



**ANALISIS KONJOIN DALAM PREFERENSI KONSUMEN PEMBELIAN
DAGING SAPI DI PASAR TRADISIONAL MIMBAAN BARU
KECAMATAN PANJI KABUPATEN SITUBONDO**

SKRIPSI

**DISUSUN OLEH :
RIFKIAN JORGI WARDANA
NIM : 202023003**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS ABDURACHMAN SALEH SITUBONDO
2024**



**ANALISIS KONJOIN DALAM PREFERENSI KONSUMEN PEMBELIAN
DAGING SAPI DI PASAR TRADISIONAL MIMBAAN BARU
KECAMATAN PANJI KABUPATEN SITUBONDO**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat guna memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S-1)
Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian, Sains dan Teknologi Universitas
Abdurachman Saleh Situbondo

**DISUSUN OLEH :
RIFKIAN JORGI WARDANA
NIM : 202023003**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS ABDURACHMAN SALEH SITUBONDO
2024**



**ANALISIS KONJOIN DALAM PREFRENSI KONSUMEN PEMBELIAN
DAGING SAPI DI PASAR TRADISIONAL MIMBAAN BARU
KECAMATAN PANJI KABUPATEN SITUBONDO**

SKRIPSI

**DISUSUN OLEH :
RIFKIAN JORGI WARDANA
NIM : 202023003**

Dipersiapkan dan Disusun dibawah Bimbingan :

Dosen Pembimbing Utama :

Dr. Ir. Sulistyaningsih, M.M.

Dosen Pembimbing Anggota :

Dr. Puryantoro, S.P., M.P.

HALAMAN PERSEMBAHAN

Bismillahirrohmanirrohim...

Alhamdulillah, segala puji syukur bagi Allah SWT atas limpahan rahmat, taufiq, hidayah dan inayah-Nya kepada penulis beserta keluarga dan saudara lainnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya. Skripsi ini, penulis persembahkan untuk :

1. Bapak ku Alm. Mohammad Hamzah, terimakasih untuk kasih sayang, pengorbanan dan doa yang telah diberikan kepada penulis. Terimakasih telah memberikan contoh yang baik kepada penulis, terutama menjadi sosok yang dermawan buat keluarga dan lingkungan sekitar. Terimakasih atas semua perjalanan hidupnya yang menjadi bagian inspirasi bagi penulis untuk tetap menghargai orang yang lebih tua dan menyayangi anak kecil.
2. Ibu ku yakni Ibu Rusmiyati, terimakasih atas kasih dan cintanya yang tak pernah habis kepada penulis, terimakasih atas dukungannya dari urusan finansial, waktu dan tenaga. Terimakasih telah menemani penulis disaat senang maupun susah. Terimakasih telah mengajarkan arti ketabahan dan kesabaran, maafkan anakmu yang belum bisa mengerti arti dari rasa syukur. Terimakasih telah menunjukkan kasih sayang Allah pada hambanya benar adanya, yaitu lewat senyum engkau ibu.
3. Kakak Perempuan ku Kiki Nurul Hikmah, terimakasih telah menjadi kakak yang bertanggung jawab kepada adiknya meskipun kita sering bertengkar dari kecil sampai sekarang, semoga kelak kita bisa berkumpul bersama di kehidupan yang lain dengan bapak dan ibuk, keluarga kecil kita.

4. Ibu Dr. Ir. Sulistyarningsih, M.M. selaku dosen pembimbing utama dan Bapak Dr. Puryantoro, S.P., M.P. selaku dosen pembimbing anggota. Terimakasih atas bimbingan, kritik dan saran, dan selalu meluangkan waktunya disela kesibukan. Menjadi salah satu dari anak bimbingan beliau merupakan nikmat yang sampai saat ini selalu penulis syukuri. Terima kasih, semoga jerih payahnya terbayarkan dan selalu diberi kesehatan. Maafkan penulis jika atas perilaku dan tutur kata yang kurang berkenan di hati bapak atau ibu.
5. Teruntuk Sahabatku, Moh Rizal Hidayat, Sayfullah, Ahmad Junaidi, Jimlyansyah, Roykhan Arianto, Aldy Rahman syaif, Muhammad Barry Nur Anhar, Muhammad Misbahul Hasan, Baitul Hasan, bergegaslah kawan sambut masa depan apapun keadaanya tetap berikan senyuman.

MOTTO

"Dan (ingatlah juga) ketika Tuhanmu memberitahukan: 'Jika kamu bersyukur, pasti Kami akan menambah (nikmat) kepadamu; dan jika kamu kufur, maka sesungguhnya azab-Ku sangat pedih.'"

Surah Ibrahim (14:7)

"Maka ingatlah kamu kepada-Ku, niscaya Aku ingat (pula) kepadamu. Dan bersyukurlah kepada-Ku, dan janganlah kamu kufur."

Surah Al-Baqarah (2:152)

"Lihatlah kepada orang yang berada di bawah kalian, dan janganlah melihat kepada orang yang berada di atas kalian. Hal itu akan lebih baik untuk menghindarkan kalian dari meremehkan nikmat Allah yang diberikan kepada kalian."

(HR. Bukhari dan Muslim)

"Sesungguhnya Allah tidak akan melihat kepada orang yang tidak bersyukur dengan nikmat-Nya, tidak bersyukur kepada manusia, dan tidak berterima kasih atas kebaikan."

(HR. Ahmad)

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

JUDUL : Analisis Konjoin dalam Prefrensi Konsumen Pembelian
Daging Sapi di pasar Mimbaan Baru Kecamatan Panji
Kabupaten Situbondo
NAMA : Rifkian Jorgi Wardana
NPM : 202023003
PROGRAM STUDI : Agribisnis

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Pertanian Pada Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian, Sains dan Teknologi
Universitas Abdurachman Saleh Situbondo

Situbondo, 18 Mei 2024

Menyetujui,

Dosen Pembimbing Utama

Dosen Pembimbing Anggota

Dr. Ir. Sulistyaningsih M.M.
NIDN. 0726056401

Puryantoro S.P, M.P.
NIDN. 0721058801

Mengetahui,
Ketua Program Studi

Abdullah. Muhlis, S.P, M.P.
NIDN.0728049401

PERNYATAAN ORISINALITAS

Nama : Rifkian Jorgi Wardana

NPM : 202023003

Alamat : Jl. Pemuda, Kecamatan Panji, Kabupaten Situbondo

No. Telpn : 0895388887966

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Menyatakan bahwa tugas akhir skripsi yang berjudul:

“Analisis Konjoin dalam Prefrensi Konsumen Pembelian Daging Sapi di pasar Tradisional Mimbaan Baru Kecamatan Panji Kabupaten Situbondo)” adalah murni gagasan dan pemikiran penulis yang belum pernah dipublikasikan di media, baik majalah, artikel, maupun jurnal penelitian dan bukan tiruan (plagiasi) dari karya orang lain. Apabila ternyata nantinya rancangan penelitian tersebut ditemukan adanya unsur plagiat maupun autoplajiasi, penulis siap menerima sanksi akademik yang akan dijatuhkan oleh Fakultas.

Demikian pernyataan ini, dibuat sebagai bentuk pertanggungjawaban etika akademik yang harus dijunjung tinggi di lingkungan universitas.

Situbondo, 18 Mei 2024

Yang menyatakan,

Rifkian Jorgi Wardana
NPM. 202023003

LEMBAR PENGESAHAN

Diterima Oleh Panitia Penguji Fakultas Pertanian, Sains dan Teknologi Universitas
Abdurachman Saleh Situbondo

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Pertanian Pada Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian, Sains dan Teknologi
Universitas Abdurachman Saleh Situbondo

Telah dipertahankan di depan tim pembimbing/penguji

Pada Hari/Tanggal : 8 Agustus 2024

	Tanda Tangan	Tanggal
Ketua Tim Penguji Dr. Ir. Sulistyaningsih, M.M. NIDN. 0726056401
Anggota I Tim Penguji Dr. Puryantoro S.P, M.P. NIDN. 0721058801
Anggota II Tim Penguji Sasmita Sari S.P, M.P. NIDN. 0722128604

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Pertanian, Sains dan Teknologi
Universitas Abdurachman Saleh Situbondo

Ir. Andina Mayangsari, MM
NIDN. 0009066601

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Abdurachman Saleh Situbondo, yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Rifkian Jorgi Wardana
NPM : 202023003
Alamat : Jl. Pemuda, Kecamatan Panji, Kabupaten Situbondo
Program Studi : Agribisnis
Fakultas : Pertanian, Sains dan Teknologi
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Abdurachman Saleh Situbondo, hak bebas royalti non eksklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas karya penulis yang berjudul “Analisis Konjoin Dalam Prefrensi Konsumen Pembelian Daging Sapi Dipasar Tradisional Mimbaan Baru Kecamatan Panji Kabupaten Situbondo)” beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak bebas royalti non eksklusif ini, Universitas Abdurachman Saleh Situbondo berhak menyimpan, mengalih media/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*Database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir penulis selama tetap mencantumkan nama penulis sebagai pemilik hak cipta. Demikian pernyataan ini dibuat dengan sebenarnya.

Situbondo, 8 Agustus 2024

Rifkian Jorgi Wardana
NPM. 202023003

KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Konjoin Dalam Pembeli Daging Sapi Di Pasar Tradisional Mimbaan Baru Kecamatan Panji Kabupaten Situbondo”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan pendidikan Strata Satu (S1) pada Jurusan Agribisnis, Fakultas Pertanian, Sains dan Teknologi, Universitas Abdurachman Saleh Situbondo.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Dr. Muhammad Yusuf Ibrahim, S.H., M.H. selaku Rektor Universitas Abdurachman Saleh Situbondo atas kesempatan yang diberikan kepada penulis untuk menjadi bagian dari sivitas akademika.
2. Ir. Andina Mayangsari, M.M. selaku Dekan Fakultas Pertanian Sains dan Teknologi atas dukungan dan fasilitas selama proses studi.
3. Dr. Ir. Sulistyaningsih, M.M. selaku Dosen Pembimbing Utama atas bimbingan dan arahan selama penyusunan penelitian.
4. Dr. Puryantoro, S.P., M.P. selaku Dosen Pembimbing Anggota atas waktu dan masukan yang diberikan untuk penyempurnaan penelitian.
5. Sasmita Sari, S.P., M.P. selaku Dosen Penguji atas waktu, masukan, dan saran pada pelaksanaan ujian sidang skripsi.

Penulis juga menerima segala kritik dan saran dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini. Akhirnya penulis berharap, semoga skripsi ini dapat bermanfaat.

Situbondo, 13 Agustus 2024

Penulis

RINGKASAN

Rifkian Jorgi Wardana NIM. 202023003, Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian, Sains dan Teknologi Universitas Abdurachman Saleh Situbondo, judul skripsi “**Analisis Konjoin Dalam Pembelian Daging Sapi Di Pasar Tradisional Mimbaan Baru Kecamatan Panji Kabupaten Situbondo**” yang dibimbing oleh **Dr. Ir. Sulistyaningsih, MM** dan **Dr. Puryantoro, S.P., M.P.**

Pasar Mimbaan Baru, terletak di Jl. Irian Jaya No. 1, Kelurahan Mimbaan, Kecamatan Panji, Kabupaten Situbondo, beroperasi dari pukul 04.00 WIB hingga 15.00 WIB. Pasar ini menawarkan berbagai kebutuhan sehari-hari, termasuk sayur-mayur segar, sembako, dan berbagai jenis daging, Pasar mimbaan baru memiliki 16 kios daging sapi dengan harga rata-rata Rp.110.000/kg. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kombinasi atribut daging sapi yang paling diminati konsumen dan atribut yang perlu diprioritaskan atau ditingkatkan di pasar tradisional Mimbaan Baru.

Metode yang diterapkan dalam penelitian ini adalah analisis konjoin menggunakan *SPSS 25 For Windows*. Penelitian ini melibatkan lima atribut produk, yaitu warna daging sapi, tekstur daging sapi, lemak daging sapi, harga daging sapi dan bagian daging sapi. Temuan penelitian mengungkapkan bahwa preferensi konsumen didasarkan pada nilai penting dari atribut produk serta nilai kegunaan (*utility*) masing-masing atribut produk.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa analisis konjoin mengidentifikasi bahwa kombinasi atribut yang paling disukai oleh konsumen adalah atribut warna merah hati, teksturnya sedang, lemaknya sedikit, harganya murah dan bagiannya ialah bagian atas. Sementara itu, atribut yang paling perlu diprioritaskan untuk dipertahankan atau diperbaiki adalah harga, yang memiliki nilai kepentingan sebesar 31,022.

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
MOTTO	vi
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	vii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	viii
LEMBAR PENGESAHAN	ix
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK... x	
KEPENTINGAN AKADEMIS	x
KATA PENGANTAR.....	xi
RINGKASAN	xii
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL	xv
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Penelitian Terdahulu.....	7
2.2 Komoditi Daging Sapi.....	9
2.3 Pasar	11
2.4 Perilaku konsumen	12
2.5 Prefrensi konsumen	15
2.6 Atribut produk	15
2.7 Uji Validitas	16
2.8 Uji reabilitas	18
2.9 Analisis Konjoin.....	18
2.10 Kerangka Pemikiran	20
2.11 Hipotesis Penelitian.....	21
BAB 3. METODE PENELITIAN.....	22

3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	22
3.2 Metode Pengambilan Sampel.....	22
3.3 Jenis Data	23
3.4 Metode Pengambilan Data	24
3.5 Metode Analisis Data	25
3.6 Analisis Konjoin.....	26
3.7 Uji Validitas	27
3.8 Uji Reliabilitas.....	28
3.9 Definisi Operasional.....	29
BAB 4 GAMBARAN UMUM DAERAH PENELITIAN.....	31
4.1 Kabupaten Situbondo.....	31
4.2 Kecamatan Panji	32
4.3 Desa Mimbaan.....	33
4.4 Profil Pasar Mimbaan Baru	34
BAB 5 HASIL DAN PEMBAHASAN	36
5.1 Analisis Deskriptif Responden	36
5.2 Uji Validitas dan Reliabilitas Kuisisioner.....	41
5.2.1 Uji Validitas	41
5.2.2 Uji Reliabilitas.....	43
5.3.1 Nilai Kegunaan Dari Atribut Produk Daging Sapi.....	45
5.4 Nilai kepentingan Atribut	53
BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN	56
6.1 Kesimpulan.....	56
6.2 Saran	56
DAFTAR PUSTAKA	57
LAMPIRAN.....	60

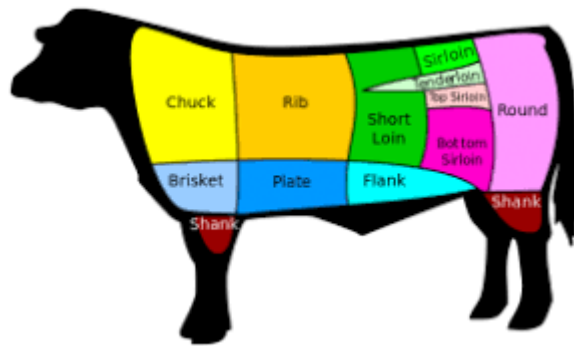
DAFTAR TABEL

Table 1. Kandungan Gizi Pada Daging Sapi 100 gram	10
Table 2. Komposisi Asam Amino Esensial Daging Sapi.....	10
Table 3. Tabel Atribut dan level	16

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Daging Sapi adalah salah satu hasil ternak atau salah satu bahan makanan yang banyak diminati masyarakat sebagai penyedia protein hewani yang bermanfaat bagi tubuh. Seperti pada gambar 1.1, Jenis - Jenis bagian daging sapi terdiri dari *Tenderloin*, *Sirloin*, *cheye* dan *chuck*.



Gambar 1.1 bagian-bagian daging sapi (Anonim 2020)

Tenderloin adalah daging sapi bagian has dalam lebih tepatnya di tulang belikat dan persendian pinggul sapi. Daging bagian ini yang paling empuk atau lembut, sering digunakan untuk steak berkualitas tinggi. *Sirloin* adalah daging sapi bagian has luar dibawah daging iga. Bagian daging ini cenderung memiliki jaringan otot yang banyak dan keras. Hal itu menjadikan tekstur daging yang kurang lembut. *Rib Eye* adalah daging iga sapi biasanya disajikan beserta tulang rusuk atau iga sapi. *Chuck* adalah bagian daging berasal dari bahu depan, keras tetapi kaya rasa (Suryandari, 2023). Menurut Soeparno dalam Liur et al., (2022) daging sapi terdiri dari 75% air, 19% protein, 3,5% non larut protein, dan 2,5% lemak. Salah satu aspek yang dipertimbangkan oleh produsen dalam upaya mereka untuk meningkatkan kepuasan pelanggan adalah pemilihan atribut.

Atribut produk adalah karakteristik yang melengkapi fungsi dasar produk. Atribut yang dimiliki daging sapi meliputi bagian daging sapi, harga daging sapi, warna daging sapi, kandungan lemak daging sapi, dan tekstur daging sapi. Oleh karena itu, Atribut daging sapi tersebut dapat dipertimbangkan oleh konsumen dalam mengambil keputusan pembelian daging sapi di pasar tradisional.

Pasar tradisional merupakan lokasi di mana pembeli dan penjual melakukan transaksi secara langsung sambil melibatkan proses negosiasi harga. Meskipun trend pembelian di pasar modern mengkhawatirkan bagi para pedagang daging sapi di pasar tradisional. Salah satu pasar tradisional yang terdapat di Kabupaten Situbondo adalah pasar Mimbaan Baru. Pasar Mimbaan Baru berada di jantung kota Situbondo. Pasar Mimbaan Baru mulai berdiri pada tahun 1942, dan pada tahun 1987, pembangunan dilakukan oleh PT. Sahara Alexandi Utama yang berpusat di Surabaya. Sejak tahun 1987 hingga 31 Desember 2009, pengelolaan pasar ini dipegang oleh PT. Sahara Alexandi Utama. Setelah itu, pada tahun 2010, dimulailah periode pasca perjanjian kerjasama, pasar Mimbaan Baru diserahkan kepada Pemerintah Kabupaten Situbondo. Pasar Mimbaan Baru merupakan pusat aktivitas yang sibuk setiap harinya, terdapat 16 kios daging sapi yang menjadi tujuan utama penduduk lokal. Para pedagang dengan semangat menampilkan berbagai potongan daging sapi segar setiap pagi. Meskipun harga standar daging sapi di pasar ini adalah Rp.110.000 per kilogram. Namun pedagang memiliki fleksibilitas untuk menawarkan harga yang bersaing melalui proses negosiasi. Selain sebagai tempat berbelanja, pasar ini juga menjadi tempat interaksi sosial yang hangat antara pedagang dan pembeli. Prinsip ini mengukuhkan peran pasar sebagai pusat kegiatan

sosial dan budaya di masyarakat setempat, dengan demikian dapat diketahui atau dipelajari perilaku konsumen di pasar Mimbaan Baru.

Menurut Aliah Adilah (2022) perilaku konsumen memiliki definisi umum sebagai sebuah studi yang membahas atau mempelajari tentang konsumen dan bagaimana mereka dalam melakukan pembelian produk baik berupa barang maupun jasa. Peningkatan ketelitian konsumen dalam memilih daging sapi merupakan pertimbangan utama bagi produsen untuk memaksimalkan kepuasan pelanggan. Salah satu aspek yang dipertimbangkan oleh produsen dalam upaya mereka untuk meningkatkan kepuasan pelanggan adalah pemilihan atribut yang dianggap penting dan sesuai untuk produk dengan harapan dapat memenuhi keinginan konsumen.

Memilih atribut yang berhubungan dengan kepentingan dan kesesuaian produk adalah kunci untuk memuaskan kebutuhan konsumen. Pemilihan atribut mengacu pada tingkat kepentingan dan kesesuaian produk yang memenuhi keinginan dalam persepsi konsumen. Dengan pemahaman yang baik mengenai preferensi konsumen terhadap atribut tertentu, produsen dapat fokus mengembangkan atribut tersebut untuk mengubah pandangan konsumen terhadap produk daging sapi menjadi lebih baik. Konsumen mengandalkan informasi yang mereka terima tentang produk dan mempertimbangkan karakteristik fisik (atribut) produk sebelum melakukan pembelian. Jika kenyataan produk tidak sesuai dengan harapan mereka, maka mereka akan merasa tidak puas.

Didasarkan pada kecocokannya dengan kompleksitas pasar Mimbaan Baru, di mana konsumen sering kali dihadapkan pada banyak pilihan produk dengan

atribut yang berbeda-beda. seperti bagian daging sapi ,harga daging sapi ,warna daging sapi, kandungan lemak daging sapi dan tekstur daging sapi.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas, maka pada penelitian ini dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Kombinasi atribut daging sapi manakah yang paling banyak diminati oleh konsumen di pasar tradisional Mimbaan Baru?
2. Atribut daging sapi manakah yang perlu di prioritaskan untuk ditekankan atau ditingkatkan berdasarkan nilai penting yang muncul untuk setiap atribut produk daging sapi di pasar tradisonal Mimbaan Baru?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui :

1. Untuk mengatahui kombinasi atribut daging sapi yang paling banyak diminati oleh konsumen di pasar tradisional Mimbaan Baru.
2. Untuk mengetahui atribut daging sapi yang perlu di prioritaskan untuk ditekankan atau ditingkatkan berdasarkan nilai penting yang muncul untuk setiap atribut produk daging sapi di pasar tradisional Mimbaan Baru.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan masukan bagi pihak yang berkepentingan.

1. Bagi Penulis

Hasil penelitian ini tidak hanya memberikan wawasan berharga tentang preferensi konsumen terhadap daging sapi, tetapi juga berfungsi sebagai dasar yang kuat untuk studi-studi lebih lanjut yang lebih spesifik atau berbeda. Dengan memahami temuan awal dari penelitian ini, penulis memiliki kesempatan untuk mengeksplorasi berbagai aspek tambahan, seperti pengaruh faktor-faktor demografis atau tren pasar terbaru, atau melakukan penelitian lebih mendalam mengenai perubahan preferensi konsumen dalam jangka waktu tertentu. Ini membuka jalan bagi penulis untuk mengembangkan topik penelitian yang lebih kompleks dan terperinci, serta untuk menyelidiki berbagai dimensi dari perilaku konsumen yang mungkin belum terjangkau oleh studi awal.

2. Bagi Pengusaha

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada pelaku usaha dengan menambah wawasan mengenai preferensi konsumen terhadap produk serupa, serta mengidentifikasi kombinasi atribut yang diinginkan oleh konsumen. Informasi ini diharapkan dapat diterapkan dalam kegiatan usaha, sehingga mendukung pengembangan usaha di masa depan.

3. Bagi Universitas

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan yang relevan dan sumber diskusi yang berharga bagi peneliti, mahasiswa, serta pihak-pihak lain yang membutuhkan

data terkait "preferensi konsumen dalam membeli daging sapi," khususnya yang berkaitan dengan atribut-atribut daging sapi.

BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Kadri, (2023) dengan judul Preferensi Konsumen dalam Pembelian Daging Sapi Lokal di Pasar Tradisional Pa'baeng-Baeng, Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif dengan menggunakan data kualitatif. Sebanyak 100 orang menjadi sampel dalam penelitian ini. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara dengan menggunakan kuesioner, dan metode *purposive sampling*. Analisis data dilakukan dengan menggunakan metode analisis konjoin. Hasil penelitian menunjukkan bahwa preferensi konsumen terhadap daging sapi lokal di pasar tradisional Pa'baeng-Baeng cenderung pada daging dengan harga yang terjangkau, warna merah muda, dan bagian atas daging. Faktor-faktor yang menjadi pertimbangan utama dalam keputusan pembelian daging sapi lokal di pasar tersebut adalah harga, bagian daging, dan warna daging.

Rizqullah, (2022) dengan judul Preferensi Konsumen Dalam Pembelian Daging Sapi di Pasar Modern Kota Makassar (Studi Kasus Lotte Mart Mall Panakkukang Makassar) Penelitian ini menggunakan metode deskriptif. Data yang digunakan adalah data kualitatif yang kemudian dikuantitatifkan. Sumber data meliputi data primer dan data sekunder. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, serta metode *Accidental Sampling*. Analisis data dilakukan dengan menggunakan metode analisis konjoin. Berdasarkan hasil penelitian mengenai preferensi konsumen dalam pembelian daging sapi di pasar modern, ditemukan bahwa konsumen lebih menyukai daging sapi dengan sedikit atau tanpa lemak, bagian atas daging sapi, dan harga yang sebanding dengan kualitas produk.

Atribut yang paling dipertimbangkan oleh konsumen secara berurutan dari yang paling penting hingga yang kurang penting adalah kandungan lemak, harga, dan bagian daging.

Setyadi et al., (2022) Dengan judul Analisis Preferensi Konsumen dalam Membeli Daging Sapi di Pasar Tradisional Kabupaten Karanganyar. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui atribut yang berpengaruh terhadap preferensi serta tingkat preferensi konsumsi daging sapi oleh masyarakat Tionghoa di Kota Pontianak. Penelitian menggunakan metode survei dengan jumlah sampel ditentukan secara purposive sebanyak 100 responden. Analisis yang digunakan adalah analisis Konjoin. Hasil analisis konjoin menunjukkan bahwa masyarakat tionghoa menyukai daging sapi dengan ciri daging berwarna merah terang, bertekstur empuk, lemak sedikit dan daging tanpa lemak, ukuran pembelian < 1 Kg dan 1-2 Kg, potongan kelas 1 dan potongan kelas 2, aroma daging segar dan jenis daging yang baru disembelih. Atribut yang paling penting dilihat dari nilai *importance values* secara berturut-turut adalah aroma (19,93%), warna (18,59%), lemak (17,81%), tekstur (13,18%), jenis daging (13,01%), ukuran pembelian (8,96%) dan potongan (8,51%).

2.2 Komoditi Daging Sapi

Daging merupakan sumber nutrisi yang sangat penting bagi manusia. Keamanan pangan yang terjamin menjamin daging yang dikonsumsi tidak membahayakan kesehatan konsumen. Keamanan pangan yang terjamin menjamin daging yang dikonsumsi tidak membahayakan kesehatan konsumen. (Lonergan et al., dalam Wibowo et al., 2021) Mutu daging pada dasarnya dipengaruhi oleh faktor sebelum dan sesudah penyembelihan. Menurut Wibowo et al., (2021) Faktor sebelum penyembelihan yang dapat mempengaruhi kualitas daging antara lain jenis atau spesies ternak, ras, genetika, umur, jenis kelamin, pakan dan tingkat stres. Faktor penting setelah penyembelihan yang mempengaruhi kualitas daging adalah pelayuan. Pelayuan daging akan berpengaruh pada keempukan, flavour (rasa) dan daya mengikat air. Menurut Wahyu, (2023) Daging sapi yang baik memiliki warna merah cerah, tidak kotor, tidak pucat dan mengkilap. Tekstur lemaknya keras, berwarna putih kekuningan dan serat dagingnya terlihat halus.

Daging sapi merupakan salah satu sumber protein hewani yang penting dalam makanan manusia di banyak bagian dunia. Produk olahan daging seperti bakso, sosis, dan *steak* sudah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kebiasaan makan sehari-hari berbagai budaya di Indonesia. Ketersediaan daging dalam berbagai bentuk dan variasi memberikan konsumen beragam pilihan untuk memenuhi kebutuhan gizinya. Dengan standar keamanan pangan yang ketat dan prosedur pengolahan yang tepat, daging tidak hanya kaya nutrisi, tetapi juga aman dikonsumsi. Kualitas dan kandungan gizi daging sapi.

Daging sapi memiliki kualitas gizi yang tinggi dan bervariasi. Ini merupakan sumber beberapa nutrisi penting, termasuk protein, zat besi, selenium, dan vitamin

B kompleks seperti vitamin B12, niasin (B3), dan riboflavin (B2) *Laz Ai Bunyan*, (2023). Protein pada daging sapi penting untuk pembentukan jaringan otot, sedangkan zat besi berperan dalam pembentukan sel darah merah yang sehat. Zinc juga terdapat pada daging sapi dan berperan dalam berbagai fungsi tubuh, termasuk sistem kekebalan tubuh dan proses penyembuhan luka. Selain itu, daging sapi juga mengandung lemak, meski jumlahnya berbeda-beda tergantung bagian dagingnya. Penting untuk memperhatikan pilihan potongan untuk mengatur asupan lemak dan kalori.

Table 2.2 Kandungan Gizi Pada Daging Sapi 100 gram

No	Jenis Kandungan Gizi	Jumlah Kandungan
1	Air (%)	66,0
2	Kalori (kal)	201,
3	Protein (g)	18,8
4	Lemak (g)	14,0
5	Kalsium (mg)	11,0
6	Besi (mg)	2,8
7	Vitamin Retinol (mcg)	15,0
8	Vitamin β -karotin (mcg)	5,0
9	Vitamin Tiamin (mg)	0,08
10	Vitamin Riboflavin (mg)	0,20
11.	Vitamin Niacin (mg)	5,0

Sumber : Makarim, 2021 dalam Maiyena dan Mawarnis (2022)

Daging sapi memiliki kandungan zat besi yang lebih tinggi dibandingkan daging hewan ternak lainnya. Dalam setiap 100 gram daging sapi segar yang mengandung lemak, terdapat 66,0 g air, 201 kalori energi, 18,8 g protein, 14,0 g lemak, 1,2 g abu, 11 mg kalsium, 170 mg fosfor, 2,8 mg zat besi, 105 mg natrium. , 378 mg kalium, 4,58 mg tembaga, 5,2 mg seng, 9 mkg retinol (Vitamin A), 198 mkg beta-karoten, 0,08 mg thiamin (Vitamin B1), 0,56 mg riboflavin, dan 1,3 mg niasin. (makarim, 2021 dalam (Maiyena & Mawarnis, 2022).

Table 2.3 Komposisi Asam Amino Esensial Daging Sapi

Jenis Asam Amino Esensial	Kadar Protein %	Berat Molekul (g/mol)
Arginin	6,9	174,2
Histidin	2,9	155,2
Isoleusin	5,1	131,2
Leusin	8,4	131,2
Lisin	8,4	146,2
Metionin	2,3	149,2
Phenilalanin	4	165,2
Threonin	4	119,1
Triptofan	1,1	204,2
Valin	5,7	117,1

Sumber : Anjarsari, 2010

Tabel 2.3 menunjukkan bahwa daging sapi mengandung asam amino esensial lengkap antara lain leusin dan lisin dengan persentase protein tertinggi mencapai 8,4%. Selain itu, arginin memiliki persentase protein 6,9%, valin 5,7%, dan asam amino lain seperti isoleusin, histidin, metionin, fenilalanin, treonin, dan triptofan juga terdapat pada daging sapi. Kebutuhan nutrisi inilah yang menjadi alasan utama pelanggan mengonsumsi daging sapi.

2.3 Pasar

Menurut Mukaromah dan Wijaya, (2020) Pasar adalah tempat bertemunya antara penjual dan pembeli dan melakukan transaksi barang atau jasa. Sedangkan pembeli potensial adalah sekelompok konsumen yang mempunyai keinginan untuk membeli, dan jika mempunyai pendapatan dan akses yang cukup, kemungkinan besar mereka akan melakukan pembelian di kemudian hari.

Pasar tradisional adalah tempat dimana penjual dan pembeli bertemu dan bertransaksi secara langsung, dan seringkali terdiri dari kios, kios, dan area terbuka

yang dikelola oleh penjual atau pengelola pasar. Pasar tradisional merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli secara langsung dan biasanya ada proses tawar-menawar, bangunan biasanya terdiri dari kios-kios atau gerai, los dan dasaran terbuka (kaki lima) yang dibuka oleh penjual maupun pengelola pasar. Perbedaan antara pasar tradisional dengan pasar modern terlihat dari cara transaksinya. Pada pasar tradisional biasanya terjadi tawar-menawar, sedangkan pada pasar modern tidak bisa dilakukan tawar-menawar. Cara berdagang yang terjadi di pasar tradisional juga sangat sederhana tanpa menggunakan strategi marketing modern. Seperti pemberian diskon, hadiah, atau pembayaran melalui transfer uang.

2.4 Perilaku Konsumen

Konsumen merupakan perseorangan, kelompok, atau entitas yang memanfaatkan atau membeli produk dan layanan guna memenuhi kebutuhan maupun keinginannya. Pada intinya pengertian dari konsumen adalah setiap orang yang memakai barang atau jasa yang tersedia dalam masyarakat dengan maksud untuk memenuhi kebutuhan hidupnya maupun untuk berbagai kepentingan tanpa memperdagangkannya kembali (Apriliya dan Kartini, 2022). Beberapa konsumen menunjukkan perilaku yang berbeda-beda.

Mengenali perilaku konsumen tidaklah mudah, kadang mereka terus terang menyatakan kebutuhan dan keinginannya, namun sering pula mereka bertindak sebaliknya. Mungkin mereka tidak memahami motivasi mereka lebih mendalam, sehingga menit-menit terakhir sebelum akhirnya melakukan keputusan pembelian. Berikut ini adalah beberapa pengertian tentang perilaku konsumen menurut para ahli yaitu:

Perilaku konsumen menurut Solomon, *dalam* Nababan dan Siregar, (2022), lebih dari sekedar membeli, juga mencakup studi tentang bagaimana memiliki (tidak memiliki) hal-hal yang mempengaruhi kehidupan kita dan bagaimana harta benda yang dimiliki mempengaruhi perasaan kita sendiri serta hubungan satu sama lainnya. Solomon juga menuliskan bahwa perilaku konsumen adalah studi tentang proses yang terlibat ketika individu atau kelompok memilih, membeli, menggunakan atau membuang produk, jasa, ide atau pengalaman untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan.

Berdasarkan penafsiran Hasan *dalam* Khafidin, (2020) Perilaku konsumen adalah studi proses yang terlibat ketika individu atau kelompok memilih, membeli, menggunakan, atau mengatur produk, jasa, ide, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Perilaku konsumen melibatkan proses studi yang terkait dengan individu atau kelompok dalam memilih, membeli, menggunakan, atau mengatur produk, jasa, ide, atau pengalaman untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen adalah: a) Faktor budaya, subkultur, kelas sosial b) Faktor kelompok sosial Kelompok referensi, kelompok keluarga, peran dan status c) Faktor pribadi Usia dan tahapan siklus hidup, pekerjaan, kondisi ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan Konsep diri d) Faktor Psikologis, Motivasi, Persepsi.

Menurut Assael *dalam* Nababan dan Siregar, (2022) membedakan empat tipe perilaku konsumen berdasarkan pada tingkat keterlibatan pembeli dan tingkat perbedaan di antara merek.

1. Perilaku membeli yang kompleks (*complex buying behavior*). Ketika konsumen terlibat dalam suatu pembelian dan menyadari adanya perbedaan nyata antara berbagai merek. Umumnya produk yang diinginkan harga mahal, jarang dibeli, berisiko dan mempunyai ekspresi pribadi yang tinggi. Perilaku konsumen yang kompleks dijelaskan bagaimana konsumen membandingkan dan memilih suatu produk yang sesuai dengan kebutuhannya. Dalam proses pembelian suatu produk tertentu, pertama kali konsumen mempunyai perhatian suatu barang.
2. Perilaku membeli yang dapat mengurangi disonansi (*dissonance reducing buying behavior*). Konsumen akan terlibat langsung dalam proses pembelian tetapi mengalami kesulitan untuk menentukan perbedaan antara merek dan akibatnya konsumen mengalami disonansi (kekhawatiran yang diakibatkan penyesalan dalam memilih). Konsumen hanya mungkin menanggapi menurut harga yang baik atau kemudahan membeli.
3. Perilaku membeli yang sudah terbiasa (*habitual buying behavior*). Minimnya keterlibatan konsumen dalam menentukan kategori produk atau merek. Konsumen akan cenderung menunjukkan pola kebiasaan dan akhirnya keputusan pembelian tidak dipengaruhi oleh loyalitas ataupun campaign dari produk yang akan dibeli. Contohnya adalah ketika membeli produk barang pokok.
4. Perilaku mencari keragaman produk (*variety seeking behavior*). Situasi pembelian ditandai dengan keterlibatan konsumen yang rendah, namun dapat perbedaan-perbedaan merek bersifat nyata, di sini konsumen sering

melakukan peralihan bukan merasa tidak puas, tetapi hanya mencari variasi. Perilaku ini didasari oleh motivasi konsumen untuk mencari produk dengan variasi yang lain dari yang sudah dicari oleh konsumen.

2.5 Prefrensi Konsumen

Preferensi konsumen adalah suatu kondisi yang menggambarkan kesukaan atau pilihan seseorang terhadap suatu jenis produk dibanding dengan jenis produk lain yang terbentuk dari persepsi konsumen terhadap suatu produk (Anonim, 2022). Preferensi konsumen menunjukkan kesukaan konsumen dari berbagai pilihan produk yang ada. Analisis preferensi konsumen adalah analisis yang bertujuan untuk mengetahui apa yang disukai dan yang tidak disukai konsumen, juga untuk menentukan urutan kepentingan dari suatu atribut produk maupun produk itu sendiri. Analisis preferensi konsumen bertujuan untuk mengidentifikasi preferensi dan memprioritaskan atribut produk dan produk itu sendiri.

2.6 Atribut produk

Atribut produk memiliki potensi untuk memberikan pemahaman yang mendalam tentang sifat produk tersebut. Untuk memperoleh pemahaman yang lebih baik mengenai konsep atribut produk, berikut adalah beberapa definisi atribut produk menurut para ahli. Menurut Suharno dan Sutarso dalam Sarjana Ekonomi, (2024), atribut produk merupakan pengembangan suatu produk perlu dilakukan dengan mendefinisikan manfaat yang akan ditawarkan, yang dikomunikasikan dan disampaikan melalui atribut produk, seperti kualitas, fitur, gaya dan desain. Atribut produk ini mempunyai pengaruh besar pada persepsi pembeli terhadap produk. Selain membedakan suatu produk dengan produk lain, atribut produk juga harus

mampu menjadi suatu daya tarik bagi konsumen. Hal itu disebabkan karena secara fisik atribut produk membawa berbagai macam manfaat yang dibutuhkan dan diinginkan pembeli. Dari beberapa pengertian menurut para ahli peneliti menyimpulkan bahwa atribut produk merupakan unsur-unsur produk yang dianggap penting oleh konsumen dan dijadikan dasar pengambilan keputusan pembelian.

Berikut ini disajikan tabel yang memuat berbagai atribut daging sapi, mencakup informasi penting seperti warna, tekstur, kandungan lemak, harga, serta bagian-bagian daging, yang berguna untuk berbagai keperluan analisis atau pengelompokan data terkait daging sapi.

Tabel 2.3 Atribut dan level

NO	Atribut	Taraf
1	Warna	Merah Muda Merah Cerah Merah Hati
2	Tekstur	Halus Sedang Kasar
3	Kandungan lemak	Sedikit Sedang Banyak
4	Harga Daging	Murah Sedang Mahal
5	Bagian Daging	Atas Bawah

Sumber (Baraja, 2018)

2.7 Uji Validitas

Uji Validitas dilakukan untuk memastikan apakah kuesioner yang disusun telah sesuai dengan variabel yang telah ditentukan. Uji ini dilakukan dengan cara

meninjau kembali data yang diperoleh dari responden dan kemudian membandingkannya dengan analisis konjoin. Uji Validitas terdiri dari Validitas internal dan Validitas eksternal. Validitas eksternal menunjukkan bahwa hasil dari suatu penelitian adalah valid yang dapat digeneralisir ke semua objek, situasi dan waktu yang berbeda. dari suatu konsep Jogiyanto *dalam* Anggraini et al., (2022). Validitas internal menunjukkan kemampuan dari instrument penelitian mengukur apa yang seharusnya diukur. Validitas menjelaskan seberapa baik data yang dikumpulkan dapat mencakup area investigasi yang sebenarnya. Rumus yang digunakan untuk menguji Validitas adalah dengan menggunakan rumus Korelasi Product Moment Pearson (Benty et al., 2020).

$$r = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{(N \sum X^2 - (\sum X)^2)(N \sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

Keterangan:

r_{xy} = Koefisien Korelasi Product Moment

X = Skor pertanyaan untuk setiap responden

Y = Skor Total pertanyaan untuk setiap responden

XY = Skor Pertanyaan dan skor total

N = Jumlah Sampel

Item pernyataan yang ada dalam angket jika nilai probabilitas < alpha 0,05 terdapat korelasi antar variabel yang dihubungkan bisa dinyatakan (Valid).

Sebaliknya jika nilai probabilitas > alpha 0,05 maka bisa dinyatakan (Tidak Valid).

2.8 Uji Reabilitas

Uji reabilitas adalah uji untuk mengetahui seberapa handal suatu alat ukur. Hal ini menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten jika dilakukan berulang kali terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat ukur yang sama. Suatu alat ukur dianggap reliabel jika memberikan hasil yang sama meskipun pengukuran dilakukan berkali-kali. (Amanda et al., 2019) sebuah kuesioner dikatakan reliabel jika jawaban dari kuesioner tersebut konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas dapat diukur dengan menggunakan rumus Cronbach's alpha (α) berikut ini:

$$r = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Keterangan:

t = Koefisien Reliabilitas Instrumen (Cronbach Alpha)

k = Banyaknya butir pertanyaan

$\sum \sigma_b^2$ = Total Variansi butir

σ_t^2 = Variansi Skor

Perhitungan menggunakan rumus Cronbach's Alpha diterima, apabila perhitungan r hitung > r tabel 5%.

2.9 Analisis Konjoin

Untuk mengetahui preferensi konsumen terhadap sebuah produk dapat menggunakan salah satu metode yang telah banyak digunakan oleh para peneliti. Menurut Kotler dalam penelitian Hardiyanto (2013), Analisis Konjoin adalah metode untuk menghasilkan nilai utilitas yang dilekatkan oleh konsumen pada

tingkat atribut objek. Analisis Konjoin sering digunakan dalam sebuah riset pemasaran dan pengembangan produk. Analisis konjoin menurut Hair et al., *dalam* jurnal Puspitaningrum & Setiawati, (2021) merupakan Teknik analisis dalam analisis multivariant yang digunakan untuk mengetahui preferensi konsumen terhadap suatu nilai produk dengan mengkombinasi manfaat secara terpisah yang ada dari setiap atribut berdasarkan produk tersebut. Sedangkan menurut Supardi & Nurjanah, *dalam* Puspitaningrum dan Setiawati, (2021) menyatakan bahwa analisis konjoin merupakan sebuah teknik yang berguna untuk mengukur preferensi konsumen terhadap jasa maupun produk. Metode dasar analisis konjoin ialah model matematis yang mengekspresikan hubungan fundamental antara atribut dan kegunaannya.:

$$UX = \sum_{i=1}^m \sum_{j=1}^{k_i} \beta_{ij} x_{ij}$$

U (X) : Utility total

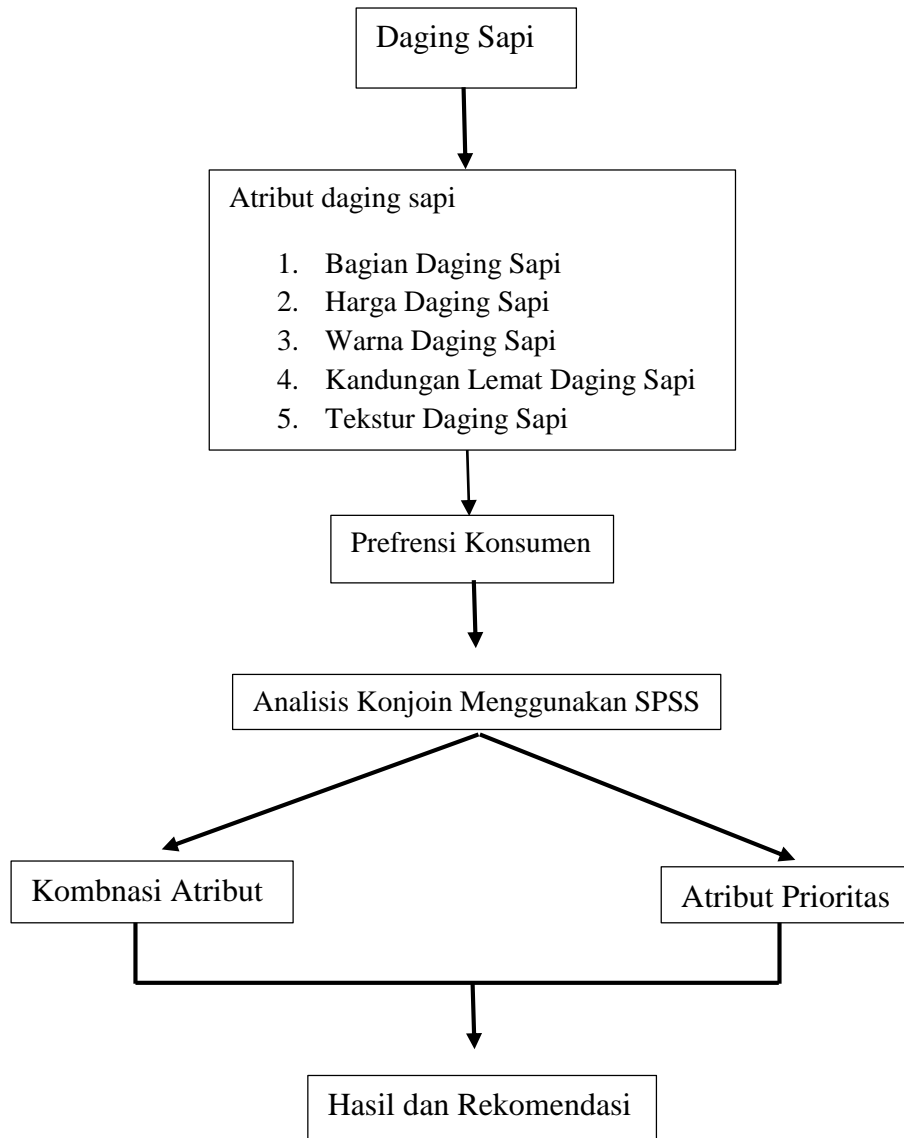
β_{ij} : Part worth atau nilai kegunaan dari atribut ke-i taraf ke-j

k_i : Taraf ke-j dari atribut ke-i m : Jumlah atribut

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

2.10 Kerangka Pemikiran

Untuk memudahkan dalam proses analisis, dibuatlah kerangka pemikiran yang menjelaskan bahwa komoditas daging sapi memiliki berbagai atribut dan untuk mengetahui atribut mana yang menjadi preferensi konsumen.



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Analisis Preferensi Konsumen

2.11 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah serta uraian kerangka teoritis di atas maka dalam penelitian ini dapat diajukan hipotesis sebagai berikut :

1. Kombinasi produk daging sapi yang menjadi preferensi atau kesukaan konsumen pasar tradisional di Pasar Mimbaan yaitu, warna daging merah cerah, kandungan lemak pada daging sedikit sekitar 2 gram, harga sedang dan bagian daging sapi bagian atas.
2. Atribut yang perlu diprioritaskan untuk dipertahankan ataupun diperbaiki sesuai dengan nilai kepentingan yang muncul pada setiap atribut produk ialah pada atribut harga.

BAB 3. METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di pasar Tradisional Mimbaan di Kecamatan Panji Kabupaten Situbondo. Lokasi penelitian ini diambil secara sengaja dengan dasar pertimbangan bahwa pasar tersebut adalah salah satu pasar tradisional yang masih banyak diminati oleh konsumen dan dikunjungi untuk melakukan transaksi jual beli, khususnya pedagang daging sapi. Waktu pelaksanaan penelitian yaitu bulan Mei sampai Juni 2024.

3.2 Metode Pengambilan Sampel

Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode Survei dan metode sampel (*non probability sampling*), metode survei merupakan metode yang digunakan untuk mengumpulkan sebuah fakta dan data yang ada dilapangan.. Menurut Fraenkel dan Wallen 1993 *dalam* Maidiana, (2021), penelitian survei merupakan penelitian dengan mengumpulkan informasi dari suatu sampel dengan menayakannya melalui angket atau wawancara untuk menggambarkan berbagai aspek dalam suatu populasi. Maksud dilakukannya suatu survei adalah untuk mendapatkan suatu informasi tentang populasi Sumargo, (2020). Menurut Maidiana, (2021), pendekatan *non-probability sampling* adalah menghendaki individu memiliki peluang yang berbeda-beda untuk menjadi sampel, sedangkan Menurut Asrulla et al., (2023) teknik *non-probability sampling* adalah metode pengambilan sampel dimana tidak semua anggota dalam sebuah populasi memiliki kesempatan yang sama untuk terpilih menjadi sampel. Artinya, terdapat perbedaan dalam kesempatan yang umumnya diakibatkan oleh subjektifitas peneliti

dalam memilih sampel dari antara populasi. Jenis *Non probability Sampling* yang digunakan adalah Metode *Accidental Sampling* yaitu menggunakan subjektivitas peneliti secara spontan. Jika peneliti menganggap bahwa subjek memenuhi kriteria dan ada kesempatan untuk mengumpulkan data, maka pengumpulan data akan dilakukan. Namun, jika peneliti merasa perlu menghentikan penelitian, maka penelitian akan dihentikan (Asrulla et al., 2023). dalam Metode ini terdiri dari orang-orang yang ada dan mudah dijangkau oleh peneliti untuk melakukan wawancara terutama yang beraktivitas di pasar tradisional Mimbaan.

3.3 Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder . Data primer adalah data yang dikumpulkan langsung oleh peneliti dari lapangan. Untuk mendapatkan data primer, peneliti langsung mendatangi sumber informasi atau mengumpulkannya melalui metode wawancara. Di sisi lain, data sekunder adalah data yang tidak dikumpulkan secara langsung oleh peneliti. Data sekunder biasanya berupa dokumentasi yang diperoleh dari sumber tidak langsung, seperti majalah, laporan, atau publikasi lainnya.

Dalam penelitian ini, peneliti mengumpulkan data primer dengan cara terjun langsung ke lapangan dan melakukan wawancara dengan responden. Selain itu, data sekunder juga digunakan untuk melengkapi dan memperkuat analisis. Data sekunder ini diperoleh dari berbagai sumber publikasi yang kredibel, antara lain artikel majalah, laporan penelitian terdahulu, dan berbagai dokumen yang relevan. Kombinasi data primer dan sekunder ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif dan mendalam mengenai topik yang diteliti.

3.4 Metode Pengambilan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Observasi Partisipasi (Pengamatan)

Observasi partisipan yaitu proses pengamatan di mana peneliti terlibat langsung dalam kegiatan orang yang diamati sebagai sumber data. menjelaskan definisi observasi sebagai pengambilan data dengan menggunakan mata tanpa pertolongan alat standart lain untuk keperluan tersebut, selanjutnya dijelaskan metode pengumpulan data dengan observasi yaitu teknik mengumpulkan data yang digunakan bila penelitian berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan responden yang diamati tidak terlalu besar.

2. Wawancara

Wawancara merupakan salah satu teknik utama yang digunakan untuk mengumpulkan data. menurut phares (1992) *dalam* (Si, 2021) Wawancara adalah interaksi paling tidak antara dua orang, Satu pihak berperanan dalam sebuah proses dan satu pihak lainnya mempengaruhi respon orang lain. Menurut Kerlinger (1992) *dalam* (Si, 2021) Wawancara adalah peran situasi tatap muka interpersonal dimana satu orang (*interviewer*) bertanya kepada satu orang yang diwawancarai dengan beberapa pertanyaan yang dibuat untuk mendapatkan jawaban yang berhubungan dengan masalah penelitian.

3. Kuesioner (angket)

Menurut Sugiyono, 2008, *dalam* Wantoyo dan Remiasa, (2022) definisi dari angket adalah teknik yang digunakan peneliti untuk mengumpulkan data dengan cara memberi beberapa pertanyaan dan pernyataan tertulis kepada responden yang telah ditentukan. Metode pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah melalui kuesioner yang disebar oleh peneliti secara langsung mengenai Analisis Preferensi Konsumen dalam Pembelian Daging Sapi di Pasar Tradisional Mimbaan Kabupaten Situbondo. Kuesioner yang disiapkan oleh peneliti dan diisi oleh peserta penelitian terdiri dari sejumlah indikator dan pertanyaan yang bervariasi.

3.5 Metode Analisis Data

Penelitian ini termasuk kedalam jenis penelitian kuantitatif, penelitian kuantitatif adalah investigasi sistematis mengenai sebuah kejadian atau fenomena dengan mengumpulkan data yang dapat diukur menggunakan teknik statistik, matematika, atau komputasi. Dalam penelitian ini menggunakan metode survei yaitu metode yang digunakan untuk mengumpulkan sebuah fakta dan data yang ada di lapangan. Tujuan dari metode ini ialah untuk mendapatkan informasi yang tepat dan nyata (Ramdhan, 2021).

3.6 Analisis Konjoin

Teknik analisis Konjoin yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan SPSS Type 25 . Salah satu metode yang telah banyak digunakan oleh para peneliti yang dapat digunakan untuk menjawab rumusan masalah yang pertama dan kedua terkait kombinasi atribut daging sapi manakah yang paling banyak diminati dan yang perlu di prioritaskan. Analisis konjoin menurut Hair et al *dalam* jurnal Puspitaningrum & Setiawati, (2021) merupakan Teknik analisis dalam analisis multivariant yang digunakan untuk mengetahui preferensi konsumen terhadap suatu nilai produk dengan mengkombinasi manfaat secara terpisah yang ada dari setiap atribut berdasarkan produk tersebut. Sedangkan menurut Supardi dan Nurjanah, dalam Puspitaningrum & Setiawati, (2021) menyatakan bahwa analisis konjoin merupakan sebuah teknik yang berguna untuk mengukur preferensi konsumen terhadap jasa maupun produk. Metode dasar analisis konjoin ialah model matematis yang mengekspresikan hubungan fundamental antara atribut dan kegunaannya.:

$$U(X) = \sum_{i=1}^m \sum_{j=1}^{k_i} \beta_{ij} x_{ij}$$

U (X) : Utility total

β_{ij} : Part worth atau nilai kegunaan dari atribut ke-i taraf ke-j

Ki : Taraf ke-j dari atribut ke-i m : Jumlah atribut

Xij : Dummy variable atribut ke-i taraf ke-j (bernilai 1 bila taraf yang berkaitan muncul dan 0 bila tidak)

3.7 Uji Validitas

Uji Validitas dilakukan untuk memastikan apakah kuesioner yang disusun telah sesuai dengan variabel yang telah ditentukan. Uji ini dilakukan dengan cara meninjau kembali data yang diperoleh dari responden dan kemudian membandingkannya dengan analisis konjoin. Uji Validitas terdiri dari Validitas internal dan Validitas eksternal. Validitas eksternal menunjukkan bahwa hasil dari suatu penelitian adalah valid yang dapat digeneralisir ke semua objek, situasi dan waktu yang berbeda. Validitas internal menunjukkan kemampuan dari instrument penelitian mengukur apa yang seharusnya diukur dari suatu konsep Jogiyanto (2011: 70) dalam (Anggraini et al., 2022a). Validitas menjelaskan seberapa baik data yang dikumpulkan dapat mencakup area investigasi yang sebenarnya. Rumus yang digunakan untuk menguji Validitas adalah dengan menggunakan rumus Korelasi *Product Moment Pearson* (Benty et al., 2020).

$$r = \frac{N \Sigma XY - (\Sigma X)(\Sigma Y)}{\sqrt{(N \Sigma X^2 - (\Sigma X)^2)(N \Sigma Y^2 - (\Sigma Y)^2)}}$$

Keterangan:

- rx_y = Koefisien Korelasi Product Moment
- X = Skor pertanyaan untuk setiap responden
- Y = Skor Total pertanyaan untuk setiap responden
- XY = Skor Pertanyaan dan skor total
- n = Jumlah Sampel

Item pernyataan yang ada dalam angket jika nilai probabilitas < alpha 0,05 terdapat korelasi antar variabel yang dihubungkan bisa dinyatakan (Valid). Sebaliknya jika nilai probabilitas > alpha 0,05 maka bisa dinyatakan (Tidak Valid)

3.8 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah uji untuk mengetahui seberapa handal suatu alat ukur. Hal ini menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten jika dilakukan berulang kali terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat ukur yang sama. Suatu alat ukur dianggap reliabel jika memberikan hasil yang sama meskipun pengukuran dilakukan berkali-kali. (Amanda et al., 2019) sebuah kuesioner dikatakan reliabel jika jawaban dari kuesioner tersebut konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas dapat diukur dengan menggunakan rumus Cronbach's alpha (α) berikut ini:

$$r = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Keterangan:

t = Koefisien Reliabilitas Instrumen (Cronbach Alpha)

k = Banyaknya butir pertanyaan

$\sum \sigma_b^2$ = Total Variansi butir

σ_t^2 = Variansi Skor

Perhitungan menggunakan rumus Cronbach's Alpha diterima, apabila perhitungan r hitung > r tabel 5%.

3.9 Definisi Operasional

Untuk menghindari kesalahpahaman dalam penelitian ini, maka penulis membuat definisi dan batasan operasional sebagai berikut :

1. Daging sapi adalah daging yang berasal dari hewan sapi, umumnya digunakan sebagai sumber protein dalam makanan manusia.
2. Atribut yang dimiliki daging sapi meliputi bagian daging sapi, harga daging sapi, warna daging sapi, kandungan lemak daging sapi.
3. Konsumen adalah orang yang menggunakan barang atau jasa untuk kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, atau makhluk hidup lain.
4. Preferensi konsumen adalah kesukaan konsumen dari berbagai pilihan produk yang ada merupakan kesukaan (kecenderungan hati) kepada sesuatu.
5. Perilaku konsumen adalah semua kegiatan, kegiatan serta psikologi yang mendorong tindakan tersebut pada saat sebelum membeli, ketika membeli, menggunakan, menghabiskan produk dan jasa setelah melakukan hal-hal di atas atau kegiatan mengevaluasi.
6. Faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen yaitu faktor internal dan faktor eksternal, faktor internal (pekerjaan, gaya hidup dan motivasi). Faktor eksternal (sosial, harga dan kualitas produk).
7. Analisis Konjoin merupakan Teknik analisis dalam analisis multivariant yang digunakan untuk mengetahui preferensi konsumen terhadap suatu nilai produk dengan mengkombinasi manfaat secara terpisah yang ada dari setiap atribut berdasarkan produk tersebut.

8. Uji validitas dilakukan untuk memastikan apakah kuesioner yang disusun telah sesuai dengan variabel yang telah ditentukan. Uji ini dilakukan dengan cara meninjau kembali data yang diperoleh dari responden dan kemudian membandingkannya dengan analisis konjoin.
9. Uji reliabilitas adalah uji untuk mengetahui seberapa handal suatu alat ukur. Hal ini menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten jika dilakukan berulang kali terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat ukur yang sama. Suatu alat ukur dianggap reliabel jika memberikan hasil yang sama meskipun pengukuran dilakukan berkali-kali.
10. Pasar Tradisional adalah lokasi di mana pembeli dan penjual melakukan transaksi secara langsung sambil melibatkan proses negosiasi harga.

BAB 4 GAMBARAN UMUM DAERAH PENELITIAN

4.1 Kabupaten Situbondo



Gambar 4.1 Peta Administratif Kabupaten Situbondo (Anonim 2019)

Kabupaten Situbondo adalah salah satu kabupaten yang terletak di ujung timur Pulau Jawa bagian utara di Provinsi Jawa Timur, dengan koordinat geografis berada di antara $7^{\circ}35'$ – $7^{\circ}44'$ Lintang Selatan dan $113^{\circ}30'$ – $114^{\circ}42'$ Bujur Timur. Perbatasan Kabupaten Situbondo di bagian barat berbatasan dengan kabupaten Probolinggo, untuk bagian timur berbatasan dengan kabupaten Banyuwangi, Sebelah Bagian Selatan Berbatasan dengan Kabupaten Bondowoso dan bagian utara berbatasan dengan selat madura. Wilayah Kabupaten Situbondo terbagi menjadi 17 Kecamatan. Terdiri dari Kecamatan, Arjasa, Asembagus, Banyuglugur, Banyuputih, Besuki, Bungatan, Jangkar, Jatibanteng, Kapongan, Kendit, Mangaran, Mlandingan, Panarukan, Panji, Situbondo, Suboh, dan Sumbermalang.

Kabupaten Situbondo memiliki sektor peternakan yang memainkan peran penting dalam kontribusi pendapatan masyarakat setempat. Sektor ini tidak hanya memberikan peluang ekonomi yang signifikan bagi para peternak, tetapi juga berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi daerah secara keseluruhan.

4.2 Kecamatan Panji



Gambar 4.2 Peta Wilayah Desa Kecamatan Panji (Anonim 2019)

Kecamatan Panji adalah salah satu dari enam belas kecamatan yang ada di Kabupaten Situbondo, terletak di bagian tengah Kabupaten Situbondo. Kecamatan Panji terdiri dari 12 desa, yaitu Desa Battal, Desa Curah Jeru, Desa Juglangan, Desa Kayu Putih, Desa Klampokan, Desa Panji Kidul, Desa Panji Lor, Desa Sliwung, Desa Tenggir, Desa Tokelan, Desa Mimbaan, dan Desa Ardirejo. Kecamatan Panji memiliki total jumlah penduduk sebesar 66.581 jiwa, yang terdiri dari 32.611 jiwa laki-laki dan 33.970 jiwa perempuan. Data ini mencakup seluruh kelompok umur mulai dari bayi berusia 4 bulan hingga individu yang berusia di atas 75 tahun. Dengan Penduduk yang meliputi rentang usia yang sangat luas, informasi ini memberikan gambaran secara rinci mengenai struktur populasi yang ada di Kecamatan Panji.

4.3 Desa Mimbaan

Tabel 4.3 Kepadatan penduduk desa Mimbaan Kecamatan Panji

NO	Desa/Kelurahan	Persentase Penduduk (%)	Kepadatan Penduduk (km 2)	Rasio Jenis Kelamin
1	Ardirejo	5,60	735	0,99
2	Mimbaan	33,21	4360	0,97
3	Sliwung	3,01%	395	1,00
4	Battal	4,50%	591	0,95
5	Klampokan	5,08%	667	0,95
6	Juglangan	5,20%	683	0,96
7	Panji Kidul	6,17%	810	0,97
8	Panji Lor	4,57%	600	0,95
9	Tokelan	3,52%	462	0,92
10	Curah Jeru	15,77%	2070	0,96
11	Tenggir	8,86%	1163	0,98
12	Kayu Putih	4,51%	592	1,00
13	Panji	100	13128	11,6

Sumber : Kecamatan Situbondo Dalam Angka n .d. (2023)

Desa Mimbaan adalah salah satu dari sebelas desa yang terletak di Kecamatan Panji. Desa ini mencatatkan kepadatan penduduk tertinggi di antara desa-desa lainnya, dengan total jumlah penduduk mencapai 4.360 jiwa, yang mencerminkan persentase sebesar 33,21% dari keseluruhan populasi di kecamatan tersebut. Selain itu, desa Mimbaan memiliki Pasar Sentral yang menjadi pusat kegiatan ekonomi di wilayah ini, dengan aktivitas jual-beli yang ramai dan

beragam, memenuhi kebutuhan sehari-hari masyarakat. Keberadaan pasar ini tidak hanya mendukung perekonomian lokal tetapi juga meningkatkan interaksi sosial dan aksesibilitas barang-barang kebutuhan masyarakat lokal.

4.4 Profil Pasar Mimbaan Baru



Sumber : Siskaperbapo (2024)

Pasar Mimbaan Baru yang terletak di Kelurahan Mimbaan, Kecamatan Panji, Kabupaten Situbondo, berada di pusat kota Situbondo. Pasar ini telah berdiri sejak tahun 1942 dan pada tahun 1987, pembangunannya dilakukan oleh pihak ketiga, yaitu PT. Sahara Alexandi Utama yang berkantor di Surabaya. Sejak tahun 1987 hingga 31 Desember 2009, pengelolaan pasar ini ditangani oleh PT. Sahara Alexandi Utama. Namun, setelah perjanjian kerjasama, pada tahun 2010, pengelolaan Pasar Mimbaan Baru diserahkan kepada Pemerintah Kabupaten Situbondo. Alamat Pasar Mimbaan Baru adalah Jl. Irian Jaya No. 1, Kelurahan Mimbaan, Kecamatan Panji, Kabupaten Situbondo. Pasar ini beroperasi mulai pukul 04.00 WIB hingga 15.00 WIB.

Pasar Mimbaan Baru menawarkan berbagai jenis barang yang memenuhi berbagai kebutuhan sehari-hari dan barang-barang khusus. Di pasar ini, pengunjung dapat menemukan sayur-mayur segar yang dipasok oleh petani lokal, menyediakan pilihan sehat dan berkualitas untuk konsumsi rumah tangga. Selain itu, pasar ini juga menyediakan sembako, termasuk berbagai bahan makanan pokok seperti beras, minyak, dan gula, yang menjadi kebutuhan dasar setiap rumah tangga. Untuk kebutuhan fashion dan gaya hidup, terdapat berbagai produk konveksi yang meliputi pakaian dan aksesoris yang beragam. Pasar ini juga menawarkan barang pecah belah, seperti peralatan makan dan minum, yang penting untuk keperluan rumah tangga. Bagi mereka yang mencari peralatan teknologi, pasar ini menyediakan barang elektronik seperti televisi, radio, dan peralatan rumah tangga lainnya. Selain itu, pasar Mimbaan Baru memiliki toko perhiasan emas yang menjual berbagai jenis perhiasan berkualitas, cocok untuk kebutuhan khusus atau sebagai hadiah. Tidak kalah penting, pasar ini juga menyediakan berbagai produk daging, termasuk daging sapi, ayam, dan kambing, yang diolah dan disiapkan untuk memenuhi kebutuhan konsumsi protein masyarakat. Di Pasar Mimbaan Baru khusus kios daging paling banyak ialah kios daging sapi, sebagian besar daging sapi yang tersedia berasal dari hewan ternak sapi potong, khususnya dari sapi jantan. Dengan berbagai pilihan barang yang tersedia, Pasar Mimbaan Baru berfungsi sebagai pusat perbelanjaan yang lengkap dan memenuhi berbagai kebutuhan dan preferensi masyarakat.

BAB 5 HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1 Analisis Deskriptif Responden

Responden dalam penelitian ini terdiri dari konsumen daging sapi yang berbelanja di Pasar Mimbaan Baru. Identitas konsumen yang terlibat dalam penelitian ini mencakup total sebanyak 35 orang. Data terkait identitas mereka dapat dilihat secara rinci pada Tabel 5.1 di bawah ini.

Tabel 5.1 Tabulasi Identitas Responden

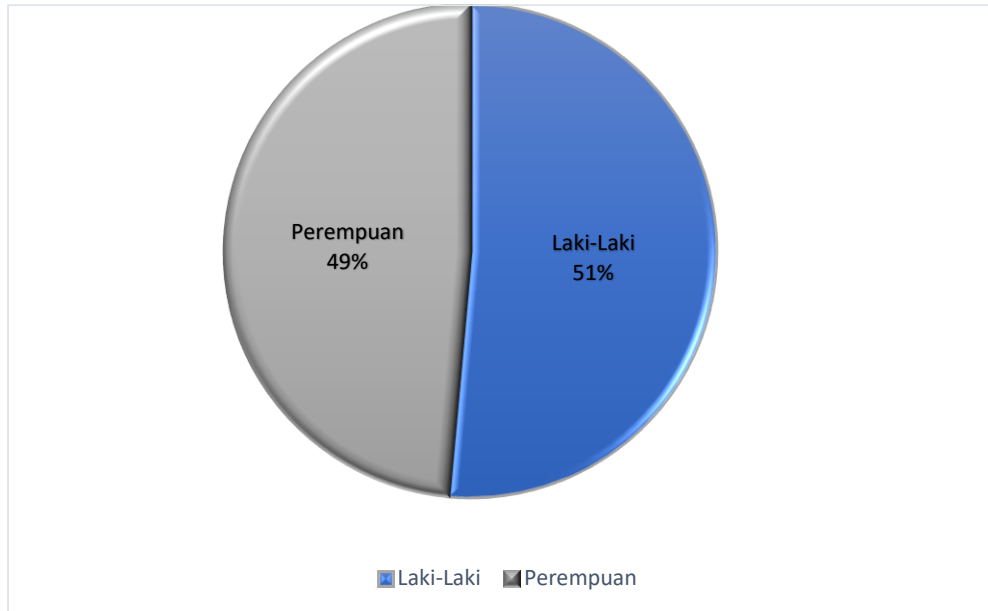
No	Item	Pilihan item	Jumlah	Persentase (%)
1	Jenis Kelamin	Laki-Laki	18	51
		Perempuan	17	49
2	Usia	15 s/d 20 th	6	17
		21 s/d 30 th	10	29
		31 s/d 50 th	19	54
3	Pekerjaan	Mahasiswa	1	3
		LSM	1	3
		Karyawan	7	20
		Pegawai Swasta	1	3
		PNS	2	6
		Wirausaha	4	11
		Wiraswasta	11	31
		Ibu Rumah Tangga	8	23
4	Pendapatan Setiap Bulan(Rp)	<Rp.1Juta	14	40
		Rp.1Juta-3 Juta	18	51
		Rp.3juta-5 Juta	3	9
		>Rp.5 Juta	0	0,00

Sumber: Data primer diolah (2024)

Dari Tabel 5.1 diketahui bahwa terdapat 4 karakteristik responden yang dikaji. Diantaranya ialah jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan pendapatan setiap bulan dari responden tersebut.

1. Jenis Kelamin

Berikut merupakan karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin yang dapat dilihat pada gambar 5.1.



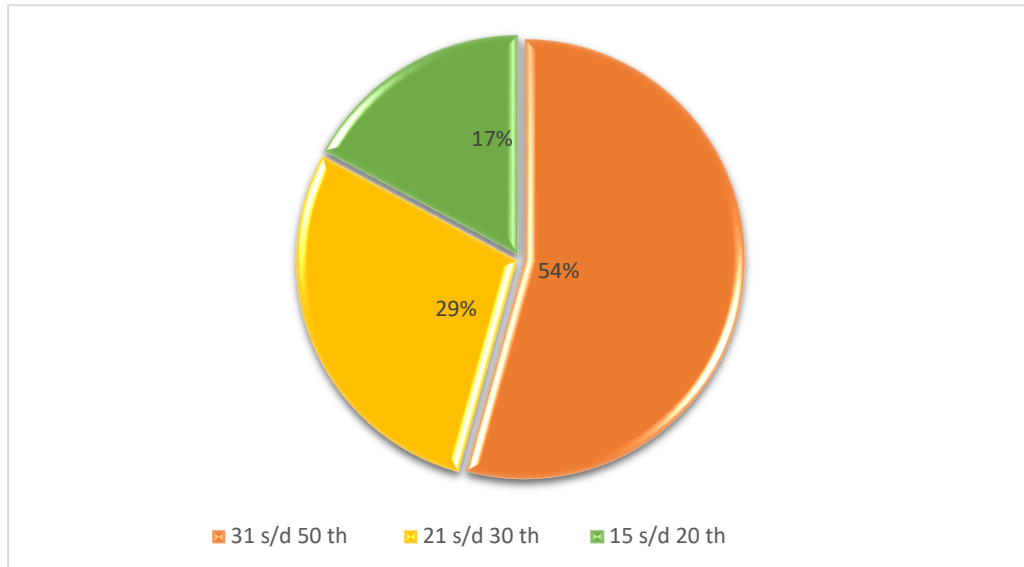
Sumber: Data primer diolah (2024)

Gambar 5.1 Diagram Jenis Kelamin Responden

Berdasarkan Gambar 5.1, terlihat bahwa dari 35 responden dalam penelitian ini, dominasi lebih besar dimiliki oleh laki-laki yang berjumlah 18 orang, dengan persentase 51%. Sementara itu, responden perempuan berjumlah 17 orang, yang mewakili 49% dari total responden.

2. Usia

Berikut merupakan karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin yang dapat dilihat pada gambar 5.2.



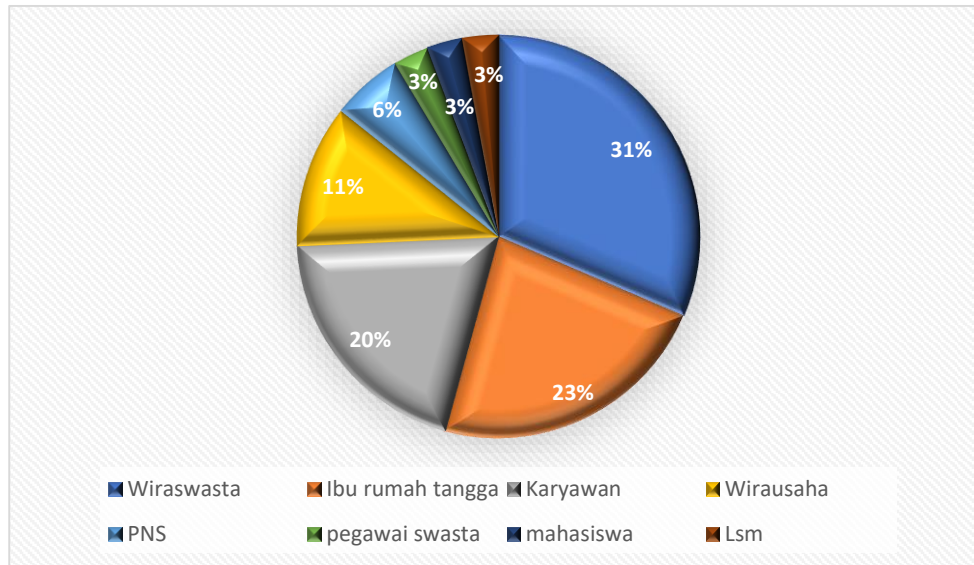
Sumber: Data primer diolah (2024)

Gambar 5.2 Diagram Usia Responden

Berdasarkan Gambar 5.2, tabulasi pada kategori usia menunjukkan bahwa terdapat 6 orang responden yang berusia antara 15 hingga 20 tahun, yang merupakan 17% dari total responden. Selain itu, terdapat 10 responden atau 29% yang berusia antara 21 hingga 30 tahun, dan 19 orang responden lainnya, yang merupakan 54% dari total responden, berusia antara 31 hingga 50 tahun. Hasil ini mengindikasikan bahwa konsumen daging sapi yang paling banyak berada dalam rentang usia 31 hingga 50 tahun.

3. Pekerjaan

Berikut adalah karakteristik responden berdasarkan jenis pekerjaan yang dapat dilihat pada gambar 5.3. Dibawah ini



Sumber: Data primer diolah (2024)

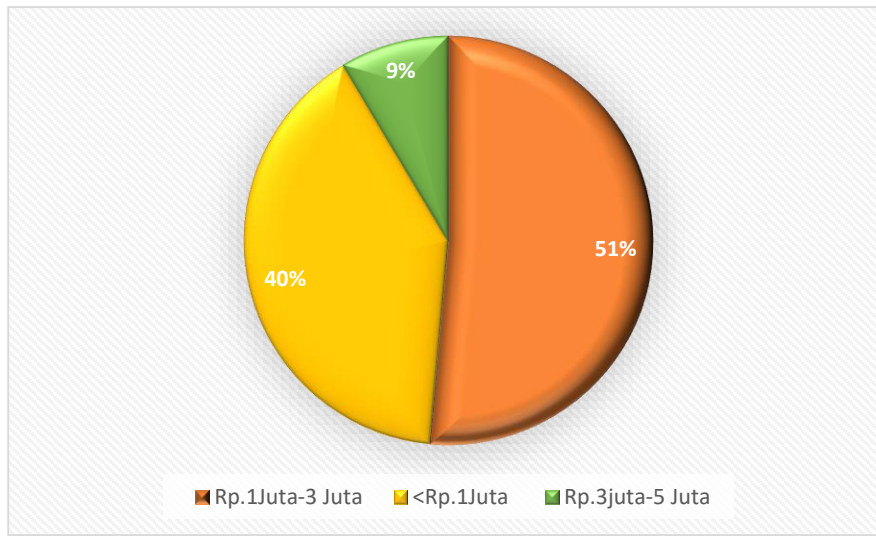
Gambar 5.3 Diagram Pekerjaan Responden

Berdasarkan Gambar 5.3 dapat diketahui bahwa dari Jenis Pekerjaan, 31% responden bekerja sebagai wiraswasta sebanyak 11 orang. Responden dengan presentase 23% berprofesi sebagai ibu rumah tangga sebanyak 8 orang, 20% bekerja sebagai karyawan dengan jumlah 7 orang, 11% bekerja sebagai wirausaha berjumlah 4 orang, 6% bekerja sebagai pegawai negeri sipil (PNS) sebanyak 2 orang, 3% bekerja sebagai pegawai swasta dengan jumlah 1 orang, 3% bekerja sebagai LSM dengan jumlah 1 orang, 3% seorang mahasiswa atau pelajar dengan jumlah 1 orang. Maka dapat diketahui bahwa rata-rata responden pada penelitian ini merupakan responden wiraswasta sebanyak 11 orang atau sebanyak 31 %.

Sedangkan jenis pekerjaan responden terendah yaitu Mahasiswa, LSM dan pegawai swasta dengan jumlah 1 responden atau 3 % saja.

4. Pendapatan Responden/bulan

Berikut adalah karakteristik responden berdasarkan pendapatan yang dapat dilihat pada gambar 5.4. Dibawah ini



Sumber: Data primer diolah (2024)

Gambar 5.4 Diagram Pendapatan Responden

Berdasarkan Gambar 5.4 diatas menunjukkan bahwa pendapatan responden paling banyak ialah kurang dari Rp.1000.000 – Rp. 3.000.000 sebanyak 18 atau 51% responden. Dari jumlah keseluruhan, sebanyak 40% atau 14 responden memiliki pendapatan Rp.1.000.000. 3 atau 9% responden yang memiliki pendapatan lebih dari Rp.3000.000-Rp.5000.000. Tidak ada responden yang memiliki pendapatan lebih dari sebesar Rp5.000.000.

5.2 Uji Validitas dan Reliabilitas Kuisisioner

5.2.1 Uji Validitas

Uji validitas dalam penelitian ini, menggunakan aplikasi SPSS versi 25 untuk menentukan kelayakan kuesioner. Uji tersebut dilakukan dengan 35 respons dari responden yang telah dikumpulkan. Indikator dalam kuesioner dapat dikatakan valid apabila nilai r hitung hasilnya lebih besar dari r tabel (r hitung $>$ r tabel) cara lain selain menggunakan R hitung yaitu melihat tingkat signifikansinya. Apabila tingkat signifikansi item $<$ 0,05 maka alat ukur yang digunakan valid (Anggraini et al., 2022).

Berdasarkan hasil pengujian Validitas kuisisioner yang telah dilakukan, maka diperoleh hasil yang dapat dilihat pada Tabel 5.2.

Tabel 5.2 Hasil Uji Validitas

Item Pernyataan	P – Value	Alpha	Keterangan
P1	0,02	0,05	Valid
P2	0,00	0,05	Valid
P3	0,00	0,05	Valid
P4	0,00	0,05	Valid
P5	0,04	0,05	Valid
P6	0,00	0,05	Valid
P7	0,03	0,05	Valid
P8	0,00	0,05	Valid
P9	0,02	0,05	Valid
P10	0,04	0,05	Valid
P11	0,01	0,05	Valid
P12	0,00	0,05	Valid
P13	0,01	0,05	Valid
P14	0,00	0,05	Valid
P15	0,00	0,05	Valid
P16	0,00	0,05	Valid

Sumber: Data primer diolah (2024)

Berdasarkan tabel 5.2, dapat dilihat bahwa setiap p-value yang didapatkan dari pengolahan data diaplikasi SPSS 25 For Windows adalah sebagai berikut:

P1 (kombinasi ke 1) = Nilai *P value* 0,002 < *Alpha* 0,05 artinya pernyataan *Valid*

P2 (kombinasi ke 2) = Nilai *P value* 0,000 < *Alpha* 0,05 artinya pernyataan *Valid*

P3 (kombinasi ke 3) = Nilai *P value* 0,000 < *Alpha* 0,05 artinya pernyataan *Valid*

P4 (kombinasi ke 4) = Nilai *P value* 0,000 < *Alpha* 0,05 artinya pernyataan *Valid*

P5 (kombinasi ke 5) = Nilai *P value* 0,004 < *Alpha* 0,05 artinya pernyataan *Valid*

P6 (kombinasi ke 6) = Nilai *P value* 0,000 < *Alpha* 0,05 artinya pernyataan *Valid*

P7 (kombinasi ke 7) = Nilai *P value* 0,003 < *Alpha* 0,05 artinya pernyataan *Valid*

P8 (kombinasi ke 8) = Nilai *P value* 0,000 < *Alpha* 0,05 artinya pernyataan *Valid*

P9 (kombinasi ke 9) = Nilai *P value* 0,002 < *Alpha* 0,05 artinya pernyataan *Valid*

P10(kombinasi ke10) = Nilai *P value* 0,004 < *Alpha* 0,05 artinya pernyataan *Valid*

P11(kombinasi ke 11) = Nilai *P value* 0,001 < *Alpha* 0,05 artinya pernyataan *Valid*

P12(kombinasi ke12) = Nilai *P value* 0,000 < *Alpha* 0,05 artinya pernyataan *Valid*

P13(kombinasi ke13) = Nilai *P value* 0,001 < *Alpha* 0,05 artinya pernyataan *Valid*

P14(kombinasi ke14) = Nilai *P value* 0,000 < *Alpha* 0,05 artinya pernyataan *Valid*

P15(kombinasi ke15) = Nilai *P value* 0,000 < *Alpha* 0,05 artinya pernyataan *Valid*

P16(kombinasi ke16) = Nilai *P value* 0,000 < *Alpha* 0,05 artinya pernyataan *Valid*

Berdasarkan hasil uji validitas yang dilakukan dengan menggunakan SPSS 25 For Windows, ditemukan bahwa semua instrumen atau pernyataan dalam kuesioner yang digunakan terbukti valid. Hal ini menunjukkan bahwa setiap item dalam kuesioner tersebut memenuhi standar validitas yang diperlukan dan dapat digunakan secara efektif untuk tujuan penelitian.

5.2.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah uji untuk mengetahui seberapa handal suatu alat ukur. Hal ini menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten jika dilakukan berulang kali terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat ukur yang sama. Suatu alat ukur dianggap reliabel jika memberikan hasil yang sama meskipun pengukuran dilakukan berkali-kali.(Amanda et al., 2019) Ukuran yang paling umum dikenal dalam pengukuran reliabilitas adalah koefisien Cronbach Alpha. Hal ini merupakan ukuran reliabilitas yang paling tepat digunakan ketika instrumen penelitian disusun menggunakan skala Likert. Jika suatu variabel menunjukkan nilai Cronbach Alpha $> 0,60$ maka dapat disimpulkan bahwa variabel tersebut dapat dikatakan reliabel atau konsisten dalam mengukur (Taherdoost, 2018). Hasil pengolahan data dapat dilihat pada Tabel 5.3.

Tabel 5.3 Hasil Uji Reliabilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.758	17

Sumber: Data primer diolah (2024)

Berdasarkan tabel 5.3, dapat diketahui hasil cronbach's alpha 0.758 atau 75,8 % atau lebih dari 0,60 atau 60 % yang berarti kuisioner yang digunakan sudah reliabel.

5.3 Kombinasi atribut daging sapi

Tabel 5.4 Hasil Pengacakan Menggunakan SPSS 25 For Windows

NO	Warna	Tekstur	Kadungan Lemak	Harga Daging	Bagian Daging
1	Merah Hati	Kasar	Sedikit	Mahal	Bawah
2	Merah Cerah	Sedang	Sedikit	Sedang	Atas
3	Merah Muda	Kasar	Banyak	Sedang	Bawah
4	Merah Cerah	Halus	Sedang	Mahal	Bawah
5	Merah Muda	Halus	Sedikit	Sedang	Bawah
6	Merah Muda	Halus	Sedikit	Mahal	Atas
7	Merah Cerah	Halus	Banyak	Murah	Bawah
8	Merah Muda	Sedang	Banyak	Mahal	Atas
9	Merah Hati	Sedang	Sedikit	Murah	Bawah
10	Merah Hati	Halus	Sedang	Sedang	Atas
11	Merah Muda	Halus	Sedikit	Murah	Atas
12	Merah Cerah	Kasar	Sedikit	Murah	Atas
13	Merah Muda	Halus	Sedikit	Murah	Bawah
14	Merah Hati	Halus	Banyak	Murah	Atas
15	Merah Muda	Sedang	Sedang	Murah	Bawah
16	Merah Muda	Kasar	Sedang	Murah	Atas

Sumber: Data primer diolah (2024)

P1 (kombinasi ke 1) = Kombinasi Atribut Produk Daging Sapi ke 1

P2 (kombinasi ke 2) = Kombinasi Atribut Produk Daging Sapi ke 2

P3 (kombinasi ke 3) = Kombinasi Atribut Produk Daging Sapi ke 3

P4 (kombinasi ke 4) = Kombinasi Atribut Produk Daging Sapi ke 4

P5 (kombinasi ke 5) = Kombinasi Atribut Produk Daging Sapi ke 5

P6 (kombinasi ke 6) = Kombinasi Atribut Produk Daging Sapi ke 6

P7 (kombinasi ke 7) = Kombinasi Atribut Produk Daging Sapi ke 7

P8 (kombinasi ke 8) = Kombinasi Atribut Produk Daging Sapi ke 8

P9 (kombinasi ke 9) = Kombinasi Atribut Produk Daging Sapi ke 9

P10 (kombinasi ke 10) = Kombinasi Atribut Produk Daging Sapi ke 10

P11(kombinasi ke 11) = Kombinasi Atribut Produk Daging Sapi ke 11

P12(kombinasi ke 12) = Kombinasi Atribut Produk Daging Sapi ke 12

P13(kombinasi ke 13) = Kombinasi Atribut Produk Daging Sapi ke 13

P14(kombinasi ke 14) = Kombinasi Atribut Produk Daging Sapi ke 14

P15(kombinasi ke 15) = Kombinasi Atribut Produk Daging Sapi ke 15

P16(kombinasi ke 16) = Kombinasi Atribut Produk Daging Sapi ke 16

Berdasarkan tabel 5.3 di atas, terlihat bahwa ada 16 kombinasi dalam pengacakan atribut produk. Semua kombinasi tersebut digunakan sebagai item pernyataan dalam kuesioner penelitian.

5.3.1 Nilai Kegunaan Dari Atribut Produk Daging Sapi

Untuk menjawab pertanyaan rumusan masalah pertama mengenai kombinasi atribut daging sapi apa yang paling disukai oleh konsumen, dapat dilakukannya dengan cara menganalisis nilai kegunaan (utilitas) dari berbagai level atribut daging sapi yang ada. Dengan mengetahui nilai-nilai ini, kita dapat mengidentifikasi kombinasi atribut yang memiliki daya tarik paling besar bagi konsumen. Menurut Sukirno *dalam* Najjar, (2022) teori nilai guna (*utility*) adalah total kepuasan yang diperoleh ketika seseorang menggunakan suatu barang. Nilai kegunaan (utilitas) digunakan untuk menyusun kombinasi atribut produk berdasarkan preferensi yang diungkapkan oleh responden dalam kuesioner. Nilai utilitas yang tertinggi mencerminkan tingkat preferensi responden yang paling tinggi, sementara nilai-nilai di bawahnya menunjukkan preferensi yang lebih rendah. Berdasarkan analisis data, diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 5.5 Nilai *Utility* Taraf Atribut Produk Dari Jawaban Responden

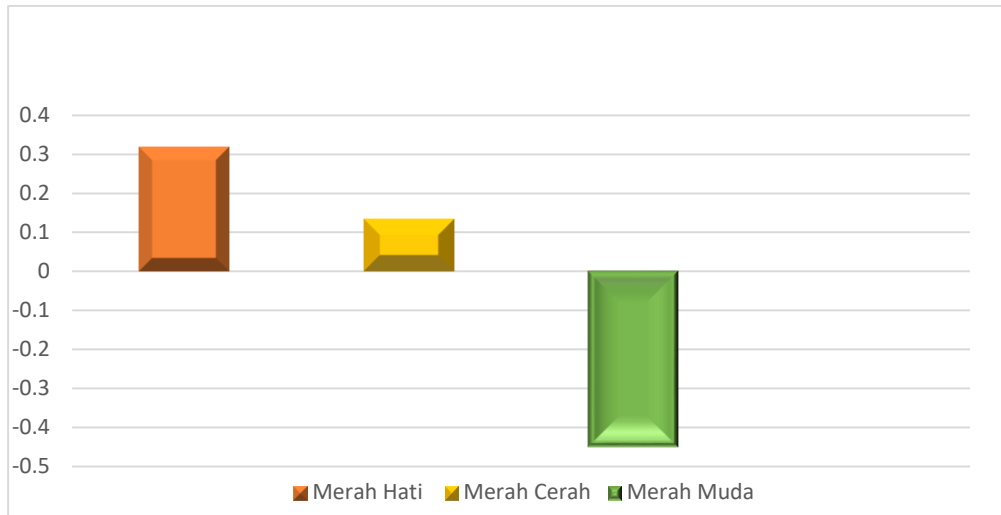
Tingkat Kegunaan (<i>Utility</i>) Taraf Atribut				
No	Atribut Produk	Taraf	<i>Utility Estimate</i>	<i>Std. Error</i>
1	Warna	Merah Muda	-.450	.070
		Merah Cerah	.132	.082
		Merah Hati	.318	.082
2	Tekstur	Halus	-.064	.070
		Sedang	.114	.082
		Kasar	-.050	.082
3	Lemak	Sedikit	.117	.070
		Sedang	-.140	.082
		Banyak	.024	.082
4	Harga	Murah	.131	.070
		Sedang	-.087	.082
		Mahal	-.044	.082
5	Bagian	Atas	.009	.052
		Bawah	-.009	.052
	Constant		3.072	.063

Sumber: Data primer diolah, (2024).

Semakin besar nilai positif dari perkiraan utilitas, semakin tinggi tingkat preferensi atau kesukaan konsumen terhadap atribut produk yang ditawarkan. Sebaliknya, jika nilai perkiraan utilitas menunjukkan angka negatif yang tinggi, hal ini menandakan bahwa konsumen semakin kurang menyukai atribut produk tersebut

1. Nilai Kegunaan Atribut Warna

Pada tingkat atribut warna daging sapi, terdapat tiga kategori yang ditanyakan kepada responden, yaitu warna merah muda, merah cerah, dan merah hati. Data yang diperoleh dari analisis menggunakan SPSS 25.0 For Windows dapat dilihat pada Gambar 5.6 di bawah ini



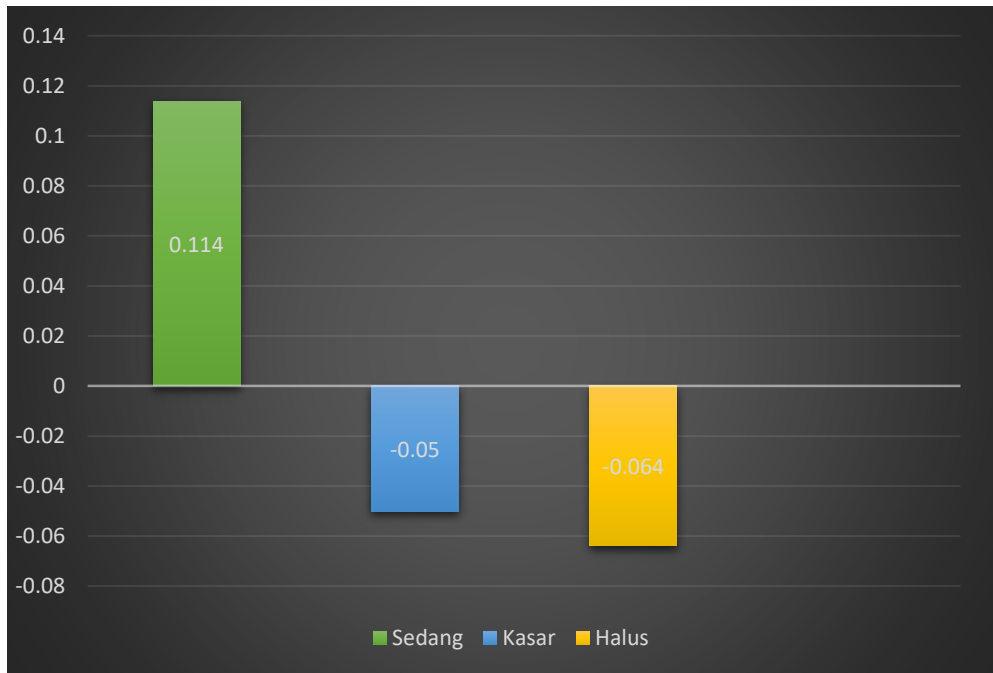
Sumber: Data primer diolah, (2024).

Gambar 5.6 Grafik Nilai Kegunaan Level Atribut Warna

Gambar 5.6 menunjukkan bahwa pada level atribut warna merah hati, daging sapi memiliki nilai utilitas positif sebesar 0,318. Di sisi lain, atribut warna merah cerah memiliki nilai utilitas sebesar 0,132, sedangkan atribut warna merah muda menunjukkan nilai utilitas negatif sebesar -0,450. Dengan data ini, dapat disimpulkan bahwa rata-rata konsumen daging sapi di pasar Mimbaan Baru memiliki preferensi yang lebih tinggi terhadap daging sapi dengan warna merah hati. Ini berarti bahwa konsumen cenderung lebih menyukai warna merah hati dibandingkan dengan warna merah cerah atau merah muda. Penilaian utilitas yang lebih tinggi pada warna merah hati menunjukkan bahwa warna ini dianggap lebih menarik, segar, atau lebih sesuai dengan ekspektasi konsumen terkait kualitas daging sapi. Sebaliknya, nilai utilitas negatif pada warna merah muda menandakan bahwa warna tersebut kurang disukai atau dianggap kurang sesuai dalam konteks preferensi konsumen di pasar Mimbaan Baru.

2. Nilai Kegunaan Atribut Tekstur

Pada tingkat atribut Tekstur, terdapat tiga kategori yang ditanyakan kepada responden, yaitu, Halus Sedang Kasar . Data yang diperoleh dari analisis menggunakan SPSS 25.0 For Windows dapat dilihat pada Gambar 5.7 di bawah ini.



Sumber: Data primer diolah, (2024).

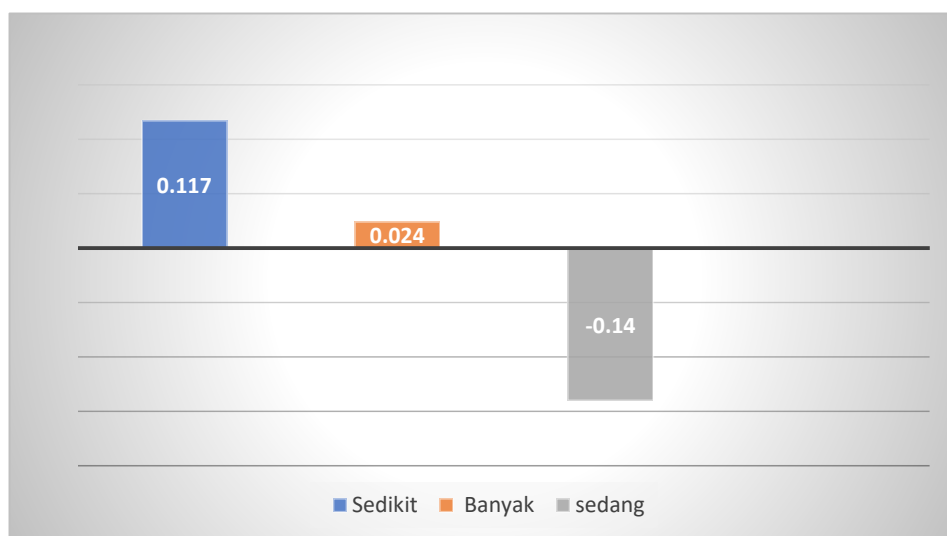
Gambar 5.7 Grafik Nilai Kegunaan Level Atribut Tekstur

Gambar 5.7 menunjukkan bahwa pada level atribut tekstur, daging sapi dengan tekstur sedang memiliki nilai utilitas positif sebesar 0,114. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen lebih menyukai daging sapi yang memiliki tekstur sedang dibandingkan dengan opsi lainnya. Sebaliknya, atribut tekstur kasar memiliki nilai utilitas negatif sebesar -0,050, yang mengindikasikan bahwa konsumen kurang menyukai daging dengan tekstur kasar. Selain itu, atribut tekstur halus juga menunjukkan nilai utilitas negatif sebesar -0,064, menunjukkan bahwa daging sapi

dengan tekstur halus tidak mendapatkan penilaian yang baik dari konsumen. Dengan kata lain, preferensi konsumen di pasar Mimbaan Baru menunjukkan kecenderungan yang jelas terhadap daging sapi dengan tekstur sedang, sementara daging dengan tekstur kasar atau halus dianggap kurang ideal dalam konteks daging sapi. Data ini mencerminkan bahwa tekstur sedang lebih sesuai dengan harapan dan selera konsumen dibandingkan dengan tekstur kasar atau halus, yang dianggap kurang ideal dalam konteks kualitas daging sapi.

3. Nilai Kegunaan Atribut Lemak

Pada tingkat atribut lemak, terdapat tiga kategori yang ditanyakan kepada responden yaitu, sedikit, sedang, dan banyak. Data yang diperoleh dari analisis menggunakan SPSS 25.0 For Windows dapat dilihat pada Gambar 5.8 di bawah ini.



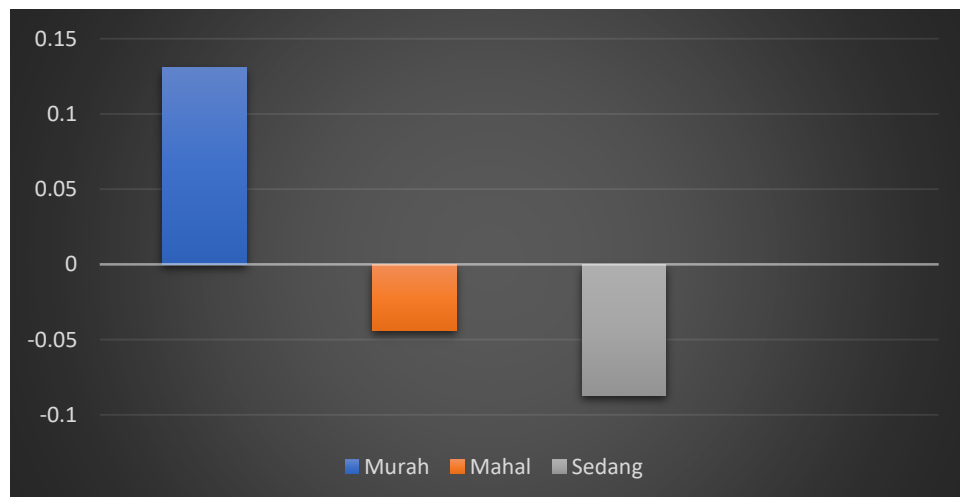
Gambar 5.8 Grafik Nilai Kegunaan Level Atribut Lemak

Gambar 5.8 menunjukkan bahwa pada level sub-atribut, daging sapi dengan kandungan lemak sedikit memiliki nilai utilitas positif sebesar 0,117. Ini

mengindikasikan bahwa konsumen cenderung lebih menyukai daging sapi yang memiliki sedikit lemak dibandingkan dengan opsi lainnya. Sebaliknya, sub-atribut yang menunjukkan banyak lemak pada daging sapi memiliki nilai utilitas yang lebih rendah sebesar 0,024, menandakan bahwa meskipun ada sedikit preferensi positif terhadap daging dengan banyak lemak, tingkatnya tidak sebesar pada daging dengan sedikit lemak. Selain itu, sub-atribut yang menunjukkan kandungan lemak sedang pada daging sapi memiliki nilai utilitas negatif sebesar -0,140. Ini menunjukkan bahwa konsumen kurang menyukai daging dengan kandungan lemak sedang, dan cenderung memberikan penilaian yang lebih rendah terhadapnya.

4. Nilai Kegunaan Atribut Harga

Pada tingkat atribut Harga, terdapat tiga kategori yang ditanyakan kepada responden, yaitu, Murah, Sedang, Mahal . Data yang diperoleh dari analisis menggunakan SPSS 25.0 For Windows dapat dilihat pada Gambar 5.9 di bawah ini.

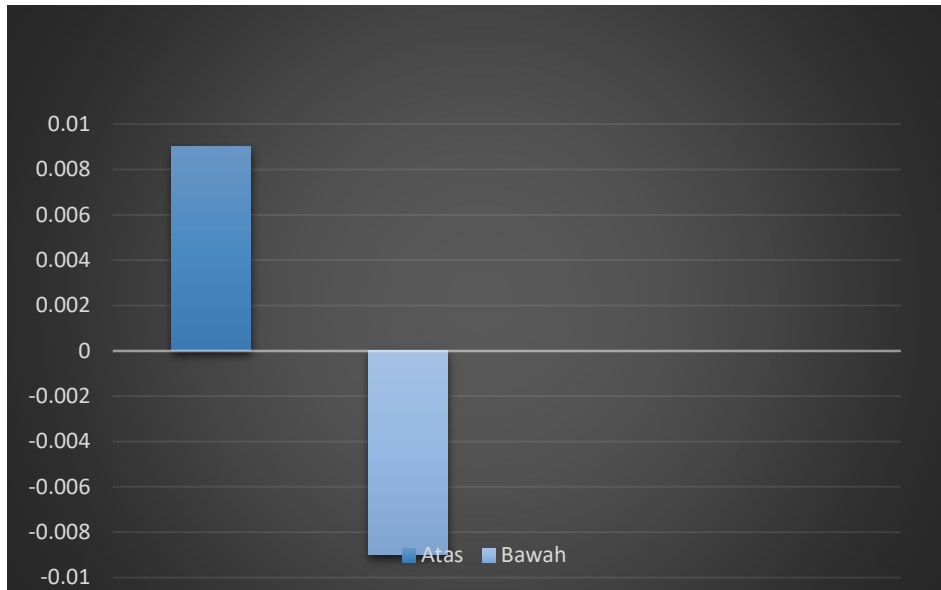


Gambar 5.9 Grafik Nilai Kegunaan Level Atribut Harga

Gambar 5.9 menunjukkan bahwa pada level sub-atribut harga, daging sapi dengan label murah memiliki nilai utilitas positif sebesar 0,131. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen lebih cenderung memberikan penilaian yang baik atau menunjukkan preferensi yang lebih tinggi terhadap daging sapi yang ditawarkan dengan harga murah. Sebaliknya, sub-atribut yang menunjukkan harga mahal pada daging sapi memiliki nilai utilitas negatif sebesar -0,044. Ini mengindikasikan bahwa meskipun harga mahal masih mendapatkan nilai utilitas yang lebih tinggi dibandingkan dengan harga sedang, Selain itu, sub-atribut dengan harga sedang menunjukkan nilai utilitas negatif sebesar -0,087, menunjukkan bahwa konsumen kurang menyukai daging sapi dengan harga yang berada pada level sedang.

5. Nilai Kegunaan Atribut Bagian

Pada tingkat atribut bagian daging sapi, terdapat dua kategori yang diajukan kepada responden, yaitu bagian atas dan bagian bawah. Bagian Atas mencakup potongan-potongan daging yang biasanya berasal dari area punggung dan bahu sapi, seperti *sirloin*, *tenderloin*, dan *ribeye*, yang sering dikenal karena kelembutan dan rasa yang lebih baik. Sementara itu, Bagian bawah meliputi potongan-potongan dari area kaki dan perut, seperti *brisket*, *chuck*, dan *shank*, yang biasanya memiliki tekstur yang lebih kasar. Berikut data yang diperoleh dari analisis menggunakan *SPSS 25.0 For Windows* dapat dilihat pada Gambar 5.10 di bawah ini.



Sumber: Data primer diolah, (2024).

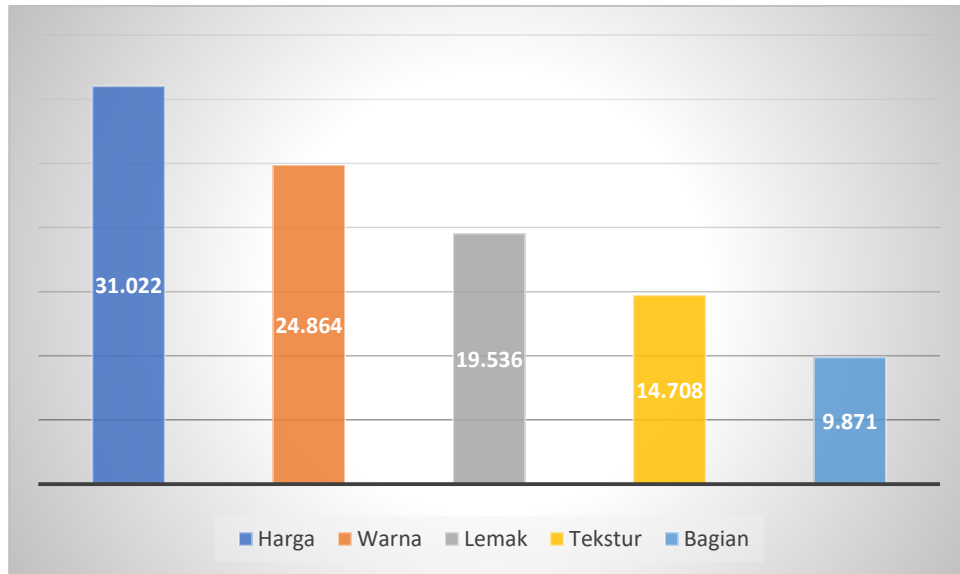
Gambar 5.10 Grafik Nilai Kegunaan Level Atribut Bagian

Gambar 5.10 menunjukkan bahwa pada tingkat sub-atribut bagian daging sapi, Bagian Atas memiliki nilai utilitas positif sebesar 0,009. Ini mengindikasikan bahwa konsumen menunjukkan sedikit preferensi positif terhadap daging sapi yang berasal dari bagian atas, seperti *sirloin* atau *ribeye*, dibandingkan dengan bagian lainnya. Meskipun nilai utilitas positif ini tidak sangat besar, data ini menunjukkan bahwa konsumen cenderung memberikan penilaian yang sedikit lebih baik terhadap bagian atas. Sebaliknya, Bagian Bawah pada daging sapi menunjukkan nilai utilitas negatif sebesar -0,009. Ini berarti bahwa konsumen cenderung kurang menyukai atau memberikan penilaian yang lebih rendah terhadap daging sapi yang berasal dari bagian bawah, seperti *brisket* atau *shank*, dibandingkan dengan bagian atas. Nilai utilitas negatif ini, meskipun juga relatif kecil, menunjukkan bahwa bagian bawah tidak diterima dengan baik oleh konsumen dalam penilaian mereka

5.4 Nilai kepentingan Atribut

Untuk menjawab rumusan masalah yang kedua, yaitu menentukan atribut yang paling krusial dalam keputusan konsumen untuk mengonsumsi produk daging sapi, kita perlu melihat nilai kepentingan atribut produk daging sapi menurut pandangan konsumen. Selain itu, analisis konjoin juga mengungkapkan sejauh mana responden menentukan tingkat kepentingan atribut daging sapi yang ditawarkan. Tingkat kepentingan terhadap atribut merupakan tingkat kepentingan yang diperoleh pada keseluruhan dari tahapan analisis Konjoin (Umbara, 2019).

Menurut Supranto dalam sumber yang sama (2004), urutan atribut dengan nilai kepentingan tertinggi menunjukkan bahwa atribut tersebut lebih disukai dan mendapat perhatian lebih dari konsumen dibandingkan dengan atribut lainnya. Selain itu, level atribut ini juga mempengaruhi preferensi konsumen dalam memilih produk yang akan mereka konsumsi. Hasil pengolahan tingkat kepentingan atribut produk dapat dilihat pada gambar 5.11.



Sumber: Data primer diolah, (2024).

Gambar 5.11 (Data Primer,2024)

Berdasarkan Gambar 5.11, dapat dijelaskan bahwa konsumen daging sapi di pasar Mimbaan Baru memberikan nilai kepentingan atribut sebagai berikut: Atribut harga menempati urutan pertama dengan nilai kepentingan tertinggi sebesar 31,022. Ini menunjukkan bahwa harga merupakan faktor yang paling penting dalam keputusan pembelian daging sapi bagi konsumen di pasar tersebut. Urutan kedua adalah atribut warna, yang mendapatkan nilai kepentingan sebesar 24,864. Hal ini mengindikasikan bahwa warna daging sapi juga memainkan peran signifikan dalam preferensi konsumen, meskipun tidak sepenting harga.

Di urutan ketiga, atribut lemak memiliki nilai kepentingan sebesar 19,536. Ini berarti bahwa kandungan lemak dalam daging sapi menjadi faktor penting berikutnya yang dipertimbangkan oleh konsumen, namun masih di bawah atribut harga dan warna. Atribut tekstur berada di urutan keempat dengan nilai kepentingan 14,708. Meskipun tekstur daging sapi penting bagi konsumen, nilainya relatif lebih

rendah dibandingkan dengan harga, warna, dan lemak. Akhirnya, atribut bagian daging sapi menempati urutan terakhir dengan nilai kepentingan sebesar 9,871. Ini menunjukkan bahwa meskipun bagian daging tertentu mungkin memiliki pengaruh pada keputusan pembelian, faktor ini dianggap kurang signifikan dibandingkan dengan atribut lainnya seperti harga, warna, lemak, dan tekstur. Secara keseluruhan, data ini memberikan gambaran jelas mengenai prioritas atribut yang dipertimbangkan oleh konsumen daging sapi di pasar Mimbaan Baru, dengan harga sebagai faktor utama dan bagian daging sebagai faktor yang kurang diperhatikan.

BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka diperoleh hasil sebagai berikut:

1. Kombinasi atribut yang paling disukai oleh konsumen/responden ialah daging sapi yang memiliki atribut warna merah hati, teksturnya sedang, lemaknya sedikit, harganya murah dan bagiannya ialah bagian atas.
2. Atribut yang paling diprioritaskan untuk dipertahankan ataupun diperbaiki ialah pada atribut harga dengan nilai kepentingan tertinggi sebesar 31,022

6.2 Saran

Hasil dari penelitian ini disarankan untuk mengkaji atribut tambahan, pertimbangkan untuk memasukkan atribut tambahan yang mungkin berpengaruh, seperti asal daging (lokal vs impor), atau kualitas penyimpanan dan pengemasan, faktor keberlanjutan, dampak lingkungan, atau aspek etika dari pemotongan daging dapat menjadi variabel penting yang mempengaruhi preferensi konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Aliah Adilah, D. 2022. *Menganalisis Pasar dan Perilaku Konsumen*. <https://share.google/Af4f1eu6BCATasNyg>. Diakses Pada tanggal 9 maret 2024
- Amanda, L., Yanuar, F., dan Devianto, D. 2019. Uji Validitas dan Reliabilitas Tingkat Partisipasi Politik Masyarakat Kota Padang. *Jurnal Matematika UNAND*, 8(1), Article 1. <https://share.google/F9tKztekEZmZWe9VH>. Diakses pada tanggal 9 maret 2024
- Anggraini, F. D. P., Aprianti, A., Setyawati, V. A. V., dan Hartanto, A. A. 2022a. Pembelajaran Statistika Menggunakan Software SPSS untuk Uji Validitas dan Reliabilitas. *Jurnal Basicedu*, 6(4), 6491–6504. <https://doi.org/10.31004/basicedu.v6i4.3206>. Diakses pada tanggal 9 maret 2024
- Anggraini, F. D. P., Aprianti, A., Setyawati, V. A. V., & Hartanto, A. A. 2022b. Pembelajaran Statistika Menggunakan Software SPSS untuk Uji Validitas dan Reliabilitas. *Jurnal Basicedu*, 6(4), 6491–6504. <https://doi.org/10.31004/basicedu.v6i4.3206>. Diakses pada tanggal 9 maret 2024
- Apriliya, G., dan Kartini, U. 2022. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Makanan Secara Online*. 6(5). <https://share.google/dQmwQpdV5NcRpdmS5>. Diakses pada tanggal 9 maret 2024
- Asrulla, A., Risnita, R., Jailani, M. S., dan Jeka, F. 2023. Populasi dan Sampling (Kuantitatif), Serta Pemilihan Informan Kunci (Kualitatif) dalam Pendekatan Praktis. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(3), 26320–26332. <https://doi.org/10.31004/jptam.v7i3.10836>. Diakses pada tanggal 13 maret 2024
- Baraja, R. R. 2018. *ANALISIS PERSEPSI DAN PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP DAGING SAPI BEKU DI MARADEKA BEEF BOGOR*. <https://share.google/SgUrawgWPIXCKREXL>. Diakses pada tanggal 13 maret 2024
- Benty, D. D. N., Gunawan, I., Kusumaningrum, D. E., Sumarsono, R. B., Sari, D. N., Pratiwi, F. D., Ningsih, S. O., dan Hui, L. K. (2020). *Validitas Dan Reliabelitas Angket Gaya Kepemimpinan Mahasiswa*. <https://share.google/UPuk3h3Hxy9U9UULD>. Diakses pada tanggal 13 maret 2024
- Kadri, M. H. 2023. *Preferensi Konsumen Dalam Pembelian Daging Sapi Lokal Di Pasar Tradisional Pa'baeng-Baeng, Kecamatan Tamalate Kota Makassar*. <https://share.google/qhLr9pzPkZ8IdLvJZ>. Diakses pada tanggal 13 maret 2024

- Badan Pusat Statistik Kecamatan Situbondo Dalam Angka 2023.pdf*. (n.d). <https://share.google/E0c8gOki3Hr166YP1>. Diakses pada tanggal 13 maret 2024
- Khafidin, K. 2020. Konsep Perilaku Konsumen Beserta Implikasinya Terhadap Keputusan Pembelian. *Konsep Perilaku Konsumen Beserta Implikasinya Terhadap Keputusan Pembelian*. <http://eprints.umsida.ac.id/6801/>. Diakses pada tanggal 23 maret 2024
- Laz Ai Bunyan Daging Sapi: Sumber Zat Besi yang Baik Untuk Tubuh*. 2023, June 2. <https://www.lazalbunyan.org/daging-sapi-sumber-zat-besi-yang-baik-untuk-tubuh/>. Diakses pada tanggal 23 maret 2024
- Liur, I. J., Souhoka, D. F., dan Papilaya, B. J. 2022. Analisis Kadar Air Dan Kualitas Fisik Daging Sapi Yang Dijual Di Pasar Tradisional Kota Ambon. *Agrinimal Jurnal Ilmu Ternak dan Tanaman*, 10(1), 45–50. <https://doi.org/10.30598/ajitt.2022.10.1.45-50>. Diakses pada tanggal 23 maret 2024
- Maidiana, M. 2021. Penelitian Survey. *ALACRITY : Journal of Education*, 20–29. <https://doi.org/10.52121/alacrity.v1i2.23>. Diakses pada tanggal 23 maret 2024. Diakses pada tanggal 23 maret 2024
- Maiyena, S., dan Mawarnis, E. R. 2022. *Kajian Analisis Konsumsi Daging Sapi dan Daging Babi Ditinjau dari Kesehatan*. 6. <https://share.google/AjCLOGUERGfyxRVvw>. Diakses pada tanggal 23 maret 2024
- Nababan, D. F., dan Siregar, O. M. 2022. Analisis Perilaku Konsumen Generasi Milenial Dalam Memutuskan Pembelian Secara Online pada Masa Pandemi Covid-19 di Kota Medan. *Journal of Social Research*, 1(6), 545–555. <https://doi.org/10.55324/josr.v1i6.114>. Diakses pada tanggal 27 maret 2024
- Najjar, N. A. 2022. Resume Teori Nilai Guna (Utility). *OSF Preprints*, Article 9w328. <https://ideas.repec.org/p/osf/osfxxx/9w328.html>. Diakses pada tanggal 27 maret 2024
- Preferensi Konsumen*. 2022, November 10. <https://www.kajianpustaka.com/2022/04/preferensi-konsumen.html>. Diakses pada tanggal 27 maret 2024
- Puspitaningrum, S., dan Setiawati, C. I. 2021. Analisis 7 Atribut e-Commerce Berbasis Website sebagai Dasar Preferensi Konsumen di Kota Bandung dengan Pendekatan Analisis Konjoin. *Benefit: Jurnal Manajemen dan Bisnis (Jurnal ini Sudah Migrasi)*, 6(2), Article 2. <https://doi.org/10.23917/benefit.v6i2.14085>. Diakses pada tanggal 27 maret 2024
- Rizqullah, M. F. 2022. *Preferensi Konsumen dalam Pembelian Daging Sapi di Pasar Modern Kota Makassar (Studi Kasus Lotte Mart Mall Panakkukang Makassar) = Consumer Preferences in Purchasing Beef in Makassar City Modern Market (Case Study of Lotte Mart Panakkukang Mall Makassar)*

[Other, Universitas Hasanuddin].
<https://repository.unhas.ac.id/id/eprint/16506/>. Diakses pada tanggal 27 maret 2024

- Sarjana ekonomi. 2024, oktober. <https://sarjanaekonomi.co.id/atribut-produk/>
- Setyadi, A. F., Dolorosa, E., dan Aritonang, M. 2022. Preferensi Konsumsi Daging Sapi oleh Masyarakat Tionghoa di Kota Pontianak. *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, 6(1), Article 1. <https://doi.org/10.21776/ub.jepa.2022.006.01.28>. Diakses pada tanggal 30 maret 2024
- Si, D. R. A. F., S. Psi, M. 2021. *Wawancara*. Unj Press. <https://share.google/9Pp03CAgQJsTqE2OJ>. Diakses pada tanggal 30 maret 2024
- Siskaperbapo*. 2024, August 7. <https://siskaperbapo.jatimprov.go.id/>
- Sumargo, B. 2020. *Teknik Sampling*. Unj Press. <https://share.google/hwKZZ3f1bqwR4mcqy>. Diakses pada tanggal 30 maret 2024
- Suryandari, K. C. 2023. *Produk Olahan Daging Sapi*. Bumi Aksara. <https://share.google/3Dp3oqpKqvjHyyHs3>. Diakses pada tanggal 30 maret 2024
- Wahyu, A. 2023, May 2. *Cara Memilih Daging Sapi yang Baik dan Berkualitas*. Official Astronauts Blog. <https://www.astronauts.id/blog/cara-memilih-daging-sapi-yang-baik-dan-berkualitas/>. Diakses pada tanggal 30 maret 2024
- Wantoyo, S., dan Remiasa, M. 2022. Pengaruh Lingkungan Kerja Fisik dan Non Fisik terhadap Kinerja Karyawan melalui Kreativitas Karyawan sebagai variabel mediasi Pada Toko Emas di Pasar Atom Surabaya. *Agora*, 10(1), Article 1. <https://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-bisnis/article/view/12068>. Diakses pada tanggal 30 maret 2024
- Wibowo, A. Y., Wibowo, A., dan Ardhani, F. 2021. Perubahan Sifat Fisik Otot Vastus Lateralis Pada Daging Sapi Bali Pasca Pematangan (Post-Mortem) Di Rumah Potong Hewan (Rph) Tanah Merah Samarinda. *Jurnal Peternakan Lingkungan Tropis*, 4(2), Article 2. <https://doi.org/10.30872/jpltrop.v4i1.6267>. Diakses Pada Tanggal 02 April 2024

LAMPIRAN

Lampiran 1. Biodata Penulis

A. Identitas Diri

Nama : Rifkian Jorgi Wardana
Tempat Tanggal Lahir : Situbondo, 21 November 2001
Alamat : Jl.Pemuda RT/02 RW/01 Kelurahan Ardirejo
Program Studi : Agribisnis
NPM : 202023003
Nomor Telepon : 0895388887966
Email : rifkianjorgiwardana@gmail.com

B. Riwayat Pendidikan :

- SDN 4 Mimbaan Tahun 2008 – 2014
- SMPN 1 Panji Tahun 2014 – 2017
- SMAN 1 Situbondo Tahun 2017 – 2020
- Mahasiswa Universitas Abdurachman Saleh Situbondo Angkatan 2020

C. Pengalaman Organisasi :

- Ketua Bem Fapertasaintek
- Anggota COE
- Anggota UKM Penalaran
- Anggota Divisi SDM Bem Fapertasaintek
- Anggota Takmir Masjid Baitul Ilmi Unars

Lampiran 2. Atribut dan Level Atribut

No	Atribut	Level
1	Warna	Merah Muda Merah Cerah Merah Hati
2	Tekstur	Halus Sedang Kasar
3	Lemak	Sedikit Sedang Banyak
4	Harga	Murah Sedang Mahal
5	Bagian	Atas Bawah

**Lampiran 3. Hasil Pengacakan Kombinasi (Stimulus) Atribut Daging Sapi
Menggunakan SPSS 25 For Windows**

Hasil Pengacakan Menggunakan SPSS 25 For Windows

No	Warna	Tekstur	Kandungan Lemak	Harga Daging	Bagian Daging
1	Merah Hati	Kasar	Sedikit	Mahal	Bawah
2	Merah Cerah	Sedang	Sedikit	Sedang	Atas
3	Merah Muda	Kasar	Banyak	Sedang	Bawah
4	Merah Cerah	Halus	Sedang	Mahal	Bawah
5	Merah Muda	Halus	Sedikit	Sedang	Bawah
6	Merah Muda	Halus	Sedikit	Mahal	Atas
7	Merah Cerah	Halus	Banyak	Murah	Bawah
8	Merah Muda	Sedang	Banyak	Mahal	Atas
9	Merah Hati	Sedang	Sedikit	Murah	Bawah
10	Merah Hati	Halus	Sedang	Sedang	Atas
11	Merah Muda	Halus	Sedikit	Murah	Atas
12	Merah Cerah	Kasar	Sedikit	Murah	Atas
13	Merah Muda	Halus	Sedikit	Murah	Bawah
14	Merah Hati	Halus	Banyak	Murah	Atas
15	Merah Muda	Sedang	Sedang	Murah	Bawah
16	Merah Muda	Kasar	Sedang	Murah	Atas

Lampiran 4. Kusioner Penelitian

KUISIONER PENELITIAN

Judul Penelitian:

ANALISIS KONJOIN SEBAGAI PREFRENSI KONSUMEN DAGING SAPI DI PASAR TRADISIONAL MIMBAAN BARU KECAMATAN PANJI KABUPATEN SITUBONDO

Assalamualaikum wr. wb

Saya Rifkian Jorgi Wardana mahasiswa Progam Studi Agribisnis Fakultas Pertanian, Sains dan Teknologi Universitas Abdurachman Saleh Situbondo, yang saat ini sedang melakukan penelitian dengan judul “Analisis Konjoin Sebagai Prefrensi Konsumen Daging Sapi di Pasar Tradisional Mimbaan Baru”.

Sehubungan dengan hal tersebut saya meminta bantuan dalam pengisian lembar angket ini sesuai dengan keadaan bapak/ibu, kusioner ini hanya digunakan sebagai instrumen (data) dalam penelitian ini.

Demikian hal yang dapat saya sampaikan, atas perhatian, kerja sama, dan bantuaan yang telah bapak ibu berikan saya ucapkan terimakasih. Waasalamualaikum wrb. **Kuisioner Bagian 1**

Petunjuk Pengisian : berikan tanda centang (X) pada pilihan yang sesuai dengan kondisi yang dialami responden.

I. Karakteristik Responden

Nama :
Alamat :
No. Hp :
Jenis Kelamin : Laki-Laki Perempuan
Usia :
Pekerjaan :
Pendapatan : **A.** < Rp. 1.000.000 **B.** Rp. 1.000.000 - Rp.
3.000.000 Rp.
C. Rp.3.000.000 –Rp.5.000.000. **D.** > Rp.5.000.000.

Kuisisioner bagian 2

Sebagai konsumen Daging Sapi, berikanlah pendapat anda mengenai pengembangan Daging Sapi di Pasar Mimbaan, dengan mempertimbangkan 5 atribut produk dibawah ini. Isilah dengancara memberikan tanda centang (✓) pada kolom yang sudah disediakan.

A. Kombinasi (Stimulus) Atribut Produk

No	Warna	Tekstur	Lemak	Harga Daging	Bagian Daging	ss	cs	s	ts	sts
1	Merah Hati	Kasar	Sedikit	Mahal	Bawah					
2	Merah Cerah	Sedang	Sedikit	Sedang	Atas					
3	Merah Muda	Kasar	Banyak	Sedang	Bawah					
4	Merah Cerah	Halus	Sedang	Mahal	bawah					
5	Merah Muda	Halus	Sedikit	Sedang	Bawah					
6	Merah Muda	Halus	Sedikit	Mahal	Atas					
7	Merah Cerah	Halus	Banyak	Murah	Bawah					
8	Merah Muda	Sedang	Banyak	Mahal	Atas					
9	Merah Hati	Sedang	Sedikit	Murah	Bawah					
10	Merah Hati	Halus	Sedang	Sedang	Atas					
11	Merah Muda	Halus	Sedikit	Murah	Atas					
12	Merah Cerah	Kasar	Sedikit	Murah	Atas					
13	Merah Muda	Halus	Sedikit	Murah	Bawah					
14	Merah Hati	Halus	Banyak	Murah	Atas					
15	Merah Muda	Sedang	Sedang	Murah	Bawah					
16	Merah Muda	Kasar	Sedang	Murah	Atas					

B Keterangan

Sangat Suka (SS)	= 5
Suka (S)	= 4
Cukup Suka (CS)	=3
Tidak Suka (TS)	=2
Sangat Tidak Suka	=1

Lampiran 5. Prefrensi Konsumen Terhadap Atribut Daging Sapi

Nama	p 1	p 2	p 3	p 4	p 5	p 6	p 7	p 8	p 9	p1 10	p11 11	p1 12	p1 13	p1 14	p 15	p1 16
Riski Amalia Putri	5	3	2	4	2	2	3	3	2	3	4	3	2	4	3	2
Rifaldi	5	4	4	5	4	5	3	5	3	4	3	3	3	3	3	3
Ramada ni	5	5	3	2	3	1	5	5	2	1	2	2	2	3	5	3
Harul Fata	3	5	2	5	2	2	3	3	5	5	3	5	3	5	3	3
Reza Triamaja Putra	3	3	3	4	3	4	5	4	5	3	5	5	5	5	5	5
Ifa	5	5	2	5	2	2	2	2	2	5	5	2	3	2	2	2
Jhon Rahmat	5	5	2	4	2	2	4	2	5	3	2	3	2	5	2	2
Bapak suhdi	4	5	4	3	3	2	4	2	5	3	3	4	3	5	3	1
Nur Azizah	3	3	3	2	3	3	3	2	4	3	5	3	3	3	3	3
Sitina	5	4	4	4	4	3	3	2	4	3	3	3	5	2	3	2
Muham mad Iqbal Ramadhan	3	4	4	3	4	3	5	3	5	4	5	5	5	5	5	5
Ahkyar Hanif	3	5	5	3	5	4	4	3	5	4	5	5	5	5	5	5
Muham mad Muhsin	5	5	3	2	3	1	5	5	2	1	2	2	2	3	5	3
Bapak Ahmad	4	3	2	3	1	1	3	1	5	5	2	3	2	3	3	3
Cak Opek	4	4	2	3	5	4	1	3	2	3	2	2	2	3	2	2
Sita Wulandari	2	5	2	5	1	4	2	5	5	5	2	5	2	5	1	1
Supriadi	5	3	2	3	1	2	3	2	4	2	2	4	2	5	2	2
Dimas Andreaka	3	3	2	3	2	2	2	2	4	1	2	4	2	5	2	2

Masyono	5	1	2	3	1	1	3	3	4	4	4	3	3	4	3	5
Fara Wilda	4	5	2	3	4	5	2	4	3	3	3	2	2	4	2	2
Muhammad Ghazali	5	5	3	5	4	5	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4
Wulandari	3	2	3	2	5	1	3	1	4	2	1	5	1	3	1	1
Aisyah Nuryanti	4	5	4	3	5	5	2	3	4	2	4	4	4	5	3	2
Soekarno	1	2	2	2	1	1	4	2	4	2	2	4	2	4	2	2
Ahmad Magrada	5	3	3	5	3	5	5	4	5	3	5	5	5	5	5	5
Syafwah Camila	1	2	3	3	2	2	3	2	4	2	2	4	2	3	2	2
Rusmiati	2	2	2	2	2	3	4	2	4	4	2	4	2	3	2	2
Yuli	1	2	2	3	2	2	2	2	1	2	5	2	2	3	2	2
Wiwik	2	3	1	2	2	2	3	2	4	4	2	4	1	5	2	2
Ibu titik	1	3	2	2	3	2	2	1	3	2	2	2	1	3	2	2
Sintia Fika	2	3	2	2	2	1	4	2	5	1	2	1	3	3	1	4
Ibu Husnia	3	3	2	4	1	2	1	2	3	3	2	4	3	2	2	3
Yani	3	2	2	3	2	2	2	2	4	1	2	4	2	4	1	1
Priska dwi	3	3	2	2	2	1	2	2	3	3	2	1	4	4	3	2
Kiki Nurul Hikmah	2	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1

Lampiran 6. Hasil Uji Validitas Dan Reabilitas (*Output Spss 25 For windows*)
Tabel hasil uji Validitas

Correlations																	
	P01	P02	P03	P04	P05	P06	P07	P08	P09	P10	P11	P12	P13	P14	P15	TOTAL	
N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	
P10																	
Pearson Correlation	.142	.227	.034	.510**	-.040	.342*	-.129	.151	.276	1	.375*	.208	.303	.055	.183	.253	.461**
Sig. (2-tailed)	.415	.190	.846	.002	.819	.044	.460	.388	.109		.027	.231	.077	.753	.349	.143	.005
N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
P11																	
Pearson Correlation	.165	.055	.430**	.333	.160	.465**	.164	.287	-.009	.375*	1	.100	.689**	.123	.575**	.602**	.662**
Sig. (2-tailed)	.343	.753	.010	.051	.358	.005	.345	.084	.961	.027		.567	.000	.482	.000	.000	.000
N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
P12																	
Pearson Correlation	-.118	.039	.269	.200	.119	.237	.180	.010	.513**	.208	.100	1	.188	.566**	.105	.105	.420*
Sig. (2-tailed)	.500	.823	.119	.250	.496	.171	.301	.955	.002	.231	.567		.279	.000	.547	.549	.012
N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
P13																	
Pearson Correlation	.252	.167	.643**	.350*	.274	.456**	.297	.315	.411*	.303	.689**	.188	1	.153	.662**	.676**	.795**
Sig. (2-tailed)	.144	.338	.000	.039	.112	.006	.084	.066	.014	.077	.000	.279		.382	.000	.000	.000
N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
P14																	
Pearson Correlation	-.060	.195	.060	.096	-.027	.205	.261	.151	.556**	.055	.123	.566**	.153	1	.169	.115	.409*
Sig. (2-tailed)	.733	.262	.733	.583	.877	.238	.129	.387	.001	.753	.482	.000	.382		.331	.512	.015
N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
P15																	
Pearson Correlation	.404*	.258	.593**	.110	.329	.243	.563**	.556**	.093	.163	.575**	.105	.662**	.169	1	.726**	.766**
Sig. (2-tailed)	.016	.135	.000	.528	.053	.160	.000	.001	.597	.349	.000	.547	.000	.331		.000	.000
N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
P16																	
Pearson Correlation	.209	-.064	.348*	.140	.185	.209	.508**	.383*	.270	.253	.602**	.105	.676**	.115	.726**	1	.669**
Sig. (2-tailed)	.228	.716	.040	.423	.288	.228	.002	.023	.117	.143	.000	.549	.000	.512	.000		.000
N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
TOTAL																	
Pearson Correlation	.430**	.450**	.671**	.456**	.374*	.628**	.432**	.590**	.406*	.461**	.652**	.420*	.795**	.409*	.766**	.669**	1
Sig. (2-tailed)	.010	.007	.000	.006	.027	.000	.010	.000	.015	.005	.000	.012	.000	.015	.000	.000	.000
N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35

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

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

Lampiran 7. Tabel hasil uji Reabilitas

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	35	100.0
	Excluded ^a	0	0
	Total	35	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure

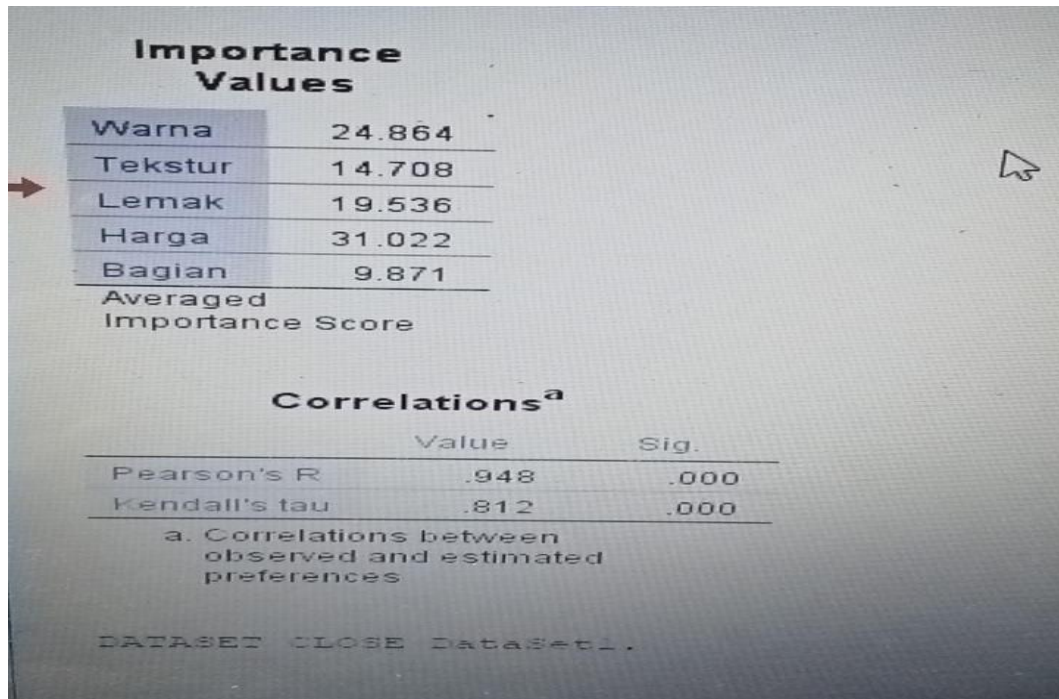
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.758	17

Lampiran 8. Nilai Kegunaan Level Atribut Daging Sapi (*Output Spss 25 For windows*)

Tingkat Kegunaan (<i>Utility</i>) Taraf Atribut				
No	Atribut Produk	Taraf	<i>Utility Estimate</i>	<i>Std. Error</i>
1	Warna	Merah Muda	-.450	.070
		Merah Cerah	.132	.082
		Merah Hati	.318	.082
2	Tekstur	Halus	-.064	.070
		Sedang	.114	.082
		Kasar	-.050	.082
3	Lemak	Sedikit	.117	.070
		Sedang	-.140	.082
		Banyak	.024	.082
4	Harga	Murah	.131	.070
		Sedang	-.087	.082
		Mahal	-.044	.082
5	Bagian	Atas	.009	.052
		Bawah	-.009	.052
	Constant		3.072	.063

Lampiran 9. Nilai Tingkat Kepentingan Level Atribut Daging Sapi (*Output Spss 25 For windows*)



The image shows a screenshot of SPSS 25 output. It contains two tables. The first table, titled 'Importance Values', lists five attributes with their respective scores. The second table, titled 'Correlations^a', shows the Pearson's R and Kendall's tau values for the attributes, along with their significance levels. A red arrow points to the 'Lemak' row in the first table, and a mouse cursor is visible on the right side of the screenshot.

Attribute	Value
Warna	24.864
Tekstur	14.708
Lemak	19.536
Harga	31.022
Bagian	9.871

Averaged Importance Score

	Value	Sig.
Pearson's R	.948	.000
Kendall's tau	.812	.000

a. Correlations between observed and estimated preferences

DATASET CLOSE DataSet1.

Lampiran 10. Dokumentasi Kegiatan



lokasi penelitian kios daging sapi dipasar Mimbaan Baru



Interaksi penjual dan pembeli



Dokumentasi Proses Wawancara / Pengisian Kuesioner