ANALISIS SIKAP KONSUMEN DALAM MENGKONSUMSI SUSU KEDELAI MEREK ABC DAN SUSU SAPI MEREK *FRISIAN FLAG* DI KABUPATEN PURWOREJO

Aviyanie Ayu N, Dyah Panuntun Utami, dan Istiko Agus Wicaksono
Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian
Universitas Muhammadiyah Purworejo

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: 1) deskripsi konsumen dalam mengkonsumsi susu kedelai merek ABC dan susu sapi merek FRISIAN FLAG, 2) atribut produk susu kedelai merek ABC dan susu sapi merek FRISIAN FLAG yang memenuhi sifat ideal bagi konsumen, 3) sikap konsumen terhadap berbagai atribut produk susu kedelai merek ABC dan susu sapi merek FRISIAN FLAG, dan 4) faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam mengkonsumsi susu kedelai merek ABC dan susu sapi merek FRISIAN FLAG.

Metode dasar yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *deskriptif* dengan lokasi penelitian dipilih karena Pasar Swalayan Laris adalah yang terbesar di Kabupaten Purworejo. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *accidental sampling*, dengan jumlah responden 120 orang.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa atribut yang memenuhi sifat ideal menurut konsumen susu kedelai merek ABC adalah rasa dan susu sapi merek FRISIAN FLAG adalah atribut kemasan. Nilai 5,98 untuk susu kedelai dan nilai 16,65 untuk susu sapi tersebut berada pada range sangat baik. Model analisis regresi susu kedelai merek ABC LN Y = -8139Y + $0{,}023X_1$ + $0{,}018X_2$ + $0{,}177X_3$ + $0{,}938X_4$ + $0{,}101X_5$ dan Model analisis regresi susu sapi merek LN Y = -$7{,}729Y+0{,}045X_1+0{,}009X_2+0{,}113X_3+0{,}915X_4+0{,}022X_5$. Hasil uji F susu kedelai diketahui bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ (192,150 > 2,8661) dan hasil uji F susu sapi diketahui bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ (81,785 > 2,8661). Hasil uji t pada faktor pengeluaran diketahui nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ (5,450 > 2,861) dan pada faktor pengambil keputusan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ (2,132 > 0,688). Faktor yang berpengaruh signifikan terhadap konsumsi susu kedelai merek ABC adalah pengeluaran dan pengambil keputusan. Hasil uji t pada faktor pengeluaran diketahui nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ (5,011 > 2,861). Faktor yang berpengaruh signifikan terhadap konsumsi susu sapi merek FRISIAN FLAG adalah pengeluaran.

Kata Kunci : Sikap Konsumen, Susu Kedelai, Susu Sapi

PENDAHULUAN

Susu dikenal sebagai minuman sumber kalsium. Oleh karena itu membiasakan diri minum susu akan memberikan dampak positif bagi kesehatan terutama untuk mencegah osteoporosis atau kerapuhan tulang (Khomsa, 2002).

Susu kedelai merek ABC merupakan susu buatan pabrik yang telah melalui berbagai proses steril sehingga dapat bertahan lama. Harga susu kedelai yang cukup terjangkau juga merupakan keunggulan dibanding susu sapi. Susu sapi merek FRISIAN FLAG merupakan susu UHT atau *Ultra High Temperature* yaitu proses sterilisasi yang menggunakan proses pemanasan pada temperatur tinggi (135^0C-145^0C) dalam waktu singkat (2-5 detik). Pada suhu ini, mikroorganisme (patogen dan bakteri) dan spora dalam produk susu benar-benar terbunuh.

Menurut Sumarwan (2003), konsumen memiliki keinginan akan suatu produk sesuai dengan pengetahuan yang dimilikinya sehingga diharapkan produk susu dapat memberikan manfaat bagi konsumen. Jika produk yang dikonsumsi sesuai dengan apa yang diinginkan konsumen maka konsumen akan melakukan pembelian sehingga dapat memberikan keuntungan bagi produsen.

Perilaku konsumen akan sangat terkait dengan atribut produk. Atribut produk adalah karakteristik dari suatu produk yang menjadi pertimbangan konsumen dalam membeli suatu produk susu (Sumarwan, 2003). Oleh karena itu, sikap konsumen dapat digunakan sebagai sumber informasi untuk membantu manajer pemasaran susu dalam pengembangan strategi dan program pemasaran susu yang tepat.

Penelitian ini memilih produk susu yang cair dalam kemasan kotak, susu kedelai merek ABC dan susu sapi merek FRISIAN FLAG karena ingin mengetahui sikap konsumen untuk memutuskan pembelian dan mengetahui produk mana yang paling di sukai konsumen untuk dikonsumsi.

METODOLOGI PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Metode dasar yang digunakan adalah metode deskriptif (Surakhmad, 1990). Pengumpulan data dengan wawancara menggunakan kuisioner. Pemilihan lokasi penelitian secara *purposive sampling*, dengan pertimbangan bahwa Pasar Swalayan Laris adalah yang terbesar di Kabupaten Purworejo.

Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *accidental sampling*, dengan jumlah responden 120 orang.

B. Metode Analisis

Menurut Sumarwan (2003) untuk mengetahui sikap konsumen terhadap produk susu kedelai dan susu sapi digunakan analisis sikap angka ideal.

1. Karakteristik Konsumen Susu

   Karakteristik konsumen dianalisis dengan deskripsi analisis. Analisis deskripsi dilakukan untuk mengumpulkan serta menyajikan suatu data sehingga memberi informasi yang bermanfaat. Analisis deskripsi digunakan dalam mencari karakteristik responden berdasarkan usia, pendidikan, pekerjaan, jumlah anggota keluarga dan pengambil keputusan, lalu dipaparkan fakta-fakta atau gejala yang didapat melalui tabel-tabel yang dibuat tersebut.

2. Analisis Kualitas Ideal Konsumen terhadap Atribut Susu

   Analisis kualitas ideal konsumen terhadap atribut susu dihitung menggunakan analisis model angka ideal dirumuskan sebagai berikut:

   $$\text{Ab} = \sum_{i=1}^{n} Wi \,.\, Ii.Xi$$

   Keterangan :

   Ab = Sikap keseluruhan terhadap kepentingan yang diberikan responden terhadap atribut i.
   Wi = Tingkat kepentingan yang diberikan responden terhadap atribut i.
   Ii = Performansi ideal konsumen terhadap atribut i.
   Xi = Kepercayaan konsumen terhadap atribut i.
   n = Jumlah atribut yang dievaluasi oleh konsumen.

   Sumber : Wihandaru, 2011

3. Analisis Sikap Konsumen

   Analisis sikap konsumen terhadap susu kedelai dan susu sapi dihitung menggunakan analisis model angka ideal dirumuskan sebagai berikut :

   $$\text{x} = \frac{\Sigma Wi\ (Ii-1)}{skala}$$

   Kriteria sikap konsumen dinilai dengan menggunakan:

   Skala linear numerik sebagai berikut :

   $0 \leq \text{Ab} < \text{x}$ sangat baik

$x \leq Ab < 2x$ baik

$2x \leq Ab < 3x$ cukup baik

$3x \leq Ab < 4x$ buruk

$4x \leq Ab < 5x$ sangat buruk

Pengujian Hipotesis I:

Ho : Diduga sikap konsumen terhadap susu kedelai dan susu sapi buruk dan sangat buruk.

Ha : Diduga sikap konsumen terhadap susu kedelai dan susu sapi cukup baik, baik, dan sangat baik.

Ho : $3x \leq Ab < 5x$

Ha : $0 \leq Ab < 3x$

Pengambilan keputusan :

Jika nilai $3x \leq Ab < 5x$, maka Ho diterima dan Ha ditolak yang berarti sikap konsumen terhadap susu kedelai dan susu sapi buruk dan sangat buruk.

Jika nilai $0 \leq Ab < 3x$, maka Ha diterima dan Ho ditolak yang berarti sikap konsumen terhadap susu kedelai dan susu sapi cukup baik, baik, dan sangat baik.

4. Pengujian Hipotesis Kedua

Ho : Diduga faktor-faktor yang mempengaruhi dalam mengkonsumsi produk susu adalah faktor usia, pendapatan, jumlah anggota keluarga, pengeluaran dan pengambil keputusan pada produk susu kedelai dan susu sapi tidak berpengaruh terhadap konsumsi.

Ha : Diduga faktor-faktor yang mempengaruhi dalam mengkonsumsi produk susu adalah faktor usia, pendapatan, jumlah anggota keluarga, pengeluaran dan pengambil keputusan pada produk susu kedelai dan susu sapi berpengaruh terhadap konsumsi.

Model analisis regresi berganda yang dilakukan adalah :

$$\ln Y = a + b_1 \ln X1 + b_2 \ln X_2 + b_3 \ln X_3 + b_4 \ln X_4 + d\, D_1 + u$$

Keterangan:

Y = Konsumsi susu (ml)

a = konstanta

b_1,b_2,b_3,b_4 = koefisien regresi

X_1 = usia (Th)

X2 = pendapatan (Rp)

X3 = jumlah anggota keluarga (orang)

X4 = pengeluaran (Rp)

dummy D1 = pengambil keputusan

1=Istri

0=Selain istri

u = residual

a. Koefisien Determinasi (R^2)

Untuk mengetahui besarnya kemampuan variabel independen mempengaruhi variabel dependen maka dilakukan uji determinasi dengan rumus:

$$R^2 = \frac{b1\sum YX1 + b2\sum YX2}{\sum Y^2}$$

Maka $R^2 = 1 - (1- R^2) \frac{(n-1)}{(n-k)}$

Keterangan :

n = banyaknya observasi

k = banyaknya variabel bebas

Sumber : Wihandaru, 2011

b. Uji F

Uji ini digunakan untuk mengetahui variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen.

$$F_{hitung} = \frac{R2\ (N-k-1)}{k(1-R2)}$$

Keterangan:

R^2 = koefisien determinasi

k = Jumlah peubah bebas

N = Jumlah data

Sumber : Wihandaru, 2011

c. Uji t

Uji ini digunakan untuk mengetahui variabel independen secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen.

Sbi $= \sqrt{\frac{\sum(Yt-\hat{Y}t)2}{(n-k)\sum(Xt-X)2}}$

$t_{hitung} = \frac{bi}{Sbi}$

$t_{tabel} = \alpha/2,n-k$

Keterangan:

bi = koefisien regresi

Sbi = standar error regresi

Sumber : Wihandaru, 2011

HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Kriteria sikap konsumen terhadap susu kedelai merek ABC dinilai dengan skala linier numerik, yaitu:

$$x = \frac{\sum Wi\ (Ii-1)}{skala}$$

$$x = \frac{4,22\ (2,12-1) + 3,62\ (4,62-1) + 3,84\ (4,24-1) + 4,24\ (4,20-1) + 4,26\ (3,42-1)}{5}$$

$$= \frac{58,41}{5}$$

$$= 11,682$$

Skala Linier Numerik:

$0 \leq Ab < 11,682$: sangat baik

$11,682 \leq Ab < 23,364$: baik

$23,364 \leq Ab < 46,728$: cukup baik

$46,728 \leq Ab < 93,456$: buruk

$93,456 \leq Ab < 186,912$: sangat buruk

Ho : Diduga sikap konsumen terhadap susu kedelai buruk dan sangat buruk.

Ha : Diduga sikap konsumen terhadap susu kedelai cukup baik, baik, dan sangat baik.

Ho : $46,728 \leq Ab < 186,912$

Ha : $0 \leq Ab < 11{,}682$

Pengambilan keputusan :

Jika nilai $0 \leq Ab < 11{,}682$maka Ha diterima dan Ho ditolak yang berarti sikap konsumen terhadap susu kedelai cukup baik, baik, dan sangat baik.

Hasil analisis menunjukkan nilai sikap konsumen terhadap susu kedelai merek ABC (Ab) adalah 5,98. Nilai berada 5,98 pada range sangat baik.

Kriteria sikap konsumen terhadap susu sapi merek FRISIAN FLAG dinilai dengan skala linier numerik, yaitu:

$$x = \frac{\sum Wi\ (Ii-1)}{skala}$$

$$x = \frac{4{,}62(1{,}34-1)+ 3{,}88(34{,}12-1)+4{,}50(4{,}44-1)+4{,}74(3{,}96-1)+3{,}86(4{,}76-1)}{5}$$

$$= \frac{174{,}0505}{5}$$

$$= 34{,}810$$

Skala Linier Numerik:

$0 \leq Ab < 34{,}810$	: sangat baik
$34{,}810 \leq Ab < 69{,}620$	: baik
$69{,}620 \leq Ab < 139{,}240$	: cukup baik
$139{,}240 \leq Ab < 278{,}480$	: buruk
$278{,}480 \leq Ab < 556{,}961$	: sangat buruk

Ho : Diduga sikap konsumen terhadap susu sapi buruk dan sangat buruk.

Ha : Diduga sikap konsumen terhadap susu sapi cukup baik, baik, dan sangat baik.

Ho : $34{,}810 \leq Ab < 556{,}961$

Ha : $0 \leq Ab < 34{,}810$

Pengambilan keputusan :

Jika nilai $0 \leq Ab < 34{,}810$ maka Ha diterima dan Ho ditolak yang berarti sikap konsumen terhadap susu kedelai cukup baik, baik, dan sangat baik.

Hasil analisis menunjukkan nilai sikap konsumen terhadap susu kedelai merek ABC (Ab) adalah 16,65. Nilai berada 16,65 pada range sangat baik. Kriteria sikap konsumen terhadap Susu Kedelai merek ABC dan susu sapi merek FRISIAN FLAG dinilai dengan skala linier numerik, yaitu:

$$x = \frac{\sum Wi\ (Ii-1)}{skala}$$

$$x = \frac{3,95(2,05-1)+ 4,40(3,75-1)+3,95(4,00-1)+4,40(4,35-1)+3,70(4,10-1)}{5}$$

$$= \frac{54,3075}{5}$$

$$= 10,8615$$

Skala Linier Numerik:

$0 \leq Ab < 10,8615$	: sangat baik
$10,8615 \leq Ab < 21,723$	: baik
$21,723 \leq Ab < 43,446$	: cukup baik
$43,446 \leq Ab < 86,892$	: buruk
$86,892 \leq Ab < 173,784$	: sangat buruk

Ho : Diduga sikap konsumen terhadap susu kedelai dan susu sapi buruk dan sangat buruk.

Ha : Diduga sikap konsumen terhadap susu kedelai dan susu sapi cukup baik, baik, dan sangat baik.

Ho : $43,446 \leq Ab < 173,784$

Ha : $0 \leq Ab < 10,8615$

Pengambilan keputusan :

Jika nilai $0 \leq Ab < 10,8615$, maka Ha diterima dan Ho ditolak yang berarti sikap konsumen terhadap susu kedelai dan susu sapi cukup baik, baik, dan sangat baik.

Hasil analisis menunjukkan nilai sikap konsumen terhadap susu kedelai merek ABC dan susu sapi merek FRISIAN FLAG (Ab) adalah 8,23. Nilai 8,23 berada pada range sangat baik.

a. Koefisien Determinasi (R^2)

Nilai koefisien determinasi ditentukan dengan *Adjusted R square.* Hasil perhitungan regresi diketahui bahwa koefisien determinasi sebesar 0,981 atau 98%. Hal ini menunjukkan bahwa 98% konsumen mengkonsumsi susu kedelai dapat dijelaskan oleh variabel usia, pendapatan, jumlah anggota keluarga. Selebihnya sebesar 2% konsumen mengkonsumsi susu kedelai dipengaruhi oleh faktor lain seperti : selera responden.

Nilai koefisien determinasi ditentukan dengan *Adjuster R square.* Hasil perhitungan regresi susu sapi diketahui bahwa koefisien determinasi sebesar 0,956 atau 95,6%. Hal ini menunjukkan bahwa 95,6% variabel independen

(usia, pendapatan, jumlah anggota keluarga) dapat dijelaskan oleh variabel dependen. Selebihnya sebesar 4,4% yang tidak berpengaruh tidak dimasukkan kedalam model seperti : selera responden.

Nilai koefisien determinasi ditentukan dengan *Adjuster R square.* Hasil perhitungan regresi susu kedelai dan susu sapi diketahui bahwa koefisien determinasi sebesar 0,491 atau 49,1%. Hal ini menunjukkan bahwa 49,1% variabel independen (usia, pendapatan, jumlah anggota keluarga) dapat dijelaskan oleh variabel dependen. Selebihnya sebesar 50,9% yang tidak berpengaruh tidak dimasukkan kedalam model seperti : selera responden.

b. Uji F

Hasil pengujian susu kedelai adalah nilai F_{hitung} menunjukkan nilai sebesar 192,150 (signifikasi F 0,000), jadi $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ (192,150 ≥ 2,8661) atau sifnifikan F ≤ 0,05 (0,000 ≤ 0,05).

Hasil pengujian susu sapi adalah nilai F_{hitung} menunjukkan nilai sebesar 81,785 (signifikasi F 0,000), jadi $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ (81,785 ≥ 2,8661) atau sifnifikasi F ≤ 0,05 (0,000 ≤ 0,05).

Hasil pengujian susu kedelai dan susu sapi adalah nilai F_{hitung} menunjukkan nilai sebesar 2,703 (signifikasi F 0,65), jadi $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ (2,703 > 3,1122) atau sifnifikasi F ≤ 0,05 (0,65 > 0,05).

c. Uji t

Berdasarkan hasil analisis diatas dapat ditulis model analisis regresi susu kedelai sebagai berikut:

$$LN\ Y = -8{,}139Y + 0{,}023X_1 + 0{,}018X_2 + 0{,}177X_3 + 0{,}938X_4 + 0{,}101X_5$$

Berdasarkan hasil analisis diatas dapat ditulis model analisis regresi susu sapi sebagai berikut:

$$LN\ Y = -7{,}729Y + 0{,}045X_1 + 0{,}009X_2 + 0{,}113X_3 + 0{,}915X_4 + 0{,}022X_5$$

Berdasarkan hasil analisis diatas dapat ditulis model analisis regresi susu kedelai dan susu sapi sebagai berikut:

$$LN\ Y = -123{,}896Y - 3{,}708X_1 + 2.967X_2 - 5{,}594X_3 + 11{,}071X_4 + 4{,}462X_5$$

PENUTUP

Simpulan

Deskripsi konsumen yang mengkonsumsi susu kedelai merek ABC didominasi oleh usia dewasa hal ini ditunjukkan dengan jumlah responden yang dengan jumlah lebih banyak dibanding konsumen usia anak-anak. Deskripsi konsumen yang mengkonsumsi susu sapi merek FRISIAN FLAG didominasi oleh anak-anak hal ini ditunjukkan dengan jumlah responden yang lebih banyak anak-anak yang mengkonsumsi susu sapi.

Selisih yang terkecil pada susu kedelai merek ABC yaitu 0,04. Selisih yang terkecil pada susu sapi merek FRISIAN FLAG yaitu 0,12. Selisih terkecil pada susu kedelai merek ABC dan susu sapi merek FRISIAN FLAG yaitu 2,05.

Model analisis regresi susu kedelai LN Y = -8,139Y + 0,023X_1 + 0,018X_2+ 0,177X_3 + 0,938X_4 + 0,101X_5, model analisis regresi susu sapi LN Y= -7,729Y + 0,045X_1 + 0,009X_2 + 0,113X_3 + 0,915X_4 + 0,022X_5 dan model analisis regresi susu kedelai dan susu sapi LN Y= -123,896Y - 3,708X_1 + 2.967X_2 - 5,594X_3 + 11,071X_4 + 4,462X_5.

DAFTAR PUSTAKA

Anonim. 2007. http://forum.depkop.go.id/index.php?catid.43&func.display and option.com_glossary and search.id.

Khomsan, A. 2002. *Susu Minuman Bergizi Untuk Peningkatan Kualitas Sumber Daya Manusia*. Pasific Link. Com. 30 Juli 2008

Wihandaru SP, 2011. *Analisis Regresi Linier*. Manajemen Fakultas Ekonomi. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Surakhmad, W. 1990. *Dasar dan Teknik Researc: Pengantar Metodologi Ilmiah.* Sinar Harapan. Bandung.

Sumarwan, Ujang. 2003. *Perilaku Konsumen Teori & Penerapannya Dalam Pemasaran,* Cetakan Pertama, Penerbit: Ghalia Indonesia, Jakarta.