (*Camelia Sinensis*) juga menjadi salah satu minuman terkenal di dunia. Teh memiliki aroma dan rasa yang atraktif (Kokhar dan MagnUSDottir, 2002). Manfaat teh yang diperoleh dari minuman teh yaitu dapat memberikan rasa segar pada tubuh juga manfaat lainnya adalah sebagai antioksidan, mengatasi penyakit kardiovaskuler dan menurunkan kolestrol (Hadisaputro, 2012).

Teh sangat bermanfaat bagi kesehatan dikarenakan mengandung polifenol terutama katekin yang bersifat sebagai senyawa antioksidan yang berperan sebagai peredam aktifitas radikal bebas yang sangat berbahaya bagi tubuh sehingga bermanfaat bagi pencegahan beberapa penyakit kronis seperti jantung dan kanker (Pambudi, 2003). Indonesia adalah salah satu negara produsen teh di dunia juga memiliki perkebunan yang luas antara lain Jawa Barat dan Jawa Tengah. Minuman teh yang digemari ini dapat dibuat dari seduhan daun, pucuk daun dan tangkai daun yang telah dikeringkan (Rossi, 2010). Berdasarkan proses pengolahannya, teh diklasifikasikan ke dalam tiga jenis, yaitu teh fermentasi (teh hitam), teh semi fermentasi (teh oolong), dan teh tanpa fermentasi (teh hijau) (Hartoyo, 2003). Yang membedakan ketiga jenis teh ini adalah kandungan senyawa polifenolnya. Indonesia merupakan pengeksport teh hitam terbesar ke-5 di

dunia (Balitri, 2014). Maka dari itu Indonesia banyak menggunakan jenis teh hitam dalam pembuatan teh seduh.

Sekitar tahun 1973 masyarakat Indonesia mulai diperkenalkan dengan teh yang dikemas menggunakan kemasan khusus sehingga lebih praktis dalam penyajiannya, yang dikenal dengan teh celup. Saat ini, produsen teh telah berhasil membuat masyarakat lebih praktis dalam meminum teh yaitu dengan adanya teh dalam kemasan yang siap minum tanpa harus diseduh dahulu. Kemajuan teknologi ini menjadikan teh sebagai gaya hidup masyarakat Indonesia. Teh siap minum sudah banyak dipasarkan mulai dari pedagang kecil di warung - warung hingga swalayan. Dengan demikian teh kemasan siap minum tersedia kapan dan dimana saja.

Permintaan masyarakat yang tinggi terhadap teh kemasan siap minum menyebabkan beberapa perusahaan mengeluarkan produk barunya dan mulai bersaing untuk mendapatkan respon baik dari masyarakat agar produknya tetap bertahan dan semakin berkembang. Setiap perusahaan mengeluarkan produk teh siap minum dalam kemasan dengan berbagai varian rasa. Produsen sebaiknya memahami keinginan, kesukaan (preferensi) dan perilaku konsumennya agar masyarakat merasa puas dengan produk yang dikeluarkan suatu perusahaan. Kepuasan pelanggan merupakan suatu keadaan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan dapat dipenuhi melalui produk yang dikonsumsi (Gasparz, 1997). Kepuasan konsumen inilah yang akan menjadi parameter bagi sebuah perusahaan untuk melihat apakah produk yang dikeluarkan sudah sesuai dengan standar masyarakat Indonesia atau sebaliknya.

Preferensi konsumen didefinisikan oleh Kotler (1997) sebagai pilihan suka atau tidak suka oleh seseorang terhadap produk (barang atau jasa) yang dikonsumsi. Beberapa langkah yang ingin dicapai hingga konsumen membentuk preferensi yaitu tingkat kepentingan atribut berbeda-beda sesuai dengan kebutuhan dan keinginan masing - masing. Konsumen memiliki penekanan yang berbeda-beda dalam atribut apa yang paling penting dan tingkat kepuasan

konsumen terhadap produk akan beragam sesuai dengan perbedaan atribut(Lilien *et al.*, dalam Simamora, 2003).

Hasil dari analisis analisis preferensi akan diperoleh urutan kepentingan karakteristik produk yang paling disukai dan tidak disukai konsumen (Oktaviani, 1996). Oleh karena itu perlu dilakukan analisis preferensi konsumen terhadap pengambilan keputusan pada pembelian teh pucuk harum di lingkungan Universitas Lampung.

### **1.2. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mengetahui atribut apa saja yang dapat mempengaruhi preferensi konsumen dalam memilih Teh Pucuk Harum.
2. Mengetahui atribut apa saja yang paling diminati oleh konsumen terhadap keputusan pembelian Teh Pucuk Harum di kantin Universitas Lampung.

### **1.3. Manfaat Penelitian**

Manfaat dari pelaksanaan penelitian yang dilakukan ini adalah memberikan masukan bagi perusahaan teh kemasan siap minum untuk memahami apa yang sangat mempengaruhi konsumen dalam memilih berbagai macam merek teh kemasan yang di pasarkan dan dapat dijadikan strategi pemasaran yang lebih baik.

## II. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1. Teh (*Camellia Sinesis*)

Teh merupakan minuman yang banyak digemari hampir seluruh masyarakat di dunia dikarenakan teh memberikan kesegaran dan manfaat pada tubuh. Masyarakat Indonesia juga banyak menjadikan teh sebagai minuman yang disajikan untuk para tamunya. Teh yang paling banyak di tanam di Indonesia adalah jenis *Asamica* yang berasal dari negara India. Teh jenis *Asamica* ini kandungan katekinnya lebih besar dibanding dengan varietas lainnya sehingga sangat potensial bila dijadikan produk pangan/minuman dan farmasi yang baik bagi kesehatan tubuh (Hartoyo, 2003). Tanaman teh memiliki banyak manfaat yaitu sebagai anti kanker, antioksidan, antimikroba, antibakteria, pencegah aterosklerosis, menjaga kesehatan jantung, antidiabetes, menstimulasi sistem imun, mencegah parkinson, menurunkan kolesterol, mencegah karies gigi, mencegah bau mulut, melancarkan urine, menghindari stroke dan menurunkan tekanan darah (Syah, 2006).

Pohon teh memiliki kelopak bunga dengan jumlah 5-6 dan ukuran yang berbeda-beda. Mahkota bunga melekat pada pangkalnya. Benang sari membentuk lingkaran yang banyak, pada bagian terluar pangkalnya menyatu dan melekat pada mahkota, pada sedangkan pada bagian dalamnya terlepas. Tanaman teh memiliki tangkai putik yang bercabang tidan dan memiliki biji berjumlah 1-3 (Steins, 2008).

Klasifikasi tanaman teh berdasarkan Cronquist (1981) adalah sebagai berikut

*Divisio* : *Magnoliophyta*

*Class* : *Magnoliopsida*

*Ordo* : *Guttiferales*

*Famili : Tehaceae*

*Genus : Camelia*

*Spesies: Camelia Sinensis*

Berdasarkan proses pengolahannya, teh diklasifikasikan ke dalam tiga jenis, yaitu teh fermentasi (teh hitam), teh semi fermentasi (teh oolong), dan teh tanpa fermentasi (teh hijau) (Hartoyo, 2003).

## **2.2. Teh Hitam**

Teh hitam merupakan jenis teh yang paling banyak dikonsumsi di dunia. Teh hitam biasa disebut juga teh merah oleh negara Korea, China dan Jepang. Jenis teh hitam adalah yang paling populer di Asia termasuk Indonesia. Indonesia telah menjadi pengeksport teh hitam terbesar ke-5 di dunia. Jumlah konsumsi teh di dunia pada tahun 2007 sebesar 3,4 juta ton, dan konsumsi teh hitam mencapai 69% dari total konsumsi teh di dunia. Tiga cangkir teh setiap hari dipercaya dapat menurunkan resiko penyakit kardiovaskuler, menurunkan kadar kolesterol, *stroke* dan hipertensi (Rossi, 2010).

Polifenol yang terkandung di dalam teh hitam berperan penting karena bertanggung jawab atas oksidasi katekin. Katekin merupakan sejenis antioksidan yang juga memiliki aktifitas mikroba (Soedarini, 2006). Senyawa yang ada pada teh hitam mampu membunuh bakteri-bakteri penyakit. Selain mengandung katekin teh hitam juga mengandung senyawa *theaflavin* dan *thearubigin* sebagai hasil dari proses oksidasi enzimatis.

Teh hitam adalah jenis teh yang dalam pengolahannya melalui proses fermentasi penuh fermentasi tidak menggunakan mikroba sebagai sumber enzim, tetapi menggunakan enzim *polyphenol oksidase* yang terdapat di dalam daun teh itu sendiri. Aktivitas enzim sangat berperan dalam membentuk pigmen *theaflavin* dan *thearubigin*. Meskipun proses pembuatan teh hitam berbeda tiap daerah, namun secara umum proses produksi teh hitam adalah sebagai berikut : pemetikan daun

teh, pelayuan, penggulungan, fermentasi, dan pengeringan. Tahapan produksi teh hitam tersebut, fermentasi merupakan bagian yang krusial dalam menentukan kualitas teh hitam, yang ditunjukkan dengan oksidasi katekin menjadi *theaflavin* dan *thearubigin*.

### 2.3. Teh dalam Kemasan Siap Minum

Badan Pengawasan Obat dan Makanan (BPOM) (2010) melalui Surat Keputusan Direktorat Jenderal Pengawasan Obat dan Makanan No.02240/B/SK/VII/1991 menjelaskan minuman ringan yaitu produk yang diperoleh tanpa melalui proses fermentasi, dengan atau tanpa karbondioksida, dapat langsung diminum atau diminum setelah diencerkan, tidak termasuk susu, sari buah, kopi, dan hasil olahan lainnya.

Minuman teh dalam kemasan siap minum adalah salah satu produk minuman ringan tanpa karbonasi dalam bentuk cair yang berasal dari hasil menyeduh daun teh (*Camellia sinensis*), berwarna coklat muda atau kuning kehijauan, diolah tanpa melalui proses fermentasi, dan dikemas dalam kemasan yang praktis, siap diminum (*ready to drink*). Ada berbagai macam kemasan RTD (*ready to drink*) untuk produk minuman teh, yaitu kemasan botol kaca, botol plastik, karton (tetrapack), dan kaleng. Saat ini produk minuman teh dalam kemasan siap minum (RTD *tea*) sudah banyak dijual dengan berbagai merek dan konsumen dapat dengan mudah menemukannya di warung-warung, toko, *kantin*, swalayan, *minimarket*, maupun *hypermarket*.

### 2.4. Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen didefinisikan sebagai tindakan-tindakan individu yang secara langsung terlibat dalam usaha memperoleh dan menggunakan barang-barang jasaekonomis termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan menentukan tindakan-tindakan tersebut (James F, 1968). Definisi perilaku konsumen oleh (Miniard, 1995) sebagai tindakan yang langsung terlibat dalam

mendapatkan, mengonsumsi, dan menghabiskan produk dan jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan ini.

Berdasarkan pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumen adalah tindakan-tindakan yang dilakukan oleh individu, kelompok, atau organisasi yang berhubungan dengan proses pengambilan keputusan dalam mendapatkan, menggunakan barang - barang atau jasa ekonomis yang dapat dipengaruhi lingkungan.

## **2.5. Preferensi Komsumen**

Preferensi merupakan konsep abstrak yang menggambarkan peningkatan kepuasan konsumen yang di dapat dari kombinasi barang dan jasa sebagai ciri khas dari pribadi seseorang (Simamora, 2003). Preferensi diartikan sebagai derajat kesukaan seseorang terhadap sesuatu jenis produk. Apabila dikaitkan dengan peralatan statistika dimana preferensi konsumen terdapat beberapa pilihan diurutkan atau disusun ulang untuk menentukan fungsi utilitas setiap atribut dan keputusan relatif dari setiap atribut (Kotler, 2005). Beberapa faktor yang mempengaruhi preferensi konsumen terhadap suatu produk antara lain :

1. Faktor intrinsik, yaitu panampakan, aroma, temperature, kualitas, tekstur, kuantitas dan cara penyajian.
2. Faktor ekstrinsik, yaitu lingkungan, musim, variasi waktu, iklan.
3. Faktor biologis, fisiologis, umur, jenis kelamin, pengaruh psikologis dan fisiologis, aspek biologis.
4. Faktor personal, yaitu tingkat harapan, pengaruh orang lain, suasana hati, selera, kepribadian, presepsi dan emosi.
5. Faktor sosial ekonomi, status sosial, pendapatan keluarga, harga, dan keamanan.
6. Faktor pendidikan, yaitu status pengetahuan keluarga dan invidu, dan pengetahuan tentang gizi.
7. Faktor kultur, agama, daerah, yaitu kepercayaan, tradisi, serta letak daerah. (Engel *et.al.*, 1994).

## **2.6. Analisis Deskriptif**

Analisis deskriptif berkaitan dengan pengumpulan data untuk memberikan gambaran suatu konsep atau gejala, untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan sehubungan dengan status objek saat ini (Wirartha,2006). Analisis deskriptif adalah salah satu metode penelitian sekumpulan data dalam bentuk yang mudah dibaca. Bertujuan untuk memberikan informasi yang disajikan dalam bentuk tabel atau grafik. Metode deskriptif dapat diartikan sebagai prosedur pemecahan masalah yang diselidiki dengan menggambarkan keadaan subjek atau objek dalam yang pada saat sekarang dan berdasarkan fakta-fakta yang tampak atau apa adanya (Whintney, 1960)

## **2.7. *Importance Performance Analysis (IPA)***

*Metode Importance Performance Analysis (IPA)* merupakan suatu teknik penerapan yang mudah untuk mengatur atribut dari tingkat kepentingan dan tingkat pelaksanaan itu sendiri yang berguna untuk pengembangan program pemasaran yang efektif. Analisis ini merupakan dasar bagi manajemen dalam pengambilan keputusan tentang tindakan apa yang harus dilakukan untuk memperbaiki kinerja perusahaan demi meningkatkan kepuasan pelanggan. Dari analisis ini akan dihasilkan empat kuadran yang terbentuk dari tingkat kepentingan dan tingkat kinerja. Tingkat kepentingan yang dimaksud adalah seberapa penting suatu atribut bagi pelanggan. Sedangkan tingkat kinerja adalah kinerja aktual dari atribut yang dirasakan oleh konsumen. Tingkat kinerja ini erat kaitannya dengan penilaian konsumen (Ruhimat, 2008).

### **III. METODELOGI PENELITIAN**

#### **3.1. Tempat dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan di kantin Universitas Lampung pada bulan Oktober sampai dengan Desember 2019.

#### **3.2. Alat dan Bahan**

Alat-alat yang digunakan dalam penelitian ini adalah alat tulis, seperangkat komputer, sedangkan bahan yang digunakan pada penelitian ini adalah teh pucuk harum, *software* pengolah data Microsoft Office, *software* pengujian data statistik yaitu SPSS 2.0 (*Statistical Product and Service Solution*) dan kuisioner.

#### **3.3. Metode Penelitian**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode survei terhadap preferensi konsumen dalam proses pengambilan keputusan membeli teh pucuk harum siap minum. Survei dilakukan dengan penyebaran kuisioner dikoperasi mahasiswa dan beberapa kantin di lingkungan Universitas Lampung yang menjual teh pucuk harum siap minum. Data yang telah didapat ditabulasikan, disajikan dalam bentuk tabel dan grafik lalu dianalisis dengan menggunakan analisis deskriptif, dan *Importance Performance Analysis (IPA)*.

#### **3.4. Pelaksanaan Penelitian**

Pada awal penelitian dilakukan survei pendahuluan mengenai pengamatan jumlah konsumen teh pucuk harum di koperasi mahasiswa dan tujuh kantin yang terdapat

di Universitas Lampung, selanjutnya dilakukan survei preferensi konsumen dengan menyebarkan kuisioner pada responden dengan jumlah sesuai dengan metode penentuan responden yang akan digunakan.

#### 3.4.1. Metode Penentuan Jumlah Responden

Proses pemilihan responden dari populasi dengan tujuan mendapatkan kesimpulan mengenai populasi berdasarkan penelitian terhadap responden yang dipilih disebut *sampling* (Purwadi, 2000). Metode penentuan responden pada penelitian ini adalah metode *accidental sampling*, dan respondennya adalah mahasiswa mahasiswi Universitas Lampung. Penentuan jumlah responden untuk mewakili jumlah populasi mahasiswa Universitas Lampung menggunakan rumus Slovin (Umar, 2000).

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

Keterangan: n = ukuran responden

N = ukuran populasi

e = persen kelonggaran ketidakteelitian karena pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir atau diinginkan.

#### 3.4.2. Penyusunan Kuisioner

Kuisioner merupakan data primer dalam melaksanakan penelitian ini. Kuisioner adalah daftar pertanyaan yang tersusun rapi untuk diajukan kepada responden. Kuisioner yang disusun terdiri dari pertanyaan-pertanyaan tertutup mengenai preferensi konsumen dalam pengambilan keputusan membeli teh pucuk harum.

Pertanyaan terdapat pada kuisioner tersebut bersifat pertanyaan tertutup, semi terbuka dan pertanyaan terbuka (Singarimbun dan Effendi, 1989). Pertanyaan tertutup adalah pertanyaan yang memungkinkan responden untuk memberikan jawaban selain yang telah disediakan. Pertanyaan semi terbuka adalah pertanyaan yang telah disediakan jawabannya tetapi memungkinkan responden untuk menambah jawaban yang sesuai. Sedangkan pertanyaan terbuka adalah pertanyaan yang jawabannya secara bebas dapat diberikan responden (Rahmawati, 2004).

### **3.4.3. Penyebaran Kuisioner**

Penyebaran kuisioner ditujukan kepada mahasiswa dan mahasiswi di Universitas Lampung yang pernah membeli teh pucuk harum, kemudian dilakukan survei untuk analisis preferensi konsumen terhadap pengambilan keputusan membeli teh pucuk harum.

### **3.4.4. Pengumpulan Data**

Proses pengumpulan data pada penelitian ini adalah dengan menyebar kuesioner kepada mahasiswa di lingkungan Universitas Lampung. Kuesioner ini bertujuan untuk melihat seberapa penting atribut yang mempengaruhi konsumen untuk membeli produk Teh Pucuk. Data yang diperoleh dari hasil pengisian kuesioner oleh responden selanjutnya ditabulasi. Data yang sudah ditabulasi selanjutnya di analisis dengan menggunakan metode IPA.

### **3.4.5. Analisis Data**

Data-data yang telah diperoleh melalui penyebaran kuisioner dianalisis dengan analisis deskriptif, dan *Importance Performance Analysis (IPA)*. Analisis deskriptif digunakan untuk mengidentifikasi perilaku konsumen dan mengetahui tingkat kesukaan konsumen dalam membeli teh pucuk harum Metode *Importance Performance Analysis (IPA)* menggambarkan kinerja (*performance*) sebuah

produk dibandingkan dengan harapan atau tingkat pentingnya (*importance*) yang dipersepsikan oleh konsumen dalam bentuk matriks IPA.

Matriks IPA terdiri dari sumbu X dan Y dibagi empat bagian yang dibatasi oleh dua buah garis yang berpotongan tegak lurus pada titik-titik (X.Y) dimana X merupakan rata-rata dari rata-rata skor kinerja produk. Atribut Y adalah rata-rata skor tingkat harapan seluruh atribut yang akan mempengaruhi kepuasan konsumen.

Masing-masing atribut diposisikan dalam sebuah diagram, dimana skor rata-rata penilaian pada tingkat pelaksanaan (kinerja)  $x_i$  menunjukkan posisi suatu atribut pada sumbu x sementara posisi atribut pada sumbu y ditunjukkan oleh skor rata-rata tingkat kepentingan (harapan) pengujung terhadap sumbu y.

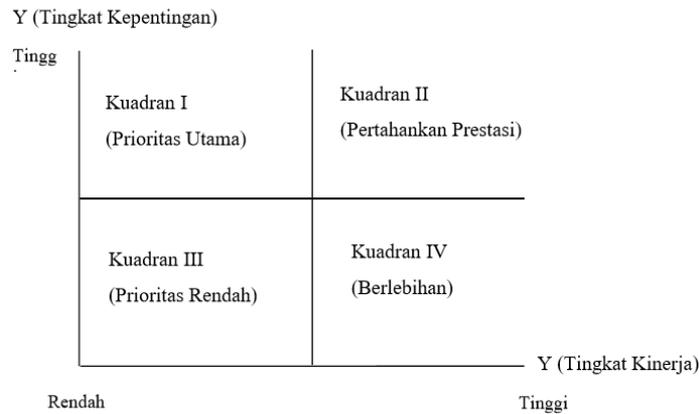
$$\bar{x} = \frac{\sum x_i}{n}, \quad \bar{y} = \frac{\sum y_i}{n}$$

Keterangan :

- x = Skor rata-rata tingkat kepercayaan/kinerja
- y = Skor rata-rata tingkat kepentingan
- n = Jumlah responden

Hubungan antara tingkat kepuasan (kinerja) dan tingkat kepentingan ditentukan dengan menggunakan diagram kartesius. Diagram kartesius merupakan suatu bangun yang dibagi atas empat bagian yang dibatasi oleh dua buah garis yang berpotongan tegak lurus pada titik-titik ( x, y ) dimana x adalah rata-rata dari rata-rata skor tingkat kinerja atau kepuasan konsumen seluruh faktor atau atribut dan y merupakan rata-rata dari rata-rata skor tingkat kepentingan seluruh faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Matriks IPA tersebut terdiri dari 4 kuadran yang nantinya akan menyatakan letak atribut-atribut pada kuadran I, II, III dan IV Hasil perhitungan diatasakan dinyatakan dalam matriksIPA. MatriksIPA diperlukan untuk penjabaran tingkat kinerja dan kepuasan konsumen.Kuadran I merupakan daerah prioritas utama, kuadran II merupakan daerah yang harus

dipertahankan, kuadran III merupakan daerah prioritas rendah dan kuadran IV merupakan daerah berlebihan. Bentuk matrik IPA disajikan pada gambar 1



Gambar 1. Bentuk matrik *Importance Performance Analysis* (Martilladan James, 1977).

Kuadran I, wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap penting oleh konsumen tetapi pada kenyataannya faktor-faktor ini belum sesuai seperti yang diharapkan (tingkat kepuasan yang diperoleh masih sangat rendah). Variabel-variabel yang masuk dalam kuadran ini harus ditingkatkan kinerjanya.

Kuadran II, wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap penting oleh konsumen dan faktor-faktor dianggap oleh konsumen sudah sesuai dengan yang dirasakannya sehingga tingkat kepuasannya relatif tinggi. Kinerja suatu variable dan harapan konsumen berada pada tingkat tinggi sehingga perusahaan cukup mempertahankan kinerjanya.

Kuadran III, wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap kurang penting oleh pelanggan dan pada kenyataannya kinerjanya tidak terlalu istimewa. Kinerja suatu variabel dan harapan konsumen berada pada tingkat rendah sehingga perusahaan belum perlu melakukan perbaikan.

Kuadran IV, wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap kurang penting oleh pelanggan dan dirasakan terlalu berlebih-lebihan. Kinerja perusahaan lebih

tinggi dari pada harapan konsumen sehingga perlu menurunkan kinerja agar dapat mengefisienkan sumberdaya.

## V. KESIMPULAN

### 5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang proses pengambilan keputusan konsumen terhadap produk teh pucuk harum, didapatkan kesimpulan bahwa :

1. Atribut-atribut yang dianggap penting oleh konsumen terhadap produk teh pucuk harum adalah atribut yang menempati kuadran I (kualitas bahan baku aroma, pengemasan dan higienitas) dan kuadran II (rasa, label halal, kemudahan dalam menemukan produk dan tanggal kadaluwarsa). Atribut tersebut dianggap sangat penting bagi konsumen meskipun sebagian masih ada yang dianggap kurang dan sebagian lainnya sudah dianggap baik oleh konsumen.
2. Atribut-atribut yang dianggap kurang penting oleh konsumen terhadap produk teh pucuk harum adalah atribut yang menempati kuadran III dan kuadran IV (warna, ukuran persaji, harga, potongan pada event tertentu dan media iklan). Atribut tersebut dianggap kurang penting namun kinerjanya dianggap baik oleh konsumen

## **5.2. Saran**

Penelitian selanjutnya disarankan untuk menganalisis atribut-atribut lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen pada minuman teh pucuk harum di lingkungan Universitas Lampung, sehingga diperoleh hasil yang lebih sesuai dengan apa yang diharapkan oleh konsumen

# DAFTAR PUSTAKA

## DAFTAR PUSTAKA

- Anjarsari. 2016. Katekin Teh Indonesia: Prospek dan Manfaatnya. Fakultas Pertanian Universitas Padjajaran. Bandung. *Jurnal Kultivasi Vol 15 (2): 99 – 106.*
- Balitri. 2014. *Perkembangan Pasar Teh Indonesia di Pasar Domestik dan Internasional*. <http://perkebunan.litbang.pertanian.go.id>. Diakses pada tanggal 21 Juli 2019
- Gasperz, V. 1997. *Manajemen Kualitas dalam Industri Jasa*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Hadisaputro, D. dkk. 2012. *Super Foods sehat dan bugar dengan beragam pangan fungsional sehari-hari*. Flash Books. Jogjakarta.
- Hartoyo, A. 2003. *Teh dan Khasiatnya bagi Kesehatan*. Kanisius. Yogyakarta.
- Hermanto. 2019. *Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Makanan Tanpa Tanggal Kadaluarasa*. Universitas Pamulang. Tangerang.
- Husein, U. 2000. *Riset Pemasaran Dan Penilaian Konsumen*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka.
- Khokhar, S. & S.G.M. Magnusdottir. 2002. *Total Phenol, Catechin, and Caffein Content of Tea Commonly Consumed in The United Kingdom*. *J. Agric. Food Chem.* 50: 565-570.
- Kotler, P. 1997. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Alih Bahasa. PT. Prenhallindo. Jakarta.
- Martilla dan John C. James. 1977. "Importance-Performance Analysis." *Journal of Marketing*, Vol. 41 No. 1 Januari 1977 : 77-79.
- Oktaviani, C. 1996. Faktor-Faktor yang mempengaruhi Perilaku Orang Tua dalam Keputusan Membeli Mainan Anak dan Preferensi Anak di Kelurahan Pondok Kelapa Kecamatan Duren Sawit Jakarta Timur. Skripsi S1 Fakultas Ekonomi UNS. Surakarta.
- Purwadi, Budi. 2000. *Riset Pemasaran*. Grasindo. Jakarta.

- Pambudi, J. 2003. Teh Minuman Kesehatan. <http://www.Iqqq.web.id/gizi/gizi03shtm>. Diakses pada tanggal 21 Juli 2019
- Pradigma, Harun. 2017. Analisis Persepsi Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Produk Teh Poci. Universitas Brawijaya. Malang.
- Rossi, A. 2010. *1001 Teh dari Asal-usul, Tradisi, Khasiat, Hingga Racikan Teh*. Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Singarimbun, M dan Sofian E. 1989. *Metode Penelitian Survey*. LP3ES. Jakarta.
- Simamora, B. 2003. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.