

**ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP PRODUK KERIPIK TEMPE  
BUK JA DI PASURUAN**

**SKRIPSI  
DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI PERSYARATAN  
MEMPEROLEH GELAR SARJANA STRATA 1**



**Oleh:**

**NUR KHASANA**

**NIM : 202069070002**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS**

**FAKULTAS PERTANIAN**

**2024**

## HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Produk Keripik  
Tempe Buk Ja Di Pasuruan  
Nama : Nur Khasanah  
NIM : 202069070002  
Program Studi : Agribisnis

Telah Diperiksa dan Disetujui Dipertahankan Didepan Penguji

Pasuruan, 13 Juli 2024

Menyetujui

Dosen Pembimbing

Kaprodi Agribisnis

**Rr. Sri Karuniari Nuswardhani, SP., M.MA**

**Desy Cahyaning Utami, SP., MP**

NIP. Y 0691408033

NIP.Y 0691109026

## TANDA PENGESAHAN

TELAH DIPERTAHANKAN DIDEPAN MAJELIS PENGUJI SKRIPSI FAKULTAS  
PERTANIAN UNIVERSITAS YUDHARTA PASURUAN, PADA:

HARI : Senin  
TANGGAL : 29 Juli 2024  
JAM : 09.00 WIB  
JUDUL : Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Produk Keripik  
Tempe Buk Ja Di Pasuruan

### DINYATAKAN LULUS

MAJELIS PENGUJI

Penguji I

Penguji II

**Dr. Wenny Mamillianty, SP., MP**

NIP.Y 0690202013

**Idah Lumhatul Fuad, SP., M.AGR**

NIP.Y 0691109023

Dosen Pembimbing

**Rr. Sri Karuniari Nuswardhani, SP., M.MA**

NIP. Y 0691408033

Mengesahkan,

Kaprodi Agribisnis

Dekan Fakultas Pertanian

**Desy Cahyaning Utami, SP., MP**

NIP.Y 0691109026

**Idah Lumhatul Fuad, SP., M.AGR**

NIP.Y 0691109023

## HALAMAN KEASLIAN PENELITIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Nur Khasanah

NIM : 202069070002

Fakultas : Pertanian

Program Studi : Agribisnis

Judul Skripsi : Analisa Preferensi Konsumen Terhadap Produk Keripik  
Tempe Buk Ja Di Pasuruan

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya tulis benar-benar merupakan hasil karya sendiri, bukan merupakan pengambilan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pemikiran saya sendiri. Apabila dikemudian hari diketahui dan dapat dibuktikan bahwa skripsi saya merupakan hasil plagiasi, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Pasuruan, 29 Juli 2024

Nur Khasanah

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Tidak ada lembar skripsi yang paling indah dalam laporan skripsi ini kecuali lembar persembahan. Bismillahirrahmanirrahim skripsi ini saya persembahkan untuk :

1. Allah SWT atas segala nikmat dan rahmat serta karunia pertolongannya selama penulis Menyusun skripsi.
2. Cinta pertama dan panutanku, Ayahanda M. Khoiron. Sebagai tanda bakti, hormat dan rasa terima kasih saying, serta ridho, dan cinta kasih saying yang tiada mungkin dapat kubalas hanya dengan selembar kertas yang bertulis kata persembahan. Semoga ini menjadi Langkah awal untuk membuat ayah bahagia karena kusadar, selama ini belum bisa berbuat lebih.
3. Pintu surgaku, Ibu Salimatul Afiyah. Terima kasih sebesar-besarnya penulis berikan kepada beliau atas segala bentuk bantuan, semangat, dan doa yang diberikan selama ini, terima kasih atas nasihat yang selalu diberikan, terima kasih atas kesabaran dan kebesaran hati menghadapi penulis yang keras kepala. Ibu menjadi penguat dan pengingat paling hebat. Terima kasih sudah menjadi tempatku untuk pulang, bu.
4. Kedua saudara kandungku M. Sazidan dan M. Afif Fuddin yang selalu memberi support dan berbagi sisi dan keadaan.
5. Terima kasih untuk keluarga besar yang telah memberikan dukungan baik secara moral.
6. Mukhammad Mukhlas. Terima kasih atas dukungan, bantuan, semangat, serta telah menjadi tempat berkeluh kesah penulis dalam menyusun skripsi ini.
7. Terima kasih untuk teman-teman agribisnis Angkatan 2020 yang sudah menjadi teman dan support system yang baik bagi penulis.
8. Almamter serta seluruh dosen dari jurusan Agribisnis Universitas Yudharta.
9. *Last but not least*, teruntuk diriku sendiri Nur Khasanah. Terima kasih sudah bertahan dan berjuang sampai saat ini atas banyaknya harapan dan impian yang harus diwujudkan. Terima kasih untuk selalu percaya bahwa segala niat baik dan harapan akan selalu diberikan kemudahan. Selamat bergelar sarjana S.P.

## ABSTRACT

**Nur Khasanah.2024. Analysis Of Consumer Preferences For Buk Ja Tempeh Chips Products In Pasuruan. Under the Guidance of Rr. Sri Karuniari Nuswardhani, SP., MMA.**

---

This research aims to determine consumer characteristics, consumer preferences for tempeh chips products in MSMEs in Pasuruan, specifically in Ibu Nur Jannah in Urip Sumoharjo village. The research method uses multiple linear regression analysis. The research area was taken purposively, namely in the village of Urip Sumoharjo, Pohjentrek Subdistrict, Purworejo District, Pasuruan City. The method for taking samples from respondents is Accidental Sampling. Samples were taken from 61 consumers at Mrs. Nur Jannah's UMKM. The data taken is primary data and secondary data using interview techniques, observation, and filling out questionnaires for respondents. The research results show that consumer characteristics based on age at the age of 26 to 35 years are 42.6%. Characteristics of respondents based on education level, namely at the high school level, was 65.6%. The largest characteristic of respondents based on gender is women with 62.3%. And from the F test, X1, X2, X3, And in the T test all X variables have a significant influence on variable Y because they are smaller than 0.05.

***Keywords: consumer preferences, consumer characteristics***

## ABSTRAK

**Nur Khasanah.2024. Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Produk Keripik Tempe Buk Ja Di Pasuruan. Dibawah Bimbingan Rr. Sri Karuniari Nuswardhani, SP., MMA.**

---

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui karakteristik konsumen, preferensi konsumen pada produk keripik tempe di UMKM di Pasuruan tepatnya di Ibu Nur Jannah yang ada di desa Urip Sumoharjo. Metode penelitian menggunakan analisis regresi linier berganda daerah penelitian diambil secara sengaja (purposive) yaitu di desa Urip Sumoharjo Kelurahan Pohjentrek Kecamatan Purworejo Kota Pasuruan. Metode pengambilan sampel pada responden secara accidental sampling. Sampel diambil sebanyak 61 konsumen di UMKM Ibu Nur Jannah. Data yang diambil berupa data primer dan data sekunder dengan teknik wawancara, observasi, pengisian kuesioner pada responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa karakteristik konsumen berdasarkan usia pada umur 26 sampai 35 tahun yaitu sebesar 42,6%. Karakteristik responden berdasarkan tingkat Pendidikan yaitu di tingkat SMA sebanyak 65,6%. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin terbanyak yakni Perempuan dengan jumlah 62,3%. Dan dari uji F bahwa X1, X2, X3, X4, dan X5 secara Bersama sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Y dengan jumlah nilai F 18,175. Dan pada uji T semua variabel X memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel Y karena lebih kecil dari 0,05.

***Kata kunci : preferensi konsumen, karakteristik konsumen***

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Allah SWT berkat Rahmat, Hidayah, dan Karunianya kepada kita semua sehingga saya dapat menyelesaikan tugas skripsi dengan judul “Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Produk Keripik Tempe Buk Ja Di Pasuruan”. Sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Yudharta Pasuruan.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis banyak mengalami hambatan, namun berkat bantuan, bimbingan, dan kerja sama dari berbagai pihak akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Sehingga dengan penuh kerendahan hati dan rasa hormat penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Romo K.H Sholeh Bahruddin dan keluarga ndalem selaku orang tua batiniyah.
2. Kedua orang tua, Bapak M. Choiron dan Ibu Salimatul Afiyah serta adik M. Afif Fuddin dan M. Zidan yang sangat berpengaruh di kehidupan penulis.
3. Bapak Dr.H. Kholid Murtadlo,SE., ME selaku Rektor Universitas Yudharta Pasuruan.
4. Ibu Idah Lumhatul Fuad, SP., M.Agr selaku Dekan Fakultas Pertanian.
5. Ibu Desy Cahyaning Utami, SP., M.P selaku Kaprodi Agribisnis.
6. Ibu Rr. Sri Karuniari Nuswardhani, SP., MMA selaku dosen pembimbing yang sabar dalam memberikan arahan kepada penulis.
7. Bapak Masdar dan Ibu Nur Jannah yang telah membantu proses penelitian penulis.
8. Seluruh teman-teman penulis terutama kelas Agribisnis 2020 yang selalu bertukar pikiran dan memberi semangat dalam menyelesaikan tanggung jawab.

## DAFTAR ISI

<b>COVER</b> .....	<b>i</b>
<b>TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI</b> .....	<b>ii</b>
<b>TANDA PENGESAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN PENELITI</b> .....	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xiii</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	5
1.3. Tujuan Penelitian .....	6
1.4. Manfaat Penelitian .....	6
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b> .....	<b>7</b>
2.1. Preferensi Konsumen .....	7
2.1.1. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Preferensi Konsumen.....	10
2.1.2. Indikator Preferensi Konsumen .....	13
2.2. UMKM .....	16
2.2.1. Kriteria Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM).....	16
2.2.2. Ciri-Ciri UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah).....	17
2.2.3. Jenis – Jenis UMKM.....	17
2.3. Karakteristik Konsumen .....	18
2.3.1. Indikator Karakteristik Konsumen.....	19
2.4. Penelitian terdahulu .....	20
2.5. Kerangka Berpikir .....	23
2.6. Hipotesis .....	24
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>25</b>
3.1. Rancangan Penelitian.....	25
3.2. Lokasi Penelitian .....	25

3.3. Variabel Penelitian dan Pengukurannya.....	26
3.4. Sumber dan Jenis Data .....	27
3.5. Populasi dan Sampel.....	27
3.6. Pengumpulan Data .....	27
3.7. Teknik Analisis Data .....	29
3.8. Metode Analisis Data.....	32
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>34</b>
4.1. Profil Industri.....	34
4.2. Karakteristik Responden.....	36
4.2.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	36
4.2.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan .....	37
4.2.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	37
4.3. Hasil Pengujian Data .....	38
4.3.1. Hasil Uji Validitas .....	38
4.3.2. Hasil Uji Reliabilitas.....	39
4.3.3. Uji Asumsi Klasik .....	40
4.3.4. Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	43
4.3.5. Uji Hipotesis.....	44
4.4. Hasil dan Pembahasan.....	46
4.3.1. Pengaruh Harga Terhadap Preferensi Konsumen .....	46
4.3.2. Pengaruh Kemasan Terhadap Preferensi Konsumen .....	47
4.3.3. Pengaruh Rasa Terhadap Preferensi Konsumen.....	47
4.3.4. Pengaruh Tekstur Terhadap Preferensi Konsumen .....	47
4.3.5. Pengaruh Ukuran Terhadap Preferensi Konsumen.....	48
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>49</b>
5.1. Kesimpulan .....	49
5.2. Saran .....	49
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>50</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>54</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Standart Keripik Tempe menurut SNI (Standar Nasional Indonesia) ...	2
Tabel 1.2. Hasil Penjualan Keripik Tempe Buk Ja .....	5
Tabel 4.2.1 Distribusi Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	36
Tabel 4.2.2 Distribusi Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan .....	37
Tabel 4.2.3 Distribusi Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	37
Tabel 4.3.3.3 Hasil Uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test .....	41
Tabel 4.3.3.4. Hasil Uji Multikolinearitas .....	42
Tabel 4.3.3.5. Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	42
Tabel 4.3.4. Hasil Uji Regresi Linier Berganda .....	43
Tabel 4.3.5.1. Hasil Uji Hipotesis (Koefisien Determinasi) .....	44
Tabel 4.3.5.2. Hasil Uji Hipotesis (Uji Simultan (F)) .....	45
Tabel 4.3.5.3. Hasil Uji Hipotesis (Uji Parsial (T)) .....	45

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.5. Kerangka Berpikir .....	23
Gambar 4.1. Dokumentasi dari produk milik Ibu Nur Jannah .....	35
Gambar 4.2. Peta Kecamatan Purworejo .....	36
Gambar 4.3.1. Hasil Uji Validitas .....	38
Gambar 4.3.2. Hasil Uji Reliabilitas .....	39
Gambar 4.3.3.1. Hasil Uji Normalitas .....	40
Gambar 4.3.3.2. Hasil Uji Grafik P-P Plot .....	40
Gambar 1. Observasi Lapangan .....	57
Gambar 2. Wawancara pada Owner UMKM.....	57
Gambar 3. Pengisian Kuesioner oleh Konsumen .....	57
Gambar 4. Bahan Baku Keripik Tempe .....	57
Gambar 5. Proses Pemotongan Menggunakan Mesin.....	57
Gambar 6. proses pemotongan dengan pisau.....	57
Gambar 7. Proses Penggorengan Keripik Tempe.....	57
Gambar 8. Proses Pengemasan dan Penimbangan Keripik Tempe .....	57

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisoner Penelitian.....	54
Lampiran 2. Data Penelitian .....	55
Lampiran 3. Dokumentasi Penelitian .....	57
Lampiran 4. Lampiran Bimbingan Skripsi .....	58

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Indonesia merupakan salah satu negara yang berkembang pesat saat ini, dimana kebanyakan masyarakatnya mempunyai gaya hidup yang sehat. Hal ini dapat terlihat dari kebiasaan masyarakat untuk berolahraga, mengkonsumsi makanan dan minuman yang sehat dan bergizi. Selain itu masyarakat juga mengkonsumsi makanan ringan atau yang sering disebut juga sebagai camilan. Camilan ada bermacam – macam dari yang harganya paling mahal hingga harganya yang paling murah dan bergizi. Salah satu camilan yaitu terbuat dari kacang kedelai yang diolah menjadi camilan adalah keripik tempe.

Dengan adanya produk olahan dari kacang kedelai yang berupa keripik tempe dengan beraneka rasa ini diharapkan dapat menjadi salah satu alternatif bagi masyarakat sebagai produk camilan yang memiliki nilai gizi yang tinggi yang berasal dari kacang kedelai tersebut. Selain itu juga dapat meningkatkan nilai ekonomis dari kacang kedelai dan dapat menjadi salah satu alternatif peluang usaha sehingga akan terciptanya lapangan pekerjaan baru.

Keripik tempe dibuat dengan bahan baku kedelai dan tepung sagu serta diolah dengan bumbu pilihan dan minyak nabati melalui proses olahan tradisional yang membuat rasa keripik tempe gurih, renyah dan nikmat sehingga sangat cocok dinikmati sebagai camilan dan oleh – oleh. Keripik tempe juga menjadi makanan ringan yang paling banyak di sukai, karena dari segi rasa yang gurih. Keripik tempe juga mudah di bawah kemana saja, karena dari segi kemasan yang strategis.

**Tabel 1.1. Standart Keripik Tempe menurut SNI (Standar Nasional Indonesia)**

No	Uraian	Satuan	Persyaratan
1	Keadaan: - Penampakan - Ukuran - Bagian yang tidak utuh (% b/b) - Tekstur - Warna - Ganda rasa		Kering Seragam Maksimal 5 Renyah Kuning sampai kuning kecoklatan Normal
2.	Jamur	—	Tidak ternyata
3.	Air, (% b/b)	—	maks.3
4.	Protein, (% b/b)	—	min.20
5.	Asam lemak bebas dihitung sebagai asam laurat, (% b/b)	—	maks.1
6.	Abu, (% b/b)	—	maks 3,0
7.	Serat kasar, (% b/b)	—	maks 3,0
8	Cemaran logam :		
	- Pb	mg/kg	maks, 0,5
	- Cu	mg/kg	maks. 5
	- Zn	mg/kg	maks. 40
	- Raksa (Hg)	mg/kg	maks. 0,01
	- Timah (Sn) (bila dikemas dalam kaleng)	mg/kg	maks. 150
9.	Arsen	mg/kg	maks. 0,5
10.	Cemaran mikroba		
	- Total bakteri	koloni/g	maks. 10 <sup>5</sup>
	- Ekoli	koloni/g	maks.0
	- Kapang / khamir	koloni/g	maks. 10 <sup>4</sup>

Banyaknya aneka makanan ringan di Indonesia menunjukkan bahwa produk tersebut sangat disukai oleh masyarakat, salah satu makanan ringan yang beredar dipasaran adalah keripik tempe. Kemudahan dalam proses serta peralatan dalam pembuatan keripik tempe menjadikan usaha pembuatan keripik tempe memiliki banyak pesaing. Hal tersebut mengharuskan para produsen untuk lebih kreatif dan inovatif dalam mengembangkan produknya. Salah satu strateginya adalah mengetahui terlebih dahulu kriteria produk yang diminati oleh konsumen (preferensi konsumen terhadap keripik tempe). Produk makanan yang sesuai dengan harapan pelanggan berpotensi untuk unggul dan bersaing dengan produk sejenisnya. Preferensi konsumen

merupakan kecenderungan pilihan konsumen terhadap suatu hal yang lebih disukai. Preferensi konsumen menunjukkan tingkat kesukaan konsumen terhadap suatu produk dibandingkan dengan produk lain yang sejenis.

Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen meliputi harga, cita rasa, kemasan, ukuran keripik, serta tekstur produk. Oleh karena itu, produsen perlu memahami karakteristik dan kepuasan konsumen terhadap produk yang mereka tawarkan. Dalam konteks ini, preferensi konsumen menjadi aspek penting yang harus diperhatikan, karena melalui pemahaman preferensi tersebut, produsen dapat mengidentifikasi tingkat kesukaan konsumen yang tercermin dari persentase responden yang memilih dan menyukai produk tersebut. Hasil dari analisis preferensi konsumen ini dapat digunakan sebagai dasar evaluasi oleh produsen untuk terus mengembangkan bisnis UMKM yang mereka jalankan.

Preferensi terhadap jenis makanan tertentu dapat diartikan sebagai tingkat atau derajat kesukaan maupun ketidaksukaan individu terhadap makanan tersebut. Tingkat kesukaan ini dapat diukur melalui persentase jumlah responden yang memilih dan menyukai makanan tersebut. Selain itu, preferensi konsumen juga dapat diartikan sebagai hasil dari proses evaluasi di mana konsumen mempertimbangkan dan membandingkan dua atau lebih objek sebelum membuat keputusan. Tingkat preferensi konsumen terhadap suatu produk tentunya bervariasi, bergantung pada persepsi masing-masing konsumen.

Keputusan konsumen yang pertama yakni harga, harga adalah pengeluaran sejumlah uang yang dilakukan konsumen untuk mendapatkan pemakaian atau manfaat atau kepemilikan dari suatu

produk atau pelayanan. Dalam penetapan harga pelaku usaha harus dapat menentukan harga penjualan yang sesuai dengan pangsa pasar yang dituju agar penjualan produk dan pangsa pasar semakin meningkat, jika penetapan harga atas suatu produk salah dapat mengakibatkan penjualan menurun dan pangsa pasar berkurang. Harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan pembelian, karena tingkat harga yang ditentukan oleh pelaku usaha dapat menjadi indikator utama terhadap tingkat permintaan suatu produk. Dengan demikian, pemahaman yang mendalam mengenai pengaruh harga ini sangatlah penting bagi pelaku usaha dalam menentukan strategi penetapan harga yang efektif guna meningkatkan daya saing produk mereka di pasar.

Kemudian yang diperhatikan konsumen yakni rasa pada makanan. Rasa adalah tanggapan indra pengecap terhadap rangsangan saraf, seperti manis, pahit, masam, sehingga konsumen menyukai sensasi yang diterima indra pengecap dalam mengkonsumsi produk yang sudah di beli tersebut.

Selanjutnya faktor yang diperhatikan konsumen untuk memutuskan membeli produk adalah kemasan. Kemasan merupakan suatu wadah ataupun pembungkus yang memiliki fungsi untuk mencegah ataupun meminimalisir terjadinya kerusakan pada produk yang sudah dikemas oleh pelaku usaha.

Dalam produksi keripik tempe, ukuran irisan tempe memiliki peran yang sangat penting. Ukuran irisan tidak hanya mempengaruhi penampilan dan daya tarik visual produk, tetapi juga sangat berpengaruh terhadap tekstur, rasa, dan tingkat kerenyahan pada keripik tempe. Oleh karena itu, penentuan ukuran irisan tempe harus dilakukan dengan

cermat agar produk yang dihasilkan memiliki kualitas yang konsisten dan sesuai dengan preferensi konsumen.

Kualitas produk juga merupakan salah satu kunci pelaku usaha dalam bersaing untuk menawarkan produk mereka kepada konsumen. Kualitas produk merupakan segala sesuatu yang yang bisa kita tawarkan oleh pembuat produk atau jasa yang untuk diperhatikan, digunakan, dibeli dan juga dapat dikonsumsi oleh konsumen maupun produsen sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen tertentu. Dalam mendapatkan produk konsumen selalu ingin sesuatu yang berkualitas sesuai dengan jumlah uang yang dikeluarkan dalam mendapatkan produk tersebut. Ada sebagian orang yang berpendapat bahwa produk yang mahal adalah produk yang berkualitas, dalam hal ini apabila pelaku usaha mampu melihat peluang dari hal tersebut maka pelaku usaha dapat memuaskan para konsumen.

Adapun hasil omset penjualan produk keripik tempe “ Buk Ja “ selama 5 tahun dari 2019 – 2023 sebagai berikut :

**Tabel 1.2. Hasil Penjualan Keripik Tempe Buk Ja**

<b>Tahun</b>	<b>Omset Penjualan (Rp)</b>
2019	15.756.000
2020	18.300.000
2021	12.000.000
2022	40.000.000
2023	43.680.000

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan penjelasan dalam latar belakang yang telah diuraikan di atas, dapat diidentifikasi sejumlah rumusan masalah yang akan menjadi fokus penelitian ini, antara lain :

1. Bagaimana karakteristik konsumen dalam memilih dan mengonsumsi produk keripik tempe di wilayah Pasuruan?
2. Bagaimana preferensi konsumen terhadap produk keripik tempe yang tersedia di Pasuruan?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan yang ingin dicapai pada penelitian ini adalah :

1. Untuk mengidentifikasi karakteristik konsumen terhadap produk keripik tempe di Pasuruan.
2. Untuk menganalisis preferensi konsumen terhadap produk keripik tempe di Pasuruan.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak terkait, antara lain:

1. Bagi peneliti lain

Penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan wawasan, serta menjadi referensi bagi peneliti lain dalam memahami penerapan ilmu, khususnya di bidang pemasaran. Penelitian ini memberikan penjelasan mengenai faktor-faktor yang memengaruhi preferensi konsumen, yang dapat menjadi dasar bagi penelitian selanjutnya.

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai masukan berharga untuk memahami informasi terkait konsumen, khususnya dalam hal preferensi mereka. Informasi ini penting untuk membantu perusahaan dalam merumuskan strategi yang efektif guna memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Selain itu, strategi yang tepat diharapkan dapat membantu perusahaan bertahan di tengah persaingan pasar yang semakin ketat.

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 1.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian ini maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Karakteristik konsumen pada UMKM Keripik Tempe Ibu Nur Jannah berdasarkan usia jumlah yang paling banyak pada kisaran 26 – 35 tahun dengan jumlah 26 orang dengan presentase 42,6%. Dan berdasarkan tingkat Pendidikan konsumen jumlah paling tinggi yaitu di tingkat SMA dengan jumlah 40 orang dengan presentase 65,6%. Untuk karakteristik konsumen berdasarkan jenis kelamin jumlah yang di dapatkan paling banyak yakni berjenis kelamin perempuan dengan jumlah 38 orang dengan presentase 62,3%.
2. Hasil preferensi konsumen yang di dapat oleh hasil penelitian di UMKM Ibu Nur Jannah yang memiliki nilai tertinggi yakni pada rasa keripik tempe dengan nilai 0,667.

#### 1.2. Saran

1. Produsen UMKM harus tetap berinovasi dalam menciptakan variasi rasa yang menarik dan menjaga kualitas produk untuk memenuhi preferensi konsumen.
2. Untuk para produsen juga harus memastikan bahwa resep dan bahan baku yang digunakan tetap berkualitas agar dapat menghasilkan produk yang memenuhi ekspektasi konsumen.

## DAFTAR PUSTAKA

- Afrika, N. (2021). Penerapan Strategi Bauran Pemasaran 7p Dalam Meningkatkan Penjualan. *Industry And Higher Education*, 3(1), 1689–1699.  
[Http://Journal.Unilak.Ac.Id/Index.Php/Jieb/Article/View/3845%0ahttp://Dsp.ace.Uc.Ac.Id/Handle/123456789/1288](http://Journal.Unilak.Ac.Id/Index.Php/Jieb/Article/View/3845%0ahttp://Dsp.ace.Uc.Ac.Id/Handle/123456789/1288)
- Bps, B. P. S. K. P. (2016). *Kota Pasuruan Dalam Angka (Badan Pusat Statistik Kota Pasuruan)*.  
[Https://Pasuruankota.Bps.Go.Id/Publication/2016/07/15/Ac8b04b7f1fc4fa0cd190279/Kota-Pasuruan-Dalam-Angka-2016.Html](https://Pasuruankota.Bps.Go.Id/Publication/2016/07/15/Ac8b04b7f1fc4fa0cd190279/Kota-Pasuruan-Dalam-Angka-2016.Html)
- Bsn, B. S. N. (2018). *Keripik Tempe Goreng (Badan Standardisasi Nasional)*. 1–24.
- Budi Setiawan. (2020). *Analisis Industri Bauran Pemasaran Keripik Pisang Pada Industri Rumah Tangga Keripik Pisang Ridho Kec.Bagan Sinembah Kab.Rokan Hilir*.
- Farida, I., Tarmizi, A., & November, Y. (2016). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran 7p Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Gojek Online. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (Jrmb) Fakultas Ekonomi Uniat*, 1(1), 31–40. <https://doi.org/10.36226/Jrmb.V1i1.8>
- Febrianti, A. N. (2024). Analisis Strategi Promosi Dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan Pada Umkm Keripik Tempe Bu Damilah Purwokerto Kidul, Kabupaten Banyumas. In *Proposal*.
- Fitri, Ayu. (2023). Sikap, Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen Susu Segar Yu-One Milk Di Kota Bandar Lampung. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 22–31.
- Fitri, Azizah. (2018). Keripik Tempe Goreng. *Badan Standardisasi Nasional (Bsn)*, 1–24.
- Floridha, F. (2018). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Loyalitas Konsumen Keripik Tempe Di Kota Malang*.
- Hapsari, E. Y., & Suprihanti, A. (2024). Analisis Preferensi Konsumen Produk Keripik Tempe Di Pt Intan Rahmadhani Santosa. *Jurnal Agrimanex*, 4(2), 160–168.
- Harahap, R. Sakti Putra. (2014). *Pengaruh Promosi, Pelayanan, Margin, Lokasi, Produk Dan Religi Terhadap Preferensi Masyarakat Bertrnsaksi Di Bank Syariah*. 11–76.
- Hasan. (2021). Peran Industri Kerupuk Di Desa Kalipang Kabupaten Pasuruan. In *Penelitian* (Vol. 183).
- Heni, Sonia, G., & Silaban, C. L. (2016). *Analisis Root Causes Menggunakan Fish Bone Pada Umkm Keripik Tempe Malang*.
- Hermanto, R. (2020). Pengaruh Cita Rasa Dan Kualitas Produk Terhadap

Kepuasan Konsumen Colatta Pada Masyarakat Di Kota Batam. *Skripsi*.

Irawati, I. (2018). Analisis Preferensi Konsumen Dalam Berbelanja Di Pasar Tradisional Dan Modern Di Kota Bandar Lampung. .... *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Universitas Islam* ....  
<https://Core.Ac.Uk/Download/Pdf/289296534.Pdf>

Mamilianti, W. (2010). Pengaruh jarak tanam dan pemberian dosis pupuk kandang terhadap pertumbuhan dan hasil tanaman kanola (*Brassica campestris* x *Brassica napus*). *AGROMIX*, 1(3).

Mangio, B. S., Saleh, M. Y., & Suriani, S. (2021). Preferensi Konsumen Dalam Berbelanja. In *Pusaka Almaida* (Vol. 6, Issue 1, Pp. 51–66).  
<http://Repositorio.Unan.Edu.Ni/2986/1/5624.Pdf%0ahttp://Fiskal.Kemenuk.eu.Go.Id/Ejournal%0ahttp://Dx.Doi.Org/10.1016/J.Cirp.2016.06.001%0ahttp://Dx.Doi.Org/10.1016/J.Powtec.2016.12.055%0ahttps://Doi.Org/10.1016/J.Ijfatigue.2019.02.006%0ahttps://Doi.Org/10.1>

Maulana, K., & Aji, T. S. (2023). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Menarik Minat Beli Konsumen UKM Kripik Tempe di Dusun Pandan Kecamatan Purwosari Kabupaten Pasuruan. *Mufakat: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 2(4).

Mu'minah, H. (2019). *Strategi Pengelolaan Keuangan*.

Muhajir. (2022). *Definisi, Kriteria, Dan Konsep Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkm)*. <http://Dx.Doi.Org/10.31219/Osf.Io/M93qv>

Nasution, A. E., Putri, L. P., & Lesmana, M. T. (2019). Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Kepercayaan Dan Karakteristik Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada 212 Mart Di Kota Medan. *Proseding Seminar Nasional Kewirausahaan*, 1(1), 194–199.  
<http://Jurnal.Umsu.Ac.Id/Index.Php/Snk/Article/View/3594/3325>

Nufus, H. (2018). *Preferensi Dan Tingkat Kepuasan Konsumen Banana Crispy Dua Umkm Di Kecamatan Gedong Tataan*. 53–54.

Pangestu, P. (2017). Pengaruh Preferensi Konsumenterhadapkeputusan Pembelian Pada Kantin Halalan Thayyiban Universitas Brawijaya Malang. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 1–13.

Permadi, R. (2016). Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Produk Terasi Udang. *Jurnal Social Economic Of Agriculture*, 5(1), 49.  
<https://Doi.Org/10.26418/J.Sea.V5i1.15059>

Pitri, S., Yusri, J., & Septya, F. (2023). Persepsi Konsumen Terhadap Bauran Pemasaran Keripik Cabe Hj. Karmi Di Kota Dumai. *Indonesian Journal Of Agricultural Economics (Ijae)*, 14, 8–23.

Prasetio, P. (2023). Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Produk Keripik Tempe Umkm KriteM Q Di Kabupaten Muaro Jambi. *Nucl. Phys.*, 13(1), 104–116.

Prastanti, A. P. (2017). *Preferensi Konsumen Terhadap Gatot Tiwul Yutum Di Gunung Kidul*.

Purnita, N. R. (2017). *Hubungan Antara Waktu Tunggu Dan Suhu Makanan Dengan Daya Terima Makanan Di Rsud Dr. Drajat Prawiranegara*

*Kabupaten Serang. [Http://Repository.Unimus.Ac.Id/236/](http://Repository.Unimus.Ac.Id/236/)*

Putra, K. P. (2022). *Analisis Preferensi Dan Kepuasan Konsumen Keripik Pisang Shinta Di Kota Bandar Lampung.*

Rahmad, H. (2021). *Pengaruh Keamanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Minuman "Xiboba" Di Kalangan Generasi Milenial (Vol. 3,*

Issue 2).

- Ramadhan, R. (2021). *Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sosis Di Kecamatan Bekasi Utara Kota Bekasi*.
- Ramadhani, F. L. (2021). *Hubungan Karakteristik Konsumen Dengan Preferensi Atribut Daging Sapi Di Toko Tani Indonesia Center (Ttic) Pasar Minggu*.
- Ruslan, M. R., Yoesdiarti, A., & Miftah, H. (2020). Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Kopi Bogr Di Tiga Kedai Kopi Bogor. *Jurnal Agribisains*, 6, 101–114.
- S, S. (2012). *Keripik Tempe*. 2010, 7–26.
- Safitri, E. E. (2020). Preferensi Masyarakat Terhadap Makanan Lokal Di Desa Mulyodadi Kecamatan Bambanglipuro Kabupaten Bantul. In *Skripsi Fakultas Teknik Universitas Negeri Yogyakarta*.
- Saputra, B. (2022). *Sikap, Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen Terhadap Pembelian Produk Keripik Pisang Lumer Di Cv Vanana Jaya Sinergi Kota Bandar ....* [Http://Digilib.Unila.Ac.Id/67010/](http://Digilib.Unila.Ac.Id/67010/)
- Sari, K. N. (2016). *Persepsi Mahasiswa Terhadap Penyajian Makanan*.
- Sastrohamidjojo. (2004). Hubungan Antara Karakteristik Konsumen, Persepsi Konsumen Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Pengambilan Keputusan. In *Convention Center Di Kota Tegal* (Issue 938).
- Setyaningsih, F. D., Pertanian, F., & Maret, U. S. (2009). *Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Buah Salak (Salacca Edulis)*.
- Shobirin, D. B. M., & Martono, S. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Umkm Keripik Tempe Mbak Enik Di Kota Purwodadi Kabupaten Grobogan). *Jmbpreneur: Jurnal Manajemen, Bisnis, Dan Kewirausahaan*, 3(02), 1–7.
- Sujana, Y. (2018). *Pengaruh Atribut Produk Terhadap Preferensi Konsumen Handphone*.
- Syam, S. A., Haeruddin, M. I. W., Ruma, Z., Musa, M. I., & Hasbiah, S. (2022). Pengaruh Preferensi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Marketplace. *Value Added: Majalah Ekonomi Dan Bisnis*, 18(2), 73–79.
- Waheed, S. (2016). *Pengaruh Kemasan, Warna, Desain, Bahan, Informasi Tercetak Pada Kemasan, Dan Gaya Penulisan Huruf Pada Kemasan Produk Terhadap Niat Pembelian Konsumen*.
- Wahyuni, T., Nurliza, N., & Kurniati, D. (2017). Preferensi Konsumen Terhadap Pembelian Kerupuk Ikan Di Kota Sintang. *Jurnal Social Economic Of Agriculture*, 6(1), 101. <https://doi.org/10.26418/J.Sea.V6i1.21592>
- Wati, E. A. (2020). Pengaruh Preferensi, Perilaku Konsumen, Dan Brand Image Terhadap Loyalitas Pelanggan. In *Bab Ii Kajian Pustaka 2.1* (Vol. 12, Issue 2004).

- Yuliati, U. (2013). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Pembelian Makanan Jajan Tradisional Di Kota Malang. *Manajemen Bisnis*, 1(1), 7. <https://doi.org/10.22219/jmb.v1i1.1318>
- Yusendra, M. A. E., & Widarti, A. (2015). Pengembangan Ukm Keripik Tempe Di Pekon Way Jaha Kecamatan Pugung Kabupaten Tanggamus. *Jurnal Teknologi Informasi Dan Bisnis Pengabdian Masyarakat Darmajaya*, 1(2), 12–27. <https://jurnal.darmajaya.ac.id/index.php/jbpm/article/view/809>
- Zamhir. (2014). Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Produk Air Minum Dalam Kemasan. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa*.

