

## V. HASIL DAN PEMBAHASAN

### A. Karakteristik Konsumen

Dalam penelitian ini konsumen yang dipilih khususnya wanita yang sudah menikah / ibu rumah tangga, dikarenakan pengambilan keputusan dalam membeli daging sapi segar maupun beku yaitu untuk di konsumsi dan tidak untuk dijual kembali. Karakteristik konsumen daging segar dan daging beku dibagi menjadi 5 yaitu usia, pendidikan, pekerjaan, jumlah keluarga dan pendapatan. Karakteristik responden pada penelitian ini disajikan sebagai berikut :

#### 1. Usia

Usia merupakan umur konsumen daging sapi segar dan daging sapi beku yang diukur dengan satuan tahun. Pada penelitian ini usia konsumen beragam dari umur 24 tahun hingga 64 tahun. Adapun usia konsumen daging sapi segar dan daging sapi beku dapat dilihat pada tabel 13 sebagai berikut :

Tabel 1. Karakteristik konsumen daging sapi segar dan daging sapi beku berdasarkan usia di Kios Daging Sapi Oricow.

Usia	Daging Sapi Segar		Daging Sapi Beku		Total (orang)
	Jumlah (orang)	Persentase	Jumlah (orang)	Persentase	
24-34	22	44	32	64	54
35-44	18	36	18	36	36
45-54	9	18	-	-	9
55-64	1	2	-	-	1
Jumlah	50	100	50	100	100

Berdasarkan tabel 13 dapat diketahui bahwa konsumen yang cenderung membeli daging sapi segar dan daging sapi beku yaitu pada usia 24 tahun hingga 44 tahun sebanyak 90 orang. Konsumen pada usia 24 tahun hingga 34 tahun mayoritas membeli daging sapi segar dan daging sapi beku, pada usia tersebut

banyak ibu rumah tangga yang masih muda memilih membeli daging sapi segar dan daging sapi beku dikarenakan praktis dan siap diolah.

Konsumen pada rentang usia 45-54 tahun sebanyak 9 orang memilih membeli daging sapi segar karena beranggapan bahwa daging sapi segar di Kios Daging Sapi Oricow tersebut selalu baru dan lebih fresh. Namun terdapat satu konsumen dengan usia 64 tahun menjadi konsumen daging sapi segar karena sudah berlangganan dari sejak dahulu. Jadi, berdasarkan usia konsumen daging sapi segar dan daging sapi beku mayoritas konsumen pada rentang usia 24 hingga 34 tahun.

## 2. Pendidikan Terakhir

Pada tingkat pendidikan terakhir seseorang akan berpengaruh dalam melakukan pembelian suatu produk, semakin tinggi pendidikan seseorang maka akan selektif dalam memilih produk yang dibeli. Pada penelitian ini didapat latar belakang konsumen sebagai berikut :

Tabel 2. Karakteristik konsumen daging sapi segar dan daging sapi beku berdasarkan pendidikan terakhir.

Tingkat Pendidikan	Daging Sapi Segar		Daging Sapi Beku		Total (orang)
	Jumlah (orang)	Persentase	Jumlah (orang)	Persentase	
SMA	13	26	12	24	25
D1	1	2	1	2	2
D3	3	6	5	10	8
S1	27	54	29	58	56
S2	6	12	3	6	9
Jumlah	50	100	50	100	100

Berdasarkan tingkat pendidikan yang terdapat pada tabel 14 di dominasi dengan latar belakang pendidikan S1 sebanyak 56 orang. Tingkat pendidikan S1 konsumen daging sapi segar sebagian beranggapan bahwa daging sapi segar lebih

sehat dan daging selalu baru, sedangkan konsumen daging sapi beku dengan tingkat pendidikan S1 beranggapan bahwa daging sapi beku kualitas dagingnya sama seperti daging sapi segar dan daging sapi beku dinilai lebih praktis karena konsumen tinggal mengambil sesuai pilihan yang akan di beli karena di Kios Daging Sapi Oricow tersebut merupakan kios daging yang terkonsep seperti pasar modern.

### 3. Jenis pekerjaan

Pada penelitian ini responden daging sapi segar dan daging sapi beku memiliki latar belakang pekerjaan antara lain yaitu ibu rumah tangga, wiraswasta, bidan, karyawan swasta, PNS, guru, perawat, dosen dan polri. Adapun knsumen daging sapi segar dan daging sapi beku dapat dilihat pada tabel 15 sebagai berikut:

Tabel 3. Karakteristik konsumen daging sapi segar dan daging sapi beku berdasarkan jenis perkerjaan.

Pekerjaan	Daging Sapi Segar		Daging Sapi Beku		Total (orang)
	Jumlah (orang)	Persentase	Jumlah (orang)	Persentase	
Ibu Rumah Tangga	13	26	14	28	27
Wiraswasta	17	34	13	26	30
Bidan	1	2	-	-	1
Karyawan Swasta	5	10	7	14	12
PNS	6	12	9	18	15
Guru	1	2	3	6	4
Perawat	5	10	2	4	7
Dosen	2	4	1	2	3
Polri	-	-	1	2	1
Jumlah	50	100	50	100	100

Berdasarkan tabel 15 dapat dilihat bahwa jenis pekerjaan yang paling banyak yaitu bekerja sebagai ibu rumah tangga dan wiraswasta dengan total sebanyak 57 orang. Akan tetapi, mayoritas jenis pekerjaan dalam membeli daging sapi ialah

konsumen daging sapi segar yaitu dengan pekerjaan sebagai wiraswasta. Hal ini dikarenakan daging sapi segar lebih banyak stok di pagi hari dan daging selalu baru maka sebelum memulai aktivitas bekerja mereka banyak berbelanja di pagi hari.

Sedangkan konsumen yang membeli daging sapi beku paling banyak adalah ibu rumah tangga. Hal ini disebabkan karena ibu rumah tangga lebih banyak mempunyai waktu untuk berbelanja di Kios Daging Sapi Oricow karena biasanya pada pagi hari ibu rumah tangga sibuk dalam mengurus pekerjaan rumah dan selain itu daging sapi beku mulai banyak dijual saat menjelang siang.

#### 4. Pendapatan

Pendapatan merupakan jumlah uang yang diterima konsumen dalam satu bulan. Pendapatan konsumen daging sapi segar dan daging sapi beku dapat dilihat pada tabel 16.

Tabel 4. Karakteristik konsumen daging sapi segar dan daging sapi beku berdasarkan pendapatan perBulan.

Pendapatan	Daging Sapi Segar		Daging Sapi Beku		Total (orang)
	Jumlah (orang)	Presentase	Jumlah (orang)	Presentase	
< Rp 1.000.000	1	2	-	-	1
Rp 1.000.000 - Rp 2.999.999	27	54	25	50	52
Rp 3.000.000 - Rp 4.999.999	18	36	23	46	41
Rp 7.000.000 - Rp 8.999.999	4	8	2	4	6
Jumlah	50	100	50	100	100

Berdasarkan tabel 16 mengenai pendapatan konsumen daging sapi segar dan daging sapi beku tersebut, menunjukkan bahwa total kelompok pendapatan mayoritas konsumen daging sapi segar dan daging sapi beku yaitu sebanyak 93 orang pada rentang pendapatan Rp 1.000.000 – Rp 4.999.999. Akan tetapi,

mayoritas konsumen daging sapi segar dan daging sapi beku memiliki pendapatan pada rentang Rp 1.000.000 – Rp 2.999.999.

Sedangkan pada rentang pendapatan Rp 3.000.000 – Rp 4.999.999 tidak sedikit terdapat konsumen yang membeli daging sapi segar dan daging sapi beku. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen daging sapi segar dan daging sapi beku memiliki pendapatan keluarga yang cukup tinggi sehingga mendukung untuk melakukan pembelian daging sapi segar dan daging sapi beku mengingat harga daging sapi di Kios Daging Sapi Oricow sedikit mahal dari harga daging sapi di pasar modern akan tetapi kualitas dagingnya lebih baik di Kios Daging Sapi Oricow.

#### 5. Jumlah Anggota Keluarga

Jumlah anggota keluarga konsumen daging sapi segar dan daging sapi beku mempunyai rentang dengan jumlah anggota keluarga sebanyak 2 hingga 4 orang, kedua 5 hingga 7 orang, dan 8 hingga 10 orang jumlah anggota keluarag. Adapun jumlah anggota keluarga pada konsumen daging segar dan daging sapi beku dapat dilihat pada tabel 17 sebagai berikut :

Tabel 5. Karakteristik konsumen daging sapi segar dan daging sapi beku berdasarkan jumlah anggota keluarga.

Orang	Daging Sapi Segar		Daging Sapi Beku		Total (orang)
	Jumlah (orang)	Persentase	Jumlah (orang)	Persentase	
2-4	35	70	42	84	77
5-7	15	30	8	16	23
Jumlah	50	100	50	100	100

Berdasarkan tabel 17 dapat diketahui bahwa dari keseluruhan konsumen daging sapi segar dan daging sapi beku paling banyak yaitu pada rentang 2 – 4 anggota keluarga dengan jumlah 77 orang konsumen. Terdiri dari kosumen

daging sapi segar yaitu 35 orang dan sedangkan konsumen yang membeli daging sapi beku mempunyai jumlah anggota keluarga pada rentang 2 hingga 4 sebanyak 42 orang konsumen. Akan tetapi tidak terdapat konsumen daging sapi segar maupun daging sapi beku yang memiliki jumlah anggota lebih dari 7 orang.

Dengan demikian banyaknya jumlah anggota keluarga dengan pendapatan perbulan yang dimiliki oleh konsumen daging sapi segar dan daging sapi beku, akan mempengaruhi proses pembelian daging sapi segar dan daging sapi beku karena konsumen beranggapan bahwa keluargalah yang akan menjadi alasan dalam mengkonsumsi daging sapi segar dan daging sapi beku. Karena semakin banyak anggota keluarga dalam satu rumah maka akan semakin banyak selera dalam pembelian daging sapi segar dan daging sapi beku.

## **B. Perilaku Pembelian Konsumen**

Perilaku konsumen merupakan suatu tindakan langung terlibat untuk mendapatkan, mengkonsumsi dan menghabiskan suatu produk. Secara sederhana perilaku konsumen meliputi keputusan tentang apa yang dibeli oleh konsumen, mengapa, dimana, kapan dan seberapa sering dia membeli (Sumarwan, 2003).

Perilaku konsumen daging sapi perlu dipelajari oleh pemasar daging sapi karena pemasar berkewajiban untuk memahami konsumen, bagaimana selera konsumen tersebut dan bagaimana konsumen mengambil keputusan untuk membeli daging sapi. Dimana konsumen mempunyai tujuan pembelian yang berbeda-beda seperti berapa banyak daging sapi segar dan daging sapi beku yang dibeli, berapa sering konsumen membeli daging sapi segar dan daging sapi beku, dan berapa banyak daging sapi segar dan daging sapi beku yang dibeli setiap

pembelian. Berikut penjelasan dari masing-masing perilaku pembelian daging sapi segar dan daging sapi beku di Kios Daging Sapi Oricow :

#### 1. Alasan pembelian

Pada setiap konsumen memiliki alasan tersendiri saat melakukan pembelian daging sapi. Berikut informasi terkait alasan konsumen dalam membeli daging sapi segar dan daging sapi beku :

Tabel 6. Alasan pembelian daging sapi segar dan daging sapi beku di Kios Daging Sapi Oricow

No.	Alasan Pembelian	Daging Sapi Segar		Daging Sapi Beku	
		Jumlah	Persentase	Jumlah	Persentase
1.	Daging lebih segar	7	10,8	2	3,4
2.	Daging selalu baru	5	7,7	4	6,8
3.	Daging berkualitas	6	9,2	4	6,8
4.	Kelengkapan varian daging sapi	9	13,8	14	23,7
5.	Terjamin kehalalannya	8	12,3	6	10,2
6.	Terkonsep seperti supermarket	6	9,2	1	1,7
7.	Dekat	4	6,2	5	8,5
8.	Bersih	8	12,3	11	18,6
9.	Lebih sehat	1	1,5	-	-
10.	Karyawan ramah	4	6,2	4	6,8
11.	Buka hingga malam	1	1,5	3	5,1
12.	Tempatnya ramai	-	-	1	1,7
13.	Tempatnya nyaman dan recommended	2	3,1	2	3,4
14.	Menarik	2	3,1	-	-
15.	Praktis	1	1,5	-	-
16.	Kemasan rapi	1	1,5	1	1,7
17.	Berlangganan	-	-	1	1,7
Jumlah		65	100	59	100

Berdasarkan tabel 18 diatas, jumlah alasan konsumen yang membeli daging sapi segar dan daging sapi beku berbeda dengan jumlah yang dijadikan sebagai responden. Hal ini dikarenakan ada beberapa responden yang menyebutkan lebih dari satu alasan. Dapat diketahui bahwa konsumen daging sapi segar alasan

terbanyak yang disampaikan oleh konsumen yaitu lengkap sebesar 13,8%. Hal tersebut dikarenakan di Kios Daging Sapi Oricow ini menyediakan berbagai jenis dan pilihan daging sapi segar sesuai keinginan konsumen dan untuk pembelian daging sapi segar konsumen bisa meminta untuk daging dipotong menjadi bagian kecil-kecil, sehingga memudahkan konsumen karena tidak perlu memotong lagi dan daging siap untuk diolah. Di Kios Daging Sapi Oricow inilah diutamakan sapi yang didapatkan dari petani lokal yang memiliki kualitas dan mutu yang terjamin bagus serta adanya penanganan yang dilakukan oleh dokter hewan dan dilakukan pengecekan terhadap sapi yang akan dipotong. Selain itu, untuk penjagalnya pun dilakukan oleh orang yang berpengalaman, bersertifikat dan untuk setiap hari pemotongan di RPH (Rumah Pemotongan Hewan) juga terdapat surat keterangan yang beredar.

Alasan terbanyak kedua yang diutarakan konsumen ialah kehalalannya jelas dan terjamin yaitu sebanyak 12,3%. Hal ini dikarenakan daging sapi yang dijual sudah terdaftar dan telah bersertifikat halal yang di keluarkan oleh MUI. Sebanyak 12,3% konsumen daging sapi segar juga mengutarakan alasan pembelian yaitu tempatnya bersih. Di kios daging sapi Oricow ini kebersihan menjadi hal yang penting dikarenakan akan berpengaruh pada kenyamanan pengunjung. Setiap hari, dilakukan pembersihan terhadap alat-alat yang digunakan seperti penggiling daging, timbangan, mesin *slice*, kulkas dan *freezer*. Sebelum membuka dan saat akan menutup kios biasanya dilakukan menyapu dan mengepel lantai.

Sementara itu, sebanyak 10,8% konsumen daging sapi segar mengutarakan alasan pembelian yaitu daging lebih segar. Hal ini dimaksudkan daging sapi segar



yang dijual memang mengutamakan kualitas dan dijual dalam keadaan segar dan baru. Sementara itu satu konsumen lainnya beralasan bahwa di Kios Daging Sapi Oricow ini buka hingga malam, karena di kios tersebut buka dari pukul 05.00 hingga 19.00 WIB. Selain itu, satu konsumen lain menyatakan alasan praktis, alasannya karena setiap pembelian daging daging sapi segar sudah terpotong sesuai dengan keinginan konsumen, dan di kemas dengan kemasan yang rapi. Namun terdapat satu konsumen yang menyatakan alasan pembelian yaitu lebih sehat, maksudnya daging sapi segar yang di beli oleh konsumen tersebut memilih membeli daging tanpa lemak, berbeda dengan daging sapi beku yang masih terdapat beberapa lemak.

Pada daging sapi beku, alasan paling banyak yang diungkapkan oleh konsumen sebesar 23,7% yaitu lengkap. Hal ini sama seperti konsumen daging sapi segar yang beralasan paling banyak ialah kelengkapan dalam menyediakan apa yang dibutuhkan oleh konsumen. Di Kios Daging Sapi Oricow ini menyediakan berbagai potongan bagian dari daging sapi dimana daging segar di potong berupa potongan dadu atau slice dan dikemas dengan kemasan sterofoam lalu di tutup dengan plastik wrap dan disimpan dalam *freezer*, daging sapi beku ini di kemas dengan kemasan 250gr. Alasan terbanyak kedua sama seperti konsumen daging sapi segar yaitu terjamin kehalalannya dan bersih.

Namun terdapat satu konsumen daging sapi beku yang beralasan bahwa Kios Daging Sapi Oricow terkonsep seperti supermarket, karena di Kios Daging Sapi Oricow ini ditata dengan konsep seperti supermarket sehingga pembeli bebas memilih daging sapi beku yang akan di beli. Sementara itu, ada satu konsumen yang menyatakan alasan tempatnya ramai, hal ini terjadi karena lokasi kios daging

sapi Oricow ini dekat dengan pasar condongcatur dan konsumen di daerah lain mengetahui adanya kios daging sapi Oricow dari media social, sehingga kios daging sapi Oricow ini selalu ramai pengunjung.

Terdapat satu konsumen yang beralasan bahwa kemasan daging sapi beku ini rapi, konsumen menyatakan bahwa saat memasak daging sapi beku tidak semua digunakan, akan tetapi hanya sebagian dan sisanya dapat di simpan lagi di dalam *freezer*, hal ini dapat memudahkan konsumen dalam menyimpan daging sapi beku. kemudian, terdapat satu konsumen lainnya mengutarakan dengan alasan berlangganan, konsumen ini setiap akan membeli daging sapi selalu di Kios Daging Sapi Oricow, karena selain dekat dengan tempat tinggal konsumen ini setiap harinya belanja di Pasar Condongcatur dan biasanya membeli daging setiap selesai berbelanja di pasar.

## 2. Frekuensi pembelian

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa konsumen membeli daging sapi segar dan daging sapi beku di Kios Daging Sapi Oricow terdapat empat retang frekuensi pembelian yaitu setiap hari, seminggu sekali, dua minggu sekali, dan tidak tentu. Adapun frekuensi pembelian daging sapi segar dan daging sapi beku dapat dilihat pada tabel 18 sebagai berikut :

Tabel 7. Frekuensi pembelian daging sapi segar dan daging sapi beku di Kios Daging Sapi Oricow.

Frekuensi Pembelian	Daging Sapi Segar		Daging Sapi Beku		Total (orang)
	Jumlah (orang)	Persentase	Jumlah (orang)	Persentase	
Setiap hari	3	6	1	2	4
Seminggu sekali	12	24	20	40	32
Dua minggu sekali	16	32	11	22	27
Tidak tentu	19	38	18	36	37
Jumlah	50	100	50	100	100

Berdasarkan tabel 19, diketahui bahwa Konsumen daging sapi segar dan daging sapi beku paling banyak melakukan pembelian dalam rentang waktu tidak tentu yaitu sebanyak 37 orang. Frekuensi pembelian tidak tentu tersebut maksudnya konsumen daging sapi segar dan daging sapi beku menyatakan pembelian tidak tentu terkadang pembelian dilakukan tiga minggu sekali dan satu bulan sekali. Hal yang menyebabkan frekuensi pembelian tidak tentu tersebut yaitu konsumen juga melakukan pembelian selain daging sapi segar. Selain itu, konsumen tersebut tidak mempunyai jadwal khusus dalam melakukan pembelian daging sapi segar.

Pada konsumen daging sapi segar paling banyak yaitu melakukan pembelian waktu tidak tentu sebanyak 19 orang. Sedangkan konsumen daging sapi segar paling banyak melakukan dalam rentang waktu seminggu sekali yaitu sebanyak 20 orang. Alasan konsumen membeli daging sapi beku dalam rentang waktu seminggu sekali ialah bahwa keluarga menyukai menu makanan yang bervariasi, dan jika daging sapi beku dapat disimpan di *freezer* yang sewaktu-waktu dapat diolah untuk di masak, sehingga mereka hanya membeli daging sapi beku seminggu sekali.

Namun selain itu, terdapat 4 konsumen daging sapi segar dan daging sapi beku yang membeli daging sapi setiap hari. Satu konsumen daging sapi beku yang melakukan pembelian daging sapi beku dalam waktu setiap hari, alasannya karena Kios Daging Sapi Oricow sangat dekat dengan rumah konsumen tersebut. Jadi, konsumen tersebut sudah berlangganan dan setiap harinya selalu memesan terlebih dahulu dan daging akan diambil setelah konsumen tersebut selesai berbelanja di Pasar Condongcatur.

### 3. Jumlah pembelian

Perilaku konsumen yang perlu untuk di pelajari ialah banyaknya pembelian daging sapi segar dan daging sapi beku pada saat konsumen berbelanja. Adapun tabel 19 di bawah ini menyajikan informasi mengenai banyaknya daging sapi segar dan daging sapi beku yang di beli oleh konsumen di Kios Daging Sapi Oricow.

Tabel 8. Jumlah pembelian daging sapi segar dan daging sapi beku di Kios Daging Sapi Oricow.

Jumlah Pembelian (kg)	Daging Sapi Segar		Daging Sapi Beku		Total (orang)
	Jumlah (orang)	Persentase	Jumlah (orang)	Persentase	
< 1	38	76	44	88	82
1 - 2	12	24	5	10	17
> 2	-	-	1	2	1
Jumlah	50	100	50	100	100

Jumlah pembelian daging sapi segar dan daging sapi beku di Kios Daging Sapi Oricow paling banyak dengan jumlah pembelian < 1 kg yaitu 82 orang konsumen. Berdasarkan hasil wawancara saat penelitian, konsumen daging sapi segar dan daging sapi beku yang membeli daging sapi kurang dari 1 kg tersebut menyatakan bahwa pembelian daging sapi tergantung pada tujuan dan menyesuaikan jumlah anggota keluarga. Selain itu terdapat satu konsumen daging sapi beku yang membeli daging sapi dengan jumlah pembelian lebih dari 2 kg yaitu membeli sebanyak 4 kg. Hal ini beralasan bahwa konsumenn daging sapi beku membeli dalam jumlah banyak karena menyesuaikan banyaknya anggota jumlah keluarga yaitu sebanyak 7 anggota keluarga.

#### 4. Pembelian lainnya

Pada pembelian lainnya ini yaitu konsumen yang membeli olahan daging sapi yang di jual di Kios Daging Sapi Oricow. Adapun jenis olahannya ialah bakso, abon, rolade, galantin dan sosis. Tabel 21 di bawah menyajikan informasi mengenai pembelian selain daging sapi segar dan daging sapi beku di Kios Daging Oricow.

Tabel 9. Pembelian selain daging sapi segar dan daging sapi beku di Kios Daging Sapi Oricow.

Pembelian lainnya	Daging Sapi Segar		Daging Sapi Beku		Total (orang)
	Jumlah (orang)	Persentase	Jumlah (orang)	Persentase	
Sosis	5	11,9	5	11,4	10
Bakso	8	19,0	10	22,7	18
Rolade dan Galantin	9	21,4	6	13,6	15
Abon	7	16,7	7	15,9	14
Bakso Karakter	6	14,3	8	18,2	14
Bumbu instan	7	16,7	8	18,2	15
Jumlah	42	100	44	100	86

Berdasarkan tabel 21 diatas, Konsumen daging sapi segar dan daging sapi beku yaitu melakukan pembelian paling banyak ialah membeli bakso dengan total 18 orang. Bakso yang dijual di Kios Daging Oricow ini juga di olah sendiri dengan dibedakan menjadi 2 kualitas. Bakso yang dijual di Kios Daging Sapi Oricow juga memiliki varian diantaranya bakso mozarella, bakso telur, dan bakso cabai rawit.

Pembelian selain daging pada konsumen daging sapi segar yaitu paling banyak membeli rolade dan galantin sebanyak 9 orang. Sebagian konsumen daging sapi segar menyatakan bahwa rolade dan galantin yang di jual di Kios Daging Oricow ini di olah sendiri dan aman untuk di buat sup serta makanan sehat

khususnya bagi ibu muda yang memiliki bayi dan balita. Sedangkan untuk konsumen daging sapi beku melakukan pembelian selain daging sapi paling banyak membeli bakso yaitu sebanyak 10 orang. Bakso kualitas 1 yaitu bakso menggunakan campuran sebanyak seperempat kg tepung terigu per 2 kg daging sapi. Sedangkan untuk kualitas 2 menggunakan campuran sebanyak setengah kg tepung terigu per 2 kg daging sapi.

### **C. Preferensi Konsumen**

Preferensi adalah kesukaan, pilihan atau sesuatu yang lebih disukai konsumen dari berbagai pilihan yang ada. Preferensi konsumen merupakan bagian dari faktor perilaku konsumen. Preferensi dapat terbentuk dari beberapa pola pikir konsumen yang didasari beberapa alasan, yaitu : pengalaman yang diperoleh sebelumnya dan kepercayaan turun menurun (Kotler, 2005). Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini ialah analisis *Chi Square* analisis ini untuk mengetahui perbedaan preferensi konsumen terhadap atribut daging sapi segar dan daging sapi beku di Kios Daging Sapi Oricow. Analisis *Chi Square* ini memberikan informasi ada tidaknya perbedaan preferensi konsumen terhadap daging sapi segar dan daging sapi beku di Kios Daging Sapi Oricow. Dari hasil analisis *Chi Square* dapat diketahui bahwa preferensi konsumen terhadap daging sapi segar dan daging sapi beku di Kios Daging Sapi Oricow menunjukkan hasil sebagai berikut:

1. Atribut daging sapi segar yang menjadi preferensi konsumen di Kios Daging Sapi Oricow.

Preferensi konsumen terhadap daging sapi segar di Kios Daging Sapi Oricow dapat diketahui dari frekuensi konsumen yang memilih kategori atribut daging sapi segar. Pada penelitian ini, atribut daging sapi segar yang diteliti adalah harga,

warna, serat, kemasan, kandungan air, kandungan lemak, dan kemasan. Teknik analisis yang digunakan dalam menganalisis atribu tersebut yaitu analisis *chi square*. Hasil analisis *Chi Square* dapat disajikan pada Tabel 22 sebagai berikut:

Tabel 10. Hasil analisis atribut daging sapi segar di Kios Daging Sapi Oricow.

No	Atribut	Nilai chi square	Signifikasi
1	Harga	17.920***	,000
2	Warna	16.120***	,000
3	Serat	5.120**	,024
4	Kemasan	2.880**	,090
5	Kandungan Air	1.280	,258
6	Kandungan Lemak	7.000**	,030
7	Kesegaran	9.680***	,002

Keterangan :

(\*\*\*) = signifikasi pada  $\alpha$  1% (0,01)

(\*\*) = signifikasi pada  $\alpha$  5% (0,05)

Berdasarkan tabel 22, dapat diketahui bahwa atribut harga, warna dan kesegaran pada daging sapi segar di Kios Daging Sapi Oricow signifikan pada taraf pada taraf kepercayaan 99%. Artinya  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, sehingga terdapat perbedaan preferensi konsumen daging sapi segar di Kios Daging Sapi Oricow untuk atribut harga, warna dan kesegaran. Pada penelitian ini, konsumen lebih menyukai dengan harga yang cukup terjangkau yakni mulai Rp 32.000,- per 250 gr. Akan tetapi, untuk harga daging sapi segar juga di tentukan oleh berapa banyaknya konsumen membeli daging sapi segar tersebut. Terdapat perbedaan preferensi konsumen terhadap atribut warna, konsumen lebih menyukai warna merah cerah. Warna merah cerah daging sapi segar yang lebih disukai karena menunjukkan daging sapi tersebut masih segar atau biasanya baru disembelih sehingga disukai oleh konsumen. Selain itu, terdapat perbedaan preferensi konsumen untuk atribut kesegaran, daging sapi segar yang lebih disukai oleh konsumen yaitu sangat segar, alasannya karena daging sapi yang sangat segar

menunjukkan bahwa daging tersebut masih baru dan lebih fresh sehingga dapat menambah kesegaran tersendiri saat diolah.

Sementara itu, dapat diketahui bahwa atribut serat, kandungan lemak dan kemasan. pada daging sapi segar di Kios Daging Sapi Oricow signifikan pada taraf pada taraf kepercayaan 95%. Artinya  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, sehingga terdapat perbedaan preferensi konsumen daging sapi segar di Kios Daging Sapi Oricow untuk atribut serat, kandungan lemak dan kemasan. Konsumen lebih memilih daging sapi segar yang berserat halus, karena saat diolah daging lebih cepat empuk sehingga memudahkan dalam mengkonsumsinya. Terdapat perbedaan preferensi konsumen terhadap atribut kandungan lemak, konsumen lebih menyukai daging tanpa lemak karena daging sapi segar tanpa lemak lebih menyehatkan. Selain itu, terdapat perbedaan preferensi konsumen untuk atribut kemasan, konsumen lebih menyukai kemasan praktis, karena konsumen beranggapan bahwa kemasan daging sapi segar di Kios Daging Sapi Oricow simpel dan rapi.

## 2. Atribut daging sapi beku yang menjadi preferensi konsumen di Kios Daging Sapi Oricow.

Teknik analisis yang digunakan dalam menganalisis atribut daging sapi beku sama seperti yang digunakan dalam menganalisis atribut daging sapi segar yaitu menggunakan analisis *chi square*. Pada penelitian ini, atribut daging sapi beku yang diteliti adalah harga, warna, serat, kemasan, kandungan air, kandungan lemak, dan kemasan. Hasil analisis *Chi Square* dapat disajikan pada Tabel 23 sebagai berikut:



Tabel 11. Hasil analisis atribut daging sapi beku di Kios Daging Sapi Oricow.

No	Atribut	Nilai chi square	Signifikasi
1	Harga	49.480***	,000
2	Warna	21.200***	,043
3	Serat	6.480**	,011
4	Kemasan	27.160***	,000
5	Kandungan Air	3.920**	,048
6	Kandungan Lemak	15.520***	,000
7	Kesegaran	11.520***	,001

Keterangan :

(\*\*\*) = signifikasi pada  $\alpha$  1% (0,01)

(\*\*) = signifikasi pada  $\alpha$  5% (0,05)

Berdasarkan tabel 23, dapat diketahui bahwa atribut harga, warna, kemasan, kandungan lemak dan kesegaran pada daging sapi beku di Kios Daging Sapi Oricow signifikan pada taraf kepercayaan 99%. Artinya  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, sehingga terdapat perbedaan preferensi konsumen daging sapi segar di Kios Daging Sapi Oricow untuk atribut harga, warna, kemasan, kandungan lemak dan kesegaran. Pada atribut harga daging sapi beku konsumen lebih menyukai dengan harga yang cukup murah mulai Rp 32.000 - Rp 37.000,- kemasan 250gr. Konsumen rela mengeluarkan uang lebih untuk membeli daging sapi beku sebab walaupun daging sapi beku akan tetapi dagingnya tetap segar dan berkualitas.

Untuk atribut warna, konsumen lebih menyukai dengan warna merah cerah karena daging terlihat menyegarkan dan selalu baru, karena konsumen sebelum membeli akan memperhatikan warna pada daging. Sedangkan untuk atribut kemasan daging sapi beku konsumen lebih menyukai kemasan yang praktis karena kemasan daging sapi beku di Kios Daging Sapi Oricow rapi dan apabila disimpan dalam *freezer* dinilai lebih simpel. Selain itu, terdapat perbedaan preferensi konsumen pada atribut kandungan lemak, konsumen lebih menyukai daging mengandung sedikit lemak karena daging sapi beku dengan kandungan

lemak sedikit dapat menambah cita rasa yang lebih gurih pada masakan. Sedangkan untuk atribut kesegaran, konsumen lebih menyukai daging sapi beku yang segar, daging sapi beku yang segar menunjukkan bahwa daging tersebut masih baru walaupun daging sapi beku akan tetapi kesegarannya ada karena di Kios Daging Sapi Oricow ini setiap hari memotong sapi sehingga dagingnya selalu baru dan tetap segar.

Sementara itu, dapat diketahui bahwa atribut serat dan kandungan air pada daging sapi beku di Kios Daging Sapi Oricow signifikan pada taraf kepercayaan 95%. Artinya  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, sehingga terdapat perbedaan preferensi konsumen daging sapi segar di Kios Daging Sapi Oricow untuk atribut serat dan kandungan air. Konsumen lebih menyukai daging berserat halus selain memudahkan dalam mengonsumsi, daging sapi beku yang berserat halus juga lebih cepat meresap dengan bumbu saat dimasak. Sedangkan untuk atribut kandungan air, konsumen lebih menyukai daging sapi beku dengan mengandung sedikit air karena dinilai rasa dagingnya lebih *juicy* dan daging tersebut tidak menyusut, apabila disimpan dalam keadaan mentah tidak cepat busuk.

Preferensi konsumen terhadap atribut daging sapi segar dan daging sapi beku di Kios Daging Sapi Oricow dapat diketahui dengan melihat kategori yang paling banyak dipilih oleh konsumen. Tabel 24 dibawah ini menunjukkan preferensi konsumen yang memilih kategori setiap atribut daging sapi segar dan daging sapi beku sebagai berikut :

Tabel 12. Preferensi konsumen yang memilih kategori atribut daging sapi segar dan daging sapi beku di Kios Daging Sapi Oricow.

No.	Atribut	Kategori (preferensi)	Daging Sapi Segar	Daging Sapi Beku
			Jumlah (orang)	Jumlah (orang)
1.	Harga	Sangat murah	-	-
		Murah	6	3
		Cukup murah	<b>30</b>	<b>40</b>
		Mahal	14	7
		Sangat mahal	-	-
2.	Warna	Merah kecoklatan	-	1
		Merah hati	11	13
		Merah cerah	<b>30</b>	<b>24</b>
		Merah muda	9	12
3.	Serat	Kasar	17	16
		Halus	<b>33</b>	<b>34</b>
4.	Kemasan	Tidak praktis	-	1
		Praktis	<b>31</b>	<b>31</b>
		Sangat praktis	19	18
5.	Kandungan Air	Banyak	-	-
		Sedang	21	18
		Sedikit	<b>29</b>	<b>32</b>
6.	Kandungan Lemak	Banyak	10	4
		Sedikit	15	<b>26</b>
		Tanpa Lemak	<b>25</b>	20
7.	Kesegaran	Tidak segar	-	-
		Segar	14	<b>37</b>
		Sangat segar	<b>36</b>	13

Berdasarkan tabel 24 dapat diketahui atribut yang menjadi preferensi konsumen daging sapi segar dan daging sapi beku, akan dijelaskan mengenai preferensi atribut yang menjadi pilihan konsumen daging sapi segar dan daging sapi beku :

a. Harga

Atribut harga daging sapi segar dan daging sapi beku yang menjadi preferensi konsumen yaitu harga daging cukup murah. Harga cukup murah

tersebut maksudnya harga daging yang cukup terjangkau tidak terlalu murah dan tidak terlalu mahal. Hasil penelitian konsumen yang membeli daging sapi segar dan daging sapi beku di Kios Daging Sapi Oricow memiliki pendapatan yang berbeda, akan tetapi konsumen paling banyak dengan pendapatan sebesar Rp 1.000.000 – Rp 2.999.999. Hal ini menunjukkan bahwa harga daging tersebut masih dapat terjangkau oleh konsumen dan masih dalam harga yang wajar.

Selain itu alasan lain konsumen memilih harga yang cukup terjangkau yaitu konsumen curiga apabila harga daging sapi segar dan daging sapi beku yang dijual dibawah harga pasaran, karena konsumen menilai bahwa daging sapi tersebut sudah campuran dengan daging lain. Adapun harga daging sapi segar dan daging sapi beku di kios daging sapi Oricow yaitu Rp 37.000,- per 250gr hingga Rp 140.000 per kg untuk harga daging slice. Untuk bagian has dalam, has luar yang digunakan sebagai daging steak dengan harga Rp 135.000,- per kg. Sedangkan, untuk daging giling per kg harga Rp 130.000,- Maka dari itu, konsumen memilih membeli daging sapi segar dan daging sapi beku di Kios Daging Sapi Oricow yang sudah terjamin kualitas dan kehalalannya.

#### b. Warna

Atribut warna daging sapi segar dan daging sapi beku yang menjadi preferensi konsumen yaitu warna merah cerah. Warna merah cerah pada daging sapi lebih disukai karena menurut konsumen warna tersebut menunjukkan bahwa daging sapi tersebut masih segar dan biasanya baru. Sedangkan daging sapi segar dan daging sapi beku yang mempunyai warna merah hati dan merah muda konsumen beranggapan bahwa daging dengan warna tersebut terlihat lebih pekat dan dilihat masih menyegarkan sehingga sebanyak 20 konsumen daging sapi

segar dan daging sapi beku memilih warna merah hati dan sebanyak 25 konsumen memilih warna merah muda. Sedangkan untuk warna merah kecoklatan konsumen kurang menyukai karena daging sapi dengan warna tersebut sudah tidak segar.

c. Serat

Atribut serat daging sapi segar dan daging sapi beku yang menjadi preferensi konsumen yaitu serat halus. Daging sapi segar dan daging sapi beku yang berserat halus lebih disukai karena konsumen menyatakan bahwa daging yang berserat halus lebih mudah diolah dan membantu mempercepat proses pemasakan karena tidak membutuhkan waktu lama dalam mengempukkan daging. Selain itu bagi ibu-ibu muda yang memiliki balita sangat menyukai daging berserat halus karena dengan berserat halus anak-anak dapat dengan mudah mengkonsumsi dan daging tidak keras/alot. Sedangkan daging sapi segar dan daging sapi beku dengan serat kasar kurang disukai karena konsumen lebih sulit dalam pengolahan (tidak mudah empuk), akan tetapi dari konsumen yang kurang menyukai daging sapi segar dan daging sapi beku yang berserat kasar mengatakan bahwa keuntungan daging sapi berserat kasar ialah rasa dagingnya lebih berasa.

d. Kemasan

Atribut kemasan daging sapi segar dan daging sapi beku yang menjadi preferensi konsumen yaitu kemasan praktis. Daging sapi segar dan daging sapi beku dengan kemasan praktis lebih disukai karena konsumen menyatakan bahwa dengan kemasan tersebut rapi, mudah simpan dan bersih. Kemasan daging sapi segar dan daging sapi beku yang ada di Kios Daging Sapi Oricow ini menggunakan sterofom dan plastik warp. Dengan kemasan tersebut dinilai lebih praktis dalam penyimpanan daging sapi apabila daging akan diolah di kemudian

hari. Sebanyak 37 konsumen daging sapi segar dan daging sapi beku menyukai kemasan yang sangat praktis, hal ini hampir sama dengan apa yang di katakan oleh konsumen yang memilih kemasan praktis saja yakni rapi dan lebih simpel serta di kemas seperti daging sapi yang ada di pasar modern. Akan tetapi terdapat 1 konsumen daging beku yang memilih kemasan tidak praktis dikarenakan dengan kemasan tersebut tidak ekonomis dan tidak ramah lingkungan.

e. Kandungan Air

Daging sapi segar dan daging sapi beku yang disukai konsumen yaitu daging sapi yang mengandung sedikit air. Daging sapi segar dan daging sapi beku yang mengandung sedikit air disukai konsumen karena apabila daging dimasak tidak menyusut dan jika disimpan dalam keadaan mentah tidak cepat busuk. Konsumen yang memilih daging sapi segar dan daging sapi beku dengan kandungan air sedang beralasan bahwa daging tersebut lebih *juicy* ketika dimasak. Sedangkan untuk daging sapi segar dan daging sapi beku yang mengandung banyak air tidak disukai karena konsumen ragu bahwa daging sapi yang banyak mengandung air ialah daging sapi glonggongan. Daging sapi yang mengandung air banyak disebabkan karena cara penyembelihannya yang salah (sebelum disembelih sapi diberi minum secara berlebihan. Bahaya daging sapi glonggongan yaitu lebih mudah busuk daripada daging sapi biasa. Hal itu disebabkan kandungan air dalam daging tinggi sehingga mempermudah perkembangbiakan kuman.

f. Kandungan lemak

Atribut kandungan lemak daging sapi segar yang disukai konsumen yaitu daging tanpa lemak. alasan konsumen memilih daging sapi segar karena daging

tanpa lemak lebih sehat (daging bersih tanpa lemak) dan dengan daging tanpa lemak tersebut rasa dagingnya lebih terasa. Hasil wawancara dengan konsumen membeli daging sapi segar tanpa lemak untuk di masak rendang dan terik. Sedangkan daging sapi beku yang disukai konsumen yaitu daging yang mengandung sedikit lemak. Alasannya karena dengan kandungan sedikit lemak tersebut dapat menambah cita rasa gurih pada masakan. Dari hasil penelitian daging sapi beku konsumen yang membeli daging sapi dengan lemak sedikit yakni untuk memasak soto, *steamboat* dan rawon.

g. Kesegaran

Atribut kesegaran daging sapi segar yang disukai konsumen yaitu sangat segar. Alasannya karena dengan daging sapi yang sangat segar menandakan bahwa daging tersebut baru. Di Kios Daging Sapi Oricow ini setiap harinya memotong sapi sehingga daging selalu baru dan tetap segar. Sedangkan daging sapi beku yang disukai konsumen yaitu segar. Alasannya karena disimpan dan di tangani dengan sesuai sehingga daging beku yang dijual di Kios Daging Sapi Oricow kesegarannya terjaga.

**D. Atribut yang paling dipertimbangkan konsumen**

Berdasarkan hasil tahap pengambilan keputusan pembelian daging sapi segar dan daging sapi beku pada umumnya konsumen memperhatikan atribut yang dimiliki daging sapi segar dan daging sapi beku. penilaian konsumen terhadap atribut yang paling dipertimbangkan oleh konsumen diperoleh dari komponen kepercayaan dan evaluasi menggunakan analisis multiatribut *fishbein*.

1. Kepercayaan konsumen terhadap daging sapi segar dan daging sapi beku

Komponen kepercayaan yaitu kekuatan kepercayaan suatu produk memiliki atribut tertentu sehingga konsumen akan mengungkapkan kepercayaannya terhadap berbagai atribut yang dimiliki daging sapi segar dan daging sapi beku. Pengukuran mengenai teknik analisis multiatribut *fishbein* terhadap atribut daging sapi segar dan daging sapi beku. Adapun atribut-atribut yang dinilai oleh konsumen yaitu harga, warna, serat, kemasan, kandungan air, kandungan lemak dan kesegaran. Dalam penelitian ini, tingkat kepercayaan atribut diukur dengan menggunakan skala likert yaitu (1) untuk sangat tidak baik, (2) tidak baik, (3) netral, (4) baik, (5) sangat baik. Untuk mencari nilai kepercayaan terhadap daging sapi, (bi) dilakukan dengan membagi banyaknya jawaban responden dengan jumlah responden.

Tabel 13. Kepercayaan konsumen terhadap atribut daging sapi segar dan daging sapi beku di Kios Daging Sapi Oricow.

Atribut	Daging Sapi Segar		Daging Sapi Beku	
	Kepercayaan	Kategori	Kepercayaan	Kategori
Harga	3,72	Baik	3,64	Baik
Warna	3,80	Baik	3,66	Baik
Serat	3,46	Baik	3,22	Netral
Kemasan	3,52	Baik	3,50	Baik
Kandungan Air	2,96	Netral	3,06	Netral
Kandungan Lemak	3,20	Netral	3,24	Netral
Kesegaran	4,38	Sangat Baik	4,16	Sangat Baik
Jumlah	25,04	Baik	24,48	Baik

Berdasarkan tabel 25 dapat diketahui bahwa jumlah keseluruhan kepercayaan konsumen terhadap daging sapi segar dan daging sapi beku masuk



dalam kategori baik dengan jumlah masing-masing 25,04 dan 24,48. Namun, jika dilihat dari masing-masing atribut, skor yang paling tinggi pada atribut daging sapi segar yaitu atribut kesegaran. Atribut kesegaran daging sapi segar merupakan atribut yang paling diyakini dengan skor tertinggi sebesar 4,38 dan masuk dalam kategori sangat baik artinya konsumen mempunyai keyakinan atau tingkat kepercayaan terhadap atribut kesegaran pada daging sapi segar sangat tinggi. Sedangkan atribut daging sapi segar yang kurang diyakini oleh konsumen adalah kandungan air. Atribut kandungan air pada daging sapi segar memiliki skor terendah yaitu 2,96 dan masuk dalam kategori netral yang artinya konsumen memiliki keyakinan yang biasa saja terhadap atribut kandungan air pada daging sapi segar.

Pada daging sapi beku menunjukkan hal yang sama dimana kesegaran daging sapi beku merupakan atribut yang paling diyakini yaitu kategori sangat baik dengan skor 4,16, artinya konsumen mempunyai keyakinan atau tingkat kepercayaan terhadap atribut kesegaran pada daging sapi beku sangat tinggi atau yang paling disukai konsumen. Sedangkan atribut kandungan air merupakan atribut yang kurang diyakini dan memiliki skor terendah yaitu 3,06 dan masuk dalam kategori netral artinya konsumen menganggap kandungan air daging sapi beku biasa saja.

Akan tetapi jika dibandingkan pada atribut serat terdapat perbedaan kepercayaan konsumen. Pada daging sapi segar untuk atribut serat masuk dalam kategori baik. Hal ini berarti bahwa konsumen mempunyai keyakinan atau tingkat kepercayaan terhadap atribut serat pada daging sapi segar karena di Kios Daging Sapi Oricow konsumen dapat memilih daging dengan serat kasar ataupun halus.

Berbeda dengan konsumen daging sapi beku, pada atribut serat masuk dalam kategori netral, artinya konsumen menganggap serat daging sapi beku biasa saja atau konsumen tidak memiliki keyakinan yang tinggi terhadap atribut serat.

## 2. Evaluasi terhadap daging sapi segar dan daging sapi beku

Komponen evaluasi merupakan penilaian terhadap pentingnya produk daging sapi segar dan daging sapi beku. Konsumen akan mengidentifikasi atribut yang dimiliki produk yang akan dievaluasi. Tingkat evaluasi (ei) diukur dengan menggunakan skala likert yaitu (1) untuk sangat tidak penting, (2) tidak penting, (3) cukup penting, (4) penting, (5) sangat penting. Kemudian skor masing-masing atribut dikalikan dengan frekuensi jawaban responden untuk mengetahui nilai evaluasi konsumen terhadap atribut daging sapi. Adapun evaluasi konsumen terhadap atribut daging sapi segar dan daging sapi beku, dapat dilihat pada tabel 26 sebagai berikut :

Tabel 14. Evaluasi konsumen terhadap atribut daging sapi segar dan daging sapi beku di Kios Daging Sapi Oricow.

Atribut	Daging Sapi Segar		Daging Sapi Beku	
	Evaluasi	Kategori	Evaluasi	Kategori
Harga	3,78	Penting	3,66	Penting
Warna	3,92	Penting	3,98	Penting
Serat	3,34	Netral	3,26	Netral
Kemasan	3,54	Penting	3,68	Penting
Kandungan Air	2,74	Netral	2,92	Netral
Kandungan Lemak	3,08	Netral	3,22	Netral
Kesegaran	4,46	Sangat Penting	4,30	Sangat Penting
Jumlah	24,86	Penting	25,02	Penting

Berdasarkan tabel 26 dapat diketahui bahwa jumlah keseluruhan evaluasi konsumen terhadap daging sapi segar dan daging sapi beku yaitu katagori penting

dengan skor masing-masing 24,86 dan 25,02. Namun, jika dilihat dari masing-masing atribut, tingkat kepentingan paling penting pada daging sapi segar dan daging sapi beku ialah kesegaran. Pada daging sapi segar dan daging sapi beku untuk atribut kesegaran memiliki skor tertinggi yaitu sebesar 4,46 dan 4,30, sehingga masuk dalam kategori sangat penting yang artinya konsumen sangat mementingkan atribut kesegaran karena menurut konsumen atribut tersebut merupakan atribut yang paling di pertimbangkan pada saat melakukan pembelian daging sapi segar dan daging sapi beku. Maka dari itu, konsumen perlu memperhatikan keadaan produk dengan melihat adanya kesegaran dari daging sapi segar dan daging sapi beku. Sedangkan atribut daging sapi segar dan daging sapi beku yang memiliki skor nilai terendah ada pada atribut kandungan air yaitu dengan skor 2,74 dan 2,92. Artinya konsumen dalam membeli daging sapi segar dan daging sapi beku menganggap kandungan air sebagai atribut yang kurang penting. Hal ini dikarenakan konsumen tidak menyukai daging sapi segar dan daging sapi beku yang mengandung banyak air, sehingga konsumen beranggapan bahwa daging sapi segar dan daging sapi beku yang mengandung banyak air merupakan dari daging sapi glonggongan dan daging dapat cepat busuk.

Terdapat atribut harga, warna dan kemasan daging sapi segar dan daging sapi beku masuk dalam kategori penting. Selain kesegaran, konsumen juga melihat harga dan warna daging sapi segar dan daging sapi beku. Untuk atribut harga, walaupun di kios daging sapi Oricow sedikit lebih tinggi dibanding dengan harga di pasaran, akan tetapi konsumen lebih memilih harga tersebut karena daging sapi segar dan daging sapi beku yang dijual sebanding dengan kualitas yang di tawarkan. Konsumen menjadikan harga sebagai tolok ukur dari kualitas

daging sapi yang dijual, sehingga konsumen akan membeli daging sapi segar dan daging sapi beku sesuai dengan preferensi mereka terhadap kualitas daging sapi. Untuk kemasan, konsumen menganggap penting karena kemasan merupakan tempat / wadah untuk daging sapi segar dan daging sapi beku sehingga akan berpengaruh pada kebersihan dan cara penyimpanan daging sapi segar dan daging sapi beku. Untuk atribut serat dan kandungan lemak pada daging sapi segar dan daging sapi beku masuk dalam kategori netral, dimana serat pada daging sapi segar dan daging sapi beku tidak kasat mata sehingga beberapa konsumen tidak begitu mementingkan serat tersebut. Sedangkan untuk kandungan lemak, konsumen memilih kandungan lemak yang terkandung dalam daging sapi segar dan daging sapi beku yang sesuai dengan kebutuhan memasak.

### 3. Sikap konsumen terhadap daging sapi segar dan daging sapi beku

Setelah didapatkan informasi mengenai kepercayaan dan evaluasi atribut daging sapi segar dan daging sapi beku, maka akan dapat diketahui sikap konsumen. Sikap konsumen terhadap daging sapi segar dan daging sapi beku didapatkan dengan cara mengalikan skor kepercayaan dengan skor evaluasi. Berikut hasil perhitungan sikap konsumen daging sapi segar dan daging sapi beku di Kios Daging Sapi Oricow :

Tabel 15. Sikap konsumen terhadap daging sapi segar dan daging sapi beku di Kios Daging Sapi Oricow.

Atribut	Daging Sapi Segar		Daging Sapi Beku	
	Sikap	Kategori	Sikap	Kategori
Harga	14,06	Netral	13,32	Netral
Warna	14,90	Netral	14,57	Netral
Serat	11,56	Netral	10,50	Tidak Baik
Kemasan	12,46	Netral	12,88	Netral
Kandungan Air	8,11	Tidak Baik	8,94	Tidak Baik
Kandungan Lemak	9,86	Tidak Baik	10,43	Tidak Baik
Kesegaran	19,53	Baik	17,89	Baik
Jumlah	90,48	Netral	88,52	Netral

Berdasarkan tabel 27 dapat diketahui bahwa nilai keseluruhan sikap konsumen daging sapi segar dan daging sapi beku memiliki nilai masing-masing skor 90,48 dan 88,52. Sikap konsumen daging sapi segar dan daging sapi beku masuk dalam kategori netral. Sikap netral konsumen daging sapi segar dan daging sapi beku ini menunjukkan respon netral (tidak terlalu bersikap baik dan tidak bersikap buruk).

Sikap konsumen daging sapi segar dan daging sapi beku berdasarkan atribut harga, warna dan kemasan masuk dalam kategori netral. Konsumen menunjukkan sikap yang biasa saja dan memberikan penilaian secara seimbang. Untuk atribut serat pada daging sapi segar dan daging sapi beku menunjukkan sikap yang berbeda. Pada daging sapi segar sikap konsumen untuk atribut serat masuk dalam kategori netral, konsumen memberikan sikap netral, karena serat daging sapi segar biasanya terlihat lebih berserat dan konsumen juga beranggapan bahwa daging sapi segar memiliki serat kasar sehingga rasa dagingnya terasa. Sedangkan sikap konsumen daging sapi beku untuk atribut serat menunjukkan

sikap tidak baik. Konsumen menilai serat daging sapi beku tidak terlalu terlihat kasat mata sehingga tidak di pertimbangkan oleh konsumen dalam melakukan pembelian.

Untuk atribut kandungan air dan kandungan lemak pada daging sapi segar dan daging sapi beku, sikap konsumen masuk dalam kategori tidak baik. Pada daging sapi segar dan daging sapi beku untuk atribut kandungan air, konsumen beranggapan bahwa kandungan air itu tidak perlu, karena konsumen merasa takut apabila daging sapi segar dan daging sapi beku merupakan daging sapi glonggongan. Dengan begitu, konsumen dapat mengetahui banyak sedikitnya kandungan air dengan cara menekan dengan jari. Apabila setelah ditekan dengan jari langsung kembali seperti keadaan semula, maka kandungan air pada daging sapi tersebut sedikit. Pada atribut kandungan lemak konsumen menunjukkan sikap yang tidak baik maksudnya konsumen tidak terlalu menyukai dengan adanya atribut kandungan lemak tersebut. Konsumen juga beranggapan bahwa terlalu banyak lemak yang terkandung dalam daging sapi segar dan daging sapi beku tidak baik untuk kesehatan, akan tetapi beberapa konsumen lainnya juga beranggapan bahwa dalam membeli daging sapi segar dan daging sapi beku yang mengandung lemak sedikit, banyak atau tanpa lemak tergantung pada tujuan memasak.

Sikap konsumen berdasarkan masing-masing atribut daging sapi segar dan daging sapi beku yang paling dipertimbangkan dalam pembelian daging sapi segar dan daging sapi beku yaitu atribut kesegaran. Pada atribut kesegaran memiliki hasil nilai tertinggi dengan masing-masing skor sebesar 19,53 untuk daging sapi segar dan 17,89 untuk daging sapi beku. Konsumen memiliki kecenderungan

memilih kesegaran daging sapi segar sebagai pertimbangan pertama karena kesegaran daging dapat terlihat secara kasat mata secara bagaimana tingkat kesegaran daging sapi tersebut. Dengan demikian sikap konsumen menilai atribut kesegaran merupakan hal utama yang dominan dan sangat penting untuk dipertimbangkan dalam pembelian daging sapi segar dan daging sapi beku.