

**ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP BERAS
DI KOTA MAKASSAR**

(Studi Kasus Pasar Tradisional Terong, Pasar Tradisional Pannampu, Pasar Tradisional Daya)



**OLEH :
R. AULIA FARADHIBA RESKY
G021 17 1522**

**DEPARTEMEN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN
PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2022**

ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP BERAS DI KOTA MAKASSAR
(Studi Kasus Pasar Tradisional Terong, Pasar Tradisional Pannampu, Pasar Tradisional Daya)

R. Aulia Faradhiba Resky
G021 17 1522

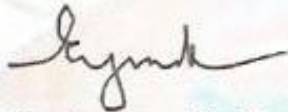


Skripsi
Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Pertanian
pada
Departemen Sosial Ekonomi Pertanian
Fakultas Pertanian
Universitas Hasanuddin
Makassar

DEPARTEMEN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2022

Judul Skripsi : Analisis Preferensi Konsumen terhadap Beras di Kota Makassar
(Studi Kasus Pasar Tradisional Terong, Pasar Tradisional Pannampu,
Pasar Tradisional Daya)
Nama : R. Aulia Faradhiba Resky
NIM : G021 17 1522

Disetujui oleh:



Prof. Dr. Ir. Eymal B. Demmallino, M. Si.
Pembimbing Utama



Dr. Ir. Heliawaty, M. Si.
Pembimbing Pendamping

Diketahui oleh:



Dr. A. Nixia Tenriawaru, S.P., M.Si.
Ketua Departemen

Tanggal Lulus: 15 Februari 2022

**PANITIA UJIAN SARJANA
DEPARTEMEN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS HASANUDDIN**

JUDUL : ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP BERAS
DI KOTA MAKASSAR (STUDI KASUS PASAR
TRADISIONAL TERONG, PASAR TRADISIONAL
PANNAMPU, PASAR TRADISIONAL DAYA)

NAMA MAHASISWA : R. AULIA FARADHIBA RESKY

NIM : G021 17 1522

SUSUNAN PENGUJI

Prof. Dr. Ir. Eymal B. Demmallino, M. Si.
Ketua Sidang

Dr. Ir. Heliawaty, M. Si.
Anggota

Ir. Darwis Ali, M. Si.
Anggota

Dr. Ir. Mahyuddin, M. Si.
Anggota

Tanggal Ujian : 15 Februari 2022

DEKLARASI

Dengan ini saya menyatakan bahwa, skripsi saya berjudul “Analisis Preferensi Konsumen terhadap Beras di Kota Makassar (*Studi Kasus Pasar Tradisional Terong, Pasar Tradisional Pannampu, Pasar Tradisional Daya*)” benar adalah karya saya dengan arahan tim pembimbing, belum pernah diajukan atau tidak sedang diajukan dalam bentuk apapun kepada perguruan tinggi manapun. Saya menyatakan bahwa, semua sumber informasi yang digunakan telah disebutkan di dalam teks dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Makassar, 15 Februari 2022



R. AULIA FARADHIBA RESKY
G021 17 1522

R. AULIA FARADHIBA RESKY. Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Beras di Kota Makassar (Studi Kasus: Pasar Tradisional Terong, Pasar Tradisional Pannampu, Pasar Tradisional Daya). Pembimbing: EYMAL B. DEMMALLINO dan HELIAWATY.

Latar belakang, beras merupakan bahan makanan pokok yang sangat penting dan banyak dikonsumsi oleh masyarakat, terutama di Indonesia. Kebiasaan masyarakat dalam mengonsumsi beras sudah menjadi budaya sehingga sulit untuk mengganti beras dengan makanan pokok lainnya. Beras yang tersedia di pasaran terdiri beberapa jenis dengan karakteristik yang berbeda-beda. Adanya produk beras yang beragam membuat konsumen memilih beras sesuai dengan kebutuhannya. Adapun **tujuan** dari penelitian ini yaitu, untuk mengetahui atribut beras yang menjadi preferensi konsumen di kota Makassar, untuk mengetahui atribut yang paling di pertimbangkan konsumen dalam keputusan membeli beras di kota Makassar, serta untuk menganalisis tingkat keakuratan prediksi antara hasil estimasi dengan hasil aktual pada proses *conjoint*. Penelitian ini dilakukan di Kota Makassar pada tiga pasar tradisional yang berbeda yang dilakukan pada bulan Juli hingga Agustus 2021. Pada penelitian digunakan **metode analisis data conjoint** untuk mengetahui bagaimana perilaku konsumen terhadap suatu produk dan untuk membantu mendapatkan kombinasi atribut-atribut suatu produk yang berfungsi menjelaskan karakter produk tersebut. Adapun **hasil** penelitian yang telah dilakukan yaitu atribut level yang disukai konsumen yaitu memiliki aroma sesuai dengan selera konsumen, beras berwarna putih jernih, beras yang memiliki bulir utuh setelah dimasak nasi, tekstur beras yang pulen, harga sudah sesuai dengan kualitas beras, dan kemasan beras dengan ukuran <25 Kg, Atribut yang paling utama dipertimbangkan konsumen dalam keputusan membeli beras lokal di Kota Makassar yaitu warna beras. Serta Nilai signifikan korelasi Pearson's dan Kendall's Tau 0,000 (sign <0,005) dapat dikatakan bahwa adanya hubungan yang kuat antara hasil desain *conjoint* dengan preferensi konsumen beras lokal di Kota Makassar.

Kata Kunci : Beras; Preferensi Konsumen; Analisis *Conjoint*

ABSTRACT

R. AULIA FARADHIBA RESKY. *Analysis of Consumer Preferences for Rice in Makassar City. (Case Studies: Eggplant Traditional Market, Pannampu Traditional Market, Daya Traditional Market). Advisor: EYMAL B. DEMMALLINO dan HELIAWATY.*

Background, rice is a staple food that is very important and consumed by many people, especially in Indonesia. The people's habit of consuming rice has become a culture, so it is difficult to replace rice with other staple foods. Rice available in the market consists of several types with different characteristics. The existence of various rice products makes consumers choose rice according to their needs. **The purpose** of this study is to determine the attributes of rice that are consumer preferences in the city of Makassar, to determine the attributes that are most considered by consumers in the decision to buy rice in the city of Makassar, and to analyze the level of prediction accuracy between the estimated results and the actual results in the conjoint. This research was conducted in Makassar City at three different traditional markets which was conducted from July to August 2021. In this study **data analysis method** conjoint to find out how consumers behave towards a product and to help obtain a combination of attributes of a product that serves to explain the character of a product. **The results** research that have been carried out are the level attributes that are preferred by consumers, namely having an aroma according to consumer tastes, clear white rice, rice that has whole grains after cooking the rice, the texture of the rice is fluffier, the price is in accordance with the quality of the rice, and the rice packaging with size <25 Kg, the most important attribute considered by consumers in the decision to buy local rice in Makassar City is the color of the rice. And the significant value of Pearson's and Kendall's Tau correlation of 0.000 (sign <0.005), it can be said that there is a strong relationship between the results of the conjoint and the preferences of local rice consumers in Makassar City.

Keywords: Rice; Consumer Preferences; Analysis Conjoint

RIWAYAT HIDUP PENULIS



R. Aulia Faradhiba Resky, lahir di Kota Makassar, Provinsi Sulawesi Selatan pada tanggal 3 maret 1999 merupakan anak dari pasangan **Roedhien Ichi S.** dan **Subaidah**. Putri kedua dari tiga bersaudara yaitu **Muh. Ikhlas Wicaksono** dan **Muh. Dody Alfayed**. Selama hidupnya penulis telah menempuh pendidikan formal, yaitu :

1. TK Aisyah Paranglayang Makassar Tahun 2004-2005
2. SD Negeri Tabaringan 5 Makassar Tahun 2005-2011
3. SMP Negeri 5 Makassar Tahun 2011-2014
4. SMA Negeri 5 Makassar Tahun 2014-2017
5. Selanjutnya dinyatakan lulus melalui jalur non subsidi (JNS) menjadi mahasiswa di Departemen Sosial Ekonomi Pertanian, Fakultas Pertanian, Universitas Hasanuddin, Makassar pada tahun 2017 untuk jenjang pendidikan Strata Satu (S1).

Selama menempuh pendidikan di Universita Hasanuddin selain mengikuti kegiatan akademik dengan sebaik-baiknya, penulis juga bergabung dalam organisasi lingkup Departemen Sosial Ekonomi Pertanian sebagai sekretaris umum, menjadi anggota di BEM KEMA FAPERTA Unhas, dan juga menjadi penguru di HMI Makassar Timur Komisariat Pertanaian Unhas. Selain itu penulis juga aktif mengikuti seminar-seminar mulai dari tingkat universitas, tingkat regional, tingkat nasional hingga tingkat internasional.

Selain aktif mengikuti organisasi penulis juga mendapatkan beasiswa dari “Beasiswa Sarjana Muamalat dari Baitul Muamalat”. Selama dua tahun mendapatkan beasiswa alhamdulillah penulis sangat terbantu dalam biaya perkuliahan dan kebutuhan perkuliahan. Selain mendapatkan materi penulis juga mendapatkan pengalaman yang sangat banyak pada saat menjadi salah satu penerima beasiswa sarja muamalat. Selain itu penulis juga melakukan magang di Bank BNI Cab. Sengkang selama dua bulan dan mendapatkan banyak sekali pengalaman baru.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kita panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan cahaya ilmunya, rahmat dan ridahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai tugas akhir pada Program Studi Agribisnis, Departemen Sosial Ekonomi Pertanian, Fakultas Pertanian, Universitas Hasanuddin dengan judul *“Analisis Preferensi Konsumen terhadap Beras di Kota Makassar (Studi Kasus Pasar Tradisional Terong, Pasar Tradisional Pannampu, Pasar Tradisional Daya)”* dibawah bimbingan Bapak **Prof. Dr. Ir. Eymal B. Demmallino, M. Si.** dan Ibu **Dr. Ir. Heliawaty, M. Si.** Skripsi ini disusun sebagai salahsatu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Agribisnis, Departemen Sosial Ekonomi Pertanian, Fakultas Pertanian, Universitas Hasanuddin.

Penulis menyadari bahwa selama penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari berbagai hambatan dan kesulitan, menyadari keterbatasan kemampuan yang penulis miliki, dengan penuh rendah hati penulis mengakui bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, segala kritik dan saran yang sifatnya membangun sangat penulis harapkan demi kesempurnaan skripsi ini. Semoga apa yang tersaji dalam skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua, Aamiin.

Makassar, 15 Februari 2022

Penulis

PRAKATA



Alhamdulillah rabbil 'alamin, Segala Puja dan Puji syukur kepada Allah SWT, Tuhan Yang Maha Meliputi Segalanya. Segala Puja dan Puji yang banyak dan tak terhingga untuk Tuhan Yang Maha Besar, meskipun puja segala pemuji selalu kurang dari sewajarnya. Segala Puja dan Puji untuk Allah SWT seagung pujian-Nya terhadap diri-Nya.

Shalawat dan Salam yang tiada pernah terputus dan tiada pernah terhenti terus menerus, sambung menyambung sampai ke akhir zaman untuk Nabi yang dicintai dan dikasihi oleh ruh, jiwa, dan jasad kami, Muhammad SAW yang kemuliannya melahirkan kerinduan dan tapak kakinya menggoreskan kesucian, juga untuk keluarganya yang telah disucikan dari segala noda dan nista serta para sahabat yang berjihad bersamanya dan selalu setia sepanjang zaman.

Penyelesaian skripsi ini adalah hal yang membanggakan bagi penulis hingga saat ini karena menjadi pertanggungjawaban penulis selama menempu pendidikan di Fakultas Pertanian Universitas Hasanuddin. Peneliti menyadari bahwa sebagai manusia biasa tidak akan sanggup memenuhi segala kebutuhan secara sempurna tanpa bantuan dan dukungan dari pihak lain.

Skripsi dengan judul "*Analisis Preferensi Konsumen terhadap Beras di Kota Makassar (Studi Kasus Pasar Tradisional Terong, Pasar Tradisional Pannampu, Pasar Tradisional Daya)*" merupakan tugas akhir untuk mencapai gelar Sarjana Pertanian (S.P) pada Prodi Agribisnis Departemen Sosial Ekonomi Pertanian Universitas Hasanuddin, yang secara khusus peneliti persembahkan kepada kedua Orang tua Tercinta, Ayahanda **Roedhien Ichi S.** dan Ibunda **Subaidah** atas segala pengorbanan, kasih sayang, dan jerih payahnya selama ini membesarkan dan mendidik serta doanya demi keberhasilan penulis. Kakakku **Muh. Ikhlas Wicaksono** dan Adikku **Muh. Dody Alfayed** terima kasih atas segala dukungan dan apresiasi yang telah kalian sajikan kepada penulis. Penulis menyadari bahwa semua itu merupakan bentuk kasih sayang sehingga membuat penulis belajar menjadi bijaksana dalam menyikapi masalah apapun yang dihadapi.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini tak terlepas dari bantuan dan dukungan berbagai pihak. Untuk itu, tak lupa juga peneliti mengucapkan terima kasih tak terhingga kepada semua pihak yang turut membantu penyusunan skripsi ini, terutama kepada:

1. **Bapak Prof. Dr. Ir. Eymal B. Demmallino, M. Si.** selaku dosen pembimbing I dan **Dr. Ir. Heliawaty, M. Si.** selaku dosen pembimbing II yang selalu meluangkan waktu ditengah kesibukannya untuk membimbing dan mengarahkan penulis sehingga karya tulis ini dapat terselesaikan.
2. **Bapak Ir. Darwis Ali, M. Si.** dan **Bapak Dr. Ir. Mahyuddin, M. Si.** selaku dosen Penguji yang telah memberikan masukan dan saran-saran yang bersifat membangun demi perbaikan dan kesempurnaan skripsi ini.
3. **Ibu Dr. A. Nixia Tenriawaru, S.P., M.Si** dan **bapak Rusli M. Rukka, S.P., M.Si.** selaku ketua departemen dan sekretaris departemen sosial ekonomi pertanian terimakasih atas arahan dan didikan yang diberikan.
4. Bapak dan Ibu dosen khususnya di Departemen Sosial Ekonomi Pertanian karenanyalah penulis bukan hanya sekedar mendapatkan ilmu pengetahuan yang berkaitan dengan fokus pelajaran di Departemen Sosial Ekonomi Pertanian akan tetapi penulis mendapatkan pelajaran kehidupan dan teladan dari apa yang bapak dan ibu bagikan kepada kami.

5. Seluruh staf dan pegawai departemen sosial ekonomi pertanian dan pegawai administrasi fakultas pertanian yang telah membantu penulis dalam pengurusan administrasi.
6. **AFINITAS 17.** Teman angkatan dari maba, saudara yang dipersatukan oleh MISEKTA. Terimakasih sudah memberikan warna-warni di kehidupan kampus. Sedih, senang, marah, kecewa, excited bersama. Jadi maba, jadi pengurus, liburan dan kebersamaannya sangat seru.. semoga kita semua sukses semua yahhh...
7. **MISEKTA.** Wadah komunikasiku, curahan bakat minatku, tuntunan masa depanku. Terimakasih atas suka dan duka yang selama ini sudah dilalui. Wadah mengembangkan minat penulis dalam administrasi...
8. **Kak Arull** senior di MISEKTA yang sudah kuanggap seperti kakak sendiri, terimakasih untuk semua pembelajaran yang sudah diajarkan, terimakasih sudah membuat penulis menjadi pekerja keras dari maba sampai sekarang ini, terimakasih sudah mau mendengar keluh kesah penulis selama mengerjakan skripsi ini, terimakasih juga selalu membantu penulis untuk memahami skripsinya dan mau dibawa kemana. Tanpa kak arull penulis mungkin akan menjadi mahasiswa yang acuh tak acuh. Terimakasih sudah berkontribusi banyak pada skripsi penulis.
9. **Kak Faisal Gaffar S.P.** dan **Kak Muhammad Thamrin S.P.** senior yang sudah seperti kakak sendiri di MISEKTA. Terimakasih sudah memberikan penulis banyak sekali pelajaran, pengalaman, dan pembekalan untuk menambah pengetahuan penulis. Penulis sangat bersyukur bisa kenal dan dekat dengan mereka, dari penulis maba sampe sekarang penulis selalu dibantu dalam hal apapun. Terimakasih kakak-kakak.
10. **Kak Muhammad Zarkasih Rahman** (soon S.P. bareng peneliti). Kak Aciiii pengaderan yang sudah ku anggap kakak kandungkuuu, maaf selama peneliti mengerjakan skripsi ini peneliti selalu merepotkan Kak Aci dalam skripsi maupun permasalahan laptop peneliti. Maaf peneliti selalu mengganggu Kak Aci hehew. Tapi terimakasih banyak atas semua jasa yang Kak Aci berikan dari peneliti maba sampai sekarang. Yuk wisuda bulan maret yuk...
11. **Nurul Islamiyah Astari Achman.** Sayy terimakasih sudah mau bersahabat dari keluar baruga jadi maba sampe keluar baruga jadi S.P. ihyyyyy sehat-sehat yah disana semoga dilancarkan kerjaanmu. Terimakasih sudah semangatika terus, dukungka terus, doakanka terus. Sayangki pokoknya...
12. **Inka Chandra Devie** dan **Riza Cholis.** Teman belajar dari maba sampe sekarang. Tanpa kalian yang selalu semangat peneliti untuk terus berjuang dan semangat mengerjakan skripsi sambil bekerja penulis mungkin tidak akan berada sampai titik ini, walau penulis tertinggal sedikit dengan kalian tapi kalian selalu dukungka dikala lagi susah. Mohon maaf sudah jarang ngumpul sama lagi. *Even thought I hate u we're still friends, I love u lucknut...*
13. **DBS.** Tirenzica Anastasya, Chandra Putra Mangewa, Nurriska Syahnur. Terimakasih yahh kalian sudah selalu menghibur penulis, membantu penulis dalam keadaan susah maupun senang, terimakasih sudah berteman sama penulis sedari SMP sampai sekarang. Kusayangkiiii semua pake banget.
14. **AJB (Amma, Lilis, Nisa, Ika, Astari, Indah, Sheilala, Inka,Riza)** sepuluh orang ciwi afinitas yang berkumpul jadi satu menjadi teman skripsi.. terimakasih ciwi-ciwi sudah berjuang selama ini, sudah menyemangati, mengingatkan penulis untuk mengerjakan skripsi, sudah membantu penulis dalam pengerjaan skripsi ini.. tanpa kalian penulis mungkin masih bergelut dengan penelitian dan masih santai-santai dan terlena dengan dunia kerja...
15. **H2O CREATIVE (Kak Edi, Kak Wan, Kak Pajo, Kak Callu)** terimakasih sudah membantu penulis dalam penelitian, sudah memfasilitasi laptop dan printer untuk penulis

mengerjakan skripsinya dikala laptop penulis rusak, terimakasih sudah membantu penulis dalam berkas-berkas, terimakasih buat semuanya yang tidak bisa saya sebutkan satu-satu..

16. **Brooks fam.** Buat **Upe** terimakasih sudah mengajakku untuk bekerja disini, terimakasih berkatmu penulis berada di titik ini, terimakasih sudah menjadi sahabat dari semester tiga walau kita sempat terpisah dua semester tapi dipertemukan lagi di brooks, luv u pe. **Kak Tahta** terimakasih loh dulu sudah menyemangati penulis untuk mengerjakan skripsi ini, semoga kita bisa bertemu lagi dan semoga kak tahta sukses dan sehat selalu biar tidak jompo lagi hehehew. **Kak Randi** terimakasih selama ini sudah menyemangati penulis dalam mengerjakan skripsi ini, terimakasih sudah mensponsori makanan dalam pengerjaan skripsi ini, sukseski *see you on top*. **Kak Taqwa** makasih selama di tempat kerja selalu pengertian, perhatian, dan menjengkelkan wkwk. **Kak Fajar** terimakasih atas kelucuan perhatian dan juga lawakannya selama ini. **Kezia** terimakasih sudah di semangati untuk mengerjakan skripsi ini, *I miss u*. **Golden** terimakasih sudah mengajarkan penulis dalam mengontrol kesabarannya, terimakasih sudah menganggap penulis kakak.. jangan lupa untuk tetap belajar membaca walau penulis sudah tidak bekerja disana. **Lana** terimakasih servis makanannya selama bekerja jangan lupa untuk tetap ajar golden yang baik-baik biar pintar. Sayangki semuaaa.
17. **Ben.** Terimakasih telah membantu, menuntun, dan menjaga penulis dari 2018 sampai sekarang, terimakasih sudah mendorong penulis sampai pada titik ini. Terimakasih atas segalanya.. yeay aul bisa...
18. **Untuk Ayah.** Penulis sengaja memberikan part khusus untuk ayah penulis karena menyelesaikan studi ini adalah impian ayah penulis. Walau sekarang ayah tidak disini. Akhirnya penulis bisa menyelesaikan studi penulis dengan kerja keras. Penulis yakin bahwa ayah akan bangga disana melihat anak perempuan satu-satunya bisa berada pada titik ini dengan usaha dan kerja kerasnya. Ayah, *I did it* ini hadiah ulang tahun ayah dari aul.. semoga ayah disana senang dan tenang. *I miss u* ayah.
19. *Last but not least I want to thank to myself.* Terimakasih untuk tidak pernah menyerah dengan keadaan. Terimakasih sudah mau bangkit walaupun rasanya sulit. Terimakasih sudah berani di beberapa kesempatan, yang menurutmu menakutkan tapi selalu berfikir hal baru tidak selalu seburuk itu. Terimakasih sudah mau bertahan sampai sejauh ini. *Good job, I know u can do it..* selanjutnya mari melakukannya dengan penuh keikhlasan dan percaya diri.

Mengingat kesempurnaan hanya untuk yang Maha Sempurna, maka penulis menyadari bahwa skripsi ini sangat jauh dari kata sempurna. Apabila terdapat kesalahan-kesalahan yang material dalam skripsi ini, hal tersebut sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis dan bukan para pemberi bantuan apalagi yang maha kuasa. Oleh karena itu, kritik dan saran dari semua pihak baik yang bersifat konstruktif ataupun yang deduktif akan menyempurnakan skripsi ini. Akhir kata, dengan segala kekurangannya, penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat sebagai sebuah hasil karya sekaligus sebagai perjuangan yang penulis persembahkan.

Makassar, 15 Februari 2022

Penulis

DAFTAR ISI

SAMPUL	i
HALAMAN SAMPUL	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PANITIA UJIAN SARJANA	iv
DEKLARASI	v
ABSTRAK	vi
RIWAYAT HIDUP PENULIS	viii
KATA PENGANTAR	ix
PRAKATA	x
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Kegunaan Penelitian.....	3
II. TINJAUAN PUSTAKA	4
2.1 Beras.....	4
2.2 Konsumen	4
2.3 Preferensi Konsumen	4
2.4 Atribut Produk.....	5
2.5 Kerangka Pikir	7
2.6 Penelitian Terdahulu	7
III. METODE PENELITIAN	10
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian	10
3.2 Jenis dan Sumber Data	10
3.3 Populasi dan Sampel	10
3.4 Metode Pengumpulan Data	11
3.5 Metode Analisis Data	11
3.6 Konsep Operasional	11
IV. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN	13
4.1 Gambaran Umum Kota Makassar	13
4.2 Letak Geografis dan Topografis.....	13
4.3 Deskripsi Pasar Tradisional Kota Makassar.....	13
4.4 Deskripsi Pasar Tradisional Terong	13
4.5 Deskripsi Pasar Tradisional Pannampu.....	14
4.6 Deskripsi Pasar Tradisional Daya	14
4.7 Karakteristik Sampel dalam Penelitian	15
V. HASIL DAN PEMBAHASAN	18
5.1 Preferensi Konsumen terhadap Atribut Lokal di Kota Makassar	18
5.2 Urutan Atribut Beras Lokal yang Paling Penting Menurut Preferensi Konsumen	22
5.3 Tingkat Keakuratan Prediksi Model Hasil Analisis <i>Conjoint</i>	24

VI. KESIMPULAN DAN SARAN	26
6.1 Kesimpulan	26
6.2 Saran.....	26
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

No.	Teks	Halaman
1.	Rata-rata Konsumsi per Kapita Sebulan menurut Beberapa Jenis Makanan Penting di Indonesia, 2017-2019.	1
2.	Beberapa jenis/merek beras yang ada di Kota Makassar.	1
3.	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	15
4.	Responden Berdasarkan Usia	15
5.	Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	16
6.	Responden Berdasarkan Pekerjaan	16
7.	Responden Berdasarkan Pendapatan	16
8.	Responden Berdasarkan Jumlah Anggota Keluarga	17
9.	Analisis <i>Conjoint</i> pada Beras Lokal di Kota Makassar	19
10.	Atribut Beras yang Menjadi Preferensi Konsumen.	21
11.	Nilai Kepentingan (<i>importance values</i>) Atribut Beras Lokal.	23
12.	Nilai Korelasi Hasil Proses <i>Conjoint</i>	24

DAFTAR GAMBAR

No.	Teks	Halaman
1.	Skema kerangka pemikiran preferensi konsumen terhadap beras di Kota Makassar	7

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner Penelitian Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Beras di Kota Makassar.
- Lampiran 2. Atribut Sub-atribut Beras Lokal
- Lampiran 3. Operasionalisasi Batasan Level Atribut
- Lampiran 4. Desain Stimuli Orthogonal Menggunakan SPSS
- Lampiran 5. Data Karakteristik Responden Beras Lokal di Kota Makassar.
- Lampiran 6. Data Penilaian Responden Terhadap Kombinasi dengan Menggunakan Skala Likert

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Beras merupakan bahan makanan pokok yang sangat penting di dunia, termasuk di Indonesia. Indonesia adalah salah satu negara dengan konsumsi beras tertinggi di dunia, hal ini disebabkan oleh karena beras telah menjadi budaya yang tidak dapat dipisahkan dari penduduk Indonesia. Kebutuhan akan beras untuk memenuhi kebutuhan pangan selalu meningkat tiap tahunnya sejalan dengan pertambahan penduduk serta perubahan kebiasaan yang sebelumnya makanan utama bukan beras beralih ke beras (Mangiri,).

Menurut Suryana (dalam Nauli, 2019) beras tetap dominan sebagai bahan makanan pokok karena beras merupakan sumber energi maupun sumber nutrisi yang lebih baik dibandingkan dengan jenis makanan pokok lainnya. Kebiasaan masyarakat dalam mengonsumsi beras telah menjadi budaya sehingga menyebabkan masyarakat sulit untuk menjadikan bahan makanan pokok selain beras. Berikut data pengeluaran konsumsi untuk beberapa jenis bahan makanan penting di Indonesia, dapat dilihat pada tabel 1 :

Tabel 1. Rata-rata Konsumsi per Kapita Sebulan menurut Beberapa Jenis Makanan Penting di Indonesia, 2017-2019.

No.	Jenis bahan makanan	satuan	2017	2018	2019
1	Beras lokal/ketan	Kg	1,565	1,551	1,504
2	Jagung pocelan/pipilan	Kg	0,019	0,019	0,017
3	Kacang kedelai	Kg	0,001	0,001	0,001
4	Ketela rambat	Kg	0,408	0,429	0,425
5	Kelapa	Butir	0,100	0,092	0,090

Sumber : Badan Pusat Statistik, 2019.

Berdasarkan tabel 1 diatas dapat dilihat bahwa pengeluaran untuk konsumsi beberapa jenis makanan di Indonesia didominasi oleh beras, artinya kebutuhan akan beras lebih tinggi dibandingkan dengan jenis makanan penting lainnya. Hal ini menggambarkan bahwa beras merupakan komoditas penting di Indonesia, dikarenakan hampir semua masyarakat Indonesia menjadikan konsumen bahan pangan beras terbesar. Menyikapi hal ini, fokus kepada komoditas khususnya beras sangat perlu dilakukan sebagai mengembangkan usaha (Novita, 2016). Dalam kehidupan sehari-hari sering kita jumpai produk-produk terutama produk beras yang ada di pasaran. Banyaknya pilihan produk yang ditawarkan produsen atau perusahaan kepada konsumen dapat menimbulkan keleluasaan konsumen dalam memilih beras yang diinginkannya, bahkan keanekaragaman inilah yang dapat membuat konsumen dengan mudah berpindah dari satu produk ke produk yang lain sesuai dengan selera mereka. Sehingga dari alasan konsumen tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa daya tarik konsumen pada suatu produk terdapat pada unsur-unsur atau atribut produk yang terkandung dalam produk beras, sehingga keunikan dan keunggulan suatu atribut produk yang dimiliki akan menimbulkan daya tarik pada konsumen agar dapat memilih produk tersebut (Haryanto, 2019).

Tabel 2. Beberapa jenis/merek beras yang ada di Kota Makassar.

No.	Jenis/merek beras	Kelebihan	Kekurangan
1	Pandan wangi	Aroma	Bentuk
2	Rojolele	bentuk	Aroma
3	Sentra Ramos	tekstur	Aroma
4	Beras IR 42	warna	Tekstur
5	Batang lembang	tekstur	Warna

Sumber : Badan Pusat Statistik, 2019.

Beras di Indonesia terdiri dari beberapa jenis dan merek yang ada di pasar dan memiliki keunggulan dan karakteristik yang berbeda-beda. Berikut beberapa jenis dan merk beras putih yang ada di pasaran. Pandan wangi termasuk dalam beras unggulan. Beras ini memiliki keunggulan dengan aromanya yang seperti pandan, tekstur pulen pada beras, dan cenderung berbentuk bulat dan ujungnya runcing, berwarna putih kekuningan dan bening. Rojolele adalah

beras yang paling banyak digunakan di Jawa Tengah atau Jawa Timur. Beras ini memiliki keunggulan dengan bentuknya yang bulat dan warna putih susu. Sentra ramos adalah beras jenis IR 64, beras ini digemari karena tekstur yang pulen dan rasa yang gurih, memiliki aroma beras natural. Beras IR 42 mirip dengan beras IR 64, beras ini setelah dimasak menghasilkan nasi yang pera, sedikit keras dan kering. Batang lembang, beras ini dikenal juga dengan nama beras jepang. Kelebihan dari beras ini yaitu beras ini termasuk beras paling pulen dibandingkan dengan varietas yang lain. Mentik susu adalah beras organik yang sangat kaya nutrisi dan mineral. Mentik wangi merupakan beras organik yang punya kandungan gula rendah sehingga cocok untuk penderita diabetes.

Adanya produk beras yang beragam membuat konsumen dapat memilih beras sesuai dengan kebutuhan konsumen. Hal tersebut dikemukakan oleh Yusuf, dkk (2018) dimana kualitas beras, pengemasan beras, dan harga memiliki hubungan dengan tingkat pendapatan konsumen. Hasil penelitian tersebut menjelaskan, konsumen dengan pendapatan tinggi cenderung memilih beras yang kualitas kemasan serta harga yang lebih tinggi dibanding konsumen yang berpendapatan rendah. Hal yang serupa juga dikemukakan oleh Kamila, dkk (2019) yang meneliti tentang “analisis sikap konsumen pada pembelian beras di Kota Salatiga”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendapatan dan ketersediaan beras non organik berpengaruh terhadap keputusan pembelian beras di Kota Salatiga. Hal yang serupa juga dikemukakan oleh Lestari (2018) menunjukkan bahwa perilaku konsumen dalam keputusan pembelian beras di Kota Makassar dipengaruhi oleh faktor budaya, sosial, dan psikologis.

Karakteristik konsumen perkotaan dalam berbelanja di Kota Makassar sangat beragam. Ada beberapa faktor yang memengaruhi bagaimana karakteristik konsumen dalam pembelian beras di Kota Makassar. Faktor pertama yaitu tingkat pendidikan konsumen, rata-rata konsumen di Kota Makassar memiliki tingkat pendidikan yang tinggi. Dari tingkat pendidikan yang tinggi, karakter konsumen dalam membeli beras cenderung melihat merek, kebersihan beras, dan igizi. Faktor kedua yaitu tingkat pendapatan konsumen. Semakin tinggi pendapatan konsumen maka sikap berbelanja konsumen lebih meningkat. Faktor ketiga yaitu faktor sosial konsumen. Faktor sosial memengaruhi minat konsumen perkotaan dalam berbelanja.

Berdasarkan faktor diatas membuat anggapan bahwa pemakaian atribut produk dapat menarik perhatian dan minat beli konsumen, maka sejak itu pula produsen atau perusahaan harus mengetahui apa saja yang menjadi pilihan konsumen mengenai suka atau tidak sukanya konsumen terhadap produk yang mengandung beberapa unsur atribut yang dianggap penting bagi konsumen, unsur atribut yang dimaksud antara lain harga beras, warna beras, bentuk beras, tekstur, kemasan, aroma dan pada akhirnya menjadi dasar pengambilan keputusan pembelian konsumen.

Berdasarkan latar belakang diatas penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai preferensi konsumen dalam pembelian beras di Kota Makassar.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang penelitian tersebut, maka yang menjadi rumusan masalah

dalam hal ini adalah :

1. Bagaimana atribut beras yang menjadi preferensi konsumen di kota Makassar ?
2. Atribut manakah yang paling dipertimbangkan konsumen dalam keputusan membeli beras di kota Makassar ?
3. Bagaimana tingkat keakuratan prediksi antara hasil estimasi dengan hasil akurat pada proses *conjoint* ?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan dalam penelitian ini iadalah :

1. Untuk mengetahui atribut beras yang menjadi preferensi konsumen di kota Makassar.
2. Untuk mengetahui atribut yang paling di pertimbangkan konsumen dalam keputusan membeli beras di kota Makassar.
3. Untuk menganalisis tingkat keakuratan prediksi antara hasil estimasi dengan hasil aktual pada proses *conjoint*.

1.4 Kegunaan Penelitian

1. Sebagai sumber referensi, tambahan informasi dan pertimbangan bagi peneliti yang berminat pada masalah yang sama.
2. Bagi pedagang, sebagai informasi dan bahan acuan dalam menyusun strategi pemasaran bagaimana mengembangkan penjualan beras.
3. Bagi konsumen, penelitian ini dapat bermanfaat sebagai bahan pertimbangan keputusan pembelian beras di Kota Makassar.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Beras

Di Indonesia beras merupakan sumber kalori yang terpenting bagi sebagian besar penduduk bila dibandingkan dengan bahan pangan berkarbohidrat lainnya seperti padi-padian, umbi-umbian, dan batang palma. Beras diperkirakan menyumbangkan kalori sebesar 60-80% dan protein 45-55% bagi rata-rata penduduk Indonesia (Haryadi, 2006).

Beras merupakan bahan makanan yang dihasilkan dari tanaman padi. Beras juga merupakan bahan makanan pokok bagi sebagian besar penduduk Indonesia. Beras memiliki nilai tersendiri bagi orang yang mengkonsumsinya dan tidak mudah untuk digantikan dengan bahan pangan yang lain. Beras adalah salah satu bahan makanan yang mengandung gizi dan sebagai sumber tenaga bagi tubuh manusia. Zat makan yang terkandung dalam beras antara lain yaitu karbohidrat, protein, lemak, serat kasar, abu dan vitamin. Disamping itu bahan mineral yang terkandung dalam beras diantaranya : *calcium, magnesium, fosfor* dan lain sebagainya (Tahir, 2010).

2.2 Konsumen

Istilah konsumen berasal dari alih Bahasa dari kata *consumer* (Inggris Amerika), *consument/konsument* (Belanda). Pengertian dari *consumer* atau *konsument* itu tergantung dalam posisi mana ia berada. Secara harafiah arti kata *consumer* adalah (lawan dari produsen) setiap orang yang menggunakan barang (Sasongko, 2011).

Menurut Philip Kotler (dalam Rosmawati, 2018) menyatakan bahwa konsumen adalah semua individu dan rumah tangga yang membeli atau memperoleh barang atau jasa untuk dikonsumsi pribadi.

2.3 Preferensi Konsumen

Preferensi konsumen adalah pemilihan suka atau tidak sukanya seseorang terhadap produk (barang atau jasa) yang dikonsumsi. Preferensi menunjukkan kesukaan konsumen dari berbagai produk pilihan yang ada. Pemahaman preferensi konsumen bertujuan untuk meneruskan strategi pemasaran yang secara berkelanjutan agar barang atau jasa yang dijual atau dipasarkan tetap diminati oleh konsumen (Ammar, 2017).

Menurut Lilien *et al* dan Kotler (dalam Simamora, 2003) menyatakan bahwa terdapat beberapa langkah yang harus dilalui hingga konsumen mampu membentuk preferensi, yakni :

- a. Pertama, diasumsikan bahwa konsumen melihat produk sebagai sekumpulan atribut. Konsumen yang berbeda memiliki pilihan yang berbeda tentang atribut apa yang relevan.
- b. Kedua, tingkat kepentingan atribut berbeda-beda sesuai dengan kebutuhan dan keinginan masing-masing. Konsumen memiliki penekanan yang berbeda-beda dalam atribut apa yang paling penting.
- c. Ketiga, konsumen mengembangkan sejumlah kepercayaan tentang letak produk pada setiap atribut.
- d. Keempat, tingkat kepuasan terhadap produk akan beragam sesuai dengan perbedaan atribut.
- e. Kelima, konsumen akan sampai pada sikap terhadap merek yang berbeda melalui prosedur evaluasi.

Terdapat banyak aksioma untuk menerangkan tingkah laku individu dalam masalah penetapan pilihan terhadap suatu produk. Menurut Nicholson (dalam Haryanto, 2019) terdapat tiga sifat dasar preferensi, yaitu:

- a. Kelengkapan (*completeness*)

Kelengkapan (*completeness*) mengandung pengertian jika A dan B merupakan kondisi atau situasi, maka setiap orang selalu harus bisa menspesifikasikan apahal :

1. A lebih disukai daripada B
2. B lebih disukai daripada A, atau
3. A dan B sama-sama disukai

Tiap orang diasumsikan tidak bingung dalam menentukan pilihan mengacu pada dasar ini sebab setiap orang tahu mana yang baik dan mana yang buruk, dengan demikian, selalu bisa menjatuhkan pilihan diantara dua alternatif.

b. Transitivitas (*transitivity*)

Transitivitas (*transitivity*) yaitu jika seseorang menyatakan lebih menyukai A daripada B, dan lebih menyukai B daripada C, maka orang tersebut lebih menyukai A daripada C, dengan demikian, seseorang tidak bisa mengartikulasikan preferensi yang saling bertentangan.

c. Kontinuitas (*continuity*)

Kontinuitas (*continuity*) yaitu jika seseorang menyatakan lebih menyukai A daripada B ini berarti segala kondisi dibawah pilihan A tersebut disukai daripada kondisi dibawah pilihan B.

Diasumsikan preferensi tiap orang akan mengikuti dasar diatas. Dengan demikian, setiap orang akan selalu dapat menyusun ranking pada semua situasi ataupun kondisi mulai dari yang paling disukai hingga paling tidak disukai dari berbagai macam barang dan jasa yang tersedia. Preferensi konsumen menunjukkan kesukaan konsumen dari berbagai pilihan produk yang ada. Oleh sebab itu, preferensi konsumen akan berhubungan erat dengan permasalahan dalam menetapkan suatu pilihan.

2.4 Atribut Produk

Menurut Kotler (dalam Kartika, 2017) menyatakan bahwa atribut produk adalah suatu komponen yang merupakan sifat-sifat produk yang menjamin agar produk tersebut dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan yang diterapkan oleh pembeli. Definisi produk adalah sekumpulan atribut yang nyata dan tidak nyata didalamnya sudah tercakup warna, kemasan, prestise pengecer dan pelayanan dari pabrik, serta pengecer yang mungkin diterima oleh pembeli sebagai suatu yang bisa memuaskan keinginannya (Stanton, 2007).

Atribut produk adalah sifat-sifat atau aspek-aspek yang terkandung dalam suatu produk dan yang nantinya akan menjadi penentu serta pertimbangan konsumen untuk menyenangi dan kemudian membeli produk tersebut. Atribut produk bisa dibagi menjadi dua yaitu : atribut teknis (fungsional) dan atribut non teknis (emosional). Atribut teknis pada suatu produk hanya menampilkan daya guna produk tersebut. Sedangkan atribut non teknis, bukan hanya menampilkan daya guna saja tetapi juga daya beda dan daya tarik pada suatu produk (Sungkawa dan Fauziah, 2015).

Menurut Sangadji dan Sopiah (2013) atribut produk adalah karakteristik atau fitur dari produk yang dianggap bisa untuk menarik pelanggan. Atribut produk yang melekat pada produk biasanya menggambarkan perspektif penjual atau produsen. Atribut produk terbagi dua jenis diantaranya *Tangible Attributes* dan *Intangible Attributes*. *Tangible Attributes* adalah atribut produk yang nyata (berwujud). Misalnya saya mau beli sebuah mobil, maka *tangible attributesnya* adalah ukuran mobil, warna mobil, dan kuantitas bahannya. Sedangkan *intangible attributes* adalah atribut produk yang tidak berwujud karena tidak ada bentuk fisik. Contoh atribut produk ini adalah harga, kualitas, kehandalan, keindahan atau estetika (desain). Misalnya saya mau membeli sebuah mobil maka saya akan memperhatikan atribut produk yang tidak berwujud seperti harga, kualitas, dan bentuk desain.

Dengan adanya atribut yang melekat pada suatu produk yang digunakan konsumen untuk

menilai dan mengukur kesesuaian karakteristik produk dengan kebutuhan dan keinginan. Bagi perusahaan dengan mengetahui atribut-atribut apa saja yang bisa memengaruhi keputusan pembelian maka dapat ditentukan strategi untuk mengembangkan dan menyempurnakan produk agar lebih memuaskan konsumen.

Menurut Luning, dkk (dalam Aprilianti, 2002) terdapat dua dimensi atribut yaitu atribut ekstrinsik dan intrinsik. Atribut intrinsik merupakan atribut-atribut spesifik untuk masing-masing produk yang akan menghilang ketika produk di konsumsi dan tidak dapat diubah tanpa mengubah sifat dari produk itu sendiri. Atribut intrinsik produk tersebut terdiri dari :

1. Aroma

Menurut Shafwati, (dalam Setyowati dan Sri, 2015) peranan aroma dalam makanan adalah sangat penting karena aroma merupakan salah satu indeks mutu yang menentukan pembelian konsumen. Aroma nasi dipengaruhi oleh varietas padinya. Lama penyimpanan beras memengaruhi baunya. Beras yang disimpan lebih lama memiliki bau lebih apek yang masih tercium ketika sudah menjadi nasi.

2. Warna

Menurut Haryadi (dalam Aprilianti, 2019) warna nasi dipengaruhi oleh derajat sosoh, kandungan amilosa, dan perubahan-perubahan selama penyimpanan beras. Derajat sosoh yang tinggi mengakibatkan semakin banyak kulit ari yang terlepas sehingga warna beras menjadi kusam.

3. Rasa

Menurut Meilgaard *et al* (dalam Rakhmi dkk, 2013) pengujian rasa dapat didefinisikan sebagai karakteristik sensori yang diterima oleh indera pengecap manusia ketika makanan dikonsumsi. Mutu rasa mempunyai kaitan langsung dengan selera dan tingkat kesukaan atau penerimaan konsumen dan dengan harga beras. Dalam perdagangan karena rasa merupakan selera pribadi, rasa tidak dimasukkan kedalam ketentuan persyaratan mutu beras yang bersifat baku, namun demikian mutu rasa secara tidak langsung sudah termasuk dalam pengelompokkan jenis beras atau varietas padi (Haryadi, 2006).

4. Tekstur

Menurut bergman *et al* (dalam Nandariyah dkk, 2016) tekstur merupakan ciri sensori utama nasi yang menentukan tingkat penerimaan konsumen. Menurut Yulfira (dalam Aprilianti, 2018) tekstur beras terdiri atas dua yaitu pera dan pulen. Nasi pera adalah nasi keras dan kering setelah dingin, tidak lekat satu sama lain, dan lebih mengembang dari nasi pulen. Nasi pulen ialah nasi yang cukup lunak walaupun sudah dingin, lengket tapi kelengketannya tidak sampai seperti ketabn antar biji lebih berlekatan satu sama lain (Yulfira dkk, 2018).

5. Bentuk

Bentuk dari beras sangatlah beragam tergantung dari jenis varietas padi yang dihasilkan. Biasanya beras putih dipasarkan dalam bentuk oval dan memiliki sudut, ada pula yang berbentuk lonjong, dan bulat. Sesuai dengan masing-masing merek yang dijual dipasar.

Adapun atribut ekstrinsik merupakan segala aspek yang berhubungan dengan produk tetapi tidak menjadi bagiannya secara fisik. Adapun atribut ekstrinsik terdiri dari :

1. Harga

Harga adalah suatu nilai tukar dari produk barang maupun jasa yang dinyatakan dalam satuan moneter (Rizaldy, 2017). Pengertian lain harga menurut Philip Kotler (dalam Yahya, 2018) harga adalah elemen pemasaran campuran yang paling mudah mengatur keistimewaan produk. Harga juga mengkomunikasikan pada pasar penempatan nilai produk atau merek yang dimaksud suatu perusahaan.

Harga suatu produk merupakan ukuran terhadap besar kecilnya nilai kepuasan seseorang

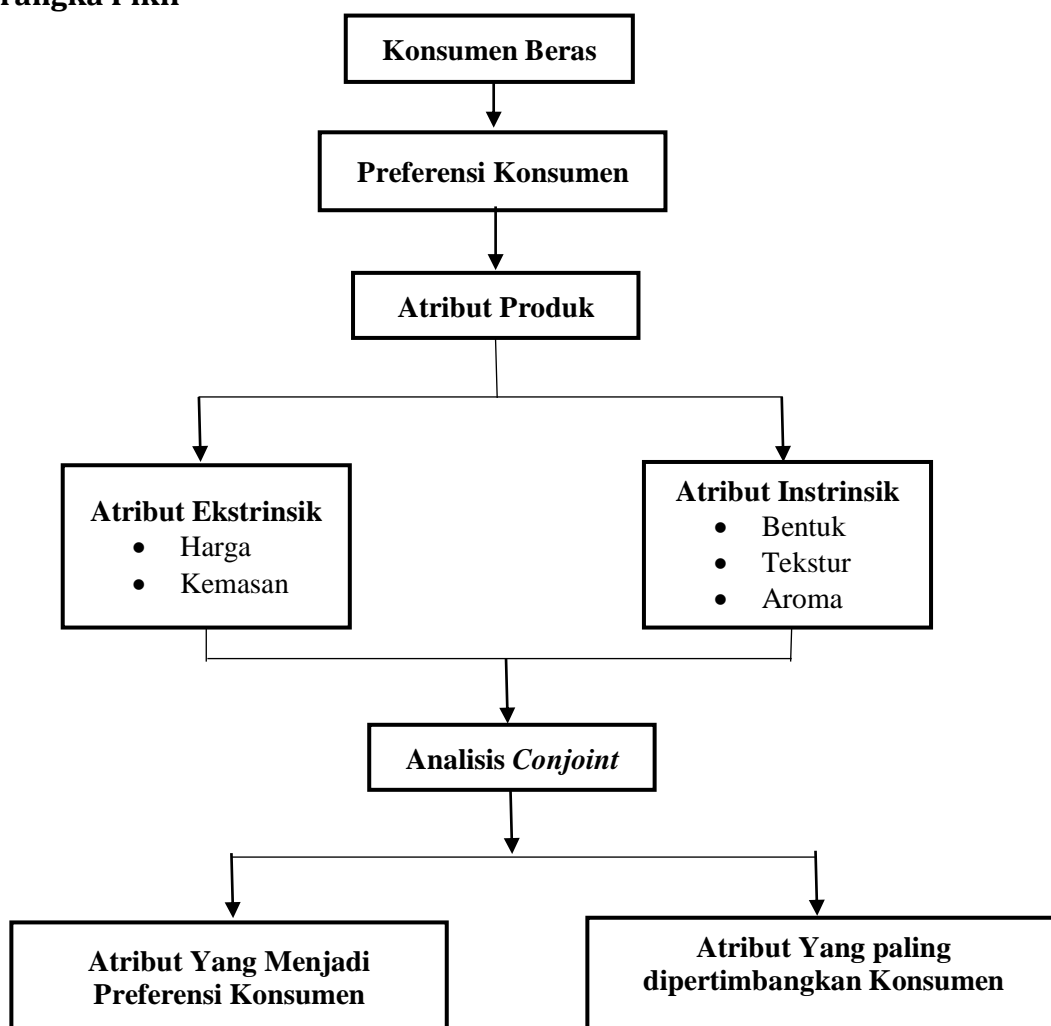
terhadap produk yang dibelinya. Seseorang akan berani membayar suatu produk dengan harga yang mahal apabila dia menilai kepuasan yang diharapkan terhadap produk yang akan dibelinya itu tinggi. Sebaliknya apabila seseorang itu menilai kepuasannya terhadap suatu produk rendah maka dia tidak akan bersedia untuk membayar atau membeli produk itu dengan harga yang mahal (Yahya, 2018).

2. Kemasan

Menurut Kotler (dalam Aprilianti, 2019) bahwa kemasan adalah bagian pertama produk yang dihadapi oleh pembeli dan mampu menarik atau menyingkirkan pembeli, kemasan yang dirancang dengan baik dapat membangun ekuitas merek dan mendorong penjualan.

Pengemasan dapat diartikan sebagai usaha perlindungan terhadap produk dari segala macam kerusakan dengan menggunakan wadah, sehingga pengemasan bertujuan untuk melindungi atau mengawetkan produk agar sampai ke tangan konsumen dalam keadaan baik (Suradi, 2005).

2.5 Kerangka Pikir



Gambar 1. Skema Kerangka Pemikiran Preferensi Konsumen Terhadap Beras di Kota Makassar

2.6 Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan oleh Nurmasari (2009) mengenai “Analisis Preferensi Konsumen terhadap Beras di Kabupaten Sukoharjo”. Adapun hasil yang didapatkan dari penelitian ini yaitu preferensi konsumen terhadap beras di Kabupaten Sukoharjo tidak sama atau terdapat perbedaan preferensi konsumen terhadap beras. Adapun perbedaan antara penelitian yang dilakukan oleh

Nurmalasari dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis pada skripsi ini yaitu pada analisis data yang digunakan.

Penelitian yang dilakukan oleh Setyaningsih (2009) mengenai “Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Buah Salak (*Salacca iEdulis*) di Pasar Tradisional Kota Surakarta”. Adapun hasil dari penelitian ini yaitu yang pertama buah salak menjadi preferensi konsumen di Pasar Tradisional Kota Surakarta adalah buah salak yang mempunyai rasa manis, berukuran sedang (15-19 buah/kg), mempunyai tekstur daging halus, dan mempunyai warna kulit coklat kehitaman. Atribut buah salak yang paling dipertimbangkan dalam keputusan pembelian buah salak di Pasar Tradisional Kota Surakarta adalah atribut rasa. Urutan atribut dari yang paling dipertimbangkan adalah ras buah, ukuran buah, tekstur daging buah dan warna kulit buah. Adapun perbedaan antara penelitian yang dilakukan oleh Setyaningsih dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis pada skripsi ini yaitu terletak pada objek penelitian atau komoditi penelitian.

Penelitian yang dilakukan oleh Nurmalina dan Pudji Astuti (2012) mengenai “Analisis Preferensi dan Keputusan Konsumen terhadap Beras di Kecamatan Muyorejo Surabaya Jawa Timur”. Hasil kesimpulan dari penelitian ini yaitu perbedaan karakteristik konsumen beras mempengaruhi perilaku konsumen dalam mengkonsumsi beras. Adapun perbedaan antara penelitian yang dilakukan oleh Nurmalina dan Pudji Astuti dengan penelitian yang diteliti pada skripsi ini antara lain penggunaan metode analisis data.

Penelitian yang dilakukan oleh Subeki, dkk (2017) mengenai “Analisis Preferensi Konsumen terhadap Beras Siger di Bandar Lampung”. Hasil yang didapat pada penelitian ini yaitu preferensi terhadap beras siger menunjukkan bahwa konsumen memiliki perilaku positif terhadap produk beras siger sebagai pangan alternatif pengganti beras. Adapun perbedaan penelitian yang diteliti oleh Subeki, dkk dengan penelitian yang diteliti pada skripsi ini yaitu pada pengambilan sampel penelitian, analisis data, dan juga objek penelitian.

Penelitian yang dilakukan oleh Andreansyah (2019) mengenai “Analisis Perilaku Konsumen pada Keputusan Pembelian Beras Organik (Kasus : Konsumen Pasar Modern Kota Medan). Hasil dari penelitian ini yaitu pada proses pengambilan konsumen pembelian beras organik, konsumen memilih motivasi aman bagi kesehatan dengan mengkonsumsi beras organik dan perwujudan gaya hidup sehat. Adapun perbedaan penelitian yang diteliti oleh Andreansyah dengan penelitian yang diteliti oleh penulis pada skripsi ini yaitu perbedaan analisis data yang digunakan.

Penelitian yang dilakukan oleh Haryanto (2019) mengenai “Analisis Preferensi Konsumen Beras (Studi Kasus : Pasar Tavip, Kota Binjai). Hasil dari penelitian ini yaitu beras yang menjadi preferensi konsumen di Pasar Tavip Kota Binjai adalah harga beras yang kualitas premium, bentuk beras yang medium (lonjong dan sedikit bulat), derajat keputihan yang putih susu, kepulenan yang pulen, daya tahan <1 bulan dan ukuran kemasan yang 15 kg. Atribut beras yang paling dipertimbangkan konsumen dalam pembelian beras di Pasar Tavip Kota Binjai adalah atribut kepulenan. Urutan atribut dari yang paling dipertimbangkan sampai dengan yang kurang dipertimbangkan adalah kepulenan, daya tahan, bentuk beras, ukuran kemasan, derajat putih, dan yang terakhir harga. Adapun perbedaan antara penelitian yang dilakukan oleh Haryanto dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis pada skripsi ini yaitu pada atribut/variabel yang dijelaskan. Pada penelitian ini peneliti menambahkan atribut aroma yang menurut peneliti juga masuk terdalam atribut beras yang dipertimbangkan oleh konsumen.

Penelitian yang dilakukan oleh Dewi dan Hayati (2021) mengenai “Perilaku Konsumen dalam Keputusan Pembelian Beras Merah Organik”. Adapun hasil yang didapat dari penelitian ini yaitu ada beberapa faktor yang mempengaruhi pengambilan sebuah keputusan agar konsumen lebih memilih beras merah organik yaitu kebiasaan, lokasi, manfaat kesehatan dan lain sebagainya.