

**ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN DALAM MEMBELI
BUAH SEMANGKA (*Citrullus Lanatus*) TERHADAP PASAR DI
DESA TANAH MERAH KECAMATAN AIR PUTIH**

SKRIPSI

OLEH

AULIA FEBRIYANTI

NPM : 71190712006

Program Studi : Agribisnis



**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ISLAM SUMATERA UTARA
MEDAN
2023**

**ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN DALAM MEMBELI
BUAH SEMANGKA (*Citrullus Lanatus*) TERHADAP PASAR DI
DESA TANAH MERAH KECAMATAN AIR PUTIH**

OLEH

AULIA FEBRIYANTI

NPM : 71190712006

Program Studi : Agribisnis

**Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk mendapatkan gelar
Sarjana Agribisnis pada Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian
Universitas Islam Sumatera Utara**

Agustus 2023

Menyetujui

Komisi Pembimbing:



Khairunnisyah, SP. M.Si

Ketua

Dr.Dedi Kusbiantoro, SP. MM.

Anggota

Mengesahkan

Dr.Ir. Murni Sari Rahayu, MP

Dekan FP UISU

Dr.Mhd.Ilham Rivadh.SP.M.Si

Ketua Program Studi Agribisnis

**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ISLAM SUMATERA UTARA**

MEDAN

2023

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan di desa Sei Suka Kecamatan Laut Tador Kabupaten Batu Bara, pada tanggal 17 Mei 2002, dari bapak Abdullah dan ibu Nurdiani. Penulis merupakan anak keenam dari enam bersaudara.

Tahun 2007 sampai 2013 menyelesaikan Sekolah Dasar di SD N 014715 Tanjung Seri, pada tahun 2013 sampai 2016 menyelesaikan pendidikan Sekolah Menengah Pertama di SMP N 1 AIR PUTIH, dan pada tahun 2016 sampai 2019 menyelesaikan pendidikan Sekolah Menengah Atas di SMA N 1 SEI SUKA. Setelah lulus dari sekolah penulis melanjutkan pendidikan di perguruan tinggi Universitas Islan Sumatera Utara pada tahun 2019 dan selesai pada bulan Agustus 2023.

KATA PENGANTAR

Puji syukur alhamdulillah peneliti ucapkan atas kehadiran Allah Swt yang senantiasa memberikan rahmat dan karunia serta yang melimpahkan pengetahuan serta memberikankesempatan kepada peneliti sehingga dapat mengerjakan usulan penelitian ini yang berjudul **”Analisis Preferensi Konsumen Dalam Membeli Buah Semangka (*Citrullus Lanatus*) Terhadap Pasar Di Desa Tanah Merah Kecamatan Air Putih”** yang merupakan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh kejenjang selanjutnya di Fakultas Pertanian Universitas Islam Sumatera Utara Prodi Agribisnis.

Penghargaan yang tulus peneliti ucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada orang tua saya, serta sahabat-sahabat terdekat yang senantiasa mendoakan, memberi semangat dan dukungan moril kepada peneliti sehingga peneliti dapat menyelesaikan proposal ini dengan baik. Dalamkesempataninipeneliti juga inginmenyampaikan rasa terimakasih kepada:

1. Kedua orang tua saya yaitu Ayahanda Abdullah dan Ibunda Nurdiani yang telah banyak membantu dalam menyelesaikan perkuliahan saya sampai tahap skripsi.
2. Ibu Dr.Ir.Murni Sari Rahayu, MP. Selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Islam Sumatera Utara.
3. Bapak Muhammad Ilham Riyadh,SP.M.Si. Selaku Ketua Program Studi Agribisnis.
4. Ibu Khairunnisyah, SP.Msi selaku Ketua komisi pembimbing skripsi.
5. Bapak Dr.Dedi Kusbiantoro, SP.MM Selaku Anggota komisi pembimbing sekripsi.

6. Seluruh Dosen, Staf dan pegawai Fakultas Pertanian Universitas Islam Sumatera Utara.
7. Patner saya Dani Afandi yang telah memberi dukungan dan berperan dalam penelitian ini.
8. Seluruh sahabat dan teman-teman Mahasiswa/I Fakultas Pertanian Universitas Islam Sumatera Utara khususnya seluruh stambuk 2019 yang telah memberikan dukungan dan motivasi sertado'anya.
9. Dan seluruh pihak yang telah membantuselama proses penelitian saya.

Peneliti skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu peneliti mengharapkan bimbingan dan saran untuk dapat meningkatkan kualitas usulan penelitian ini, peneliti berharap usulan ini dapat bermanfaat untu kbanyak orang khususnya bagi para pembaca.

Medan, 23 Agustus 2023

Aulia Febriyanti

DAFTAR ISI

	Hal.
RINGKASAN.....	i
SUMMARY.....	ii
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Kegunaan Penelitian.....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Penelitian Terdahulu	5
2.2 Landasan Teori	6
2.2.1 Buah Semangka Merah Non Biji	6
2.2.2 Buag Semangka Kuning	7
2.2.3 Penanganan Pasca Panen	7
2.2.4 Atribut Buah - Buahhan.....	10
2.2.5 Pemasaran.....	11
2.2.6 Preferensi	12
2.2.7 Konsumsi	14
2.2.8 Faktor-faktor yang mempegaruhi keputusan pembelian	14
2.3 Kerangka Pemikiran.....	20
2.4 Hipotesis	23
BAB III METODE PENELITIAN	24
3.1 Lokasi Dan Waktu Penelitian	24

3.2 Metode Penentuan Sampel	24
3.3 Metode Pengambilan Data	26
3.3.1 Kuisisioner.....	26
3.3.2 Sumber Data.....	27
3.4 Metode Analisa Data.....	27
3.4.1 Analisa Chi Square X^2	27
3.4.2 Analisa Multiatribut Fishbein	28
3.5 Definisi dan Batasan Operasional.....	31
3.5.1 Definisi.....	31
3.5.2 Batasan Operasional.....	32
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	33
4.1 Data Umum Daerah Penelitian	33
4.1.1 Keadaan Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin	34
4.1.2 Keadaan Penduduk Berdasarkan Usia.....	34
4.2 Karakteristik Responden	35
4.2.1 Jenis Kelamin.....	35
4.2.2 Usia Responden.....	36
4.2.3 Tingkat Pendidikan	37
4.2.4 Jenis Pekerjaan	38
4.3 Perilaku Beli Konsumen.....	39
4.3.1 Tempat dan Alasan Pembelian.....	39
4.3.2 Frekuensi Pembelian Buah Semangka	40
4.3.3 Jumlah Pembelian	41
4.3.4 Tujuan Pembelian Buah Semangka.....	42
4.4 Preferensi Konsumen Terhadap Atribut –Atribut Buah Semangka.....	42
4.4.1 Tingkat Kepentingan Atribut – Atribut Buah Semangka Menurut Konsumen	43
4.5 Keyakinan dan Evaluasi	45
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	48
5.1 Kesimpulan.....	48
5.2 Saran.....	48
DAFTAR PUSTAKA	50

DAFTAR TABEL

Tabel	Hal.
1. Distribusi Penduduk Desa Tanah Merah Berdasarkan Jenis Kelamin.....	2
2. Keadaan Penduduk Desa Tanah Merah Berdasarkan Usia	23
3. Karakteristik Responden Buah Semangka Berdasarkan Jenis Kelamin	26
4. Karakteristik Responden Buah Semangka Berdasarkan Usia	27
5. Karakteristik Responden Buah Semangka Berdasarkan Tingkat Pendidikan	27
6. Karakteristik Responden Buah Semangka Berdasarkan Jenis Pekerjaan	27
7. Frekuensi Pembelian Buah Semangka	29
8. Jumlah Pembelian Buah Semangka Di Pasar Tanah Merah	30
9. Tujuan Pembelian Buah Semangka	38
10. Preferensi Konsumen Buah Semangka Di Pasar Tanah Merah.....	38
11. Keyakinan Konsumen Terhadap Atribut Buah Semangka.....	59
12. Evaluasi Konsumen Terhadap Atribut Buah Semangka	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Hal.
1. Kerangka Pemikiran.....	12

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Hal.
1. Dokumentasi Penelitian.....	100
2. Kuisisioner Penelitian.....	100
3. Karakteristik Responden Konsumen Buah Semangka.....	101
4. Perilaku Beli dan Preferensi Konsumen Terhadap Atribut Buah Semangka	104
5. Keyakinan/ Kepercayaan dan Evaluasi Konsumen Terhadap Atribut Buah Semangka	104

DAFTAR PUSTAKA

- Anas Tain, 2016. Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Buah Salak (*Salacca Edulis*) Di Pasar Tradisional Kota Surakarta, [Skripsi] Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret Surakarta.
- Asmarani, 2017. Pengaruh Ethnosentrisme terhadap Sikap, Preferensi dan Perilaku Pembelian Buah Lokal dan Impor. [Tesis] Program Studi Manajemen dan Bisnis, Sekolah Pascasarjana IPB. Bogor.
- Badan Pusat Statistika Tangerang Selatan, 2018 Kecamatan Air Putih Dalam Angka.
- Balatif. 2017. Analisis Usaha tani Semangka (*Citrullus Lantus*) biji dan semangka non biji terhadap pendapatan petani di desa suka jadi kecamatan perbaungan kabupaten serdang bedagai, 6(2), 2089-8592.
- Baliwati, Y. F. (2012). Pengantar Pangan dan Gizi, Cetakan I, Penerbit Swadaya. Jakarta.
- Bilson, Simamora, 2018. Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif & Profitabel, Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Ciptasasmi, 2017. Analisis Sikap Konsumen dalam Membeli Sayuran Segar di Pasar Modern Bumi Serpong Damai (BSD) Tangerang Selatan, [Skripsi] Fakultas Sains dan Teknologi, UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta.
- Duha. 2020. Diversity Study Of Fruit Producer Plant In Nias Islands, Jurnal Inovasi Penelitian, 1(4). Jakarta Timur, Fakultas Sains Dan Teknologi Universitas Islam Negeri Jakarta.
- Firdaus Muhammad, 2010. Manajemen Agribisnis. Edisi I. Cetakan Ketiga. Penerbit Bumi Aksara. Jakarta.
- Keputusan Membeli Buah Impor Di Kota Semarang. Skripsi Fakultas
- Kotler, Philip, 2016. Manajemen Pemasaran. Jilid 1 dan 2: PT Indeks Kelompok Gramedia. Jakarta.
- Makhlisa, Z. 2014. Respon pertumbuhan dan produksi tanaman semangka (*citrullus vulgaris*) terhadap pemberian giberelin dan pupuk TSP. Jurnal online agroekoteknologi, 2(4) september 2014.
- Nahraeni, 2017, Preferensi Konsumen Terhadap Sayuran Indijenes, Jurusan Nazzaruddin dan Regina. 2013. 18 Varietas Salak. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Nazzaruddin dan Regina. 2013. 18 Varietas Salak. Penebar Swadaya. Jakarta.

- Nicholson, W. 2016. Teori Ekonomi Mikro Jilid I, PT. Raja Grafindo Persada.
- Pantastico, Er., B., T.K. Chattopadhyay, dan H. Subramanyam, 2017. Penyimpanan dan Operasi Penyimpanan Secara Komersial, Dalam: Pantastico, Er.B. 2017. Fisiologi Pasca Panen, : Gadjah Mada University Press. Yogyakarta.
- Petrus Rajamuda Kolly Dasion, dkk, 2014. Analisis Pemasaran Rumput Laut (*Eucheuma* sp) di Desa Wuakerong Kecamatan Nagawutung Kabupaten Lembata. Buana Sains Vol. 14 No. 1: 1-10, 2014.
- Prasetijo, R, dan Jhon Ihalaw. 2016. Perilaku konsumen. Penerbit Andi Jakarta. Pustaka Utama. Jakarta.
- Rahardi, Y. H, Indriani, dan Haryoko, 2014. Agribisnis Tanaman Buah. Penebar Rahmono, D. W. 2015. Hubungan Perbedaan Karakteristik Konsumen Terhadap
- Rizka, M, 2015. Analisis Pemasaran Tomat di desa Labuan Toposo Kecamatan Labuan Kabupaten Donggala. E-J. Agrotekbis 3 (6) : 759-764, Desember 2015
- Sambelorang. 2020. Pengaruh Pemberian Pupuk Kandang Sapi Terhadap Pertumbuhan Dan Produksi Tanaman Semangka (*Citrullus Lanatus*), 1(2) Oktober 2020.
- Simamora, Bilson. 2013. Membongkar Kotak Hitam Konsumen. Pt Gramedia
- Sugiyono, 2013. Metode Penelitian Bisnis: Alfabeta. Bandung.
- Sugiyono, 2013. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R &D, :Alfabeta. Bandung.
- Sugiyono, 2013. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D: Alfabeta, Bandung.
- Sumarwan, Ujang, 2016. Perilaku Konsumen, Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran: Ghalia Indonesia. Jakarta.Swadaya Yogyakarta.
- Syarif Hidayatullah Jakarta. Terhadap Perilaku Mengonsumsi Buah Lokal Di Kawasan Pemukiman Tjiptono, 2016. Manajemen Pemasaran dan Analisa Perilaku Konsumen, : BPFY. Yogyakarta.
- Ubaidillah, Ralibi, 2015, Pengaruh Kesadaran, Persepsi Dan Preferensi Konsumen UNS.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisisioner Penelitian

KUISISIONER PENELITIAN

KAJIAN PREFERENSI KONSUMEN DALAM MEMBELI BUAH
SEMANGKA DI PASAR TANAH MERAH KECAMATAN AIR PUTIH

A. Karakteristik Responden

1. Nama (P/L)
2. Alamat :.....
3. Umur Tahun
4. Pendidikan (SMP),(SMA), (S1), (S2).
5. Pekerjaan :.....

B. Perilaku Beli Konsumen

1. Alasan anda membeli buah semangka di pasar tradisional:
Karena.....
.....
.....
2. Kapan (berapa kali) anda membeli buah semangka:
 1. Setiap hari

2. Seminggu sekali
 3. Dua minggu sekali
 4. Tidak tentu, sebutkan (sebulan berapa kali)
 5. Tidak pernah
-

3. Jumlah pembelian buah semangka

1. >7 kg
2. >6 kg
3. >5 kg
4. >3 kg
5. >1 kg

4. Tujuan anda membeli buah semangka

1. Untuk dibuat kreatifitas
2. Sebagai obat
3. Dikonsumsi sendiri
4. Sebagai oleh - oleh
5. Untuk diet

C. Preferensi Konsumen Terhadap Atribut Buah Semangka

1. Bagaimana rasa buah semangka kesukaan anda

1. Tidak ada rasa

2. Tidak manis
3. Kurang manis
4. Manis
5. Sangat manis

Alasan.....
.....
.....

2. Bagaimana warna kulit buah semangka kesukaan anda

1. Kuning kecoklatan
2. Kuning
3. Hijau kekuningan
4. hijau
5. Hijau pekat

Alasan.....
.....
.....

3. Bagaimana tekstur daging buah semangka kesukaan anda

1. Kasar
2. Bergerigi
3. Berair
4. halus

5. Sangat halus

Alasan.....
.....
.....

4. Bagaimana ukuran buah semangka yang menjadi kesukaan anda

1. >7 kg
2. >6 kg
3. >5 kg
4. >3 kg
5. >1 kg

Alasan.....
.....
.....

D. Penilaian Keyakinan Konsumen Terhadap Atribut Buah Semangka

1. Menurut anda, rasa buah semangka yang anda beli

1. Sangat tidak baik
2. Tidak baik
3. Cukup baik
4. Baik
5. Sangat baik

2. Menurut anda, warna kulit buah semangka yang anda beli

1. Sangat tidak baik
2. Tidak baik
3. Cukup baik
4. Baik
5. Sangat baik

3. Menurut anda, tekstur buah semangka yang anda beli

1. Sangat tidak baik
2. Tidak baik
3. Cukup baik
4. Baik
5. Sangat baik

4. Menurut anda, ukuran buah semangka yang anda beli

1. Sangat tidak baik
2. Tidak baik
3. Cukup baik
4. Baik
5. Sangat baik

E. Evaluasi Konsumen Terhadap Atribut Buah Semangka

1. Menurut anda, keputusan pembelian buah semangka atas dasar rasa adalah:

1. Sangat tidak penting
2. Tidak penting

3. Cukup penting
 4. Penting
 5. Sangat penting
2. Menurut anda, keputusan pembelian buah semangka atas dasar warna kulit adalah:
1. Sangat tidak penting
 2. Tidak penting
 3. Cukup penting
 4. Penting
 5. Sangat penting
3. Menurut anda, keputusan pembelian buah semangka atas dasar tekstur daging adalah:
1. Sangat tidak penting
 2. Tidak penting
 3. Cukup penting
 4. Penting
 5. Sangat penting
4. Menurut anda, keputusan pembelian buah semangka atas dasar ukuran adalah:
1. Sangat tidak penting
 2. Tidak penting

3. Cukup penting
4. Penting
5. Sangat penting

Lampiran 2. Karakteristik Responden Konsumen Buah Semangka di Daerah Penelitian

No	Nama	Jenis Kelamin	Umur	Pendidikan	Jenis Pekerjaan
1	Naning	P	53	SMA	IRT
2	Sumiyati	P	44	SMA	IRT
3	Bambang	L	43	S1	PNS
4	Sri Wahyuni	P	39	SMA	IRT
5	Dewi Andriyani	P	37	S1	PNS
6	Hernowo	L	50	SMA	Wiraswasta
7	Mursito	L	61	SMP	Wiraswasta
8	Haryanti	P	42	SMA	Wiraswasta
9	Dwi Nurmala Sari	P	28	SMA	Pegawai Swasta
10	Femi Ratmawati	P	34	S1	Pegawai Swasta
11	Sumarjono	L	48	S1	PNS
12	Puti Wahyuni	P	23	S1	Pegawai Swasta
13	Ilham Syahrindo	L	24	S1	Pegawai Swasta
14	Tika Amalia	P	22	Mahasiswa	Mahasiswa
15	Dwi Fadillah	P	23	SMA	IRT
16	Nur Ainun Putri	P	23	Mahasiswa	Mahasiswa
17	M Fauzi	L	24	SMA	Pegawai Swasta
18	Zulpan	L	49	S1	PNS
19	Gunawan	L	43	SMA	Pegawai Swasta
20	Zefri	L	32	S1	PNS
21	Ningsih	P	42	SMA	IRT

22	Floresta	P	57	S1	PNS
23	Cayla Sabriah	P	28	SMA	Pegawa i Swasta
24	Desytria	P	24	S1	Tidak Bekerja
25	Fajar	L	37	SMA	Pegawa i Swasta
26	Indahsari	P	26	S1	Tidak Bekerja
27	Jamilah	P	23	Mahasis wa	Mahasisw a
28	Sarifah	P	29	S1	PNS
29	Karisa	P	23	Mahasis wa	Mahasisw a
30	Kumala Sari	P	24	SMA	Pegawa i Swasta

Sumber : Data primer diolah, 2023.

Lampiran 3. Perilaku Beli dan Preferensi Konsumen Terhadap Atribut

No	Nama	Perilaku Beli				Preferensi			
		B				C\\			
		4	3	2	1	4	3	2	1
1	Naning	Adanya Tawar Menawar	4	2	1	1	2	2	3
2	Sumiyati	Lebih Murah	4	2	1	1	2	1	2
3	Bambang	Lebih Bervariasi	3	2	1	1	2	1	2
4	Sri Wahyuni	Dekat Rumah	4	2	1	1	2	2	1
5	Dewi Andriyani	Buka Lebih Pagi	4	3	2	2	1	2	1
6	Hernowo	Lebih Komplit	3	2	1	1	2	1	2
7	Mursito	Dekat Rumah	4	2	1	1	2	1	1
8	Haryanti	Lebih Komplit	3	3	1	2	2	2	2
9	Dwi Nurmala Sari	Dekat Rumah	4	2	1	1	2	3	1
10	Femi Ratmawati	Bisa Ditawar	2	2	1	2	3	2	1
11	Sumarjono	Lebih Murah	3	2	1	1	1	2	2
12	Puti Wahyuni	Dekat Rumah	4	2	1	1	2	2	3
13	Ilham Syahrindo	Lebih Komplit	4	3	2	2	1	2	1
14	Tika Amalia	Bisa Ditawar	3	2	1	1	2	2	1
15	Dwi Fadillah	Buka Lebih Pagi	4	2	1	2	3	2	1
16	Nur Ainun Putri	Bisa Ditawar	3	2	1	2	3	2	1
17	M Fauzi	Lebih Komplit	4	2	2	1	2	2	1
18	Zulpan	Bisa Ditawar	4	2	2	1	1	2	1
19	Gunawan	Dekat Rumah	2	1	2	3	2	1	2
20	Zefri	Dekat Rumah	3	2	2	3	1	2	2
21	Ningsih	Harga Murah	4	2	2	1	1	2	3
22	Floresta	Bisa Ditawar	4	2	1	1	2	2	1

23	Cayla Sabriah	Dekat Rumah	3	2	2	1	1	2	2
24	Desytria	Dekat Rumah	3	2	2	1	3	2	1
25	Fajar	Bisa Ditawar	4	2	2	1	3	2	2
26	Indahsari	Harga Murah	4	2	3	3	2	1	1
27	Jamilah	Buka Lebih Pagi	3	2	1	2	4	2	2
28	Sarifah	Dekat Rumah	4	2	3	2	1	1	2
29	Karisa	Harga Murah	3	2	4	2	2	1	2
30	Kumala Sari	Lebih Komplit	4	3	3	2	1	2	3
Total									

Sumber : Data primer diolah, 2023.

**Lampiran 4. Keyakinan/ Kepercayaan dan evaluasi Konsumen
Terhadap Atribut Buah Semangka**

No	Nama	Keyakinan/Kepercayaan				Evaluasi			
		D				E			
		4	3	2	1	4	3	2	1
1	Naning	4	2	1	1	2	2	1	1
2	Sumiyati	4	3	2	2	1	2	1	1
3	Bambang	3	2	1	1	2	1	2	2
4	Sri Wahyuni	4	2	1	1	2	1	1	1
5	Dewi Andriyani	3	3	1	2	2	2	2	2
6	Hernowo	4	2	1	1	2	3	1	1
7	Mursito	2	2	1	2	3	2	1	1
8	Haryanti	3	2	1	1	1	2	2	2
9	Dwi Nurmala Sari	4	2	1	1	2	2	3	3
10	Femi Ratmawati	4	3	2	2	1	2	1	1
11	Sumarjono	3	2	1	1	2	2	1	1
12	Puti Wahyuni	4	2	1	2	3	2	1	1
13	Ilham Syahriddo	3	2	1	2	3	2	1	1
14	Tika Amalia	4	2	2	1	2	2	1	1
15	Dwi Fadillah	4	2	2	1	1	2	1	1
16	Nur Ainun Putri	2	1	2	3	2	1	2	2
17	M Fauzi	3	2	2	3	1	2	2	2
18	Zulpan	4	2	2	1	1	2	3	3
19	Gunawan	4	2	1	1	2	2	1	1
20	Zefri	3	2	2	1	1	2	2	2
21	Ningsih	3	2	2	1	3	2	1	1
22	Floresta	4	2	2	1	3	2	2	2
23	Cayla Sabriah	4	2	3	3	2	1	1	1
24	Desytria	3	2	1	2	4	2	2	2
25	Fajar	4	2	3	2	1	1	2	2
26	Indahsari	3	2	4	2	2	1	2	2

27	Jamilah	4	3	3	2	1	2	3	3
28	Sarifah	4	2	1	1	2	2	1	1
29	Karisa	3	2	2	1	1	2	2	2
30	Kumala Sari	3	2	2	1	3	2	1	1

Sumber : Data primer diolah, 2023.

Lampiran Hasil Chi Square

Case Processing Summary

Valid	Cases				Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
preferensi * rasa	30	100,0%	0	0,0%	30	100,0%
preferensi * warna	30	100,0%	0	0,0%	30	100,0%
preferensi * tekstur	30	100,0%	0	0,0%	30	100,0%
preferensi * ukuran	30	100,0%	0	0,0%	30	100,0%

preferensi * rasa

Crosstab

Rasa					Total	
kurang manis			manis	sangat manis		
preferensi	untuk baik	Count	3 _a	7 _a	6 _a	16
		% within preferensi	18,8%	43,8%	37,5%	100,0%
	untuk sangat baik	Count	0 _a	3 _a	11 _a	14
		% within preferensi	0,0%	21,4%	78,6%	100,0%
Total		Count	3	10	17	30
		% within preferensi	10,0%	33,3%	56,7%	100,0%

Each subscript letter denotes a subset of rasa categories whose column proportions do not differ significantly from each other at the ,05 level.

Chi-Square Tests

Value		df	Asymptotic Significance (2- sided)
Pearson Chi-Square	5,964 ^a	2	,041
Likelihood Ratio	7,164	2	,028
Linear-by-Linear Association	5,754	1	,016
N of Valid Cases	30		

a. 3 cells (50,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1,40.

preferensi * warna

Crosstab

Warna				hijau	hijau pekat	Total
hijau kekuningan						
Preferensi	untuk baik	Count	5 _a	8 _{a, b}	3 _b	16
		% within preferensi	31,3%	50,0%	18,8%	100,0%
	untuk sangat baik	Count	0 _a	8 _{a, b}	6 _b	14
		% within preferensi	0,0%	57,1%	42,9%	100,0%
Total		Count	5	16	9	30
		% within preferensi	16,7%	53,3%	30,0%	100,0%

Each subscript letter denotes a subset of warna categories whose column proportions do not differ significantly from each other at the ,05 level.

Chi-Square Tests

Value		df	Asymptotic Significance (2- sided)
Pearson Chi-Square	5,893 ^a	2	,005
Likelihood Ratio	7,817	2	,020
Linear-by-Linear Association	4,927	1	,026
N of Valid Cases	30		

a. 4 cells (66,7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 2,33.

preferensi * tekstur

Crosstab

Tekstur				halus	sangat halus	Total
Berair						
preferensi	untuk baik	Count	1 _a	12 _a	3 _a	16
		% within preferensi	6,3%	75,0%	18,8%	100,0%
	untuk sangat baik	Count	0 _a	9 _a	5 _a	14
		% within preferensi	0,0%	64,3%	35,7%	100,0%
Total		Count	1	21	8	30
		% within preferensi	3,3%	70,0%	26,7%	100,0%

Each subscript letter denotes a subset of tekstur categories whose column proportions do not differ significantly from each other at the ,05 level.

Chi-Square Tests

Value		df	Asymptotic Significance (2- sided)
Pearson Chi-Square	1,803 ^a	2	,406
Likelihood Ratio	2,188	2	,335
Linear-by-Linear Association	1,584	1	,208
N of Valid Cases	30		

a. 4 cells (66,7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,47.

preferensi * ukuran

Crosstab

ukuran				>3kg	>1kg	Total
>5kg						
preferensi	untuk baik	Count	4 _a	6 _a	6 _a	16
		% within preferensi	25,0%	37,5%	37,5%	100,0%
	untuk sangat baik	Count	0 _a	6 _a	8 _a	14
		% within preferensi	0,0%	42,9%	57,1%	100,0%
Total		Count	4	12	14	30
		% within preferensi	13,3%	40,0%	46,7%	100,0%

Each subscript letter denotes a subset of ukuran categories whose column proportions do not differ significantly from each other at the ,05 level.

Chi-Square Tests

Value		df	Asymptotic Significance (2- sided)
Pearson Chi-Square	4,171 ^a	2	,124
Likelihood Ratio	5,698	2	,058
Linear-by-Linear Association	2,942	1	,086
N of Valid Cases	30		

a. 2 cells (33,3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1,87.

5.Lampiran Dokumentasi Peneliti



