

## KAJIAN PERILAKU KONSUMEN TERHADAP PERMINTAAN GULA KELAPA DI KAB. PANGANDARAN

Intan Triani<sup>1</sup>, Dedi Sufyadi<sup>2</sup>, D. Yadi Heryadi<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Mahasiswa Program Studi Magister Agribisnis, Universitas Siliwangi

<sup>2</sup>Staff Pengajar Program Studi Magister Agribisnis

[trianyintan@yahoo.co.id](mailto:trianyintan@yahoo.co.id)

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perilaku konsumen gula kelapa di Kabupaten Pangandaran, mengetahui permintaan gula kelapa, dan menganalisis pengaruh perilaku konsumen terhadap permintaan gula kelapa. Metode penelitian yang digunakan adalah survey, pengambilan data dilakukan secara *accidental sampling* dengan kriteria faktor spontanitas pembeli yang secara tidak sengaja bertemu dengan peneliti dan sesuai dengan karakteristik penelitian dan melakukan sampling pada 96 responden. Data dianalisis secara deskriptif untuk mengetahui perilaku konsumen gula kelapa dan mengetahui permintaan gula kelapa. Sedangkan untuk mengetahui pengaruh perilaku konsumen terhadap permintaan gula kelapa dianalisis menggunakan analisis regresi linier berganda dengan bantuan program SPSS. Hasil dari penelitian ini yaitu Perilaku konsumen gula kelapa di Kabupaten Pangandaran secara keseluruhan termasuk kategori tinggi dengan nilai rata-rata 3,89. Permintaan gula kelapa di kabupaten pangandaran secara keseluruhan termasuk kedalam kategori cukup dengan nilai rata-rata 3,27. Secara serempak, variabel rasa ( $X_1$ ), warna ( $X_2$ ), daya tahan ( $X_3$ ), tempat ( $X_4$ ) dan bentuk ( $X_5$ ) berpengaruh terhadap permintaan gula kelapa ( $Y$ ). Secara parsial variabel warna ( $X_2$ ), tempat ( $X_4$ ) dan bentuk ( $X_5$ ) berpengaruh signifikan terhadap permintaan gula kelapa ( $Y$ ) sedangkan variabel rasa ( $X_1$ ) dan daya tahan ( $X_3$ ) tidak berpengaruh signifikan terhadap permintaan gula kelapa ( $Y$ ).

Kata Kunci: Gula Kelapa, Perilaku Konsumen, Permintaan

### Abstract

*This study aims to determine the consumer behavior of coconut sugar in Pangandaran Regency, determine the demand for coconut sugar, and analyze the influence of consumer behavior on the demand for coconut sugar. The research method used is a survey, data collection is carried out by accidental sampling with the criteria of the buyer's spontaneity factor accidentally meeting the researcher and in accordance with the characteristics of the study and sampling 96 respondents. The data were analyzed descriptively to determine the consumer behavior of coconut sugar and to determine the demand for coconut sugar. Meanwhile, to determine the effect of consumer behavior on the demand for coconut sugar, it was analyzed using multiple linear regression analysis with the help of the SPSS program. The results of this study are the behavior of coconut sugar consumers in Pangandaran Regency as a whole including the high category with an average value of 3.89. The demand for coconut sugar in Pangandaran district as a whole is included in the sufficient category with an average value of 3.27. Simultaneously, the variables of taste ( $X_1$ ), color ( $X_2$ ), durability ( $X_3$ ), place ( $X_4$ ) and shape ( $X_5$ ) affect the demand for coconut sugar ( $Y$ ). Partially, the color ( $X_2$ ), place ( $X_4$ ) and shape ( $X_5$ ) variables have a significant effect on the demand for coconut sugar ( $Y$ ) while the taste ( $X_1$ ) and durability ( $X_3$ ) variables have no significant effect on the demand for coconut sugar ( $Y$ ).*

Keywords: Coconut Sugar, Consumer Behavior, Demand

## Pendahuluan

Gula kelapa merupakan salah satu bahan makanan yang banyak dikonsumsi, baik oleh rumah tangga maupun industri pengolahan. Salah satu industri yang membutuhkan pasokan gula kelapa adalah industri kecap. Hal ini menunjukkan bahwa ketersediaan gula kelapa diperlukan guna memenuhi permintaan konsumen. Gula kelapa biasanya dijual dalam bentuk cetakan setengah mangkok atau setengah lingkaran (gula mangkok), adapula yang menggunakan cetakan dari bambu sehingga berbentuk bulat silindris (Said, 2007).

Gula kelapa yang tersedia di pasar dijual dalam bentuk cetakan setengah mangkok dan cetakan bambu dengan berbagai ukuran sehingga konsumen lebih memiliki banyak pilihan. Rasa, warna, daya tahan, tempat dan bentuk adalah atribut gula kelapa yang menjadi pertimbangan konsumen dalam membeli gula kelapa. Beragamnya atribut gula kelapa yang menjadi pertimbangan konsumen dalam mengambil keputusan pembelian menyebabkan konsumen akhirnya harus menentukan pilihan secara selektif, gula kelapa dengan ukuran mana yang akan dikonsumsi untuk keperluan sehari-hari. Pengambilan keputusan pembelian tidak terlepas dari keterlibatan konsumen dimana menggambarkan tingkat minat konsumen terhadap proses pembelian produk yang ditimbulkan oleh pentingnya pembelian gula kelapa dalam kehidupan sehari-hari konsumen (Fadli, 2018)

Berdasarkan uraian singkat yang telah dikemukakan sebelumnya, berbagai macam atribut pada gula kelapa dapat menimbulkan persepsi yang berbeda-beda pada setiap konsumen. Hal tersebut mempengaruhi perilaku konsumen terhadap permintaan gula kelapa di Kabupaten Pangandaran, selaras dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Nurhadi, 2018) yang menyatakan bahwa kombinasi atribut gula kelapa berdasarkan urutan kepentingan relatif yang paling diprioritaskan oleh konsumen berturut-turut dalam membeli gula kelapa adalah berwarna coklat kehitaman, berukuran sedang, dan berbentuk tempurung kelapa. Maka dari itu tujuan penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut: 1) Mengetahui perilaku konsumen gula kelapa di Kabupaten Pangandaran. 2). Mengetahui permintaan gula kelapa. 3) Menganalisis pengaruh perilaku konsumen terhadap permintaan gula kelapa.

## Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey. Pengambilan data dimulai pada tanggal 18 Oktober sampai 23 November 2020. Data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data primer dan sekunder, baik bersifat kuantitatif maupun kualitatif. Metode pengambilan sampel diambil dengan menggunakan metode *accidental sampling*. Sampel yang diambil menggunakan dasar *confident level* sebesar 95% sehingga dapat diketahui jumlah responden yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu sebanyak 96 orang responden.

Operasional variabel pada penelitian ini adalah variabel terikat yang dipengaruhi oleh variabel bebas (independen), yaitu permintaan gula kelapa (Y) dan variabel bebas yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel terikat (Sugiyono, 2014) variabel bebas, yaitu variabel (dependen) atau perilaku konsumen (X).

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

### 1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk menjawab rumusan masalah pertama dan kedua, yaitu perilaku konsumen dan permintaan gula kelapa di Kabupaten Pangandaran. Skala likert digunakan untuk menentukan perilaku konsumen dan permintaan. Skala Likert digunakan untuk menganalisa kriteria perilaku konsumen berdasarkan atribut-atribut pada gula kelapa, yaitu rasa ( $X_1$ ), warna ( $X_2$ ), daya tahan ( $X_3$ ), tempat ( $X_4$ ) dan bentuk ( $X_5$ ) dan permintaan(Y).

Dalam penelitian ini terdapat lima kategori atau kelas untuk perilaku konsumen dan permintaan gula kelapa, yaitu: sangat rendah, rendah, cukup, tinggi dan sangat tinggi. Untuk menentukan panjang interval kelas tersebut menurut (Mela & Ahsan, 2020) rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$\text{panjang interval kelas} = \frac{\text{data tertinggi} - \text{data terendah}}{\text{jumlah kelas}} \quad (1)$$

Atau

$$PIK = \frac{(n \times SK_{ti} \times P) - (n \times SK_{tr} \times P)}{\text{jumlah kelas}} \quad (2)$$

Keterangan:

n= jumlah responden

SK<sub>ti</sub>=skor tertinggi

SK<sub>tr</sub>= Skor terendah

P=Jumlah pernyataan

## 2. Analisis Regresi Linier Berganda

Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan bantuan program SPSS, kemudian hasilnya disajikan dalam bentuk tabel dan dijelaskan secara deskriptif. Sebelum data diuji dengan alat pengujian, diperlukan beberapa langkah pengujian data terlebih dahulu, yaitu uji validasi dan uji reabilitas.

### 1) Metode Successive Interval (MSI)

Data yang diperoleh dari lapangan adalah data ordinal. Data ordinal tidak dapat digunakan untuk analisis kualitatif seperti analisis regresi. Oleh karena itu, data ordinal tersebut harus ditransformasikan terlebih dahulu menjadi data interval dengan Metode *Successive Interval* (MSI) agar data tersebut dapat dianalisis.

$$SV_i = \frac{\text{density at lower limit} - \text{density at upper limit}}{\text{area under upper limit} - \text{area under lower limit}} \quad (3)$$

(Suliyanto, 2005)

### 2) Uji Validitas dan Reabilitas

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuisioner. Uji validitas dan reabilitas dilakukan untuk menguji apakah kuisioner layak digunakan sebagai instrumen penilaian atau tidak.

#### a. Uji Validitas

Uji ini menggunakan uji korelasi *Person Product Moment*. Dalam uji ini setiap item akan diuji relasinya dengan skor total variabel yang dimaksud. Dalam hal ini masing-masing item yang ada didalam variabel X dan Y akan diuji relasinya dengan skor total variabel tersebut.

#### b. Uji Reliabilitas

Uji bertujuan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukuran yang sama pula. uji reliabilitas dilakukan dengna uji *Alpha Cronbanch*, digunakan untuk menentukan instrumen penelitian reliabel atau tidak.

### 3) Uji Asumsi Klasik

Penelitian ini menggunakan alat analisis regresi untuk menguji hipotesis penelitian. Analisis regresi mengharuskan beberapa asumsi yang harus dipenuhi yaitu sebagai berikut:

- a. Uji Multikolinieritas
- b. Uji Heteroskedastisitas
- c. Uji Normalitas
- d. Uji Autokorelasi

Untuk menguji ada atau tidaknya autokorelasi, maka dilakukan pengujian *Durbin-Watson (DW)* dengan ketentuan sebagai berikut: Jika  $H_0$  adalah dua ujung, yaitu bahwa tidak terjadi autokorelasi positif maupun negatif, maka jika (Nandita & Kusumawati, 2018)

$DW < d_L$	:	menolak $H_0$
$DW > 4 - d_L$	:	menolak $H_0$
$d_u < DW < 4 - d_u$	:	tidak menolak $H_0$
$d_L \leq DW \leq d_u$	:	pengujian tidak meyakinkan
$4 - d_u \leq DW \leq 4 - d_L$	:	pengujian tidak meyakinkan

Analisis linear berganda merupakan alat analisis yang menjelaskan tentang akibat-akibat dan besarnya akibat yang ditimbulkan oleh satu lebih variabel bebas ( $X$ ) terhadap satu variabel terkait ( $Y$ ). Metode ini digunakan untuk menganalisis pengaruh dari variabel independen yaitu rasa ( $X_1$ ), warna ( $X_2$ ), daya tahan ( $X_3$ ), tempat ( $X_4$ ) dan bentuk ( $X_5$ ) terhadap variabel dependen permintaan gula kelapa ( $Y$ ). Rumus yang digunakan:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e \quad (4)$$

Keterangan :

$\alpha$	=	Konstanta ( <i>intercept</i> )
$b_1$ $b_2$ $b_3$	=	Koefisien regresi dari masing-masing variabel independen
$e$	=	<i>Error Estimate</i>
$Y$	=	Permintaan gula kelapa
$X$	=	Perilaku Konsumen
$X_1$	=	Rasa
$X_2$	=	Warna
$X_3$	=	Daya Tahan
$X_4$	=	Tempat
$X_5$	=	Bentuk

Pengujian pengaruh perilaku konsumen terhadap permintaan gula kelapa secara simultan dilakukan dengan menggunakan uji-F, sedangkan secara parsial dilakukan dengan menggunakan uji-t.

## Hasil dan Pembahasan

### Perilaku Konsumen Gula Kelapa di Kabupaten Pangandaran

Atribut adalah karakteristik atau ciri-ciri yang dimiliki oleh suatu objek atau produk. Atribut gula kelapa dalam penelitian ini meliputi atribut rasa ( $X_1$ ), warna ( $X_2$ ), daya tahan ( $X_3$ ), tempat ( $X_4$ ) dan bentuk ( $X_5$ ).

Tabel 1  
Skor Perilaku Konsumen Atribut Rasa ( $X_1$ )

No	Atribut Rasa ( $X_1$ )	Skor yang dicapai	Skor maksimal	Kategori
1	Gula kelapa yang memiliki rasa unik.	3,78	5,00	Tinggi
2	Rasa gula kelapa yang manis.	4,26	5,00	S. Tinggi
3	Gula kelapa memiliki rasa yang sedikit pahit.	3,63	5,00	Tinggi
Rata-rata		3,89		Tinggi

Sumber: Data Primer Diolah, 2020

Tabel 1 menunjukkan bahwa pengaruh atribut Rasa ( $X_1$ ) dalam keputusan mengkonsumsi gula kelapa konsumen sangat tinggi, dengan nilai rata-rata 4,26. Konsumen yang memutuskan mengkonsumsi gula kelapa dengan memiliki rasa yang sedikit pahit dapat dikategorikan tinggi peminatnya, sedangkan untuk gula kelapa yang memiliki rasa unik juga cukup diminati oleh konsumen, yaitu mencapai nilai rata-rata 3,78. Nilai seluruh indikator pada atribut rasa memiliki kategori tinggi, artinya konsumen dalam memutuskan mengkonsumsi gula kelapa sebagian besar memperhatikan atribut rasa.

Tabel 2  
Skor Perilaku Konsumen Atribut Warna ( $X_2$ )

No	Atribut Warna ( $X_2$ )	Skor yang dicapai	Skor maksimal	Kategori
1	Warna gula kelapa yang menarik	3,77	5,00	Tinggi
2	Gula kelapa yang berwarna coklat keemasan	3,93	5,00	Tinggi
3	Gula kelapa berwarna coklat kehitam-hitaman	3,91	5,00	Tinggi
Rata-rata		3,87		Tinggi

Sumber: Data Primer Diolah, 2020

Berdasarkan Tabel 2, hasil penelitian menunjukkan bahwa atribut Warna ( $X_2$ ) pada gula kelapa yang paling banyak dipilih oleh konsumen adalah yang berwarna kuning keemasan dengan nilai rata-rata 3,93. Adapun gula kelapa berwarna coklat kehitam-hitaman, atau gula yang digosongkan saat proses pembuatan, memperoleh nilai rata-rata 3,91 yang menempatkannya pada posisi ke dua. Di sisi lain, warna gula kelapa yang menarik dengan kategori tinggi hanya mencapai nilai rata-rata 3,77, terkecil di antara warna lainnya. Nilai rata-rata seluruh indikator pada atribut warna adalah 3,87, yang memasukkannya dalam kategori tinggi. Hal tersebut menunjukkan bahwa konsumen dalam memutuskan mengkonsumsi gula kelapa sebagian besar memperhatikan atribut warna.

Tabel 3  
Skor Perilaku Konsumen Atribut Daya Tahan ( $X_3$ )

No	Atribut Daya Tahan ( $X_3$ )	Skor yang dicapai	Skor maksimal	Kategori
1	Daya tahan gula yang mencapai lebih dari 1 bulan	3,99	5,00	Tinggi
2	Daya tahan gula kelapa kurang dari 1 bulan	3,56	5,00	Tinggi
3	Gula kelapa yang tidak mudah berair	4,21	5,00	Tinggi
Rata-rata		3,92		Tinggi

Sumber: Data Primer Diolah, 2020

Tabel 3 menunjukkan pengaruh atribut daya tahan ( $X_3$ ) dalam keputusan konsumen dalam mengkonsumsi gula kelapa. Gula kelapa yang tidak mudah berair masuk dalam kategori tinggi dengan nilai rata-rata 4,21. Adapun gula dengan daya tahan mencapai lebih dari 1 bulan dan kurang dari 1 bulan masing-masing bernilai 3,99 dan 3,56, yang menunjukkan keduanya berada dalam kategori tinggi. Nilai seluruh indikator pada atribut daya tahan dalam kategori tinggi dengan nilai rata-rata 3,92 yang artinya konsumen dalam memutuskan mengkonsumsi gula kelapa sebagian besar memperhatikan atribut daya tahan.

Tabel 4  
Skor Perilaku Konsumen Atribut Tempat ( $X_4$ )

No	Atribut Tempat ( $X_4$ )	Skor yang dicapai	Skor maksimal	Kategori
1	Berbelanja gula kelapa di pasar tradisional	4,26	5,00	S.Tinggi
2	Membeli gula kelapa saat berbelanja kebutuhan lain di pasar tradisional	3,99	5,00	Tinggi
3	Sengaja meluangkan waktu untuk membeli gula kelapa di pasar tradisional	3,69	5,00	Tinggi
Rata-rata		3,98		Tinggi

Sumber: Data Primer Diolah, 2020

Tabel 4 menunjukkan pengaruh atribut tempat ( $X_4$ ) terhadap keputusan konsumen dalam mengkonsumsi gula kelapa. Berbelanja gula kelapa di pasar tradisional memiliki nilai rata-rata terbesar, yakni 4,26 sehingga termasuk dalam kategori sangat tinggi. Adapun dengan sengaja meluangkan waktu hanya untuk membeli gula kelapa memiliki kategori tinggi dengan nilai rata-rata 3,69. Nilai seluruh indikator pada atribut tempat termasuk dalam kategori tinggi dengan nilai rata-rata 3,98, artinya konsumen dalam memutuskan mengkonsumsi gula kelapa sebagian besar memperhatikan atribut tempat.

Tabel 5  
Skor Perilaku Konsumen Atribut Bentuk ( $X_5$ )

No	Atribut Bentuk ( $X_5$ )	Skor yang dicapai	Skor maksimal	Kategori
1	Gula kelapa ukuran setengah mangkok	2,83	5,00	Cukup
2	Gula kelapa ukuran cetakan bambu	4,00	5,00	Tinggi

No	Atribut Bentuk (X <sub>5</sub> )	Skor yang dicapai	Skor maksimal	Kategori
3	Ukuran cetakan bambu lebih sering dibeli daripada bentuk ukuran yang lainnya	4,26	5,00	S. Tinggi
4	Tidak memperlmasalahkan ukuran gula kelapa	4,14	5,00	Tinggi
	Rata-rata	3,81		Tinggi

Sumber: Data Primer Diolah, 2020

Tabel 5 menunjukkan bahwa atribut bentuk (X<sub>5</sub>) berpengaruh terhadap keputusan mengkonsumsi gula kelapa. Konsumen lebih memperhatikan ukuran cetakan bambu dibandingkan bentuk ukuran yang lainnya, dengan nilai rata-rata 4,26 yang membuatnya masuk dalam kategori sangat tinggi. Sedangkan untuk gula kelapa dengan ukuran setengah mangkok masuk dalam kategori cukup dengan nilai rata-rata 2,83. Nilai seluruh indikator pada atribut bentuk berada dalam kategori tinggi dengan nilai rata-rata 3,81, artinya konsumen dalam memutuskan mengkonsumsi gula kelapa sebagian besar memperhatikan atribut bentuk.

### Permintaan Gula Kelapa di Kabupaten Pangandaran

Permintaan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah banyaknya permintaan gula kelapa oleh konsumen yang berasal dari pembelian selama satu bulan. Harga gula kelapa dalam penelitian ini adalah jumlah uang yang dibayarkan oleh konsumen untuk mendapatkan satu kilogram gula kelapa. Dari tabel 6 di bawah ini, dapat dilihat besarnya pembelian dan harga gula kelapa di Kabupaten Pangandaran.

Tabel 6  
Skor Permintaan Gula Kelapa Faktor Harga

No	Atribut Faktor Harga (Y <sub>1</sub> )	Skor yang dicapai	Skor maksimal	Kategori
1	Saat harga gula kelapa turun maka permintaan lebih dari 1 kg	3,46	5,00	Tinggi
2	Harga gula kelapa sedang mahal maka membeli kurang dari 1 kg	3,20	5,00	Cukup
3	Tidak terlalu peduli dengan harga gula kelapa	3,22	5,00	Cukup
	Rata-rata	3,29		Cukup

Sumber: Data Primer Diolah, 2020

Tabel 6 hasil menunjukkan bahwa pada saat harga gula kelapa turun maka permintaan lebih dari 1 kg masuk dalam kategori tinggi dengan nilai rata-rata 3,46. Harga gula kelapa selama penelitian dilakukan tidak mengalami fluktuasi yang tinggi dikarenakan ketersediaan gula kelapa selalu terjaga di Kabupaten Pangandaran, khususnya di pasar tradisional, karena apabila ketersediaan gula kelapa tidak terjaga maka fluktuasi harga yang tinggi sulit dicegah. Selama satu bulan penelitian yaitu bulan Oktober sampai November, harga gula kelapa berkisar antara Rp.15.000/Kg sampai Rp.16.000/Kg.

Pada saat harga gula kelapa sedang mahal maka membeli kurang dari 1 kg masuk dalam kategori cukup dengan nilai rata-rata 3,20. Nilai seluruh indikator pada atribut faktor harga

dalam kategori cukup dengan nilai rata-rata 3,29 yang artinya sebagian kecil memperhatikan atribut faktor harga untuk menjadi pertimbangan dalam membeli gula kelapa.

Mengacu pada Tabel 7, hasil penelitian menunjukkan bahwa pada atribut faktor pendapatan banyak yang memilih membeli gula kelapa walaupun pendapatan tidak menentu dengan nilai rata-rata 3,71 dengan kategori tinggi. Sebagian kecil konsumen memiliki pendapatan bulanan yang kurang sehingga tidak membeli gula kelapa, karena banyaknya kebutuhan yang lebih mendesak dan penting seperti membeli beras dan bahan makanan yang lain maka konsumen lebih memilih tidak membeli gula kelapa pada saat seperti ini. Nilai seluruh indikator pada atribut faktor pendapatan dalam kategori cukup dengan nilai rata-rata 3,31 yang artinya sebagian kecil memperhatikan atribut faktor pendapatan untuk menjadi pertimbangan dalam membeli gula kelapa.

Tabel 7  
Skor Permintaan Gula Kelapa Faktor Pendapatan

No	Atribut Faktor Pendapatan (Y <sub>2</sub> )	Skor yang dicapai	Skor maksimal	Kategori
1	Pendapatan bulanan lebih maka anda membeli gula kelapa dengan jumlah 2 kali lipat dari biasanya	2,86	5,00	Cukup
2	Pendapatan bulanan kurang anda tidak membeli gula kelapa	2,81	5,00	Cukup
3	Membeli gula kelapa walaupun pendapatan tidak menentu	3,71	5,00	Tinggi
Rata-rata		3,13		Cukup

Sumber: Data Primer Diolah, 2020

Berdasarkan Tabel 8 hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam satu kali pembelian gula kelapa konsumen membeli 1 kg perbulan dengan kategori cukup dengan nilai rata-rata 3,33. Pada saat penelitian konsumen hanya membeli gula kelapa sebanyak 1 kg dalam satu kali pembelian karena gula kelapa yang dibeli hanya untuk dikonsumsi sendiri dan digunakan untuk pelengkap masakan. Pembelian gula kelapa lebih dari 5kg/bulan memiliki kategori rendah dengan nilai rata-rata 2,39.

Pada saat penelitian yang membeli gula kelapa lebih dari 5 kg/bulan dilakukan oleh konsumen yang berprofesi sebagai pedagang olahan makanan sehingga untuk intensitas kebutuhannya lebih banyak dari pada untuk di konsumsi sendiri. Nilai seluruh indikator pada atribut faktor intensitas kebutuhan dalam kategori cukup dengan nilai rata-rata 2,76 yang artinya sebagian kecil memperhatikan atribut faktor intensitas kebutuhan untuk menjadi pertimbangan dalam membeli gula kelapa.

Tabel 8  
Skor Permintaan Gula Kelapa Faktor Intensitas Kebutuhan

No	Atribut Intensitas Kebutuhan (Y <sub>3</sub> )	Skor yang dicapai	Skor maksimal	Kategori
1	Dalam satu kali pembelian gula kelapa membeli 1 kg/bulan	3,33	5,00	Cukup
2	Gula kelapa yang dibeli 2 kg/bulan	2,55	5,00	Rendah
3	Pembelian gula kelapa lebih dari 5 kg/bulan	2,39	5,00	Rendah
Rata-rata		2,76		Cukup

Sumber: Data Primer Diolah, 2020

Tabel 9  
Skor Permintaan Gula Kelapa Faktor Selera

No	Atribut Bentuk (X <sub>s</sub> )	Skor yang dicapai	Skor maksimal	Kategori
1	Gula kelapa yang dibeli lebih banyak manfaatnya	4,01	5,00	Tinggi
2	Membeli gula kelapa karena suka dengan rasanya	3,73	5,00	Tinggi
3	Membeli gula kelapa karena kemasannya	3,02	5,00	Cukup
Rata-rata		3,59		Tinggi

Sumber: Data Primer Diolah, 2020

Berdasarkan Tabel 9 hasil penelitian menunjukkan bahwa gula kelapa yang dipilih oleh konsumen yaitu gula kelapa dengan banyak manfaatnya dengan kategori tinggi dan nilai rata-rata 4,01. Sebagian kecil konsumen yang membeli gula kelapa karena kemasannya dengan kategori cukup dan nilai rata-ratanya 3,02. Nilai seluruh indikator pada atribut faktor selera dalam kategori tinggi dengan nilai rata-rata 3,59 yang artinya sebagian besar memperhatikan atribut faktor selera untuk menjadi pertimbangan dalam membeli gula kelapa.

Tabel 10  
Skor Permintaan Gula Kelapa Faktor Barang Substitusi

No	Atribut Faktor Barang Substitusi (Y <sub>s</sub> )	Skor yang dicapai	Skor maksimal	Kategori
1	Gula pasir dapat menggantikan gula kelapa	3,14	5,00	Cukup
2	Gula aren dapat menggantikan gula kelapa	3,74	5,00	Tinggi
3	Gula kelapa lebih murah harganya daripada gula aren	3,82	5,00	Tinggi
Rata-rata		3,57		Cukup

Sumber: Data Primer Diolah, 2020

Berdasarkan Tabel 10 hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya gula aren dan gula pasir tidak mempengaruhi konsumen membeli gula kelapa, ini dikarenakan harga gula kelapa lebih murah daripada gula aren. Pada saat penelitian harga gula aren yang ada di pasar adalah Rp. 19.500/kg sampai dengan Rp. 20.000 dengan rata-rata Rp. 19.750/kg dan gula pasir Rp.15.400/kg. Konsumen merasa terbiasa mengkonsumsi gula kelapa untuk kebutuhan tertentu yang posisinya tidak dapat digantikan oleh gula jenis lainnya. Hal ini membuktikan bahwa kebiasaan konsumen Kabupaten Pangandaran berpengaruh sangat besar dalam penentuan permintaan gula kelapa. Nilai seluruh indikator pada atribut faktor barang substitusi dalam kategori cukup dengan nilai rata-rata 3,57 yang artinya sebagian kecil memperhatikan atribut faktor barang substitusi untuk menjadi pertimbangan dalam membeli gula kelapa.

### **Pengaruh Perilaku Konsumen terhadap Permintaan Gula Kelapa di Kabupaten Pangandaran**

#### 1. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik diterapkan untuk memastikan model yang dihasilkan bersifat BLUE (*Best Linear Unbiased Estimator*). Uji asumsi klasik pada penelitian ini terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas.

1) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Uji multikolinearitas dilakukan dengan menggunakan *software* SPSS 16. Hasil uji multikolinearitas yang terdapat pada lampiran 4, menunjukkan bahwa nilai VIF variabel rasa ( $X_1$ ) sebesar 1,158, variabel warna ( $X_2$ ) sebesar 1,251, variabel daya tahan ( $X_3$ ) sebesar 1,503, variabel tempat ( $X_4$ ) 1,399 dan variabel bentuk ( $X_5$ ) sebesar 1,399. Nilai VIF dari semua variabel bebas  $< 10$ , maka tidak terdapat multikolinearitas dalam model regresi.

2) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan menggunakan uji *glejser*. Hasil uji heteroskedastisitas pada lampiran 5 menunjukkan bahwa nilai signifikansi variabel rasa ( $X_1$ ) sebesar 0,655, variabel warna ( $X_2$ ) sebesar 0,649, variabel daya tahan ( $X_3$ ) sebesar 0,099, variabel tempat ( $X_4$ ) 0,787 dan variabel bentuk ( $X_5$ ) sebesar 0,186  $> \alpha = 0,05$ , maka tidak terdapat heteroskedastisitas, artinya data yang digunakan bersifat homoskedastisitas.

3) Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Hasil uji normalitas diketahui pada lampiran 6 bahwa nilai signifikansi Asymp.Sig (2-tailed) sebesar 0,620 lebih besar dari  $\alpha = 0,05$ . Maka sesuai dengan dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas *kolmogorov-smirnov*, dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal. Dengan demikian, asumsi atau persyaratan normalitas dalam model regresi sudah terpenuhi.

4) Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode  $t$  dengan kesalahan pengganggu pada periode  $t-1$  (sebelumnya). Hasil uji autokorelasi pada Lampiran 7 menunjukkan bahwa nilai *Durbin-Watson stat* sebesar 2,069. Nilai  $dL$  dan  $dU$  pada  $\alpha = 0,05$  dan  $k$  (jumlah variabel bebas) = 5 dan  $n$  sebanyak 96 adalah sebesar 1,5600 dan 1,7785. Nilai *Durbin-Watson* ( $d$ ) sebesar 2,069 lebih besar dari batas ( $dU$ ) yakni 1,7785 dan kurang dari ( $4-dU$ )  $4-1,7785 = 2,2215$ , maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat masalah atau gejala autokorelasi. Dengan demikian maka analisis regresi linear berganda untuk uji hipotesis penelitian di atas dapat dilakukan atau dilanjutkan.

2. Uji Simultan (Uji “F”)

Uji “F” dilakukan menggunakan analisis tabel anova dengan menggunakan program SPSS. Uji “F” bertujuan untuk mengetahui apakah kelima variabel independen yang dimasukkan dalam model secara bersama-sama berpengaruh nyata terhadap variabel dependen.

Hasil uji F menunjukkan bahwa nilai  $F_{hitung}$  sebesar 12,190 serta nilai sig. sebesar 0,000. Nilai sig. sebesar  $0,000 < \alpha = 0,05$ . Dengan  $df=96$  diperoleh  $F_{tabel}$  sebesar 2,31. Dari hasil yang diperoleh dapat dilihat bahwa  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka variabel rasa, warna, daya tahan, tempat dan bentuk secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap permintaan gula kelapa. Maka  $H_0$  ditolak, artinya kelima variabel independen yang dimasukkan dalam model secara bersama-sama berpengaruh nyata terhadap variabel dependen. Perhitungan mendetail mengenai uji F yang dilakukan dapat dilihat pada tabel 11.

Tabel 11  
Hasil uji F menggunakan tabel ANOVA

	Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2359.217	5	471.843	12.190	.000 <sup>a</sup>
	Residual	3483.741	90	38.708		
	Total	5842.958	95			

a. Predictors: (Constant), Variabel Bentuk (X<sub>5</sub>), Variabel Rasa (X<sub>1</sub>), Variabel Tempat (X<sub>4</sub>), Variabel Daya Tahan (X<sub>3</sub>), Variabel Warna (X<sub>2</sub>)

b. Dependent Variable: Permintaan Gula Kelapa Y

Sumber: Data Primer diolah, 2020

### 3. Uji Parsial (Uji “t”)

Keputusan pembelian gula kelapa di Kabupaten Pangandaran dipengaruhi oleh lima indikator yaitu rasa (X<sub>1</sub>), warna (X<sub>2</sub>), daya tahan (X<sub>3</sub>), tempat (X<sub>4</sub>) dan bentuk (X<sub>5</sub>). Pengujian dilakukan dengan uji regresi linear berganda menggunakan *software* SPSS 16. Hasil pengujian regresi linear berganda disajikan pada Tabel 12.

Uji “t” digunakan untuk menguji apakah masing-masing variabel independen yang dimasukkan dalam model berpengaruh secara parsial (sendiri-sendiri) terhadap variabel dependen. Uji “t” dapat dijelaskan sebagai berikut:

Tabel 12  
Hasil analisis regresi linear berganda uji t

Variabel	Koefisien Regresi	t <sub>hitung</sub>	t <sub>tabel</sub>	Prob
Konstanta (C)	4.081	0.607	1,9866	0.546
X <sub>1</sub>	-0.051	-0.107		0.915
X <sub>2</sub>	1.006	1.990		0.050
X <sub>3</sub>	0.732	1.614		0.110
X <sub>4</sub>	1.096	2.442		0.017
X <sub>5</sub>	0.947	2.965		0.004

Sumber: Data Primer diolah, 2020

Persamaan regresi pada Tabel 12 adalah sebagai berikut:

$$Y = 4,081 - 0,051X_1 + 1,006X_2 + 0,732X_3 + 1,096X_4 + 0,947X_5 + e$$

#### a. Konstanta

Model regresi menunjukkan nilai konstanta sebesar 4.081. artinya permintaan gula kelapa dipengaruhi oleh variabel-variabel seperti rasa (X<sub>1</sub>), warna (X<sub>2</sub>), daya tahan (X<sub>3</sub>), tempat (X<sub>4</sub>) dan bentuk (X<sub>5</sub>) maka akan meningkatkan tingkat permintaan secara positif (Y).

#### b. Variabel Rasa (X<sub>1</sub>)

Berdasarkan Tabel 4.12 menunjukkan bahwa nilai t<sub>hitung</sub> sebesar -0,107 serta nilai sig 0,915. Dengan df=96-5-1=90 diperoleh t<sub>tabel</sub> sebesar 1,9866, dari hasil yang diperoleh dapat dilihat bahwa t<sub>hitung</sub> sebesar -0,107 < t<sub>tabel</sub> sebesar 1,9866 serta memiliki nilai signifikansi sebesar 0,915 > (α = 0,05), maka H<sub>0</sub> diterima, artinya variabel rasa tidak berpengaruh signifikan

secara nyata terhadap permintaan gula kelapa di Kabupaten Pangandaran. Hal ini berbanding terbalik dengan penelitian (Jati, 2015) yang berjudul “Pertimbangan konsumen dalam membeli produk gula kelapa di Kabupaten Banyumas” yang menyatakan bahwa atribut rasa menjadi pertimbangan dalam membeli produk gula kelapa di Kabupaten Banyumas.

Konsumen kurang memperhatikan variabel rasa ( $X_1$ ) sebagai pertimbangan dalam membeli gula kelapa, karena sebagian besar konsumen mempertimbangkan akan kebutuhan gula kelapa yang merupakan bahan pokok bagi rumah tangga. Menurut (Hernamawati, 2018) Kabupaten Pangandaran menggunakan bahan *sodium metabisulfit* cukup banyak yaitu rata-rata 21,25 pcs per bulan (5.310,63 g) berdasarkan peraturan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia Nomor 36 Tahun 2013, batas maksimum penggunaan *Sodium Matabisulfit* pada gula kelapa yaitu 40 mg/kg.

c. Variabel warna ( $X_2$ )

Nilai  $t_{hitung}$  sebesar 1,990 serta nilai sig 0,050, sedangkan nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1,9866. Nilai  $t_{hitung}$  sebesar 1,990 >  $t_{tabel}$  sebesar 1,9866 serta memiliki nilai signifikansi sebesar 0,050 = ( $\alpha = 0,05$ ), maka  $H_0$  ditolak, artinya variabel warna ( $X_2$ ) berpengaruh signifikan secara nyata terhadap permintaan gula kelapa di Kabupaten Pangandaran. Warna gula kelapa dianggap penting oleh para konsumen karena fungsi gula kelapa dalam banyak olahan makanan juga berperan sebagai pewarna yang dapat memberikan warna yang menarik pada makanan hasil olahan itu sendiri. Hal ini sesuai dengan pendapat (Zuliana et al., 2016) yang menyatakan bahwa selain berfungsi sebagai pemanis, gula kelapa juga berfungsi sebagai pemberi warna cokelat pada makanan olahan. Pemilihan warna gula kelapa yang sesuai dengan tujuan penggunaannya akan berakibat pada warna hasil olahan makanan ataupun minuman yang menarik.

d. Variabel Daya Tahan ( $X_3$ )

Nilai  $t_{hitung}$  sebesar 1,614 serta nilai sig 0,110, sedangkan nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1,9866. Nilai  $t_{hitung}$  sebesar 1,614 <  $t_{tabel}$  1,9866 serta memiliki nilai signifikansi sebesar 0,110 > ( $\alpha = 0,05$ ), maka  $H_0$  diterima, artinya variabel daya tahan tidak berpengaruh signifikan secara nyata terhadap permintaan gula kelapa di Kabupaten Pangandaran. Hal ini dikarenakan konsumen cenderung membeli gula kelapa hanya untuk konsumsi harian sebagai tambahan penyedap rasa pada masakan, sehingga sebelum gula kelapa berair dan genap satu bulan pemakaian gula kelapa sudah habis di konsumsi.

e. Variabel Tempat ( $X_4$ )

Nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,442 serta nilai sig 0,017, sedangkan nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1,9866. Nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,442 >  $t_{tabel}$  1,9866 serta memiliki nilai signifikansi sebesar 0,017 < ( $\alpha = 0,05$ ), maka  $H_0$  ditolak, artinya variabel tempat ( $X_4$ ) berpengaruh signifikan secara nyata terhadap permintaan gula kelapa di Kabupaten Pangandaran. Hal ini dikarenakan konsumen gula kelapa lebih banyak membeli gula kelapa di pasar tradisional yang ada di Kabupaten Pangandaran dari pada di tempat lain. Konsumen gula kelapa cenderung memilih berbelanja gula kelapa di pasar terdekat dari tempat tinggalnya, hal ini dianggap konsumen karena pasar tradisional yang berada di dekat tempat tinggal lebih terjangkau.

f. Variabel Bentuk ( $X_5$ )

Nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,965 serta nilai sig 0,004, sedangkan nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1,9866. Nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,965 >  $t_{tabel}$  1,9866 serta memiliki nilai signifikansi sebesar 0,004 < ( $\alpha = 0,05$ ), maka  $H_0$  ditolak, artinya variabel bentuk ( $X_5$ ) berpengaruh signifikan secara nyata terhadap permintaan gula kelapa di Kabupaten Pangandaran. Hal ini sesuai dengan

penelitian Nurhadi (2018) yang berjudul “Preferensi konsumen gula kelapa di pasar Godean Kabupaten Sleman Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta” yang menyatakan bahwa atribut bentuk menjadi prioritas dalam memilih gula kelapa, bentuk gula kelapa yang beredar di pasaran terdiri dari berbagai cetakan.

Hal ini sesuai dengan pendapat (Heri, M., 2007) yang menyatakan bahwa gula kelapa yang ada di pasaran biasanya bentuk setengah elips yang dicetak menggunakan cetakan tempurung kelapa, dan ada pula yang berbentuk cetakan bambu. Variabel bentuk ( $X_5$ ) gula kelapa yang ada di pasar-pasar besar Kabupaten Pangandaran yaitu bentuk gula kelapa berdasarkan cetakan yang digunakan oleh pengrajin gula yaitu bentuk cetakan bambu.

## Kesimpulan

Perilaku konsumen gula kelapa di Kabupaten Pangandaran secara keseluruhan termasuk kategori tinggi, dan permintaan gula kelapa secara keseluruhan termasuk kedalam kategori cukup, dari hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa dari kelima variabel independen yaitu variabel rasa ( $X_1$ ), warna ( $X_2$ ), daya tahan ( $X_3$ ), tempat ( $X_4$ ) dan bentuk ( $X_5$ ) berpengaruh terhadap permintaan gula kelapa ( $Y$ ) sedangkan untuk variabel independen yang dimasukkan dalam model berpengaruh secara parsial atau sendiri-sendiri variabel rasa ( $X_1$ ) dan daya tahan ( $X_3$ ) tidak berpengaruh signifikan terhadap permintaan gula kelapa ( $Y$ ). Dengan demikian Diharapkan produsen dan atau pemasar mampu menimbulkan persepsi yang kuat oleh konsumen terhadap gula kelapa yang di produksinya dan tidak mudah beralih ke gula yang lain sehingga dapat meningkatkan penjualan gula kelapa.

## Ucapan Terima Kasih

Segala puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT berkat rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan jurnal yang berjudul “Kajian Perilaku Konsumen terhadap Permintaan Gula Kelapa di Kabupaten Pangandaran” penulis juga mengucapkan terimakasih kepada Dr. H. Dedi Sufyadi, Ir., M.S dan Dr. H. D. Yadi Heryadi, Ir., M.Sc selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan serta senantiasa memberikan motivasi kepada penulis dalam menyelesaikan jurnal ini dan kepada pihak lain yang senantiasa membantu dan memberikan dukungan bagi penulis.

## Daftar Pustaka

- Fadli, N. A. (2018). *Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Permintaan Minyak Goreng (Studi Kasus: Pasar Pagi Kabupaten Aceh Tamiang)*.
- Heri, M., M. L. (2007). *Pendampingan penerapan diverivikasi produk gula kelapa/merah kemasan kecil*. 4(73), 81.
- Hernamawati, E. (2018). *Struktur Biaya dan Pendapatan Usaha Tani Gula Kelapa di Desa Purbahayu, Kecamatan Pangandaran, Kabupaten Pangandaran*.
- Jati, D. P. (2015). Pertimbangan Konsumen dalam Membeli Produk Gula Kelapa di Kabupaten Banyumas. *Jurnal Ekonomi Dan Pembangunan*, 23(2), 125–134.
- Mela, E., & Ahsan, A. (2020). Produk potensial nira kelapa untuk dikembangkan pada skala UMKM di Banyumas. *Agrin*, 23(2), 85–102.
- Nandita, A., & Kusumawati, R. (2018). Pengaruh profitabilitas, leverage, size dan kebijakan deviden terhadap nilai perusahaan. *Change Agent For Management Journal*, 2(2), 188–199.
- Nurhadi, A. (2018). *PREFERENSI KONSUMEN GULA KELAPA DI PASAR GODEAN*

*KABUPATEN SLEMAN PROVINSI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA*. program Studi S-1 Agribisnis Departemen Pertanian.

Said, A. (2007). *Pembuatan Gula Kelapa*. Ganeca Exact.

Sugiyono, P. D. (2014). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*(Sutopo. *Alfabeta, CV*.

Suliyanto. (2005). *Analisis Data Dalam Aplikasi Pemasaran*. Penerbit Ghalia: Bogor.

Zuliana, C., Widyastuti, E., & Susanto, W. H. (2016). PEMBUATAN GULA SEMUT KELAPA (KAJIAN pH GULA KELAPA DAN KONSENTRASI NATRIUM BIKARBONAT)[IN PRESS JANUARI 2016]. *Jurnal Pangan Dan Agroindustri*, 4(1).