

LAPORAN TUGAS AKHIR

ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP MINAT BELI PRODUK
WEDANG ALAM (STUDI KASUS DI CV TOTALINDO GEMILANG)

Oleh:

Siva Khoirima
03.05.21.0205



PROGRAM STUDI AGRIBISNIS HORTIKULTURA
JURUSAN PERTANIAN
POLITEKNIK PEMBANGUNAN PERTANIAN YOGYAKARTA MAGELANG
KEMENTERIAN PERTANIAN
2025

ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP MINAT BELI PRODUK WEDANG ALAM (STUDI KASUS DI CV TOTALINDO GEMILANG)

Oleh:
Siva Khoirima

Intisari

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui preferensi konsumen terhadap produk Wedang Alam dan untuk mengidentifikasi atribut yang mempengaruhi minat beli berdasarkan preferensi konsumen. Metode penelitian ini yaitu deskriptif kuantitatif dengan menggunakan teknik pengambilan sampel dilakukan secara *non-probability sampling* dengan jenis *purposive sampling*. Penelitian ini menggunakan 50 responden dengan kriteria responden yang diperlukan adalah seseorang yang pernah membelinya dan calon konsumen yang akan membeli Wedang Alam di CV Totalindo Gemilang Kabupaten Magelang. Metode analisis data yang digunakan untuk mengetahui preferensi konsumen adalah analisis konjoin sedangkan untuk mengetahui minat beli konsumen menggunakan analisis regresi linier berganda dengan alat analisis program aplikasi SPSS. Hasil analisis menunjukkan bahwa preferensi konsumen yang lebih tinggi terhadap Wedang Alam dengan harga jual Rp. 28.000, desain kemasan warna hijau, produk dengan bentuk kemasan *sachet* dan *box*, serta informasi produk pada kemasan yang terdapat logo. Atribut informasi produk, kemasan, harga dan desain berpengaruh signifikan terhadap minat beli produk Wedang Herbal, baik secara simultan (uji F) maupun secara parsial (Uji t).

Kata Kunci: Preferensi Konsumen, Minat Beli, Regresi Linier Berganda, Wedang Alam

*CONSUMER PREFERENCE ANALYSIS TOWARDS BUYING INTEREST OF
WEDANG ALAM PRODUCTS (CASE STUDY AT CV TOTALINDO GEMILANG)*

By:

Siva Khoirima

Abstract

This study aimed to determine consumer preferences for the Wedang Alam product and to identify the attributes that influence purchase intention based on these preferences. The research employed a quantitative descriptive method, using a non-probability sampling technique with purposive sampling. The study involved 50 respondents who had either previously purchased or were potential buyers of Wedang Alam at CV Totalindo Gemilang, Magelang Regency. Data analysis methods, including conjoint analysis and multiple linear regression, were employed to determine consumer preferences. SPSS software was utilized to assess purchase intention. The results indicate that consumers show the highest preference for Wedang Alam with a selling price of Rp. 28,000, green packaging design, packaging in both sachet and box forms, and product information on the packaging that includes a logo. Furthermore, the attributes of product information, packaging, price, and design significantly influence purchase intention for Wedang Herbal products, both simultaneously (F-test) and partially (t-test).

Keywords: Consumer Preference, Purchase Intention, Multiple Linear Regression, Wedang Alam

DAFTAR ISI

LAPORAN TUGAS AKHIR.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
DAFTAR PUBLIKASI.....	iv
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	v
RIWAYAT HIDUP	vi
PERSEMBAHAN	vii
Intisari	ix
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	2
C. Batasan Masalah.....	2
D. Tujuan	3
E. Manfaat	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	4
A. Landasan Teori.....	4
B. Kerangka Berfikir.....	11
Definisi Operasional.....	13
C. Hipotesis.....	14
BAB III METODE PENELITIAN.....	15
A. Waktu dan Tempat Penelitian	15
B. Alat dan Bahan.....	15
C. Rancangan Penelitian	15

D. Metode Analisis Data	16
BAB IV	24
HASIL DAN PEMBAHASAN	24
A. Gambaran Umum CV Totalindo Gemilang	24
B. Hasil Karakteristik Responden.....	25
C. Analisis Deskriptif Preferensi Konsumen Wedang Alam.....	30
D. Analisis Konjoin Preferensi Konsumen	34
E. Analisis Minat Beli	43
F. Rencana Implementasi	54
BAB V	56
KESIMPULAN DAN SARAN.....	56
A. Kesimpulan	56
B. Saran.....	56

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Penjualan Produk Minuman Herbal Wedang Alam CV Totalindo Gemilang	2
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	12
Gambar 4. 1 Stimuli yang menjadi preferensi konsumen Wedang Alam	42
Gambar 4. 2 Uji Heteroskedastisitas	47

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Bahan baku, kandungan, dan manfaat Wedang Alam.....	5
Tabel 3. 1 Atribut dan Subatribut.....	17
Tabel 3. 2 Hasil Stimuli Ortogonal.....	18
Tabel 3. 3 Skala Likert.....	19
Tabel 3. 4 Kriteria penilaian responden.....	20
Tabel 3. 5 Acuan Interpretasi Koefisien Determinasi.....	23
Tabel 4. 1 Karakteristik Konsumen Sesuai Jenis Kelamin.....	25
Tabel 4. 2 Karakteristik Konsumen Sesuai Usia.....	26
Tabel 4. 3 Karakteristik Konsumen Sesuai Pekerjaan.....	27
Tabel 4. 4 Karakteristik Konsumen Sesuai Status.....	28
Tabel 4. 5 Karakteristik Konsumen sesuai Penghasilan.....	28
Tabel 4. 6 Karakteristik Konsumen Sesuai Pendidikan Terakhir.....	29
Tabel 4. 7 Hasil Kuesioner Preferensi Konsumen Wedang Alam.....	30
Tabel 4. 8 Overall Statistic Nilai Utilitas.....	36
Tabel 4. 9 Tingkat Kepentingan Konsumen Terhadap Atribut Wedang Alam.....	39
Tabel 4. 10 Nilai Korelasi Analisis Konjoin.....	41
Tabel 4. 11 Kombinasi Atribut dan Level Atribut.....	42
Tabel 4. 12 Hasil Uji Validitas.....	44
Tabel 4. 13 Hasil Uji Reliabilitas.....	44
Tabel 4. 14 Uji Normalitas.....	45
Tabel 4. 15 Uji Multikolinearitas.....	46
Tabel 4. 16 Uji Regresi Linier Berganda.....	48
Tabel 4. 17 Hasil Uji F.....	49
Tabel 4. 18 Hasil Uji t.....	50
Tabel 4. 19 Hasil Koefisien Determinasi.....	51
Tabel 4. 20 Rencana Implementasi.....	55

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	61
Lampiran 2 Identitas Responden.....	71
Lampiran 3 Tabulasi Data Kuesioner	74
Lampiran 4 Tabulasi Data MSI.....	79
Lampiran 5 Olah Data Deskriptif SPSS.....	82
Lampiran 6 Olah Data Analisis Konjoin SPSS.....	89
Lampiran 7 Uji Validitas dan Reliabilitas SPSS.....	90
Lampiran 8 Olah Data Minat Beli SPSS.....	94
Lampiran 9 Menentukan Harga Pokok Produksi (HPP)	97
Lampiran 10 Dokumentasi Kegiatan	99
Lampiran 11 Surat Adopsi	99

DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, S. A. (2023). Sikap dan Kepuasan Konsumen dalam Mengonsumsi Jamu Kunyit Asam Instan Sebagai Minuman Kesehatan di Kota Bandar Lampung. Skripsi. Fakultas Pertanian. Universitas Lampung. Bandar Lampung.
- Aftahira Nur. (2019). Analisis Penentuan Harga Pokok Produksi dan Harga Jual pada PT . Kemilau Bintang Timur Kabupaten Luwu. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Muhammadiyah Makassar. Makassar.
- Ambarwati, D. L., Prayoga, A., Khoiriyah, A., & Yogyakarta-magelang, P. P. P. (2024). The Impact of Instant Red Ginger Product Packaging Development On Consumer Buying Interest (Case Study at P4S. 6(2), 90–107.
- Annisa, N., Nasution, M. A., & Al Firah, A. F. (2023). Pengaruh Atribut Produk dan Informasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Trimitra Swadaya Medan. *Jurnal Bisnis Corporate*, 8(1), 67–77. <https://doi.org/10.46576/jbc.v8i1.3603>
- Aprilliyani, W. (2020). Pengaruh Desain Kemasan dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Almond Crispy Oro D ' Jero. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 5(April), 10–16.
- Arniati, N., Budianto, A., & Setianingsih, W. (2020). Pengaruh Utility Atribut dan Logo Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Suatu Studi pada Dealer Bahana Motor Ciamis). *Business Management and Entrepreneurship Journal*, 2(4), 154–167.
- Azizah, D. I., Siswadi, B., & Maula, L. R. (2021). Analisis Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Cokelat. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, 9(2). <http://www.riset.unisma.ac.id/index.php/SEAGRI/article/view/11161>
- Baring, M. E., Kalangi, K. J., & Tiwow, H. A. L. (2024). Pengaruh Atribut Kemasan Terhadap Minat Beli Cimory Yoghurt Squeeze pada Konsumen Golden Pasar Swalayan Manado. *Zootec*, 44(1), 221–233.
- Clara, C. (2021). Pengaruh Desain Dan Manfaat Kemasan Terhadap Minat Pembelian Fmcg. *Jurnal Keuangan dan Bisnis*, 19(1), 01–24. <https://doi.org/10.32524/jkb.v19i1.109>
- Dewi, C. M., Hairiza, A., & Limbong, E. G. (2020). Warna Sebagai Identitas Merek Pada Kemasan Makanan Tradisional Kembang Goyang Khas Betawi. Visual Heritage: *Jurnal Kreasi Seni dan Budaya*, 2(01), 9–13. <https://doi.org/10.30998/vh.v2i01.150>
- Dukalang, H. (2019). Jambura Journal of Mathematics. *Journal of Mathematics*, 1, 37.
- Elfariyanti, Zarwinda, I., Hardiana, & Dewi Safrida, Y. (2022). Sosialisasi dan Pelatihan Pembuatan Minuman Herbal Dari Rempah Bumbu Dapur di Desa Naga Umbang Aceh Besar. *E-Proceeding 2 Nd SENRIABDI 2022*, 2(1), 17–23. <https://jurnal.usahidsolo.ac.id/>
- Emilda. (2018). Efek Senyawa Bioaktif Kayu Manis *Cinnamomum Burmannii* Nees.

- Journal FARMASI*, 5(1), 246–252.
- Febri, C. (2016). Eksplorasi Preferensi Konsumen Business-To-Business Terhadap Fleksibilitas Kemasan, Harga, dan Rasa dalam Pengembangan Produk Rengginang Bumbuku. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 1(2), 201–206.
- Hakim, S., Suroso, E., Nurainy, F., Hidayati, S., Teknologi, J., Pertanian, H., Pertanian, F., & Lampung, U. (2022). Analisis Tingkat Kepentingan dan Kinerja Atribut Teh Pucuk Harum Siap Minum di Universitas Lampung. 1(1), 53–60.
- Halim, I. O., Rasmikayati, E., & Saefudin, B. R. (2023). Konsumsi Minuman Herbal dan Probiotik Di Kalangan Mahasiswa pada Masa Pandemi Covid-19. *SEPA: Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, 20(2), 246. <https://doi.org/10.20961/sepa.v20i2.60678>
- Hasan, I., Rosida, I., & Nurliani, N. (2022). Preferensi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Beras Berdasarkan Kualitas Beras Medium dan Premium Pada Pasar Tradisional di Kota Makassar. *Jurnal Ilmiah Ecosystem*, 22(2), 231–236. <https://doi.org/10.35965/eco.v22i2.1519>
- Husaini, M., Artiningsih, D. W., & Zamilah, E. (2020). Hubungan tingkat pendidikan dan Persepsi Konsumen Tentang Kualitas dan Manfaat Beras Organik Di Kota Barabai. *Journal Uniska Kediri*, 1(1), 1–8.
- Imanda, F. (2023). Prefrensi Konsumen Terhadap Jeruk di Kota Lhoksumawe. *Jurnal Akuntansi*, 13(1), 104–116.
- Indah, A., Surya, Z., & Sanjaya, Y. A. (2024). Evaluasi Preferensi Konsumen Terhadap Kualitas Mie Instan Goreng Menggunakan Metode Analisis Konjoin. 7(4), 447–459.
- Indriaty, L., Mulya, F. R. Q., Tjiu, H., Santy, S., Susiani, S., & Akbar, A. (2023). Pengaruh Pendapatan dan Harga Terhadap Daya Beli Masyarakat. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 7(1), 20–23. <https://doi.org/10.55264/jumabis.v7i1.98>
- Larasati, C. L., Eliza, B., Kusuma, N., Jovanytha, R., Liwoso, Z., & Wijayanti, S. H. (2024). Keterkaitan Warna Desain Kemasan dan Daya Tarik Generasi Z terhadap Produk Teh Celup. 7(2), 465–477.
- Latief, A. (2018). Analisis Pengaruh Produk, Harga, Lokasi dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen pada Warung Wedang Jahe (Studi Kasus Warung Sido Mampir di Kota Langsa). *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 7(1), 90–99. <https://doi.org/10.33059/jmk.v7i1.756>
- Mahardika Syahril, S., Srimati, M., Hakim Afrizal, S., Studi Gizi Fakultas Ilmu Kesehatan dan Teknologi Universitas Binawan, P., & Raya, J. (2023). Analisis Aktivitas Antioksidan dan Mikrobiologi pada Formulasi Minuman Fungsional Serbuk Instan Jahe Emprit dan Kayu Secang. *Jurnal Pangan dan Agroindustri*, 04(01).
- Mahendra, R. R. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Online Marketing, Electronic Word Of Mouth, dan Harga Terhadap Minat Beli Produk Fellas.CO. *Performa*, 6(3), 255–264. <https://doi.org/10.37715/jp.v6i3.2528>
- Malasari, D., Saroh, S., & Yunaida, D. (2022). Pengaruh Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Minuman Herbal Katingku. 11(2), 79–87.

- Marhaeni, L. S. (2021). Daun Kelor (*Moringa oleifera*) Sebagai Sumber Pangan Fungsional dan Antioksidan. *Jurnal Agrisia*, Vol.13(2), 40–53. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Marsudi, H., & Triyanto, T. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen pada Apotek Mbengkal Sehat. MUARA : *Jurnal Manajemen Pelayaran Nasional*, 5(1), 14–18. <https://doi.org/10.62826/muara.v5i1.55>
- Melati, L. S. A., Saputra, G., Najiyah, F., & Asas, F. (2022). Perhitungan Harga Pokok Produksi Berdasarkan Metode Full Costing Untuk Penetapan Harag Jual Produk pada CV. Silvi MN Paradilla Parengan. *Owner*, 6(1), 632–647. <https://doi.org/10.33395/owner.v6i1.611>
- Merici, A., Edlyna, A., Yeoh, A. C., Tan, A., Yauri, V., Manan, K. I., Muljadi, N. A., & Yulia, R. (2024). Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Beli Konsumen Berdasarkan Influencer Tasya Farasya. 2(3), 195–203.
- Mufreni, A. N. (2016). Pengaruh Desain Produk, Bentuk Kemasan dan Bahan Kemasan Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Teh Hijau Serbuk Tocha). *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 11(1), 138–146. <https://doi.org/10.35794/emba.v11i1.45579>
- Nastiti, T. A., Nalinda, R., & Sadiyah, F. N. (2023). Product Development of Herbal Drink Seroja Milk Tea. 13(2), 180–191.
- Nurhasanah, S., Munandar, J. M., & Syamsun, M. (2017). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Produk Makanan Olahan Halal pada Konsumen, b. *Journal of Management and Organization*, VIII(3), 250–260.
- Pangestu, I., Pristiyono, & Munthe, A. M. (2025). Pengaruh Identitas Merek , Harga , Promosi dan Desain Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Minuman Herbal. 8(1), 1691–1703.
- Pramataty, R., & Widya, R. (2021). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Minat Beli Konsumen pada Minuman Luwak White Coffee. *Business and Economics Conference in Utilization of Modern Technology*, 326–340.
- Puspitasari, A. I., & Nirawati, L. (2022). Pengaruh Persepsi dan Preferensi Konsumen Terhadap Minat Beli Kopi Kenangan di Suncity Mall Sidoarjo. *Jurnal Mirai Management*, 7(3), 113–119. <https://doi.org/10.37531/mirai.v7i3.366>
- Putra, V. K. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Desain, dan Kemasan Terhadap Minat Beli Calon Konsumen Remile. *Performa*, 5(4), 350–359. <https://doi.org/10.37715/jp.v5i4.1790>
- Putri, D. U. P., & Baharza, N. S. (2023). Pengaruh Konsumsi Teh Bunga Telang (*Clitoria ternatea*) Sebagai Alternatif Antioksidan dan Booster Imunitas Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Permas: Jurnal Ilmiah Stikes Kendal*, 13(1), 109–118.
- Rahmasari, F. (2022). Pengaruh Social Proof dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Produk Scarlett Whitening Dengan Harga Sebagai Variabel Moderasi Pada Generasi Millennial Di Kota Makassar. In *Braz Dent J. (Issue 1)*.
- Rakasiwi, L. S. (2021). Pengaruh Faktor Demografi dan Sosial Ekonomi Terhadap Status Kesehatan Individu di Indonesia. *Kajian Ekonomi dan Keuangan*, 5(2),

- 146–157. <https://doi.org/10.31685/kek.v5i2.1008>
- Rohmah, M. N. (2024). Pemanfaatan dan Kandungan Kunyit (*Curcuma domestica*) Sebagai Obat dalam Perspektif Islam. *Es-Syajar: Journal of Islam, Science and Technology Integration*, 2(1), 178–186. <https://doi.org/10.18860/es.v2i1.18151>
- Rozy, F. (2017). Penerapan Analisis Konjoin dalam Menentukan Preferensi Mahasiswa Fakultas MIPA Universitas Brawijaya dalam Memilih Program Studi (Studi Pada Mahasiswa Fakultas MIPA Universitas Brawijaya). *Jurnal Akuntansi*, 11.
- Septiyadi, A. L., Made, I., & Dirgantara, B. (2021). Pengaruh Atribut Kemasan (Packaging) Terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk Kosmetik Emina. Diponegoro *Journal of Management*, 10(4), 1–14. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Sugiyono. (2020). Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D. Bandung. Alfabeta.
- Sulasih, S. (2017). Kajian Persepsi Harga, Kemasan, Kualitas Layanan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Olahan Khas Bumiayu Jawa Tengah. Referensi: *Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi*, 5(1), 38. <https://doi.org/10.33366/ref.v5i1.561>
- Umasangadji, Y. A. (2022). Preferensi Konsumen Jamu Terhadap Jamu Gendong Herb Consumer Preferences On “Jamu Gendong” Jamu minuman kesehatan dan sebagian untuk mempercantik diri. Jamu disajikan dengan berbagai jenis, Indonesia memiliki tanaman herbal berjumlah cukup banyak, s. 18(September), 725–734.
- Utriso, Yulianto, M. E., Ariwibowo, D., Ariyanto1, H. D., & Handayani, S. U. (2021). Pengembangan Produktivitas Minuman Kesehatan Rempah-Rempah Melalui Granulator yang Dilengkapi Foto-Pasteurisasi-Uv untuk Meningkatkan Imun Tubuh. *Jurnal Pengabdian*, 02, 150–154.
- Visca Farilia Nur Fadjri, & Yahya. (2018). Keputusan Pembelian pada Packybagvintage di Surabaya Visca Farilia Nur Fadjri Yahya Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya. *Ilmu dan Riset Manajemen*, 7, Nomor 7, 2–18.
- Wahyudi, N. A. (2021). Analisis Faktor Faktor Preferensi Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Booth Boca. *Performa*, 4(5), 746–755. <https://doi.org/10.37715/jp.v4i5.1694>
- Yansen, E., Furio Perez, E., Pradipta, A., & Anvolia, K. (2023). The Impact Of Packaging Design On Sensory Attributes. *Journal of Namibian Studies*, November, 2–22. <https://doi.org/10.59670/jns.v35i.4392>