

# **ANALISIS ATRIBUT FISIK DAN ATRIBUT NILAI TERHADAP MINAT KONSUMEN DAGING AYAM DI PASAR TANGGUL**

## **SKRIPSI**

Diajukan kepada Institut Agama Islam Negeri Jember  
Untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh  
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Islam  
Program Studi Ekonomi Syariah



**Oleh:**

**MUHAMMAD FAISOL ABDA'  
NIM: E20152146**

**Pembimbing**

**Nikmatul Masruroh, S.H.I M.E.I  
NIP. 19820922 200901 2 005**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI JEMBER  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
MARET 2020**

**ANALISIS ATRIBUT FISIK DAN ATRIBUT NILAI TERHADAP MINAT  
KONSUMEN DAGING AYAM DI PASAR TANGGUL**

**SKRIPSI**

Diajukan kepada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember  
Untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh  
Gelar Sarjana Pendidikan (S.E)  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Islam  
Program Studi Ekonomi Syariah

**Oleh:**

**MUHAMMAD FAISOL ABDA'**

**NIM: E20152146**

Disetujui Pembimbing

 Ace 13/09/20

**Nikmatul Masruroh, S.H.I M.E.I**

**NIP. 19820922 200901 2 005**

# ANALISIS ATRIBUT FISIK DAN ATRIBUT NILAI TERHADAP MINAT KONSUMEN DAGING AYAM DI PASAR TANGGUL JEMBER

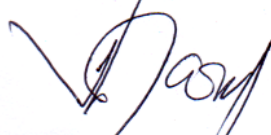
## SKRIPSI

telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu  
persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Islam  
Program Studi Ekonomi Syariah


Hari : Kamis  
Tanggal : 05 Maret 2020

Tim Penguji

Ketua

  
Daru Anondo, SE, M.Si  
NIP. 197503032009011009

Sekretaris

  
H. Roni Subhan, M.Pd.  
NIP.197103062005011001

Anggota :

1. Dr. Khamdan Rifa'i, S.E., M.Si.  
NIP. 196808072000031001
2. Nikmatul Masruroh, S.H.I., M.E.I  
NIP. 198209222009012005


Menyetujui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
IAIN Jember Agama Islam Negeri Jember

  
  
Dr. Khamdan Rifa'i, SE., M.Si  
NIP. 19680807 200003 1 001

## MOTTO

وَلَا تَأْكُلُوا مِمَّا لَمْ يُذْكَرِ اسْمُ اللَّهِ عَلَيْهِ وَإِنَّهُ لَفِسْقٌ وَإِنَّ الشَّيَاطِينَ  
لَيُوحُونَ إِلَىٰ أَوْلِيَآئِهِمْ لِيُجْدِلُواكُمْ وَإِن أَطَعْتُمُوهُمْ إِنَّكُمْ لَمُشْرِكُونَ ﴿١٢١﴾

Artinya: Dan janganlah kamu memakan binatang-binatang yang tidak disebut nama Allah ketika menyembeliknya. Sesungguhnya perbuatan yang semacam itu adalah suatu kefasikan. Sesungguhnya syaitan itu membisikkan kepada kawan-kawannya agar mereka membantah kamu; dan jika kamu menuruti mereka, sesungguhnya kamu tentulah menjadi orang-orang yang musyrik.<sup>1</sup> (QS. Al-An'am 121).



---

<sup>1</sup> Kementerian Agama, *Al-Qur'an Terjemah per Kata Latin dan Kode Tajwid Latin* (Jakarta: Al-Hadi Media Kreasi, 2015) 04.

## PERSEMBAHAN

Sembah sujud serta syukur kepada Allah SWT taburan cinta dan kasih sayang-Mu telah memberikanku kekuatan, membekaliku dengan ilmu serta memperkenalkanku dengan cinta. Dari semua yang telah Engkau tetapkan baik itu rencana indah yang Engkau siapkan untuk masa depanku sebagai harapan kesuksesan. Atas karunia serta kemudahan yang Engkau berikan akhirnya skripsi yang sederhana ini dapat terselesaikan. Sholawat dan salam selalu terlimpahkan keharibaan Rasulullah Muhammad Saw. Kupersembahkan karya sederhana ini kepada orang-orang yang menyayangi, mendukung, dan memotivasiku.

1. Guru saya dan guru orang tua saya yaitu RKH Luthfi Ahmad Said, Beliauah yang mengajarkanku segala macam hal dan juga beliauah yang memberikan ijin saya kuliah sehingga orang tua saya mengizinkan saya Kuliah dan sampai akhirnya menyelesaikan tugas akhir ini.
2. Abuyah tercinta Mohammad Sholeh dan Umi Miftahus Salamah. Sebagai bakti, hormat, dan rasa terima kasih yang tiada terhingga kupersembahkan karya kecil ini kepada kalian yang telah memberikan kasih sayang, segala dukungan, dan cinta kasih yang tiada mungkin dapat kubalas hanya dengan selembar kertas yang bertuliskan kata cinta dan persembahan.
3. Adik – adikku Abdullah Yaqien dan Wardatul Hasanah beserta suami yang selalu menayakan kapan wisuda.
4. Reka Agustina yang selalu sabar dan setia menemaniku di setiap perjuanganku dan semoga tidak hanya di dunia saja semoga di akhirat juga.

5. Keluarga Besar Pramuka IAIN Jember, Khususnya Abi Sukarno, Bunda Ayis Purna bhakti dan semua anggota Racana, kalian keluarga keduku, terimakasih racanaku.
6. Keluarga Besar Bungans Scouts, Rista, Reka, Silvi, Indi, Fadhoil, Najib, Ali, Ira, Feri, Ridho, Riska, Livia, Farid dan Lek Ikfi.
7. Keluarga besar Pramuka Tak Omes terimakasih atas semangatnya motifasinya dan segalanya
8. Sahabat Seperjuangan Ekonomi Syariah 4 Rangka, Raziki, Arik, Utvi, April, Imam, Irul, Malik, Syauqi, Hakim, Rosyid, Iif, Faiqoh, Faidha, Lukluil, Lukman, Inayah, Ma'rifa, Nofy, Hasan, Umi, Anita, Indah, Sofin, Fauzi, Jannah, Faizal, Lida, Yamin, Inul, Haidlar, Surif, Alm. Findra, Ridho, Wiwin, Rowib, Faid terimakasih telah menjadi sahabat terbaik serta saudara selama ini.
9. Keluarga Ekonomi syariah angkatan 2015 Es 1 Es 2 dan Es 3.
10. Untuk Almamaterku tercinta Institut Agama Islam Negri (IAIN) Jember.

IAIN JEMBER

## **KATA PENGANTAR**

*Bismillahirrohmanirrohim*

*Alhamdulillah.* Kita panjatkan Puji syukur teruntuk sandaran hati, pelita hidup kita, petunjuk jalan kita, yakni Allah Swt yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada seluruh makhluk ciptaan-Nya. Dan tak terkecuali kepada penulis pribadi sehingga tahap demi tahap dalam proses Tugas Akhir Skripsi dalam rangka untuk memenuhi sebagian persyaratan untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi dengan judul: “Analisis Atribut Fisik dan Atribut Nilai Terhadap Minat Konsumen Daging Ayam di Pasar Tanggul” telah disusun sesuai dengan harapan. Dan Tugas Akhir Skripsi ini dapat terselesaikan tidak lepas dari bantuan dan kerjasama dengan pihak lain. Berkenaan dengan hal tersebut, Penulis menyampaikan terimakasih kepada yang terhormat:

1. Prof. Dr. H. Babun Suharto, SE., MM selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember.
2. Dr. Khamdan Rifa'i, SE, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember.
3. Ahmadiono, S.Ag.,M.E.I selaku Dosen Pembimbing Akademik.
4. Nikmatul Masruroh,S.H.I., M.E.I. selaku Dosen Pembimbing dan Ketua Program Studi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember.
5. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Jember yang telah membekali kami Ilmu serta pengetahuan serta semua staf dan karyawan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam terimakasih atas pelayanan yang telah diberikan.

Semoga segala amal baik semua pihak tercatat sebagai amal yang banyak memberikan manfaat. Penulis menyadari bahwa banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi ini, maka penulis haturkan maaf kepada semua, serta menjadi kebanggaan bagi penulis akan adanya masukan dan nasihat guna memperbaiki Skripsi ini.

Akhir kata Penulis berharap semoga Skripsi ini bermanfaat bagi Penulis maupun para pembaca.

Jember, 10 Januari 2020

Penulis

**IAIN JEMBER**



## ABSTRAK

**Muhammad Faisol Abda', Nikmatul Masruroh, S.H.I, M.E.I, 2019: Analisis Atribut Fisik dan Atribut Nilai Terhadap Minat Konsumen Daging Ayam di Pasar Tanggul Jember**

Pasar Tanggul yang berdiri pada tahun 1990. Merupakan Pasar Tradisional yang unik karena pasar Tanggul berada di jalan Provinsi dan para pedagangnya pun juga kompak dalam segala sesuatunya, dan di pasar Tanggul pedagang daging ayam jumlahnya lebih banyak di bandingkan dengan pedagang daging ayam yang berada di pasar tradisional lainnya yang setara dengan pasar Tanggul.

Fokus penelitian ini adalah: (1)Apakah atribut fisik berpengaruh secara parsial terhadap minat konsumen daging ayam di pasar Tanggul?, (2)Apakah atribut nilai berpengaruh secara parsial terhadap minat konsumen daging ayam di pasar Tanggul?, (3)Apakah atribut fisik dan nilai berpengaruh secara simultan terhadap minat konsumen daging ayam di pasar Tanggul?

Penelitian ini bertujuan: (1) Untuk mengetahui pengaruh atribut fisik secara parsial terhadap minat konsumen daging ayam di pasar Tanggul, (2) Untuk mengetahui pengaruh atribut nilai secara parsial terhadap minat konsumen daging ayam di pasar Tanggul, (3) Untuk mengetahui pengaruh atribut fisik dan nilai secara simultan terhadap minat konsumen daging ayam di pasar Tanggul.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan jenis deskriptif. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, angket, dokumentasi. Adapun analisis data menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, dan uji hipotesis penelitian.

Adapun kesimpulan dari penelitian ini: (1) Atribut fisik secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat konsumen daging ayam di pasar Tanggul Jember, artinya atribut fisik berpengaruh terhadap minat konsumen untuk membeli kembali daging ayam. (2) atribut nilai secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat konsumen daging ayam di pasar Tanggul Jember, artinya atribut nilai Berpengaruh terhadap minat konsumen untuk membeli kembali daging ayam. (3)atribut fisik dan atribut nilai secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat konsumen daging ayam di pasar Tanggul Jember, artinya kedua variabel yaitu atribut fisik dan atribut nilai berpengaruh terhadap variabel bebas yaitu minat konsumen daging ayam, jadi atribut fisik dan atribut nilai berpengaruh terhadap minat konsumen daging ayam untuk membelinya kembali.

Kata kunci: Minat konsumen, Atribut Fisik dan Atribut Nilai.

## ABSTRACT

**Muhammad Faisol Abda', Nikmatul Masruroh, S.H.I, M.E.I, 2019:**Analysis of Physical Attributes and Value Attributes Against the Interest of Consumers of Chicken Meat in Tanggul Jember Market.

Market Tanggul which was established in 1990, Is a unique traditional market because the Tanggul market is on the Provincial road and the traders are also united in everything, and in the Tanggul market there are more chicken meat traders compared to chicken meat traders in other traditional markets which is on par with the Tanggul market.

The focus of this research is: (1) Are physical attributes partially influential on the interest of consumers of chicken meat in the Tanggul market ?, (2) Does the value attribute influence partially of the interest of consumers of chicken meat in the Tanggul market?, (3) Do physical attributes and values affect simultaneously of the interest of consumers of chicken meat in the Tanggul market?

The purpose of this research: (1) To determine the effect of physical attributes partially to the interest of consumers of chicken meat in the Tanggul market, (2) To determine the effect of partial value attributes to the interest of consumers of chicken meat in the Tanggul market, (3) To determine the effect of physical attributes and values simultaneously on the interest of consumers of chicken meat in the Tanggul market.

This research uses quantitative research methods with descriptive type. The sampling technique in this study uses purposive sampling. Data collection techniques used are observation, questionnaire and documentation. The data analysis uses validity test, reliability test, classic assumption test, multiple linear regression analysis, and research hypothesis testing.

The conclusions of this study: (1) Physical attributes partially have a significant effect on consumer interest chicken meat at the Tanggul Jember market, meaning physical attributes affect consumer interest to buy back chicken meat. (2) The partial attribute has a significant effect to the interest of consumers of chicken meat in the Tanggul Jember market, it means that the value attribute influences consumer interest to buy back chicken meat.(3) Physical attributes and niali attributes simultaneously have a significant effect to the interest of consumers of chicken meat in the Tanggul Jember market, it means that the two variables namely physical attribute and value attribute matter to the independent variable, namely the interests of consumers of chicken meat so physical attributes and value attributes matter to the interests of consumers of chicken meat to buy it back.

**Keywords:** Consumer interest, Physical Attributes and Value Attributes.

## DAFTAR ISI

|  |            |
|--|------------|
| <b>HALAMAN JUDUL .....</b>                     | <b>i</b>   |
| <b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>               | <b>ii</b>  |
| <b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>                | <b>iii</b> |
| <b>HALAMAN MOTTO .....</b>                     | <b>iv</b>  |
| <b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>               | <b>v</b>   |
| <b>KATA PENGANTAR .....</b>                    | <b>vii</b> |
| <b>ABSTRAK .....</b>                           | <b>ix</b>  |
| <b>DAFTAR ISI .....</b>                        | <b>xi</b>  |
| <b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>                  | <b>1</b>   |
| A. Latar Belakang Masalah .....                | 1          |
| B. Rumusan Masalah .....                       | 4          |
| C. Tujuan Penelitian .....                     | 5          |
| D. Manfaat Penelitian .....                    | 5          |
| E. Ruang Lingkup penelitian .....              | 6          |
| 1. Variabel Penelitian .....                   | 6          |
| 2. Indikator Penelitian .....                  | 7          |
| F. Definisi Operasional .....                  | 9          |
| G. Asumsi Penelitian.....                      | 13         |
| H. Hipotesis.....                              | 14         |
| I. Metode Penelitian.....                      | 16         |
| 1. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....        | 16         |
| 2. Lokasi Penelitian .....                     | 17         |
| 3. Populasi dan Sampel.....                    | 19         |
| 4. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data ..... | 21         |
| 5. Analisis Data .....                         | 24         |
| a. Uji Instrument Penelitian.....              | 24         |

|   |           |
|---|-----------|
| b. Uji Statistik Deskriptif.....                            | 26        |
| c. Uji Asumsi Klasik .....                                  | 26        |
| d. Analisis Regresi Linier Berganda.....                    | 29        |
| e. Uji Hipotesis Penelitian.....                            | 29        |
| J. Sistematika Pembahasan .....                             | 32        |
| <b>BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN .....</b>                      | <b>34</b> |
| A. Penelitian Terdahulu .....                               | 34        |
| B. Kajian Teori .....                                       | 44        |
| 1. Produksi dalam perspektif ekonomi Islam.....             | 44        |
| a. Pengertian Produksi dalam perspektif ekonomi Islam.....  | 44        |
| b. Dasar hukum .....  | 45        |
| c. Faktor Produksi.....                                     | 45        |
| d. Proses Produksi.....                                     | 46        |
| 2. Atribut fisik .....                                      | 46        |
| a. Pengertian Atribut Fisik .....                           | 46        |
| b. Jenis Atribut Fisik .....                                | 47        |
| c. Pentingnya Atribut Fsiik dalam Produk.....               | 48        |
| 3. Atribut Nilai .....                                      | 48        |
| a. Pengertian Atribut Nilai .....                           | 48        |
| b. Jenis Atribut Nilai .....                                | 48        |
| c. Pentingnya Atribut Nilai dalam Produk .....              | 51        |
| <b>BAB III PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS.....</b>             | <b>53</b> |
| A. Gambaran Obyek Penelitian.....                           | 53        |
| 1. Letak Geografis Pasar Tanggul .....                      | 53        |
| 2. Sejarah Pasar Tanggul .....                              | 53        |
| 3. Visi Dan Misi Pasar Tanggul .....                        | 55        |
| 4. Struktur Organisasi.....                                 | 57        |
| B. Penyajian Data.....                                      | 60        |
| 1. Uji Deskriptif .....                                     | 60        |
| a. Uji deskriptif responden berdasarkan jenis kelamin ..... | 61        |
| b. Uji deskriptif responden berdasarkan pendidikan.....     | 61        |

|  |            |
|--|------------|
| c. Uji deskriptif responden berdasarkan lama berdagang ..... | 62         |
| C. Analisis dan Pengujian Hipotesis .....                    | 63         |
| 1. Uji Instrumen Penelitian .....                            | 63         |
| a. Uji Validitas .....                                       | 63         |
| b. Uji Reliabilitas .....                                    | 65         |
| 2. Uji Statistik Deskriptif .....                            | 67         |
| 3. Uji Asumsi Klasik .....                                   | 93         |
| a. Uji Normalitas .....                                      | 93         |
| b. Uji Multikolinieritas .....                               | 98         |
| c. Uji Heteroskedastisitas .....                             | 99         |
| 4. Uji Regresi Linier Berganda .....                         | 100        |
| 5. Uji Hipotesis .....                                       | 102        |
| a. Uji t .....   | 103        |
| b. Uji f .....   | 104        |
| c. Uji koefisien determinasi .....                           | 106        |
| D. Pembahasan .....  | 107        |
| <b>BAB IV PENUTUP .....</b>                                  | <b>111</b> |
| A. Kesimpulan .....  | 111        |
| B. Saran-saran .....   | 113        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>                                  | <b>114</b> |
| <b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>                                     |            |
| 1. Pernyataan keaslian                                       |            |
| 2. Matrik  |            |
| 3. Surat Izin Penelitian                                     |            |
| 4. Surat Selesai penelitian                                  |            |
| 5. Jurnal Kegiatan penelitian                                |            |
| 6. Kuesioner   |            |
| 7. Tabulasi Data Kuesioner                                   |            |
| 8. Tabel r   |            |
| 9. Tabel t   |            |
| 10. Tabel f  |            |
| 11. Uji Validitas  |            |
| 12. Uji Reliabilitas   |            |



## DAFTAR TABEL

|  |     |
|--|-----|
| 1. <b>Tabel 1.1</b> Tabel Skor Penilaian Jawaban .....                                 | 23  |
| 2. <b>Tabel 2.1</b> Tabulasi penelitian Terdahulu.....                                 | 41  |
| 3. <b>Tabel 3.1</b> Jadwal Petugas Keamanan.....                                       | 60  |
| 4. <b>Tabel 3.2</b> Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis kelamin<br>.....  | 61  |
| 5. <b>Tabel 3.3</b> Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Pendidikan .....        | 61  |
| 6. <b>Tabel 3.4</b> Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Lama<br>Berdagang ..... | 62  |
| 7. <b>Tabel 3.5</b> Hasil Uji Validitas .....  | 64  |
| 8. <b>Tabel 3.6</b> Hasil Uji Reliabilitas X1 .....                                    | 66  |
| 9. <b>Tabel 3.7</b> Hasil Uji Reliabilitas X2.....                                     | 66  |
| 10. <b>Tabel 3.8</b> Hasil Uji Reliabilitas Y.....                                     | 68  |
| 11. <b>Tabel 3.9</b> Uji Statistik Deskriptif Variabel X1 .....                        | 68  |
| 12. <b>Tabel 3.10</b> Uji Statistik Deskriptif Variabel X2 .....                       | 76  |
| 13. <b>Tabel 3.11</b> Uji Statistik Deskriptif Variabel Y .....                        | 86  |
| 14. <b>Tabel 3.12</b> Hasil Uji Normalitas dengan Metode Kolmogorov<br>Smirnov .....   | 97  |
| 15. <b>Tabel 3.13</b> Hasil Uji Multikolinieritas .....                                | 98  |
| 16. <b>Tabel 3.14</b> Hasil Uji Heteroskedastisitas .....                              | 99  |
| 17. <b>Tabel 3.15</b> Hasil Persamaan Regresi Linier Berganda .....                    | 100 |
| 18. <b>Tabel 3.16</b> Hasil Uji t.....   | 103 |
| 19. <b>Tabel 3.17</b> Hasil Uji f.....   | 105 |
| 20. <b>Tabel 3.18</b> Hasil Uji Koefisien Determinasi.....                             | 106 |

## DAFTAR GAMBAR

|  |    |
|--|----|
| 1. <b>Gambar 1.1</b> Asumsi Penelitian .....   | 14 |
| 2. <b>Gambar 3.1</b> Struktur Organsiasi .....   | 58 |
| 3. <b>Gambar 3.2</b> Hasil Uji Normalitas Dengan GrafikHistogram<br>Normal <i>Probability Test</i> ..... | 95 |
| 4. <b>Gambar 3.3</b> Hasil Uji Normalitas Dengan GrafikNormal<br><i>Probability Plot</i> .....           | 96 |





# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Ekonomi mikro merupakan salah satu cabang ilmu ekonomi yang menitikberatkan pada perilaku ekonomi individu rumah tangga, perusahaan, dan pasar yang memberikan metode kepada seseorang atau rumah tangga produksi untuk mengelola sumber daya ekonomi yang dimiliki agar dapat dimanfaatkan secara efisien.<sup>1</sup> Ekonomi Islam memandang sistem produksi dan pemasaran sebuah perusahaan sebagai hal yang penting dimana mampu menentukan kemakmuran suatu bangsa dan taraf hidup manusia. Ekonomi Islam sangat mendorong produktifitas dan mengembangkan baik kualitas maupun kuantitas. Islam melarang menyia-nyiakan potensi material maupun potensi sumber daya manusia. Bahkan dalam Islam mengarahkan semua itu untuk kepentingan produksi. Kegiatan produksi dalam perspektif Islam sebagai usaha manusia untuk memperbaiki tidak hanya kondisi fisik materialnya, tetapi juga moralitas, sebagai sarana untuk mencapai tujuan hidup sebagaimana digariskan dalam agama Islam, yaitu kebahagiaan dunia dan akhirat. Produsen ialah pelaku kegiatan produksi, produsen harus proaktif, kreatif dan inovatif menemukan barang dan jasa yang memang dibutuhkan oleh manusia yang kemudian dipromosikan atau disosialisasikan kepada konsumen agar tahu produk yang diproduksi oleh produsen.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Sukarno Wibowo, *Ekonomi Mikro Islam* (Bandung: Pustaka setia, 2013), 5

<sup>2</sup> I Gusti Nugraha Agung, N Haidy A Pasay, Sugiharso, *Teori Ekonomi Mikro* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2008), 9

Sebuah produk yang dihasilkan oleh produsen menjadi berharga atau bernilai bukan karena adanya berbagai atribut fisik dari produk semata, tetapi juga karena adanya nilai (*value*) yang dipandang berharga oleh konsumen. Atribut fisik yang melekat pada suatu barang misalnya bahan baku pembuatannya, kualitas keawetan barang tersebut, bentuk atau desain barang, dan lain-lain. Atribut fisik suatu barang pada esensinya menentukan peran fungsional dari barang tersebut dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Di sisi lain, nilai yang terkandung dalam suatu barang akan memberikan kepuasan psikis kepada konsumen dalam memanfaatkan barang tersebut. Nilai ini dapat bersumber dari citra atau merek barang tersebut, sejarah, reputasi produsen, dan lain-lain<sup>3</sup>.

Daging ayam merupakan kebutuhan yang tidak dapat dipungkiri sering kita temui di lingkungan masyarakat, maka dari itu terdapat banyak Pedagang daging ayam yang bersaing berjualan daging ayam guna memenuhi kebutuhan konsumen yang sangat tinggi, sehingga konsumen pasti akan memilih dan memilah daging ayam yang kualitasnya sangat bagus, segar dan sehat atau melihat dari atribut fisik yang ada pada daging ayam. Tidak hanya itu beberapa konsumen daging ayam juga sangat mempertimbangkan reputasi, sejarah maupun merek dari daging ayam yang akan dibeli atau mempertimbangkan atribut nilai yang ada pada daging ayam.

---

<sup>3</sup> Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI) Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, *Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2014), 259-260.

Seperti yang diajarkan dalam al-Qur'an dan al-Hadits yang telah dicontohkan oleh Nabi Muhammad SAW. Allah berfirman dalam surat (QS. Al Haj: 36):

وَالْبُدْنَ جَعَلْنَاهَا لَكُمْ مِنْ شَعَائِرِ اللَّهِ لَكُمْ فِيهَا خَيْرٌ ۗ فَاذْكُرُوا  
 اسْمَ اللَّهِ عَلَيْهَا صَوَافَّ ۗ فَإِذَا وَجَبَتْ جُنُوبَهَا فَكُلُوا مِنْهَا وَأَطِعمُوا  
 الْقَانِعَ وَالْمُعْتَرَّ ۚ كَذَلِكَ سَخَّرْنَاهَا لَكُمْ لَعَلَّكُمْ تَشْكُرُونَ ﴿٣٦﴾

Artinya: Dan telah Kami jadikan untuk kamu unta-unta itu sebahagian dari syi'ar Allah, kamu memperoleh kebaikan yang banyak padanya, Maka sebutlah olehmu nama Allah ketika kamu menyembelihnya dalam Keadaan berdiri (dan telah terikat). kemudian apabila telah roboh (mati), Maka makanlah sebahagiannya dan beri makanlah orang yang rela dengan apa yang ada padanya (yang tidak meminta-minta) dan orang yang meminta. Demikianlah Kami telah menundukkan unta-unta itu kepada kamu, Mudah-mudahan kamu bersyukur.

Dalam ayat tersebut dijelaskan bahwa ada aturan-aturan dan prosedur yang baik guna mendapat kualitas daging yang baik pula, hal menyembelih dan mengolah daging ayam juga dapat mempengaruhi halal atau haramnya daging yang berpengaruh terhadap kemaslahatan dari konsumen daging ayam.

Peningkatan jumlah pedagang daging ayam di pasar Tanggul Jember Ternyata mampu menyaingi peningkatan jumlah pedagang daging Ayam di pasar Tanjung yang merupakan pasar induk di Kabupaten Jember. Bila ditelusuri hal ini bisa kita lihat pada peningkatan jumlah pedagang daging ayam di pasar Tanggul Jember tahun 2015 jumlahnya 25 dan pada tahun 2019 jumlahnya 53 Pedagang. Hal ini menunjukkan bahwa daging ayam mengalami

peningkatan Permintaan oleh konsumen. Karena secara teoritis jika permintaan meningkat maka penawaran juga meningkat.<sup>4</sup> Sehingga tidak menutup kemungkinan banyak usaha yang dilakukan oleh produsen atau penjual daging ayam untuk memperbaiki kualitas daging ayamnya agar bisa bersaing dengan banyaknya penjual daging ayam yang lain, baik dari segi atribut fisik seperti bentuk dan kualitas daging ayam maupun dari atribut nilai yakni citra atau merk, reputasi dan proses produksi atau proses penyembelihan daging ayam. Pasar Tanggul juga merupakan pasar yang unik untuk diteliti karena pasar Tanggul berada di jalan Provinsi dan para pedagangnya pun juga kompak dalam segala sesuatunya seperti penolakan terhadap Pasar Modern (Indomaret, Alfamaret dan yang lainnya) terbukti di pasar Tanggul Jember Pasar Modern hanya ada dua dan itupun jaraknya yang lumayan jauh yang melebihi 200 meter dari pasar Tanggul, keunikan lagi yang membuat peneliti ingin meneliti di pasar Tanggul Jember setiap menjelang hari-hari besar Islam (*prepekkkan*) terdapat banyak tambahan para pedagang khususnya pedagang daging ayam. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk meneliti di pasar Tanggul Jember, dengan judul **Analisis Atribut Fisik dan Atribut Nilai terhadap Minat Konsumen Daging Ayam di pasar Tanggul Jember.**

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka perumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

---

<sup>4</sup> Ibid., 173.

1. Apakah atribut fisik berpengaruh Signifikan secara parsial terhadap minat konsumen daging ayam di pasar Tanggul Jember?
2. Apakah atribut nilai berpengaruh Signifikan secara parsial terhadap minat konsumen daging ayam di pasar Tanggul Jember?
3. Apakah atribut fisik dan nilai berpengaruh Signifikan secara simultan terhadap minat konsumen daging ayam di pasar Tanggul Jember?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan diadakan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh atribut fisik secara parsial terhadap minat konsumen daging ayam di pasar Tanggul Jember
2. Untuk mengetahui pengaruh atribut nilai secara parsial terhadap minat konsumen daging ayam di pasar Tanggul Jember
3. Untuk mengetahui pengaruh atribut fisik dan nilai secara simultan terhadap minat konsumen daging ayam di pasar Tanggul Jember

### **D. Manfaat Penelitian**

1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi semua pihak yang berkompeten dengan permasalahan yang diangkat, yaitu mengenai analisis atribut fisik dan atribut nilai terhadap minat konsumen daging ayam di Pasar Tanggul.

## 2. Manfaat Praktis

### a. Bagi peneliti

Penelitian ini bermanfaat bagi penulis dalam pengalaman pembuatan karya tulis ilmiah dan menambah wawasan penulis terkait dengan analisis atribut fisik dan atribut nilai terhadap minat konsumen daging ayam di pasar Tanggul

### b. Bagi Pedagang Daging Ayam

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan dan bahan pertimbangan dalam berwira usaha khususnya berwirausaha daging ayam.

### c. Bagi Konsumen Daging Ayam (Masyarakat)

Dari hasil penelitian ini bisa menjadi pengetahuan atau informasi bagi konsumen untuk memilih daging ayam yang layak buat dikonsumsi dan dapat dijadikan rujukan salah satu sumber informasi dalam berwirausaha di bidang usaha daging ayam .

### d. Bagi civitas akademik IAIN Jember

Hasil penelitian ini dapat dijadikan literatur tambahan karya tulis ilmiah dan pembahasan Analisis Atribut Fisik dan Atribut Nilai Terhadap Minat Konsumen Daging Ayam di pasar Tanggul Jember.

## E. Ruang Lingkup Penelitian

### 1. Variabel Penelitian

Variabel penelitian merupakan suatu atribut atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh

peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>5</sup> Variabel dalam penelitian ini dibedakan menjadi dua variabel yaitu, variabel bebas dan variabel terikat dengan uraian sebagai berikut :

a. Variabel Independen atau Variabel Bebas

Variabel ini sering disebut dengan variabel *stimulus*, *prediktor*, *antecedent*. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat).<sup>6</sup> Terdapat dua variabel independen dalam penelitian ini yaitu:

1) (X1) = Atribut Fisik

2) (X2) = Atribut Nilai

b. Variabel Dependen

Variabel dependen ini sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Variabel bebas dalam judul penelitian ini adalah minat konsumen (Y).

## 2. Indikator Penelitian

Setelah variabel penelitian terpenuhi kemudian dilanjutkan dengan mengemukakan rujukan empiris dari variabel yang diteliti. Indikator

---

<sup>5</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung : Alfabeta, 2017) 39.

<sup>6</sup> Ibid., 39.

empiris ini nantinya akan dijadikan sebagai dasar dalam membuat butir-butir atau item pertanyaan dalam angket, interview, dan observasi.<sup>7</sup>

Adapun yang menjadi indikator variabel dalam penelitian ini adalah :

a. Indikator dari variabel X1 (atribut fisik) adalah:

- 1) Bahan baku
- 2) Bentuk barang
- 3) Kualitas

b. Indikator dari variabel X2 (atribut nilai) adalah:

- 1) Citra Merk
- 2) Reputasi
- 3) Proses Produksi atau Proses Penyembelihan

c. Indikator dari variabel Y (minat konsumen) adalah:

- 1) Transaksional
- 2) Referensial
- 3) Preferensial
- 4) Eksploratif

---

<sup>7</sup> Tim Penyusun, *Pedoman Karya Ilmiah* (Jember, IAIN Jember Press, 2015), 38.



## F. Definisi Operasional

### 1. Atribut Fisik dan Atribut Nilai

#### a. Atribut Fisik

##### 1) Bahan Baku

Bahan baku merupakan input dari proses transformasi menjadi produk jadi. Cara membedakan apakah bahan baku termasuk bahan penolong dengan mengadakan penelusuran terhadap elemen-elemen atau bahan-bahan ke dalam produk jadi. Cara pengadaan bahan baku bisa diperoleh dari sumber-sumber alam, petani atau membeli, misalnya serat diolah menjadi benang.<sup>8</sup>

##### 2) Bentuk barang

Kemasan atau *packaging* suatu barang untuk di pasarkan atau di perdagangkan.

##### 3) Kualitas

Faktor penentu kepuasan konsumen setelah melakukan pembelian dan pemakaian terhadap suatu produk.<sup>9</sup>

---

<sup>8</sup> M Taslim Dangnga, "Analisis Penerapan Metode Economic Order Quantity Dan Reorder Point untuk Pengendalian Persediaan Bahan Baku pada P.T. Japfa Comfeed Indonesia Tbk Di Kota Makasar", *Emba*, No.1 Vol 3 (31 Desember 2016, 19.00)

<sup>9</sup> Deny Irawan dan Edwin Japariato, "Analisa Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening pada Pelanggan Restoran Por ke Surabaya" *Ilmu Ekonomi Wiga*, No. 3 Volume 1, (21 Agustus 2013, 09.30)

b. Atribut Nilai

1) Citra / Merek

UU Merek No.15 Tahun 2001 Pasal 1 Ayat 1 menyatakan bahwa merek adalah tanda yang berupa gambar, nama kata, huruf-huruf, angka-angka, susunan warna atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut yang memiliki daya pembeda dan digunakan dalam kegiatan perdagangan barang dan jasa.<sup>10</sup>

2) Reputasi Produsen

Reputasi produsen mempengaruhi persepsi kualitas produk atau jasa yang disediakan oleh perusahaan. Paul A. Argenti dan Bob Druckenmiller mendefinisikan reputasi produsen sebagai gabungan dari berbagai macam *image* yang mewakili suatu perusahaan. Yang mana reputasi ini dibangun sejak lama yang berdasarkan identitas produsen, kinerja produsen serta bagaimana masyarakat mempersepsikan perilaku produsen tersebut. reputasi tentang suatu produsen ditangkap oleh publik (masyarakat) secara langsung maupun tidak langsung berdasarkan pengalaman dan informasi yang diterima.<sup>11</sup>

---

<sup>10</sup> Anisatul Fauziah, "Kajian Psikolinguistik Pada Proporsi Citra Merek" *Jurnal Ekonomi*, No.3 Volume 9,(7 Februari 2017, 13.30)

<sup>11</sup> Tantri Yanuar Rahmat Syah, "Perbedaan Pengaruh Citra Merek dan Reputasi Perusahaan Terhadap Suatu Produk, Nilai Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan di Pasar Bisnis," *Jurnal Ekonomi*, No. 2 Volume 7,(4 Februari 2013, 12.15)

### 3) Proses Produksi atau Proses Penyembelihan

#### a) Rukun Menyembelih

(1) Penyembelih hendaklah orang Islam atau ahli Kitab (yang berpegang teguh dengan kitab Allah selain dari Al-Qur'an) dan melakukannya dengan sengaja.<sup>12</sup>

(2) Yang disembelih adalah binatang yang halal. Cara menyembelih:

(a) Binatang yang dapat disembelih di lehernya hendaklah disembelih di lehernya, dipotong urat tempat lewatnya makanan (*mari'*) dan urat tempat keluar napasnya (*hulqum*) kedua urat itu wajib putus.<sup>13</sup>

(b) Binatang yang tidak dapat disembelih di lehernya karena liar. Menyembelihnnya dapat dilakukan di mana saja dari pada bagian tubuhnya yang dapat mematikannya. Maksudnya, melukai pada bagian mana saja yang menyebabkan hewan tersebut mati.<sup>14</sup>

(c) Alat (perkakas) menyembelih, yaitu semua barang tajam, melukakan, besi, bambu, atau lain – lainnya kecuali gigi dan kuku. Sebab penyembelihan dengan gigi dan kuku merupakan penyiksaan terhadap hewan.<sup>15</sup>

<sup>12</sup> Musthafa Dib Al- Bugha, *Ringkasan Fikih Mazhab Syafi'i*, (Jakarta Selatan: 2017),. 561,

<sup>13</sup> Ibid., 556-557.

<sup>14</sup> Ibid., 555.

<sup>15</sup> Ibid., 560.

b) Sunat Menyembelih

- (1) Membaca Basmalah.
- (2) Membaca Sholawat atas nabi Muhammad SAW.
- (3) Menghadapkan kiblat (Ka'bah).<sup>16</sup>

c. Minat Konsumen

Dalam kajian Minat konsumen, Indikator yang di tentukan antara lain:

1) Transaksional

Transaksional yaitu kecenderungan seseorang untuk selalu membeli ulang produk yang telah dikonsumsinya.<sup>17</sup>

2) Referensial

Referensial yaitu kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk yang sudah dibelinya, agar juga dibeli oleh orang lain, dengan referensi pengalaman konsumsinya.<sup>18</sup>

3) Preferensial

Preferensial yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang selalu memiliki preferensi utama pada produk yang telah dikonsumsi. Preferensi ini hanya dapat diganti bila terjadi sesuatu dengan produk preferensinya.<sup>19</sup>

---

<sup>16</sup> Ibid., 572.

<sup>17</sup> Basrah Saidani, Samsul Arifin, "Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli pada Ranch Market", *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, No. 1 Volume 1, (30 April 2013, 20.09)

<sup>18</sup> Ibid, 7.

<sup>19</sup> Ibid, 7.

#### 4) Eksploratif

Minat ini menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk yang dilanggananinya.<sup>20</sup>

### **G. Asumsi Penelitian**

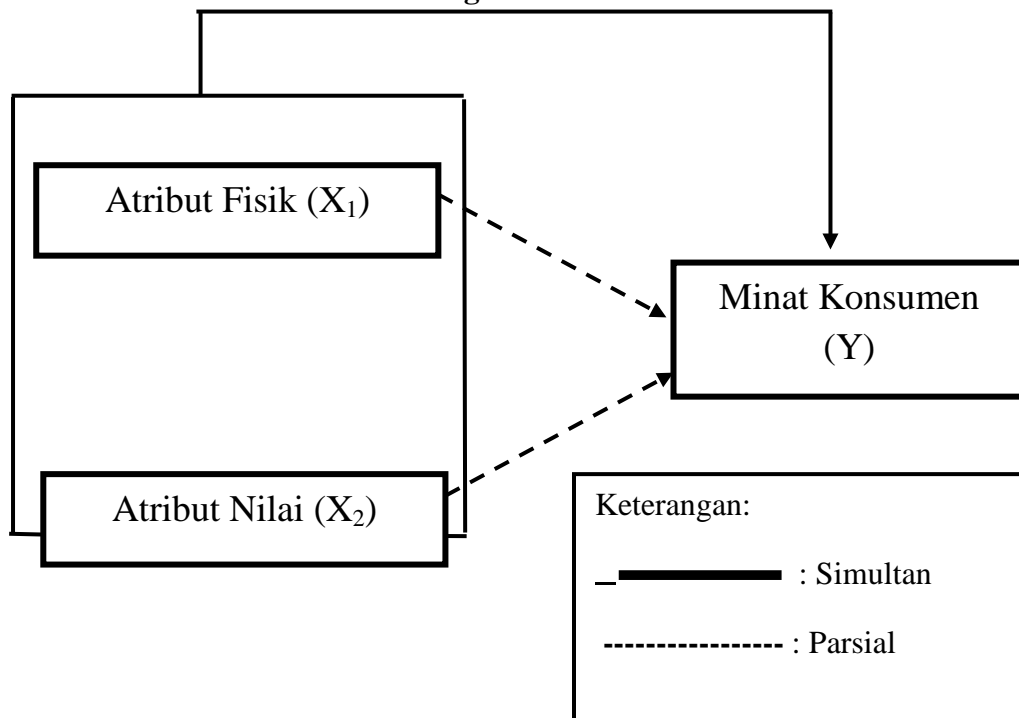
Asumsi penelitian biasa disebut juga sebagai anggapan dasar atau postulat, yaitu sebuah titik tolak pemikiran yang kebenarannya diterima oleh peneliti. Anggapan dasar harus dirumuskan secara jelas sebelum peneliti melangkah mengumpulkan data.<sup>21</sup> Anggapan dasar di samping berfungsi sebagai dasar berpijak yang kukuh bagi masalah yang diteliti juga untuk mempertegas variabel yang menjadi pusat perhatian penelitian dan merumuskan hipotesis. Dalam penelitian ini, peneliti mempunyai asumsi bahwa ada pengaruh atribut fisik dan atribut nilai terhadap minat konsumen daging ayam di pasar Tanggul Jember. Seluruh responden dapat mengisi angket sesuai dengan fakta yang ada dan setiap informan dapat memberi informasi sesuai dengan kenyataan sebenarnya. Berdasarkan uraian tersebut, peneliti merumuskan kerangka penelitian sebagai berikut:

---

<sup>20</sup> Ibid,

<sup>21</sup> Tim Penyusun IAIN Jember, *Pedoman*, 39.

**Gambar 1.1**  
**Kerangka Penelitian**



Sumber: diolah

## H. Hipotesis

Hipotesis berasal dari bahasa Yunani yang terdiri atas akar kata *hypo* dan *thesis*. *Hypo* berarti kurang dari dan *thesis* berarti pendapat. Dengan demikian, hipotesis dapat didefinisikan sebagai pendapat, jawaban, atau dugaan yang bersifat sementara dari suatu persoalan yang diajukan, yang kebenarannya masih perlu dibuktikan lebih lanjut.<sup>22</sup>

<sup>22</sup> Muhammad Teguh, *Metodologi Penelitian Ekonomi Teori dan Aplikasi* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2001), 58.

Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah :

1. Hipotesis secara simultan

Sebuah Produk yang di hasilkan oleh produsen menjadi berharga atau bernilai bukan karena adanya berbagai atribut fisik dari produk semata, tetapi juga karena adanya nilai (*value*) yang di pandang berharga oleh konsumen.

Para konsumen perlu mempertimbangkan atribut fisik dan atribut nilai dalam membeli daging ayam, agar mendapatkan *mashlahah* dalam mengkonsumsi daging ayam.

- a Ha: Analisis atribut fisik dan atribut nilai secara simultan berpengaruh terhadap minat konsumen daging ayam di pasar Tanggul.
- b H<sub>0</sub>: Analisis atribut fisik dan atribut nilai secara simultan tidak berpengaruh terhadap minat konsumen daging ayam di pasar Tanggul.

2. Hipotesisi secara parsial

a Atribut fisik

Atribut fisik yang melekat pada Suatu barang misalnya bahan baku pembuatannya, kualitas keawetan barang tersebut, bentuk atau desain barang dan lain – lain. Atribut fisik suatu barang pada esensinya menentukan peran fungsional dari barang tersebut guna memenuhi kebutuhan konsumen.<sup>23</sup>

Ha: Analisis atribut fisik secara parsial berpengaruh terhadap minat konsumen daging ayam di pasar Tanggul.

---

<sup>23</sup> Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI) Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, *Ekonomi Islam*, 260.

H<sub>0</sub>: Analisis atribut fisik secara parsial tidak berpengaruh terhadap minat konsumen daging ayam di pasar Tanggul

b Atribut nilai

Atribut nilai yang terkandung dalam dalam suatu barang atau produk akan memberikan kepuasan psikis pada konsumen dalam memanfaatkan barang tersebut. Nilai ini dapat bersumber dari citra merek barang tersebut, reputasi produsen, dan lain - lain.

H<sub>a</sub>: Analisis atribut nilai secara parsial berpengaruh terhadap minat konsumen daging ayam di pasar Tanggul

H<sub>0</sub>: Analisis atribut nilai secara parsial tidak berpengaruh terhadap minat konsumen daging ayam di pasar Tanggul

## I. Metode Penelitian

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Berdasarkan hal tersebut terdapat empat kata kunci yang perlu diperhatikan yaitu cara ilmiah, data, tujuan, dan kegunaan.<sup>24</sup> Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

### 1. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan jenis deskriptif. Menurut Sugiyono penelitian kuantitatif merupakan data yang berbentuk angka dan analisis menggunakan statistik.<sup>25</sup> Pada dasarnya penelitian kuantitatif ini penulis lakukan dalam

---

<sup>24</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian*, 2.

<sup>25</sup> *Ibid.*, 7.



rangka pengujian hipotesis yang akan diperoleh signifikansi pengaruh antar variabel yang penulis teliti. Penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang diperoleh melalui observasi atau pengamatan langsung dari perusahaan, baik itu melalui observasi, kuesioner, dan wawancara secara langsung.<sup>26</sup> Data diperoleh dari kuesioner yang diberikan kepada responden, yaitu pedagang Daging ayam yang ada di pasar Tanggul Jember. Sedangkan data sekunder adalah data yang diperoleh tidak langsung dari dokumen-dokumen dan buku literatur.<sup>27</sup>

## **2. Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian menunjukkan di mana penelitian tersebut hendak dilakukan. Wilayah penelitian biasanya berisi tentang lokasi (desa, organisasi, peristiwa, teks, dan sebagainya). Peneliti melakukan penelitian di Pasar Tanggul Kabupaten Jember yang berada di bagian barat kota Kabupaten Jember, tepatnya di sebelah selatan Jl. Mawar, sebelah Utara Jl. Pb. Sudirman, Sebelah Timur Jl. Salak dan sebelah barat Jl. Melati.

Alasan peneliti memilih Pasar Tanggul untuk tempat penelitian karena Pasar Tanggul merupakan pasar tradisional yang Besar dan banyak pedagang daging ayam dibandingkan dengan pasar yang lainnya, seiring dengan perkembangan perekonomian beberapa dekade terakhir hingga kini telah memasuki era perdagangan bebas, pasar Tanggul ditempati 2 pasar tradisional dan 2 pasar modern dengan jarak yang

---

<sup>26</sup> Ibid., 137.

<sup>27</sup> Ibid.,

lumayan jauh antara satu dengan lainnya. Secara fisik bangunan Pasar Tanggul dalam kondisi baik sebagai sarana pengembangan usaha namun di sisi lain, pagar pembatas di sebelah timur dan pot bunga di sebelah utara dalam kondisi rusak sedangkan pintu masuk suda 2 kali diadakan perbaikan, yang pertama dikoordinir IPPT, yang kedua oleh Bank Danamon TBK cabang Tanggul sedangkan bangunan Kantor Pasar dalam keadaan rusak apalagi pada waktu hujan, sudah tidak bisa di tolong lagi karena talangnya sudah rusak berat serta saluran air banyak yang tersumbat serta pengerasan halaman sudah tidak layak. Peningkatan jumlah pedagang daging ayam di pasar Tanggul Jember Ternyata mampu menyaingi peningkatan jumlah pedagang daging Ayam di pasar Tanjung yang merupakan Pasar Induk di Kabupaten Jember. Bila di telusuri hal ini bisa kita lihat pada peningkatan jumlah pedagang daging ayam di pasar Tanggul Jember tahun 2015 jumlahnya 25 dan pada tahun 2019 jumlahnya 53 Pedagang. Hal ini menunjukkan bahwa daging ayam mengalami peningkatan permintaan oleh konsumen. Karena secara teoritis jika permintaan meningkat maka penawaran juga meningkat.<sup>28</sup> Sehingga tidak menutup kemungkinan banyak usaha yang dilakukan oleh produsen atau penjual daging ayam untuk memperbaiki kualitas daging ayamnya agar bisa bersaing dengan banyaknya penjual daging ayam yang lain, baik dari segi atribut fisik seperti bentuk dan kualitas daging ayam maupun dari atribut nilai yakni citra atau merk, reputasi dan proses

---

<sup>28</sup> Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI) Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, *Ekonomi Islam*, 173.

produksi atau proses penyembelihan daging ayam. Pasar Tanggul juga merupakan pasar yang unik untuk diteliti karena pasar Tanggul berada di jalan Provinsi dan para pedagangnya pun juga kompak dalam segala sesuatunya seperti penolakan terhadap Pasar Modern (Indomaret, Alfamaret dan yang lainnya) terbukti di pasar Tanggul Jember Pasar Modern hanya ada dua dan itupun jaraknya yang lumayan jauh yang melebihi 200 meter dari pasar Tanggul, keunikan lagi yang membuat peneliti ingin meneliti di pasar Tanggul Jember setiap menjelang hari-hari besar Islam (*prepekkan*) terdapat banyak tambahan para pedagang khususnya pedagang daging ayam.

### **3. Populasi dan Sampel**

#### **a. Populasi**

Populasi dan sampel dalam penelitian kuantitatif merupakan istilah yang sangat lazim dipakai. Populasi diartikan sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>29</sup> Populasi dalam penelitian ini adalah pedagang daging ayam yang ada di pasar Tanggul dengan jumlah 53 pedagang daging ayam.

#### **b. Sampel**

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak

---

<sup>29</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Bandung: Alfabeta, 2018), 130.

mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu, sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili).<sup>30</sup> Adapun teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *noprobabilty sampling* yaitu *Sampling* jenuh. *Sampling* jenuh adalah tehnik penentuan sampel apabila semua anggota populasi digunakan sabagai sampel.<sup>31</sup> Kreteria yang di jadikan sampling antara lain: Pedagang yang beragama muslim, pedagang daging ayam, pedagang yang mengolah dan menyembelih sendiri, serta pedagang yang lokasinya berjualannya di pasar Tanggul Jember.

#### **4. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data**

##### **a. Teknik Pengumpulan Data**

##### **1) Observasi**

Menurut Sutrisno Hadi observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua diantara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan.<sup>32</sup> Dengan metode ini, peneliti ingin melihat kondisi riil yang terjadi di lapangan mengenai bentuk fisik daging ayam, proses pengolahan daging

<sup>30</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*, 81.

<sup>31</sup> *Ibid.*, 130.

<sup>32</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*, 145.

ayam dari asal mula ayam sampai pada tangan konsumen, serta kriteria konsumen dalam memilih daging ayam,

## 2) Kuesioner (Angket)

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.<sup>33</sup> Dalam penelitian ini menggunakan skala pengukuran yaitu skala *likert*. Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala *likert* maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan.<sup>34</sup>

Data diolah dengan menggunakan Skala *Likert* dengan jawaban atas pertanyaan yaitu skala nilai 1-5. Nilai yang dimaksud adalah skor atas jawaban responden, dimana nilai yang digunakan peneliti adalah sebagai berikut:

**Tabel 1.1**  
**Tabel Skor Penilaian Jawaban**

| No | Jawaban             | Skor |
|----|---------------------|------|
| 1  | Sangat setuju       | 5    |
| 2  | Setuju              | 4    |
| 3  | Ragu-ragu (netral)  | 3    |
| 4  | Tidak setuju        | 2    |
| 5  | Sangat tidak setuju | 1    |

<sup>33</sup> Ibid.,138.

<sup>34</sup> Ibid., 93.

Teknik pengumpulan data yang diperlukan dengan cara memberi daftar pertanyaan kepada pedagang daging ayam, pedagang yang beragama muslim, pedagang yang mengolah dan menyembelih dagingnya sendiri, serta pedagang yang lokasi berjualannya di pasar Tanggul.

### 3) Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah cara mengumpulkan data dalam bentuk tulisan, misalnya berupa catatan-catatan, gambar-gambar, arsip, agenda dan sebagainya. Data yang diperoleh dengan metode dokumentasi adalah berupa data sekunder sebagai pelengkap dan pendukung hasil penelitian. Data dokumen yang diperoleh dalam penelitian ini, visi dan misi pasar Tanggul, denah pasar, serta jumlah pedagang daging ayam di pasar Tanggul Jember.

### **b. Instrumen Pengumpulan Data**

Instrumen penelitian adalah suatu alat yang dapat digunakan untuk memperoleh, mengolah, dan menginterpretasikan informasi yang diperoleh dari pada responden yang dilakukan dengan menggunakan pola ukur yang sama. Di dalam penelitian ini, instrumen yang digunakan oleh peneliti adalah merupakan kuesioner/angket yang berisi pertanyaan.<sup>35</sup>

---

<sup>35</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian*, 219.

## 5. Analisis Data

Dalam penelitian kuantitatif, analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan. Adapun alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

### a. Uji instrumen penelitian

#### 1) Uji validitas

Validitas adalah menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur mampu mengukur sebuah fenomena (*valid measure if it successfully measure the phenomenon*).<sup>36</sup> Validitas merujuk pada sejauh mana definisi yang digunakan mengukur apa yang akan diukur. Hal ini juga menyangkut masalah indikator variabel yang dioperasionalkan. Makna validitas dalam analisis isi bukanlah hubungan antara dua variabel atau teori, melainkan validitas ini berada di antara klasifikasi skema atau variabel yang berasal dari sebuah interpretasi yang menghubungkan isi dengan sebab-sebabnya. Suatu butir pertanyaan dikatakan valid jika nilai r-

---

<sup>36</sup> Syofian Siregar, *Statistik Deskriptif untuk Penelitian Dilengkapi Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*, 161-162.

hitung yang merupakan nilai dari *corrected item total correlation*, dari r-tabel yang diperoleh melalui Df (*Degree of Freedom*).

## 2) Uji reliabilitas

Reliabilitas adalah untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama menggunakan alat pengukur yang sama pula. Uji reliabilitas alat ukur dapat dilakukan secara eksternal maupun internal. Secara eksternal, pengujian dapat dilakukan *test-retest*, *equivalent*, dan gabungan keduanya. Secara internal, reliabilitas alat ukur dapat diuji dengan menganalisis konsistensi butir-butir yang ada pada instrumen dengan teknik tertentu.<sup>37</sup> Reliabilitas menunjuk pada sebuah konsistensi hasil jika pengukuran (pengodingan) diulang dua kali atau lebih, baik oleh orang yang sama maupun orang merupakan sebuah bentuk kesepahaman atau persetujuan di antara pengode (*coder*) mengenai proses pengkategorian isi. Jika reliabilitas dalam penelitian survey digunakan untuk menguji angket atau kuesioner, maka dalam reliabilitas analisis komponen yang diuji adalah pedoman simbol yang diteliti karena inilah yang berposisi sebagai instrument penelitian dalam analisis isi. Alat ukur yang akan digunakan adalah *cronbach alpha* melalui program computer *excel*

---

<sup>37</sup> Ibid., 173.



*Statistic Analysis dan SPSS*. Realibilitas suatu konstruk variable dikatakan baik jika memiliki nilai *cronbach alpha*  $> 0,6$ .

#### **b. Uji Statistik Deskriptif**

Statistik deskriptif merupakan statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskriptifkan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Termasuk dalam statistik deskriptif antara lain adalah penyajian salah satunya melalui *mean*, *median*, dan *modus*. Dalam uji statistik deskriptif selain dapat digunakan untuk mencari kuatnya hubungan antara variabel melalui analisis korelasi, melakukan prediksi dengan analisis regresi, juga dapat pula digunakan untuk melakukan perbandingan dengan membandingkan rata-rata data sampel atau populasi.<sup>38</sup>

#### **c. Uji Asumsi Klasik**

Uji asumsi klasik disini dapat dianggap sebagai anggapan, sehingga dapat dikatakan bahwa untuk menguji hipotesis didasarkan pada anggapan boleh atau dapat dilakukan pengujian atau tidak.<sup>39</sup>

##### 1) Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah

---

<sup>38</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, 147-148

<sup>39</sup> Sugiyono, Agus Susanto, *Cara Mudah Belajar SPSS & Lisrel* (Bandung: Alfabeta, 2015), 318.

memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Metode yang dapat dipakai untuk normalitas antara lain: analisis grafik dan analisis statistik. Uji normalitas dalam penelitian ini dilakukan dengan cara analisis grafik.<sup>40</sup> Normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik atau dengan melihat histogram dari residualnya:

- a) Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal regresi memenuhi asumsi normalitas.
- b) Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

## 2) Uji Multikolinieritas

Menurut Ghozali uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Pedoman yang digunakan untuk menentukan multikolinieritas antar variabel adalah dengan melihat nilai korelasi antar variabel bebas. Jika koefisien korelasi antar variabel bebas  $> 0,80$  berarti terjadi multikolinieritas antar variabel bebas. Sebaliknya jika

---

<sup>40</sup> Hengky Latan, *Analisis Multivariate: Teknik dan Aplikasi* (Bandung: Alfabeta, 2013), 56.

koefisien korelasi antar variabel bebas  $\leq 0,80$  maka tidak terjadi multikolinieritas antar variabel bebas.<sup>41</sup>

### 3) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas. Metode yang dapat dipakai untuk mendeteksi gejala heteroskedastisitas antara lain: metode grafik, *park glejser*, *rank spearman* dan *barlett*. Penelitian ini metode yang digunakan untuk mendeteksi gejala heteroskedastisitas dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (ZPRED) dengan residualnya (SRESID). Deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot antara ZPRED dan SRESID dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi dan sumbu X adalah residual (Y-prediksi-Y sesungguhnya) yang terletak di Studentized.<sup>42</sup>

- a) Jika ada titik-titik yang membentuk pola tertentu yang teratur maka mengidentifikasi telah terjadi heteroskedastisitas.
- b) Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

---

<sup>41</sup> Ibid., 322.

<sup>42</sup> Muhammad Nisfiannor, *Pendekatan Statistika Modern untuk Ilmu Sosial* (Jakarta: Salemba Humanika, 2009), 9.

#### d. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah analisis statistik yang digunakan untuk menguji hubungan pengaruh antara lebih dari satu variabel bebas atau variabel estimator atau variabel independent terhadap satu variabel terikat atau variabel dependen.<sup>43</sup> Analisis regresi linier berganda berfungsi untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh *Atribut fisik dan Atribut nilai* terhadap Minat konsumen Daging ayam di pasar Tanggul Jember. Model hubungan nilai pelanggan dengan variabel-variabel tersebut dapat disusun dalam fungsi atau persamaan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \varepsilon$$

Keterangan :

Y : perilaku pedagang

$\alpha$  : konstanta

$\beta_1$  : koefisien regresi dari *atribut fisik*

$\beta_2$  : koefisien regresi dari *atribut nilai*

X1 : *atribut fisik*

X2 : *atribut nilai*

$\varepsilon$  : erro

#### e. Uji Hipotesis Penelitian

##### 1) Uji parsial (Uji t)

Uji t yaitu uji statistik bagi koefisiensi regresi dengan hanya satu koefisien regresi yang mempengaruhi Y (Variabel terikat). Dalam penelitian ini uji t digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh independen (X) secara parsial terhadap

---

<sup>43</sup> Ibid, 54.

faktor dependen (Y). Menguji hipotesis yang diajukan dalam penelitian digunakan uji t dengan rumus sebagai berikut:

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Membandingkan nilai t hitung dengan t tabel dengan menggunakan kriteria pengujian sebagai berikut:

Kriteria pengujian:

$H_0$  diterima jika t hitung < t tabel

$H_a$  diterima jika t hitung > t tabel

$H_0$  = Tidak ada pengaruh *atribut fisik dan atribut nilai* terhadap perilaku pedagang di Pasar Tanggul

$H_a$  = Ada pengaruh *atribut fisik dan atribut nilai* terhadap perilaku pedagang di Pasar Tanggul

Membandingkan antara tingkat signifikansi dengan alpha yang menggunakan kriteria pengujian sebagai berikut:

Kriteria pengujian:

$H_0$  diterima jika sig > alpha ( $\alpha$ )

$H_a$  diterima jika sig < alpha ( $\alpha$ )

- a) Menentukan taraf nyata/*level of significance* 5% = ( $\alpha = 0,05$ ) dari t hitung dan t tabel (diambil dari hasil tabel distribusi t) pada  $\alpha = 5\%$ .
- b) Membuat kesimpulan

Kriteria uji T:

(1) Jika  $T_{hitung} > T_{tabel}$  dan nilai signifikansi  $< 0,05$  maka

$H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak, menyatakan bahwa variabel X secara individual mempengaruhi variabel Y.

(2) Jika  $T_{hitung} < T_{tabel}$  dan nilai signifikansi  $> 0,05$  maka

$H_a$  ditolak dan  $H_0$  diterima, menyatakan bahwa variabel X secara individual tidak mempengaruhi variabel Y.

## 2) Uji simultan (Uji F)

Uji ini digunakan untuk menguji besarnya pengaruh dari seluruh variabel independen ( $X_1$  dan  $X_2$ ) secara bersama-sama atau simultan terhadap variabel dependen (Y). Adapun hipotesis yang digunakan adalah sebagai berikut:

$H_0$  = variabel independen/ bebas (*atribut fisik dan atribut nilai*) tidak berpengaruh positif secara simultan terhadap variabel dependen yaitu perilaku pedagang.

$H_a$  = variabel independen/ bebas (*atribut fisik dan atribut nilai*) berpengaruh positif secara simultan terhadap variabel dependen yaitu perilaku pedagang.

Dasar pengambilan keputusannya adalah dengan menggunakan angka probabilitas signifikansi, yaitu:

a) Jika probabilitas  $F > 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak

b) Jika probabilitas  $F < 0,05$  maka  $H_0$  Ditolak dan  $H_a$  diterima

### 3) Koefisien determinasi ( $R^2$ )

Menurut Ghazali koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada dasarnya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara 0-1. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati 1 berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

## J. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan berisi tentang deskripsi alur pembahasan skripsi yang dimulai dari bab pendahuluan hingga pada bab penutup.<sup>44</sup> Adapun sistematika pembahasan dalam penyusunan skripsi ini terbagi menjadi empat bab, yaitu sebagai berikut:

**Bab I** :Pendahuluan. Bab ini membahas tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian (variabel penelitian, indikator penelitian), definisi operasional, asumsi penelitian, hipotesis, metode penelitian (pendekatan dan jenis penelitian, populasi dan sampel, teknik dan instrumen pengumpulan data, dan analisis data), dan diakhiri sistematika pembahasan.

---

<sup>44</sup> Tim Penyusun, *Pedoman Karya Tulis Ilmiah*, 56.

- Bab II** :Kajian kepustakaan. Bab ini membahas tentang kajian terdahulu yang terkait dengan penelitian yang akan dilakukan dan kajian teori yang diajarkan sebagai pijakan dalam melakukan penelitian.
- Bab III** :Penyajian data dan analisis. Bab ini memuat gambaran objek penelitian, penyajian data, analisis dan pengujian hipotesis dan berisi pembahasan.
- Bab IV** :Penutup. Bab ini berisi kesimpulan dari keseluruhan pembahasan yang terkait dengan rumusan masalah dan tujuan penelitian. Dilanjutkan dengan saran-saran yang bermanfaat bagi perkembangan lembaga pendidikan.<sup>45</sup>

---

<sup>45</sup> Ibid., 57.



## BAB II

### KAJIAN KEPUSTAKAAN

#### A. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu menjadi sebuah acuan dalam penelitian karena di sini penelitian terdahulu mempunyai peranan sebagai dasar acuan penelitian dan menjadi pembeda terhadap penelitian yang pernah dilakukan. Sejauh ini peneliti menemukan beberapa penelitian terkait dengan judul yang diambil, sebagai berikut:

1. Nurul Ashar (2016), mahasiswa UIN Walisongo Semarang dengan judul penelitian “Pengaruh Etika Bisnis Islami terhadap Tingkat Kuantitas Penjualan Produk pada Perusahaan Air Minum PT. BUYA BAROKAH Kudus”.<sup>46</sup> Hasil penelitian menunjukkan bahwa etika bisnis islami berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kuantitas penjualan produk pada PT. BUYA BAROKAH di Kudus. Hasil analisis regresi memperoleh persamaan  $Y = a+bX$  ( $Y = 13,166+0,486X$ ) yang artinya Tingkat Kuantitas Penjualan Produk dipengaruhi Etika Bisnis Islami. Dari hasil pemaparan penelitian di atas, perbedaan pada penelitian ini terletak pada fokus masalah yang mana pada penelitian terdahulu fokus masalahnya mengenai pengaruh etika bisnis sedangkan dalam penelitian ini adalah analisis Atribut fisik dan Atribut Nilai. Persamaan penelitian ini adalah sama-sama menggunakan metode penelitian kuantitatif.

---

<sup>46</sup>Nurul Ashar, “Pengaruh Etika Bisnis Islami terhadap Tingkat Kuantitas Penjualan Produk pada Perusahaan Air Minum PT. BUYA BAROKAH Kudus”, (Skripsi: UIN Walisongo Semarang, 2016)

2. Nurlaili (2016) yang berjudul *Pengaruh kemasan, Harga dan Promosi terhadap Proses Keputusan Pembeli Konsumen Produk Macaroni Setan di IAIN JEMBER* dengan menggunakan metode penelitian regresi berganda peneliti ingin mengetahui adakah pengaruh kemasan, proses penetapan harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian makaroni setan. Persamaanya dalam penelitian ini sama – sama menggunakan metode penelitian kuantitatif, sedangkan perbedaanya terletak pada fokus masalahnya antara kemasan harga dan promosi dengan minat konsumen.
3. Marifa Arum Wijaya (2017) mengenai *Analisis Preferensi Konsumen dalam Membeli Daging sapi di Pasar Tradisional Kabupaten Purworejo*, bertujuan untuk mengetahui atribut daging sapi yang menjadi Preferensi konsumen di kabupaten Purworejo. Dari Analisis Chi square diketahui bahwa daging sapi yang disukai oleh konsumen adalah daging sapi yang berwarna merah cerah, mempunyai kandungan lemak yang sedikit dan bagian daging atas. Sedangkan dari analisis multi atribut Fishbein menunjukkan atribut daging sapi yang paling di pertimbangkan oleh konsumen secara berturut–turut adalah warna daging, bagian daging, dan kandungan lemak.<sup>47</sup> Persamaan dalam penelitian ini yaitu sama–sama minat konsumen atau keputusan konsumen dalam membeli daging ayam yang menjadi fokus penelitian, sedangkan Perbedaannya terletak di objek penelitiannya yaitu daging ayam dan dan daging sapi.

---

<sup>47</sup> Wijaya, “*Analisis Preferensi Konsumen dalam Membeli Daging sapi di Pasar Tradisional Kabupaten Purworejo*”, (Skripsi: UIN Walisongo Semarang, 2017)

4. Hayati (2017) yang berjudul *Analisis Prefensi Konsumen dalam Mengonsumsi Buah Jeruk di Malang*, Dengan menggunakan analisis *Chi-square* bertujuan untuk mengetahui buah jeruk apa yang menjadi preferensi konsumen berdasarkan atribut yang melekat pada buah jeruk (rasa, kesegaran dan harga), urutan/tingkatan karakteristik buah jeruk yang menjadi preferensi konsumen dan hubungan antara atribut yang menjadi Preferensi dengan karakter konsumen. Hasil Penelitian yang diperoleh adalah buah jeruk yang menjadi preferensi konsumen adalah buah dengan rasa manis, kondisi buah segar dan harga murah. Dan dari nilai kepentingan ketiga atribut responden memilih kondisi Kesegaran buah sebagai pilihan nomor satu dengan nilai 0,405; pilihan kedua rasa dengan nilai 0,384 dan harga dengan nilai 0,211. Dari analisis *chi-square* didapatkan bahwa karakteristik responden yang meliputi pendapatan keluarga, tingkat pendidikan, usia, pekerjaan responden tidak mempunyai hubungan yang kuat dengan atribut buah jeruk yang dipilih oleh konsumen.<sup>48</sup> Persamaan dalam penelitian ini yaitu sama-sama minat konsumen atau keputusan konsumen dalam membeli daging ayam yang menjadi fokus penelitian, sedangkan perbedaannya terletak di objek penelitiannya yaitu buah jeruk dan daging ayam.
5. Mochammad Yunnus (2017), mahasiswa UIN Walisongo Semarang dengan judul penelitian “Pengaruh Etika Bisnis Islam dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen studi sasuk pada UKM Bandeng Tandu

---

<sup>48</sup> Marifa Arum Wijaya, “Analisis Preferensi Konsumen dalam membeli daging ayam Ras di Pasar Tradisional Kabupaten Karanganyar” (Skripsi Fakultas Pertanian Universitas sebelas Maret Surakarta, 2017)

Kendal”.<sup>49</sup> Hasil penelitian menunjukkan bahwa berdasarkan hasil uji t variabel-variabel dalam penelitian ini berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Berdasarkan uji f menunjukkan bahwa secara simultan atau bersama-sama variabel dalam penelitian ini berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen.

Berdasarkan hasil pemaparan di atas, perbedaannya terletak pada fokus masalah yang mana penelitian terdahulu fokus masalahnya tentang etika bisnis Islam yang meliputi kesatuan, keseimbangan, tanggung jawab, kehendak bebas, sedangkan peneliti fokus pada Pengaruh Atribut fisik dan atribut nilai. Sedangkan Persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama menggunakan metode penelitian kuantitatif.

6. Oktawanti (2017) mengenai *Analisis Preferensi Konsumen dalam Membeli Daging sapi di Kota Surakarta*, bertujuan mengkaji atribut daging sapi yang menjadi preferensi atau kesukaan konsumen di kota Surakarta dan mengkaji atribut yang paling dipertimbangkan konsumen dalam keputusan membeli daging sapi di Kota Surakarta. Dari analisis *Chi Square* dapat diketahui bahwa preferensi konsumen terhadap daging sapi di kota Surakarta adalah daging sapi yang mempunyai warna merah cerah, kandungan air sedikit, kandungan lemak sedikit dan kandungan serat halus. Sedangkan dari analisis multiatribut fishbein diketahui besarnya indeks sikap konsumen sehingga dapat diketahui bahwa atribut yang dipertimbangkan oleh konsumen dalam pembelian daging sapi berturut-turut dari yang

<sup>49</sup>Muhammad Yunnus, “Pengaruh Etika Bisnis Islam dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen Studi Kasus pada UKM Bandeng Tandu Kendal”, (Skripsi: UIN Walisongo Semarang, 2017)

paling dipertimbangkan sampai dengan yang kurang dipertimbangkan adalah warna daging, kandungan lemak, dan serat daging.<sup>50</sup> Persamaan dengan penelitian ini yaitu metode penelitian yang di gunakan sama–sama menggunakan Metode Penelitian kuantitatif dan perbedaanya terletak di obyek penelitian yaitu daging ayam dan daging sapi.

7. Musayana (2017), mahasiswa program studi Pendidikan Ekonomi, fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Jember, dengan judul penelitian “Pengaruh Etika Bisnis UD Sumber Jaya Terhadap Kepuasan Konsumen di Pasar Mimbaan Kecamatan Panji Kabupaten Situbondo”.<sup>51</sup> Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif yang mana data yang digunakan berupa data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuisisioner sebanyak 68 responden dan menggunakan data sekunder yang diperoleh dari dinas pasar Mimbaan Situbondo untuk mendapatkan data tentang sejarah dan data-data penjual pasar. Sedangkan teknik pengambilan sampel menggunakan metode *accidental sampling* dan analisis data menggunakan regresi linier sederhana. Adapun hasil pengujian hipotesis dapat dinyatakan etika bisnis UD Sumber Jaya memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di pasar Mimbaan kecamatan Panji kabupaten Situbondo.

Dari hasil pemaparan penelitian di atas, perbedaan pada penelitian ini terletak pada fokus masalah yang mana pada penelitian terdahulu fokus

<sup>50</sup> Oktawanti “Analisis Preferensi Konsumen Dalam Membeli Daging sapi Di Kota Surakarta”(Skripsi Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret Surakarta, 2017)

<sup>51</sup>Musayana, “Pengaruh Etika Bisnis UD Sumber Jaya Terhadap Kepuasan Konsumen di Pasar Mimbaan Kecamatan Panji Kabupaten Situbondo”, (Skripsi: Universitas Jember, 2017).

masalahnya mengenai pengaruh etika bisnis sedangkan dalam penelitian ini adalah analisis Atribut fisik dan Atribut nilai. Persamaan penelitian ini adalah sama-sama menggunakan metode penelitian kuantitatif.

8. Suci Nuskur Lestari A (2017), mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kendari, dengan judul penelitian “Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Perilaku Pedagang Muslim di Pasar Sentral Kota Kendari (Studi Kasus di Kelurahan Sanua Kecamatan Kendari Barat). Dalam penelitian tersebut menggunakan menggunakan metode penelitian kuantitatif. Teknik pengumpulan datanya menggunakan observasi dan kuisioner dengan jumlah 91 responden. Sedangkan teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Analisis data menggunakan regresi linier sederhana. Adapun hasil pengujian hipotesis dapat dinyatakan etika bisnis Islami yang dipersepsi dari indikator *siddiq, amanah, tabligh, fathanah, dan istiqomah* dapat memperbaiki perilaku pedagang muslim yang terimplementasi pada *taqwa, aqshid, khidmad*.<sup>52</sup>

Dari hasil pemaparan penelitian di atas, perbedaan pada penelitian ini terletak pada fokus masalah yang mana pada penelitian terdahulu fokus masalahnya mengenai pengaruh etika bisnis sedangkan dalam penelitian ini adalah analisis atribut fisik dan atribut nilai. Persamaan penelitian ini adalah sama-sama menggunakan metode penelitian kuantitatif.

---

<sup>52</sup> Suci Nuskur Lestari A, “Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Perilaku Pedagang Muslim di Pasar Sentral Kota Kendari (Studi Kasus di Kelurahan Sanua Kecamatan Kendari Barat)”, (Skripsi: IAIN Kendari, 2017).

9. Mutiara (2018) mengenai *Analisis Preferensi Konsumen terhadap Daging Ayam Ras di Kota Surakarta*, bertujuan untuk mengetahui atribut daging ayam ras yang menjadi preferensi konsumen di Kota Surakarta, serta mengetahui atribut yang dipertimbangkan oleh konsumen dalam melakukan pembelian daging ayam ras di Kota Surakarta. Dari hasil analisis *Chi-Square* diketahui bahwa daging ayam ras yang disukai oleh konsumen adalah daging ayam ras dengan atribut ukuran sedang, kulit bersih, warna daging putih kekuningan, dan tingkat kekenyalan kulit yang elastis. Sedangkan dari hasil analisis multiatribut Fishbein menunjukkan bahwa atribut daging ayam ras yang paling dipertimbangkan sampai yang kurang dipertimbangkan oleh konsumen secara berturut-turut adalah warna daging, kekenyalan kulit karkas, kebersihan kulit, dan ukuran daging.<sup>53</sup>

Persamaanya dengan penelitian ini terletak di obyek penelitiannya yaitu sama – sama daging ayam akan tetapi berbeda di metode penelitian yang di gunakan, dimana di penelitian Mutiara ini menggunakan metode penelitian Kualitatif sedangkan metode penelitian ini menggunakan kuantitatif.

10. Faisal Yusuf Saputra (2018), mahasiswa UIN Walisongo Semarang dengan judul penelitian “Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Keuntungan Usaha Pengusaha *Laundry* di Kecamatan Tembalang”.<sup>54</sup> Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yang mana data yang digunakan berupa data primer yang diperoleh melalui penyebaran

---

<sup>53</sup> Mutiara, “Analisis Preferensi Konsumen terhadap Daging Ayam Ras di Kota Surakarta” (Skripsi: Fakultas Pertanian Universitas sebelas Maret Surakarta, 2018)

<sup>54</sup> Faisal Yusuf Saputra, “Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Keuntungan Usaha Pengusaha *Laundry* di Kecamatan Tembalang”, (Skripsi: UIN Walisongo Semarang, 2018).

Kuisisioner sebanyak 55 responden. Sedangkan teknik pengambilan sampel menggunakan metode *simple random sampling* dan analisis data menggunakan regresi linier sederhana. Adapun hasil pengujian hipotesis dapat dinyatakan etika bisnis Islami berpengaruh positif dan signifikan terhadap keuntungan usaha pengusaha *laundry* di kecamatan Tembalang.

Dari hasil pemaparan penelitian di atas, perbedaan pada penelitian ini terletak pada fokus masalah yang mana pada penelitian terdahulu fokus masalahnya mengenai pengaruh etika bisnis sedangkan dalam penelitian ini adalah analisis atribut fisik dan atribut nilai persamaan penelitian ini adalah sama-sama menggunakan metode penelitian kuantitatif.

Demikian beberapa karya ilmiah yang berhasil peneliti himpun. dari berbagai penelitian di atas menunjukkan bahwa ada persamaan dan perbedaan dengan penelitian yang diangkat oleh penulis. Penelitian-penelitian terdahulu atau beberapa kasus yang ada secara umum membahas tentang perilaku konsumen dan faktor – faktor yang mempengaruhi minat konsumen terhadap produk daging ayam.

**Tabel 2.1**  
**Tabulasi Penelitian Terdahulu**

| <b>NO</b> | <b>Nama peneliti</b> | <b>Judul penelitian</b>   | <b>Perbedaan</b>   | <b>Persamaan</b>  |
|-----------|----------------------|---|--|---|
| 1         | Nurul Ashar (2016)   | Pengaruh Etika Bisnis Islami terhadap Tingkat Kuantitas Penjualan Produk pada Perusahaan Air Minum PT. BUYA | Fokus Masalahnya Adalah Mengenai Etika Bisnis, Sementara Dalam | Metode penelitian yang digunakan yaitu metode penelitian kuantitatif. |



|   |                           |  |  |  |
|---|---------------------------|--|--|--|
|   |                           | BAROKAH Kudus  | Penelitian Ini Adalah Pada Analisis Atribut Fisik Dan Atribut Nilai  |  |
| 2 | Nurlaili (2016)           | Pengaruh Kemasan, Harga dan Promosi terhadap proses keputusan Pembelian konsumen produk Makaroni setan di IAIN Jember. | Fokus masalahnya menggunakan Kemasan harga dan Promosi.  | Penelitian yang di gunakan Sama – sama pendekatan kuantitatif.                               |
| 3 | Marifa Arum Wijaya (2017) | Analisis Preferensi Konsumen Dalam Membeli Daging sapi di pasar Tradisional Kabupaten Purworejo.                       | Objek penelitiannya daging sapi.   | Fokus penelitiannya Sama – sama minat konsumen atau keputusan konsumen dalam membeli daging. |
| 4 | Hayati (2017)             | Analisis Prefensi Konsumen dalam Mengonsumsi buah jeruk di Malang.   | Obejek penelitiannya Buah jeruk.   | Fokus penelitiannya Sama – sama minat konsumen atau keputusan konsumen dalam membeli.        |
| 5 | Mochammad Yunnus (2017)   | Pengaruh Etika Bisnis Islam dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen studi sasus pada UKM Bandeng Tandu Kendal  | Fokus masalahnya adalah mengenai etika bisnis, sementara dalam penelitian ini adalah pada Analisis atribut fisik | Metode penelitian yang digunakan yaitu metode penelitian kuantitaif.                         |

|    |                              |  |  |   |
|----|------------------------------|--|--|---|
|    |                              |  | dan Atribut Nilai  |   |
| 6  | Oktawanti (2017)             | Analisis Preferensi Konsumen Dalam Membeli Daging sapi Di Kota Surakarta.  | Objek penelitiannya daging sapi.   | Metode penelitian yang digunakan yaitu metode penelitian kuantitatif. |
| 7  | Musayana (2017)              | Pengaruh Etika Bisnis UD Sumber Jaya Terhadap Kepuasan Konsumen di Pasar Mimbaan Kecamatan Panji Kabupaten Situbondo                                 | Fokus masalahnya adalah mengenai etika bisnis, sementara dalam penelitian ini adalah pada Analisis Atribut Fisik dan Atribut nilai | Metode penelitian yang digunakan yaitu metode penelitian kuantitatif. |
| 8  | Suci Nuskur Lestari A (2017) | Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Perilaku Pedagang Muslim di Pasar Sentral Kota Kendari (Studi Kasus di Kelurahan Sanua Kecamatan Kendari Barat) | Fokus masalahnya adalah mengenai etika bisnis.   | Metode penelitian yang digunakan yaitu metode penelitian kuantitatif. |
| 9  | Mutiara (2018)               | Analisis Preferensi Konsumen terhadap Daging Ayam Ras di Kota Surakarta.   | Metode Penelitiannya menggunakan metode kualitatif, sementara dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif                  | Objek penelitiannya sama – sama Daging Ayam.                          |
| 10 | Faisal Yusuf Saputra (2018)  | Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap   | Fokus masalahnya adalah  | Metode penelitian yang  |

|  |  |  |  |  |
|--|--|--|--|--|
|  |  | Keuntungan Usaha Pengusaha <i>Laundry</i> di Kecamatan Tembalang | mengenai etika bisnis, sementara dalam penelitian ini adalah pada Analisis Atribut Fisik dan Atribut nilai | digunakan yaitu metode penelitian kuantitatif. |
|--|--|--|--|--|

Sumber : Diolah

## B. Kajian Teori

### 1. Produksi Dalam Perspektif Ekonomi Islam

#### a. Pengertian Produksi dalam Perspektif Ekonomi Islam

Produksi adalah kegiatan manusia untuk menghasilkan barang dan jasa yang kemudian dimanfaatkan oleh konsumen. Pada saat kebutuhan manusia masih sedikit dan sederhana, kegiatan produksi dan konsumsi sering kali dilakukan sendiri. Seseorang memproduksi sendiri barang dan jasa yang dikonsumsinya. Namun seiring dengan semakin beragamnya kebutuhan konsumsi dan keterbatasan sumber daya yang ada (termasuk kemampuannya), maka seseorang tidak dapat lagi menciptakan sendiri barang dan jasa yang dibutuhkannya, tetapi memperoleh dari pihak lain yang mampu menghasilkannya. Oleh karena itu, kegiatan produksi dan konsumsi kemudian dilakukan oleh pihak-pihak yang berbeda. Untuk memperoleh efisiensi dan meningkatkan produktivitas.<sup>55</sup>

<sup>55</sup>Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI) Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, *Ekonomi Islam*, 230.

## b. Dasar hukum

الَّذِي جَعَلَ لَكُمُ الْأَرْضَ فِرَاشًا وَالسَّمَاءَ بِنَاءً وَأَنْزَلَ مِنَ  
السَّمَاءِ مَاءً فَأَخْرَجَ بِهِ مِنَ الثَّمَرَاتِ رِزْقًا لَّكُمْ فَلَا تَجْعَلُوا لِلَّهِ  
أُنْدَادًا وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ ﴿٢٢﴾

Artinya: Dialah yang menjadikan bumi sebagai hamparan bagimu dan langit sebagai atap, dan Dia menurunkan air (hujan) dari langit, lalu Dia menghasilkan dengan hujan itu segala buah-buahan sebagai rezeki untukmu; karena itu janganlah kamu mengadakan sekutu-sekutu bagi Allah, padahal kamu mengetahui.<sup>56</sup> (QS. Al Baqarah: 22)

## c. Faktor-Faktor Produksi

Faktor produksi atau input merupakan hal yang mutlak harus ada untuk menghasilkan suatu produksi. Dalam proses produksi, seorang pengusaha dituntut mampu menganalisa teknologi tertentu yang dapat digunakan dan bagaimana mengkombinasikan beberapa faktor produksi sedemikian rupa sehingga dapat diperoleh hasil produksi yang optimal dan efisien.<sup>57</sup>

Faktor produksi atau input secara garis besar dapat diklarifikasikan menjadi dua jenis, yaitu input manusia (*human input*) dan input non manusia (*non human input*). Yang termasuk dalam input manusia adalah tenaga kerja/buruh dan wirausahawan, sementara yang termasuk dalam input non manusia adalah sumberdaya alam (*natural*

<sup>56</sup> Kementerian Agama, *Al-Qur'an Terjemah per Kata Latin dan Kode Tajwid Latin* (Jakarta: Al-Hadi Media Kreasi, 2015) 04.

<sup>57</sup> Wiwit Setiawati, "Analisis Pengaruh Faktor Produksi terhadap Produksi Industri Pengasapan Ikan di Kota Semarang" ( Tesis: Semarang: Universitas Diponegoro,2006), 27.

*resources*), capital (*financial capital*), mesin, alat – alat, gedung, dan input – input fisik lainnya (*physical capital*).<sup>58</sup>

#### d. Proses Produksi

Proses produksi yang sesuai dengan nilai Islam adalah proses teknologi berproduksi konstan, dalam arti bahwa teknologi yang digunakan adalah teknologi yang memanfaatkan sumber daya manusia sedemikian rupa sehingga manusia–manusia tersebut mampu meningkatkan harkat kemanusiannya. Karenanya, permasalahan produksi bukanlah mencari teknologi berproduksi sedemikian rupa sehingga memberikan keuntungan maksimum, melainkan mencari jenis output apa, dari berbagai kebutuhan manusia, yang bisa diproduksi dengan teknologi yang sudah ada tersebut sehingga diperoleh *mashlahah* maksimum.<sup>59</sup>

## 2. Atribut Fisik

### a. Pengertian Atribut Fisik

Sebuah produk yang dihasilkan oleh produsen menjadi berharga atau bernilai bukan karena adanya berbagai atribut fisik dari produk semata, tetapi juga karena adanya nilai (*value*) yang dipandang berharga oleh konsumen. Atribut fisik yang melekat pada suatu barang misalnya bahan baku pembuatannya, kualitas keawetan barang tersebut, bentuk atau desain barang, dan lain-lain. Atribut fisik suatu barang

<sup>58</sup> Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI) Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, *Ekonomi Islam*, 262.

<sup>59</sup> *Ibid.*, 293-294.

esensinya menentukan peran fungsional dari barang tersebut dalam memenuhi kebutuhan konsumen.<sup>60</sup>

## b. Jenis Atribut Fisik

### 1) Bahan Baku

Menurut Nasution bahan baku yaitu yang merupakan input dari proses transformasi menjadi produk jadi. Cara membedakan apakah bahan baku termasuk bahan penolong dengan mengadakan penelusuran terhadap elemen-elemen atau bahan-bahan ke dalam produk jadi. Cara pengadaan bahan baku bisa diperoleh dari sumber-sumber alam, petani atau membeli, misalnya serat diolah menjadi benangbenang.<sup>61</sup>

### 2) Bentuk barang

Bentuk kemasan merupakan pendukung utama terciptanya seluruh daya tarik visual. Bentuk biasanya ditentukan oleh sifat produknya, pertimbangan mekanis, kondisi penjualan, pertimbangan pemajangan dan cara penggunaan. Berikut ini hal-hal yang harus diperhatikan dalam sebuah kemasan: bentuk kemasan yang sederhana, suatu bentuk yang teratur mempunyai daya tarik yang lebih, suatu bentuk yang seimbang, bentuk kemasan yang mudah terlihat.

<sup>60</sup> Ibid., 260.

<sup>61</sup> M Taslim Dangnga, : Analisis Penerapan Metode Economic Order Quantity dan Reorder Point untuk Pengendalian Persediaan Bahan Baku pada P.T. Japfa Comfeed Indonesia Tbk di Kota Makassar : *Jurnal ekonomi*, No.1, Volume 3, (31 Desember 2016, 19.00)

### 3) Kualitas

Faktor penentu kepuasan konsumen setelah melakukan pembelian dan pemakaian terhadap suatu produk.<sup>62</sup>

#### c. Pentingnya Atribut fisik dalam Produk

Atribut fisik suatu barang pada esensinya menentukan peran fungsional dari barang tersebut dalam memenuhi kebutuhan konsumen.<sup>63</sup>

### 3. Atribut Nilai

#### a. Pengertian Atribut Nilai

Atribut nilai yang melekat pada suatu produk bersifat subjektif, dalam pandangan ekonomi Islam produk juga merupakan kombinasi dari atribut fisik dan nilai (*value*). Konsep ekonomi Islam tentang atribut fisik suatu barang mungkin tidak berbeda dengan pandangan pada umumnya, tetapi konsep nilai yang harus ada dalam setiap barang adalah nilai – nilai keislaman (*Islamic value*). Adanya nilai – nilai ini pada akhirnya akan memberikan berkah pada suatu barang.<sup>64</sup>

#### b. Jenis Atribut Nilai

##### 1) Citra / Merek

UU Merek No.15 Tahun 2001 Pasal 1 Ayat 1 menyatakan bahwa merek adalah tanda yang berupa gambar, nama kata, huruf-

<sup>62</sup> Deny Irawan dan Edwin Japarianto, " Analisa Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening pada Pelanggan Restoran Por Kee Surabaya" *Jurnal Ekonomi*, No. 1 Volume 18, (21 Agustus 2008, 13.00)

<sup>63</sup> Pusat pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI) Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, *Ekonomi Islam*, 260.

<sup>64</sup> *Ibid.*, 260.

huruf, angka-angka, susunan warna atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut yang memiliki daya pembeda dan digunakan dalam kegiatan perdagangan barang dan jasa.<sup>65</sup>

## 2) Reputasi Produsen

Reputasi produsen mempengaruhi persepsi kualitas produk atau jasa yang disediakan oleh perusahaan. Paul A. Argenti dan Bob Druckenmiller mendefinisikan reputasi produsen sebagai gabungan dari berbagai macam *image* yang mewakili suatu perusahaan. Yang mana reputasi ini dibangun sejak lama yang berdasarkan identitas produsen, kinerja produsen serta bagaimana masyarakat mempersepsikan perilaku produsen tersebut. Reputasi tentang suatu produsen ditangkap oleh publik (masyarakat) secara langsung maupun tidak langsung berdasarkan pengalaman dan informasi yang diterima.<sup>66</sup>

## 3) Proses Penyembelihan

### a) Rukun Menyembelih

- (1) Penyembelih hendaklah orang Islam atau ahli Kitab (yang berpegang teguh dengan kitab Allah selain dari Al-Qur'an) dan melakukannya dengan sengaja.<sup>67</sup>

<sup>65</sup> Anisatul Fauziah, "Kajian Psikolinguistik Pada Proporsi Citra Merek", *E-Jurna Menejemen Hukum Ekonomi*, No. 3, Volume 9, (8 Juni 2017, 21.00)

<sup>66</sup> Tantri Yanuar Rahmat Syah, "Perbedaan Pengaruh Citra Merek dan Reputasi Perusahaan Terhadap Suatu Produk, Nilai Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan di Pasar Bisnis : *Jurnal Menejemen Ekonomi*, No. 1 Volume 3, (17 Mei 2004, 14.26)

<sup>67</sup> Musthafa Dib Al- Bugha, *Ringkasan Fikih Mazhab Syafi'i*, .561,



(2) Yang di sembelih adalah binatang yang halal. Cara menyembelih:

(a) Binatang yang dapat disembelih di lehernya hendaklah di sembelih di lehernya, dipotong urat tempat lewatnya makanan (*mari'*) dan urat tempat keluar napasnya (*hulqum*) kedua urat itu wajib putus.<sup>68</sup>

(b) Binatang yang tidak dapat disembelih di lehernya karena liar. Menyembelihnnya dapat di lakukan di mana saja dari pada bagian tubuhnya yang dapat mematikannya. Maksudnya, melukai pada bagian mana saja yang menyebabkab hewan tersebut mati.<sup>69</sup>

(3) Alat (perkakas) menyembelih, yaitu semua barang tajam, melukakan, besi, bambu, atau lain – lainnya kecuali gigi dan kuku. Sebab penyembelihan dengan gigi dan kuku merupakan penyiksaan terhadap hewan.<sup>70</sup>

#### b) Sunat Menyembelih

(1) Membaca Basmalah.

(2) Membaca Sholawat atas nabi Muhammad Saw.

(3) Menghadapkan kiblat (ka'bah).<sup>71</sup>

<sup>68</sup> Ibid., 556-557.

<sup>69</sup> Ibid., 555.

<sup>70</sup> Ibid., 560.

<sup>71</sup> Ibid., 572.

### c. Pentingnya Atribut Nilai dalam Produk

Adanya atribut nilai pada produk atau barang akhirnya akan memberikan berkah pada suatu barang atau produk. Setiap barang atau jasa yang tidak mengandung berkah tidak bisa dianggap sebagai barang atau jasa memberikan *mashlahah*, sebab berkah merupakan elemen penting dalam konsep *mashlahah*. Begitu juga suatu barang atau jasa yang mengandung berkah banyak, tidak bisa disamakan dengan barang lainnya yang mengandung berkah hanya sedikit.<sup>72</sup>

### d. Minat Konsumen

Minat merupakan ketertarikan konsumen terhadap suatu produk dengan mencari informasi tambahan. Seorang konsumen yang mulai timbul minatnya akan terdorong untuk mengetahui kualitas suatu produk. Kemudian konsumen akan membangun kepercayaan atas hasil informasi yang didapat dan mempertimbangkan resiko yang dapat ditimbulkan. Minat beli adalah tahap kecenderungan responden untuk bertindak sebelum keputusan membeli benar-benar dilaksanakan. Minat konsumen atau minat beli ulang dapat diidentifikasi melalui indikator-indikator sebagai berikut<sup>73</sup>:

#### 1) Transaksional

Minat transaksional merupakan kecenderungan seseorang untuk selalu membeli ulang produk yang telah dikonsumsi.

<sup>72</sup> Pusat pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI) Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, *Ekonomi Islam*, 260.

<sup>73</sup> Augusty Ferdinand, *Pengembangan Minat Beli Merek Ekstensi*, (Semarang: Universitas Diponegoro, 2002), 25-26.

## 2) Referensial

Minat referensial yaitu kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk yang sudah dibelinya, agar juga dibeli oleh orang lain, dengan referensi pengalaman konsumsinya.

## 3) Preferensial

Minat preferensial merupakan minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang selalu memiliki preferensi utama pada produk yang telah dikonsumsinya.

## 4) Eksploratif

Minat ini menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk yang dilanggannya.

IAIN JEMBER

## BAB III

### PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

#### A. Gambaran Obyek Penelitian

##### 1. Letak Geografis Pasar Tanggul Jember

Pasar Tanggul Jember yang berada di bagian barat kota Kabupaten Jember, tepatnya di sebelah selatan Jl. Mawar, sebelah Utara Jl. Pb. Sudirman, Sebelah Timur Jl. Salak dan sebelah barat Jl. Melati.

Lokasi pasar berbatasan dengan :

- a. Sebelah Selatan : Jl. Mawar 147,5.
- b. Sebelah Utara : Jl. Pb Sudirman 143 m.
- c. Sebelah Timur : Jl. Salak 57,5 m.
- d. Sebelah Barat : Jl. Melati 75 m.

##### 2. Sejarah Berdirinya Pasar Tanggul Jember

Pasar Tanggul Jember didirikan di atas tanah pemerintah Kabupaten Jember kurang lebih sekitar tahun 1990.<sup>74</sup>

Pasar Tanggul Jember ada sejak jaman pemerintah Belanda sedangkan tahun berdirinya tidak diketahui secara pasti, berdiri sebagai Pasar tradisional dengan bentuk bangunan mulai sederhana hingga terjadi renovasi dengan kontsruksi bangunan yang permanen dan pemugaran berlangsung selama 1 tahun yaitu pada awal Juni 1990 hingga akhir Mei 1991. Adapun penanam modal untuk pembangunannya, Pemerintah Jember merekrut 2 investor yaitu :

---

<sup>74</sup> Dokumen Pasar Tanggul Jember, 13 Agustus 2019

- a. Bank DUTA ( Sekarang terlikuidasi ) untuk pembangunan RUKO yang menghadap keluar.
- b. PT. Gunung Raung untuk bangunan dalam Pasar dengan tipe C, D,E,F ,G ,H.

Memiliki 6 pintu utama dan 3 pintu alternatif berkonstruksi pintu harmonika jeruji, satu unit Tower artesis, satu unit kamar mandi dan WC yang terbagi dalam 3 kamar. selain itu juga memiliki bangunan inpres di lantai satu dan Kantor Pasar Tanggul Jember di lantai dua.

Seiring dengan perkembangan perekonomian beberapa dekade terakhir hingga kini telah memasuki era perdagangan bebas, Kecamatan Tanggul Jember di tempati 2 Pasar tradisional dan 2 Pasar moderen dengan jarak yang lumayan jauh antara satu dengan lainnya. Terlepas dari siap dan tidaknya Pasar Tradisional dalam hal daya saing sehingga banyak pedagang yang dapat melanjutkan usahanya. Sampai akhirnya jumlah pedagang yang bertahan sampai saat ini yaitu sebanyak 335 Pedagang yang terdata oleh petugas Pasar.

Sebagaimana pasar-pasar tradisional yang lain di Kabupaten Jember, Pasar Tanggul Jember juga bergerak dalam multi niaga seperti :

- a. Perhiasan emas
- b. Konveksi, tas dan sepatu
- c. Daging sapi, kambing dan ayam
- d. Pracangan
- e. Gerabah

- f. Sayur dan buah-buahan
- g. Aneka makanan dan minuman
- h. Ikan asin dan basah
- i. Komoditi ekspor hasil kebun kopi
- j. Elektronika dll

Untuk kelangsungan dan kelancaran dalam Organisasi dalam Pasar maka dibentuklah paguyuban pedagang yang diberi nama IPPT dengan bekepanjangan Ikatan Pedagang Pasar Tanggul Jember. Untuk tingkat keramaian pengunjung yaitu pada waktu peringatan hari-hari besar agama sedangkan pada hari-hari biasa tidak begitu sepi melainkan sangat setabil.

Sementara Secara fisik bangunan Pasar Tanggul Jember dalam kondisi baik sebagai sarana pengembangan usaha namun di sisi lain, pagar pembatas di sebelah timur dan pot bunga di sebelah utara dalam kondisi rusak sedangkan pintu masuk sudah 2 kali di adakan perbaikan, yang pertama di koordinir IPPT, yang ke dua oleh Bank Danamon Tbk cabang Tanggul Jember sedangkan bangunan kantor Pasar dalam keadaan rusak apalagi pada waktu hujan, sudah tidak bisa di tolong lagi karena talangnya sudah rusak berat serta saluran air banyak yang tersumbat serta pengerasan halaman sudah tidak layak.

### 3. Visi dan Misi Pasar Tanggul Jember

Sejalan dengan berdirinya pasar Tanggul Jember suatu keinginan yang tercermin dalam suatu program harus dituangkan dalam bentuk visi dan misi organisasi. Visi dan misi organisasi akan menjadi acuan dalam menentukan kebijakan strategis organisasi yang akan diterapkan dalam program kerja demi suksesnya visi dan misi organisasi untuk menuju organisasi yang berkualitas dan profesional. Dengan hal tersebut maka semua lapisan yang terkait dengan organisasi harus ikut dan mendukung kebijakan yang mengacu pada visi dan misi organisasi, sehingga tumbuh komitmen bersama untuk mengembangkan organisasi.

#### **VISI**

“TERWUJUDNYA PASAR YANG TERTIB, BERSIH, INDAH DAN NYAMAN DALAM MEMAJUKAN EKONOMI KERAKYATAN GUNA MENUJU KEMANDIRIAN PERUSAHAAN DAERAH.”

#### **MISI**

1. Mengembangkan potensi dan fasilitas sarana dan prasarana pasar.
2. Menerapkan pengelolaan manajemen pasar yang baik melalui standart oprasional prosedur (SOP) guna mengukur kinerja manajemen.
3. Meningkatkan kualitas pelayanan kepada masyarakat pengguna pasar
4. Menertibkan baik pedagang, administrasi dan pungutan retribusi serta sistem Pelaporan yang akurat.
5. Mandiri dalam mencukupi kebutuhan dari hasil penerimaan retribusi Pasar.

6. Meningkatkan efesiensi dan aktifitas sumber daya yang ada serta meningkatkan pengawasan.

#### **4. Struktur Organisasi Unit Pasar Tanggul Jember**

##### **a. Data personil Pasar Tanggul Jember terdiri dari :**

- 1) PNS Pegawai Negeri Sipil sebanyak : 5 Orang
- 2) Sukwan sebanyak : 7 Orang
- Jumlah : 12 Orang

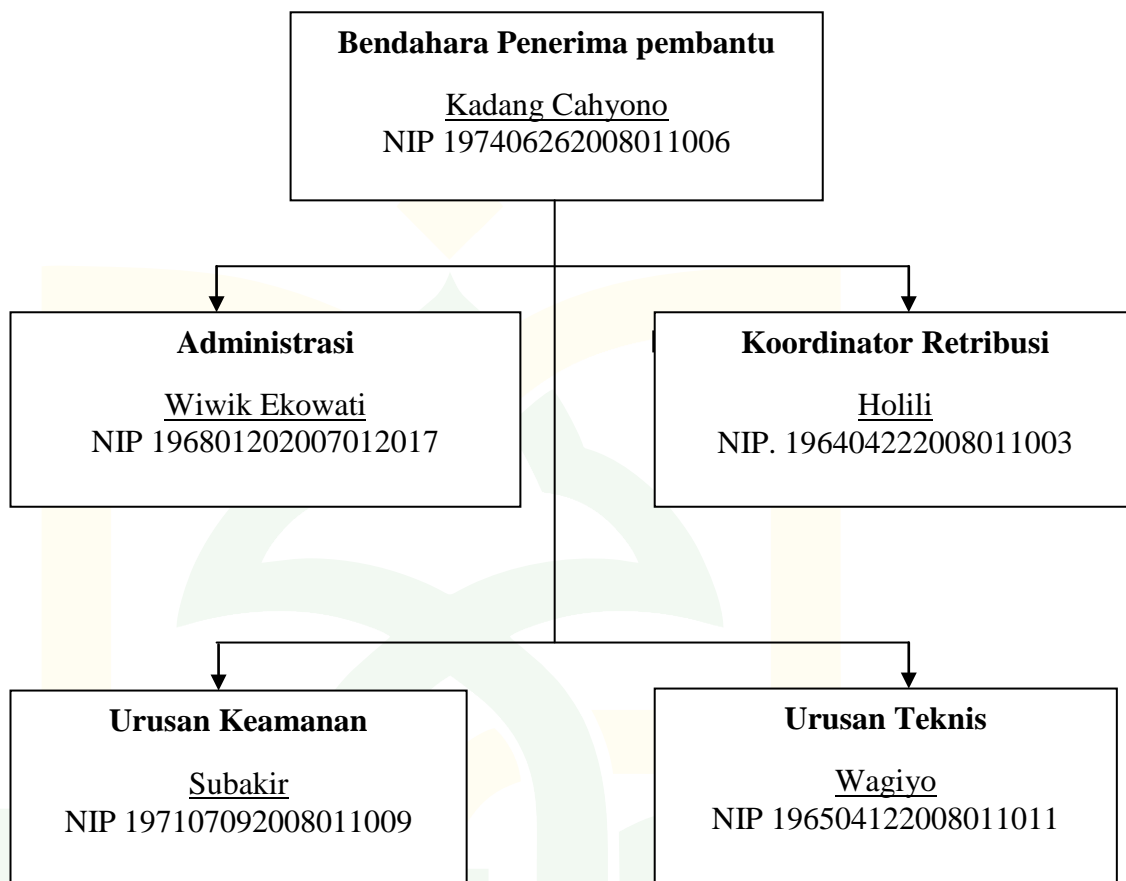
Pasar Tanggul Jember dikelola oleh seorang Mantri Pasar yang di tunjuk langsung oleh kepala Dinas dibantu oleh karyawan dengan tugasnya masing-masing yaitu :

- 1) 1 orang bendahara penerima pembantu
- 2) 1 orang tenaga administrasi
- 3) 1 orang kordinator retribusi
- 4) 2 orang kordinator urusan keamanan dan kebersihan.
- 5) 4 orang anggota keamanan.
- 6) 3 orang anggota kebersihan.

IAIN JEMBER



**Gambar 3.1**  
**Struktur Organisasi**



Sumber : Dokumen Pasar Tanggul Jember.

### **b. Tugas dan wewenang**

Tugas dan wewenang Bendahara Penerima Pembantu, urusan tata usaha, urusan retribusi, urusan keamanan, urusan teknis<sup>75</sup>

- 1) Bendahara Penerima Pembantu (BPP)
  - a) Memantau hasil pendapatan retribusi pasar
  - b) Memantau kebersihan pasar
  - c) Memantau ketertiban dan keamanan pasar

<sup>75</sup> Dokumen pasar Tanggul Jember 13 Agustus 2019

- d) Menempatkan pedagang sesuai dengan jenis pedagang
- 2) Urusan tata usaha
- a) Mencatat buku kas
  - b) Mencatat buku pembantu perincian proyek
  - c) Membantu buku register karcis (mode)
  - d) Membantu laporan realisasi penerimaan dan pengeluaran uang (mode DPDII/63)
  - e) Mengetik tanda setoran (STS)
  - f) Membuat laporan persediaan/realisasi keuangan benda berharga
  - g) Membuat daftar realisasi penerimaan retribusi pasar
  - h) Membuat daftar tagihan sewa bulanan (bonderil)
  - i) Memiliki kwitansi sewa bulanan
  - j) Mencatat dan mendistribusikan karcis harian setiap hari kepada masing-masing juru pungut (JP)
  - k) Membuat daftar hadir
  - l) Membuat surat permintaan benda berharga UPTD/unit penghasil (SPBBU)
  - m) Membuat surat permintaan perforasi
  - n) Membuat laporan mingguan
  - o) Mencatat surat masuk dan surat keluar.

## 3) Urusan keamanan

- a) Mengamankan ketertiban dan keamanan pasar Serta membantu kepentingan secara umum, Bekerjasama dengan Pihak Kepolisian.

**Tabel 3.1**  
**Jadwal Untuk Petugas Keamanan**  
**Pasar Tanggul Jember**

| No. | Jam                   | Jumlah  |
|-----|-----------------------|---------|
| 1   | Siang 06.00 s/d 18.00 | 2 Orang |
| 2   | Malam 18.00 s/d 06.00 | 2 Orang |
|     | Jumlah                | 4 Orang |

## 4) Urusan Teknis

- a) Menyelenggarakan pembinaan dan pelayanan keamanan, ketentraman dan ketertiban pada konsumen maupun pedagang di pasar Tanggul Jember.
- b) Menyelenggarakan kegiatan yang berkaitan dengan Pasar Tanggul Jember.
- c) Melaksanakan tugas-tugas lain yang diberikan oleh Kepala Pasar Tanggul Jember.

## 5) Urusan Restribusi

- a) Memungut restribusi kepada para pedagang
- b) Mencatat hasil restribusi

## B. Penyajian Data

### 1. Uji Deskriptif

Sebelum dilakukan analisis, terlebih dahulu penulis akan menjelaskan data-data responden, data tersebut merupakan sampel yang

diambil dari 53 pedagang Daging ayam di pasar Tanggul Jember . Uji deskriptif responden pada penelian ini meliputi jenis kelamin, pendidikan, dan lama berdagang. Berikut hasil dari rincian profil responden yang telah menjadi sampel dalam penelitian ini:

a. Uji Deskriptif Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

**Tabel 3.2**

**Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis kelamin**

| No | Jenis Kelamin | Frekuensi | Presentasi  |
|----|---------------|-----------|-------------|
| 1  | Laki-laki     | 18        | 34%         |
| 2  | Perempuan     | 35        | 66%         |
|    | Jumlah Total  | 53        | <b>100%</b> |

Sumber: Data primer diolah, 2019

Berdasarkan keterangan pada tabel di atas diketahui tentang jenis kelamin responden di pasar Tanggul Jember, yang menunjukkan bahwa responden sebagian besar berjenis kelamin perempuan sebanyak 35 orang atau dengan presentase 66,0%, sedangkan sisanya adalah responden laki-laki sebanyak 18 orang atau dengan presentase 34,0%. Dengan demikian dapat diketahui bahwa sebanyak 35 orang dari 53 responden menurut jenis kelamin adalah perempuan, dan sisanya yaitu berjenis kelamin laki-laki.

b. Uji Deskriptif Responden Berdasarkan Pendidikan

**Tabel 3.3**

**Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Pendidikan**

| No | Pendidikan   | Frekuensi | Presentasi |
|----|--------------|-----------|------------|
| 1  | SD           | 7         | 13%        |
| 2  | SMP          | 31        | 58%        |
| 3  | SMA          | 15        | 28%        |
| 4  | S1           | 0         | 0%         |
|    | Jumlah Total | 53        | 100%       |

Sumber: Data primer diolah, 2019

Berdasarkan keterangan pada tabel di atas diketahui tentang tingkat pendidikan terakhir responden di pasar Tanggul Jember, yang menunjukkan bahwa mayoritas responden tingkat pendidikan terakhir adalah SMP/ sederajat sebanyak 31 orang atau dengan presentase 58%, sedangkan SMA sebanyak 15 orang atau dengan presentase 13%, sedangkan SD sebanyak 7 orang atau dengan presentase 13%, dan Untuk responden yang berpendidikan Perguruan tinggi tidak ada. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar tingkat pendidikan pedagang di pasar Tanggul Jember adalah SMP/ sederajat.

c. Uji Deskriptif Responden Berdasarkan Lama Dagangan

**Tabel 3.4**  
**Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Lama berdagang**

| No | Lama Berdagang (Tahun) | Frekuensi | Presentasi |
|----|------------------------|-----------|------------|
| 1  | 1-5                    | 40        | 75%        |
| 2  | 6-10                   | 9         | 17%        |
| 3  | >10                    | 4         | 8%         |
|    | Jumlah total           | 53        | 100%       |

Sumber: Data primer diolah, 2019

Berdasarkan hasil pengelompokan responden berdasarkan lama berdagang di atas kebanyakan pedagang berdagang antara 1-5 tahun tahun sebanyak 40 orang atau dengan presentase 75%. Berikutnya selama 6-10 tahun sebanyak 9 orang dengan presentase 17%, sisanya >10 tahun sebanyak 4 orang atau dengan presentase 8%. Jadi dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dari 53 pedagang daging ayam paling banyak sudah bertahan selama 1-5 tahun. Adapun pedagang yang baru ini adalah pedagang yang tidak mendirikan kios/toko

permanen. Hal ini disebabkan mudahnya pedagang daging ayam berdagang di pasar seketika itu juga dengan cara menggunakan meja di pinggir jalan, lebih-lebih ketika *Preppekkan* (hari besar Islam).

## C. Analisis dan Pengujian Hipotesis

### 1. Uji Intrumen Penelitian

#### a. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner.<sup>76</sup> Validitas adalah menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur mampu mengukur apa yang ingin diukur. Sebuah instrumen dikatakan valid apabila dapat mengungkap data dari variabel yang diteliti secara tepat.

Adapun uji validitas dalam penelitian ini dengan menggunakan bantuan software atau aplikasi komputer berupa SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*), dengan cara besarnya korelasi ( $r$  hitung) yang diperoleh dari hasil output SPSS dibandingkan dengan  $r$  tabel, sebagai berikut:<sup>77</sup>

Jika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel maka data valid.

Jika  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel maka data tidak valid.

Adapun  $r$  tabel dengan taraf signifikansi 5 % atau 0,05 untuk uji dua arah didalam penelitian ini adalah sebesar 0,2706 yang didapat dengan melihat  $r$  tabel *product moment* dengan menggunakan rumus df

<sup>76</sup> I Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2009), 51.

<sup>77</sup> Aminatus Zahriyah, *Aplikasi Komputer Statistik (Teori dan Aplikasi dengan SPSS 22)*. (Jember: IAIN Jember Press, 2018). 99-103.

(*degree of freedom*)= (N-2) dengan N merupakan jumlah butir pernyataan yang diajukan dalam penelitian, yaitu sejumlah 45 pertanyaan, jadi  $df = 45-2 = 43$ .<sup>78</sup> Sehingga didapatkan hasil uji validitas instrumen penelitian sebagai berikut:

**TABEL 3.5**  
**Hasil Uji Validitas Instrumen**

| Variabel           | Item pertanyaan | r hitung | r tabel | Keterangan |
|--------------------|-----------------|----------|---------|------------|
| ATRIBUT FISIK (X1) | P1              | 0,473    | >0,270  | Valid      |
|                    | P2              | 0,638    | >0,270  | Valid      |
|                    | P3              | 0,626    | >0,270  | Valid      |
|                    | P4              | 0,751    | >0,270  | Valid      |
|                    | P5              | 0,669    | >0,270  | Valid      |
|                    | P6              | 0,791    | >0,270  | Valid      |
|                    | P7              | 0,821    | >0,270  | Valid      |
|                    | P8              | 0,630    | >0,270  | Valid      |
|                    | P9              | 0,672    | >0,270  | Valid      |
|                    | P10             | 0,526    | >0,270  | Valid      |
|                    | P11             | 0,611    | >0,270  | Valid      |
|                    | P12             | 0,275    | >0,270  | Valid      |
|                    | P13             | 0,669    | >0,270  | Valid      |
|                    | P14             | 0,393    | >0,270  | Valid      |
|                    | P15             | 0,450    | >0,270  | Valid      |
| ATRIBUT NILAI (X2) | P16             | 0,275    | >0,270  | Valid      |
|                    | P17             | 0,548    | >0,270  | Valid      |
|                    | P18             | 0,666    | >0,270  | Valid      |
|                    | P19             | 0,605    | >0,270  | Valid      |
|                    | P20             | 0,661    | >0,270  | Valid      |
|                    | P21             | 0,766    | >0,270  | Valid      |
|                    | P22             | 0,788    | >0,270  | Valid      |
|                    | P23             | 0,773    | >0,270  | Valid      |
|                    | P24             | 0,823    | >0,270  | Valid      |
|                    | P25             | 0,847    | >0,270  | Valid      |
|                    | P26             | 0,736    | >0,270  | Valid      |
|                    | P27             | 0,723    | >0,270  | Valid      |
|                    | P28             | 0,728    | >0,270  | Valid      |
|                    | P29             | 0,774    | >0,270  | Valid      |
|                    | P30             | 0,662    | >0,270  | Valid      |

<sup>78</sup>Sugiyono dan Agus Susanto, *Cara Mudah Belajar SPSS dan Lisrel*, , 388-389.

|                                   |            |       |        |       |
|-----------------------------------|------------|-------|--------|-------|
|                                   | <b>P31</b> | 0,682 | >0,270 | Valid |
|                                   | <b>P32</b> | 0,660 | >0,270 | Valid |
| <b>MINAT<br/>KONSUMEN<br/>(Y)</b> | <b>P33</b> | 0,660 | >0,270 | Valid |
|                                   | <b>P34</b> | 0,611 | >0,270 | Valid |
|                                   | <b>P35</b> | 0,653 | >0,270 | Valid |
|                                   | <b>P36</b> | 0,826 | >0,270 | Valid |
|                                   | <b>P37</b> | 0,798 | >0,270 | Valid |
|                                   | <b>P38</b> | 0,696 | >0,270 | Valid |
|                                   | <b>P39</b> | 0,629 | >0,270 | Valid |
|                                   | <b>P40</b> | 0,764 | >0,270 | Valid |
|                                   | <b>P41</b> | 0,711 | >0,270 | Valid |
|                                   | <b>P42</b> | 0,683 | >0,270 | Valid |
|                                   | <b>P43</b> | 0,733 | >0,270 | Valid |
|                                   | <b>P44</b> | 0,646 | >0,270 | Valid |
|                                   | <b>P45</b> | 0,554 | >0,270 | Valid |

Sumber: Data primer diolah,2019

Dari tabel uji validitas di atas terlihat bahwa seluruh instrumen penelitian memiliki  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel (0,270) maka dapat disimpulkan bahwa semua indikator dari ke dua variabel X1, X2 dan Y adalah valid, sehingga angket atau kuesioner yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini baik dan layak digunakan untuk memperoleh data yang dibutuhkan oleh peneliti. Dengan demikian, instrumen berupa angket atau kuesioner yang digunakan pada setiap variabel dalam penelitian ini dinyatakan valid untuk digunakan sebagai alat ukur data variabel.

#### **b. Uji Reliabilitas**

Uji reabilitas adalah alat ukur untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel.<sup>79</sup> Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi hasil pengukuran variabel guna mengetahui suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel.

<sup>79</sup>I. Ghazali, *Aplikasi Analisis*, 45..



Pada penelitian ini digunakan metode pengukuran reliabilitas *Cronbach Alpha*. Jika nilai *Cronbach Alpha*  $> 0,60$  maka kuesioner dapat dikatakan reabel. Berikut adalah tabel hasil *reliability*:

**TABEL 3.6**  
**Hasil Uji Reabilitas X1**

| Reliability Statistics |            |
|------------------------|------------|
| Cronbach's Alpha       | N of Items |
| .755                   | 16         |

Sumber: Data primer diolah, 2019

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa nilai *Cronbach Alpha's* yang dihasilkan sebesar  $0,755 > 0,60$ . Jadi pada variabel atribut fisik dinyatakan reliabel.

**TABEL 3.7**  
**Hasil Uji Reabilitas X2**

| Reliability Statistics |            |
|------------------------|------------|
| Cronbach's Alpha       | N of Items |
| .763                   | 18         |

Sumber: Data primer diolah, 2019

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa nilai *Cronbach Alpha's* yang dihasilkan sebesar  $0,763 > 0,60$ . Jadi pada variabel *Atribut Nilai* dinyatakan reliabel.

**TABEL 3.8**  
**Hasil Uji Reabilitas Y**

| Reliability Statistics |            |
|------------------------|------------|
| Cronbach's Alpha       | N of Items |
| .767                   | 14         |

Sumber: Data primer diolah, 2019

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa nilai *Cronbach Alpha's* yang dihasilkan sebesar  $0,767 > 0,60$ . Jadi pada variabel *Minat konsumen* dinyatakan reliabel.

## 2. Uji Statistik Deskriptif

Uji statistik deskriptif digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.<sup>80</sup> Dalam uji statistik deskriptif penelitian ini, penyajian data terkait dengan jawaban responden terhadap variabel-variabel penelitian dilakukan menggunakan tabel dengan perhitungan mean, median, dan modus. Pemberian skor atau nilai Skala Likert dalam penelitian ini, yaitu Sangat Setuju (SS) diberi skor 5, Setuju (S) diberi skor 4, Netral (N) diberi skor 3, Tidak Setuju (TS) diberi skor 2, dan Sangat Tidak Setuju (STS) diberi skor 1. Sehingga didapatkan hasil uji statistik deskriptif data angket jawaban responden per variabel (baik variabel bebas dan variabel terikat) penelitian ini adalah sebagai berikut:

---

<sup>80</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian*, 147-148.

a. Uji Statistik Deskriptif Data Angket Jawaban Responden Variabel

*Atribut Fisik (X1)*

**Tabel 3.9**  
**Uji Statistik Deskriptif Variabel X1 (Atribut Fisik)**

| Tanggapan Responden | Sangat tidak setuju |      | Tidak setuju |      | Ragu |      | setuju |      | Sangat setuju |      | Keterangan |        |      |
|---------------------|---------------------|------|--------------|------|------|------|--------|------|---------------|------|------------|--------|------|
|                     | F                   | %    | F            | %    | F    | %    | F      | %    | F             | %    | Mean       | Median | mode |
| 1                   | 1                   | 1.9  | 0            | 0    | 1    | 1.9  | 34     | 64.2 | 17            | 32,1 | 4.25       | 4.00   | 4    |
| 2                   | 8                   | 15.1 | 1            | 1.9  | 1    | 1.9  | 23     | 43.4 | 20            | 37.7 | 3.87       | 4.00   | 4    |
| 3                   | 7                   | 13.2 | 1            | 1.9  | 7    | 13.2 | 14     | 26.4 | 24            | 45.3 | 3.89       | 4.00   | 5    |
| 4                   | 8                   | 15.1 | 3            | 5.7  | 9    | 17.0 | 17     | 32.1 | 16            | 30.2 | 3.57       | 4.00   | 4    |
| 5                   | 5                   | 9.4  | 2            | 3.8  | 4    | 7.5  | 30     | 56.6 | 12            | 22.6 | 3.79       | 4.00   | 4    |
| 6                   | 13                  | 24.5 | 0            | 0    | 7    | 13.2 | 17     | 32.1 | 16            | 30.2 | 3.43       | 4.00   | 4    |
| 7                   | 11                  | 20.8 | 2            | 3.8  | 6    | 11.3 | 22     | 41.5 | 12            | 22.6 | 3.42       | 4.00   | 4    |
| 8                   | 6                   | 11.3 | 0            | 0    | 9    | 17.0 | 29     | 54.7 | 9             | 17.0 | 3.66       | 4.00   | 4    |
| 9                   | 12                  | 22.6 | 4            | 7.5  | 6    | 11.3 | 21     | 39.6 | 10            | 18.9 | 3.25       | 4.00   | 4    |
| 10                  | 9                   | 17.0 | 2            | 3.8  | 11   | 20.8 | 21     | 39.6 | 10            | 18.9 | 3.40       | 4.00   | 4    |
| 11                  | 5                   | 9.4  | 4            | 7.5  | 4    | 7.5  | 29     | 54.7 | 11            | 20.8 | 3.70       | 4.00   | 4    |
| 12                  | 4                   | 7.5  | 0            | 0    | 3    | 5.7  | 30     | 56.6 | 16            | 30.2 | 4.02       | 4.00   | 4    |
| 13                  | 3                   | 5.7  | 7            | 13.2 | 1    | 1.9  | 26     | 49.1 | 16            | 30.2 | 3.85       | 4.00   | 4    |
| 14                  | 5                   | 9.4  | 6            | 11.3 | 7    | 13.2 | 23     | 43.4 | 12            | 22.6 | 3.58       | 4.00   | 4    |
| 15                  | 3                   | 5.7  | 0            | 0    | 5    | 9.4  | 31     | 58.5 | 14            | 26.4 | 4.00       | 4.00   | 4    |

Berdasarkan tabel di atas jawaban responden pada variabel *Atribut fisik* dimana yang menjadi responden adalah produsen / pedagang daging ayam di pasar Tanggul Jember Jember yang berjumlah 53 orang menunjukkan bahwa pertanyaan 1 (P1) terdapat 17 orang yang memilih sangat setuju (ss) dengan presentase 32,1 %, 34 orang memilih setuju (s) dengan presentase 64,2%. Kemudian 1 orang memilih ragu dengan presentase 1,9%, selanjutnya 1 orang sangat tidak setuju (sts) dengan presentase 1,9%, dan yang terakhir 0 orang memilih tidak setuju (sts)

dengan presentase 0%. Nilai pusat pertanyaan 1 (P1) dari data angket jawaban responden pada variabel Atribut fisik memiliki nilai *mean* sebesar 4,25, nilai median sebesar 4,00, dan nilai modus sebesar 4. Dalam hal ini rata-rata produsen atau pedagang daging ayam menjawab setuju, artinya pedagang daging ayam di Pasar Tanggul Jember sering di tanyakan oleh konsumen terkait daging ayam yang akan di belinya sudah standart umurnya dan layak di sembelih atau di potong(tidak Afkiran).

Untuk pertanyaan 2 (P2) terdapat 23 orang yang memilih setuju (s) dengan presentase 43,4 %, 20 orang memilih sangat setuju (ss) dengan presentase 37,7%, kemudian 8 orang memilih sangat tidak setuju (sts) dengan presentase 15,1%, selanjutnya 1 orang memilih Ragu (n) dengan presentase 1,9%, dan yang terakhir 1orang memilih tidak setuju (ts) dengan presentase 1,9%. Nilai pusat pertanyaan 2 (P2) dari data angket jawaban responden pada variabel Atribut fisik memiliki nilai *mean* sebesar 3,87, nilai median sebesar 4,00, dan nilai modus sebesar 4. Pada pernyataan ini rata-rata pedagang daging ayam menjawab setuju, artinya pedagang daging ayam di Pasar Tanggul Jember sering di tanyakan oleh konsumen terkait daging ayam yang akan dibelinya sudah standar umurnya dan layak disembelih atau dipotong(tidak Afkiran).

Untuk pertanyaan 3 (P3) terdapat 24 orang yang memilih sangat setuju (st) dengan presentase 45,3 %, 14orang memilih setuju (s) dengan presentase 26,4%, kemudian 7 orang memilih Ragu (n) dengan presentase 13,2%, selanjutnya 7 orang memilih sangat tidak setuju (sts) dengan

presentase 13,2%, dan yang terakhir 1 orang memilih tidak setuju (ts) dengan presentase 1,9%. Nilai pusat pertanyaan 3(P3) dari data angket jawaban responden pada variabel Atribut fisik memiliki nilai *mean* sebesar 3,89, nilai median sebesar 4,00, dan nilai modus sebesar 5. Pada pernyataan ini rata-rata pedagang daging ayam menjawab sangat setuju, artinya pedagang daging ayam di Pasar Tanggul Jember sering di tanyakan oleh konsumen terkait daging ayam yang akan dibeli dalam keadaan sehat atau sakit sebelum disembelih atau dipotong.

Untuk pertanyaan 4 (P4) terdapat 17 orang yang memilih setuju (s) dengan presentase 32,1 %, 16 orang memilih sangat setuju (ss) dengan presentase 30,2%, kemudian 9 orang memilih Ragu (n) dengan presentase 17,0%, selanjutnya 8 orang memilih sangat tidak setuju (sts) dengan presentase 15,1%, dan yang terakhir 3 orang memilih tidak setuju (ts) dengan presentase 5,7%. Nilai pusat pertanyaan 4 (P4) dari data angket jawaban responden pada variabel Atribut fisik memiliki nilai *mean* sebesar 3,57, nilai median sebesar 4,00, dan nilai modus sebesar 4. Pada pernyataan ini rata-rata pedagang daging ayam menjawab setuju, artinya pedagang daging ayam di Pasar Tanggul Jember sering di tanyakan oleh konsumen terkait daging ayam yang akan di beli dalam keadaan sehat atau sakit sebelum disembelih atau di potong dan konsumen lebih memilih daging ayam, yang sehat sebelum di sembelih.

Untuk pertanyaan 5 (P5) terdapat 30 orang yang memilih setuju (s) dengan presentase 56,6 %, 12 orang memilih sangat setuju (ss) dengan

presentase 22,6%, kemudian 5 orang memilih sangat tidak setuju (sts) dengan presentase 9,4%, selanjutnya 4 orang memilih Ragu (n) dengan presentase 7,5%, dan yang terakhir 2 orang memilih tidak setuju (ts) dengan presentase 3,8%. Nilai pusat pertanyaan 5 (P5) dari data angket jawaban responden pada variabel Atribut fisik memiliki nilai *mean* sebesar 3,79, nilai median sebesar 4,00, dan nilai modus sebesar 4. Pada pernyataan ini rata-rata pedagang daging ayam menjawab setuju, artinya pedagang daging ayam di Pasar Tanggul Jember sering ditanyakan oleh konsumen terkait daging ayam yang akan dibeli, ayam sebelum disembelih atau di potong diberi makan apa dan minuman apa.

Untuk pertanyaan 6 (P6) terdapat 17 orang yang memilih setuju (s) dengan presentase 32,1 %, 16 orang memilih sangat setuju (ss) dengan presentase 30,2%, kemudian 13 orang memilih sangat tidak setuju (sts) dengan presentase 24,5%, selanjutnya 7 orang memilih Ragu (n) dengan presentase 13,2%, dan yang terakhir 0 orang memilih tidak setuju (ts) dengan presentase 0%. Nilai pusat pertanyaan 6 (P6) dari data angket jawaban responden pada variabel Atribut fisik memiliki nilai *mean* sebesar 3,43, nilai median sebesar 4,00, dan nilai modus sebesar 4. Pada pernyataan ini rata-rata pedagang daging ayam menjawab setuju, artinya pedagang daging ayam di Pasar Tanggul Jember menjual daging ayam yang warnanya cerah dan segar dalam artian tidak di beri pewarna.

Untuk pertanyaan 7 (P7) terdapat 22 orang yang memilih setuju (s) dengan presentase 41,5 %, 12 orang memilih sangat setuju (ss) dengan

presentase 22,6%, kemudian 11 orang memilih sangat tidak setuju (sts) dengan presentase 20,8%, selanjutnya 6 orang memilih Ragu (n) dengan presentase 11,3%, dan yang terakhir 2 orang memilih tidak setuju (ts) dengan presentase 3,8%. Nilai pusat pertanyaan 7 (P7) dari data angket jawaban responden pada variabel Atribut fisik memiliki nilai *mean* sebesar 3,42, nilai median sebesar 4,00, dan nilai modus sebesar 4. Pada pernyataan ini rata-rata pedagang daging ayam menjawab setuju, artinya pedagang daging ayam di Pasar Tanggul Jember menjual daging ayam yang warnanya cerah dan segar dalam artian tidak diberi pewarna, juga dagingnya besar tapi bobotnya tidak begitu berat.

Untuk pertanyaan 8 (P8) terdapat 29 orang yang memilih setuju (s) dengan presentase 54,7 %, 9 orang memilih sangat setuju (ss) dengan presentase 17,0%, kemudian 9 orang memilih ragu (n) dengan presentase 17,0%, selanjutnya 6 orang memilih sangat tidak setuju (sts) dengan presentase 11,3%, dan yang terakhir 0 orang memilih tidak setuju (ts) dengan presentase 0 %. Nilai pusat pertanyaan 8 (P8) dari data angket jawaban responden pada variabel Atribut fisik memiliki nilai *mean* sebesar 3,66, nilai median sebesar 4,00, dan nilai modus sebesar 4. Pada pernyataan ini rata-rata pedagang daging ayam menjawab setuju, artinya pedagang daging ayam di Pasar Tanggul Jember menjual daging ayam yang warnanya cerah dan segar dalam artian tidak di beri pewarna, juga dagingnya besar tapi bobotnya tidak begitu berat, dan juga sebaliknya.

Untuk pertanyaan 9 (P9) terdapat 21 orang yang memilih setuju (s) dengan presentase 39,6 %, 12 orang memilih sangat tidak setuju (sts) dengan presentase 22,6%, kemudian 10 orang memilih sangat setuju (st) dengan presentase 18,9%, selanjutnya 6 orang memilih ragu (n) dengan presentase 11,3%, dan yang terakhir 4 orang memilih tidak setuju (ts) dengan presentase 7,5%. Nilai pusat pertanyaan 9 (P9) dari data angket jawaban responden pada variabel Atribut fisik memiliki nilai *mean* sebesar 3,25, nilai median sebesar 4,00, dan nilai modus sebesar 4. Pada pernyataan ini rata-rata pedagang daging ayam menjawab setuju, artinya pedagang daging ayam di Pasar Tanggul Jember menjual daging ayam yang boleh dipencet – pencet dan dicek bentuk fisiknya oleh konsumen.

Untuk pertanyaan 10 (P10) terdapat 21 orang yang memilih setuju (s) dengan presentase 39,6 %, 10 orang memilih sangat setuju (ss) dengan presentase 18,9%, kemudian 11 orang memilih ragu (n) dengan presentase 20,8%, selanjutnya 9 orang memilih sangat tidak setuju (sts) dengan presentase 17,0%, dan yang terakhir 2 orang memilih tidak setuju (ts) dengan presentase 3,8%. Nilai pusat pertanyaan 10 (P10) dari data angket jawaban responden pada variabel Atribut fisik memiliki nilai *mean* sebesar 3,40, nilai median sebesar 4,00, dan nilai modus sebesar 4. Pada pernyataan ini rata-rata pedagang daging ayam menjawab setuju, artinya pedagang daging ayam di Pasar Tanggul Jember menjual daging ayam jenis ayam potong dan ayam kampung, guna menyediakan konsumen ketika ditanyakan jenis daging ayam yang dijualnya.



Untuk pertanyaan 11 (P11) terdapat 29 orang yang memilih setuju (s) dengan presentase 54,7 %, 11 orang memilih sangat setuju (ss) dengan presentase 20,8%, kemudian 5 orang memilih sangat tidak setuju (sts) dengan presentase 9,4%, selanjutnya 4 orang memilih ragu (n) dengan presentase 7,5%, dan yang terakhir 4 orang memilih tidak setuju (ts) dengan presentase 7,5%. Nilai pusat pertanyaan 11 (P11) dari data angket jawaban responden pada variabel Atribut fisik memiliki nilai *mean* sebesar 3,70, nilai median sebesar 4,00, dan nilai modus sebesar 4. Pada pernyataan ini rata-rata pedagang daging ayam menjawab setuju, artinya pedagang daging ayam di Pasar Tanggul Jember memperbolehkan konsumen mencium daging ayam sebelum di belinya.

Untuk pertanyaan 12 (P12) terdapat 30 orang yang memilih setuju (s) dengan presentase 56,6 %, 16 orang memilih sangat setuju (ss) dengan presentase 30,2%, kemudian 4 orang memilih sangat tidak setuju (sts) dengan presentase 7,5%, selanjutnya 3 orang memilih ragu (n) dengan presentase 5,7%, dan yang terakhir 0 orang memilih tidak setuju (ts) dengan presentase 0%. Nilai pusat pertanyaan 12 (P12) dari data angket jawaban responden pada variabel Atribut fisik memiliki nilai *mean* sebesar 4,02, nilai median sebesar 4,00, dan nilai modus sebesar 4. Pada pernyataan ini rata-rata pedagang daging ayam menjawab setuju, artinya pedagang daging ayam di Pasar Tanggul Jember memperbolehkan konsumen mencium daging ayam sebelum dibelinya dan konsumen lebih memilih daging ayam yang baunya segar.

Untuk pertanyaan 13 (P13) terdapat 26 orang yang memilih setuju (s) dengan presentase 49,1 %, 16 orang memilih sangat setuju (ss) dengan presentase 30,2%, kemudian 7 orang memilih tidak setuju (ts) dengan presentase 13,2%, selanjutnya 3 orang memilih sangat tidak setuju (sts) dengan presentase 5,7%, dan yang terakhir 1 orang memilih ragu (n) dengan presentase 1,9%. Nilai pusat pertanyaan 13 (P13) dari data angket jawaban responden pada variabel Atribut fisik memiliki nilai *mean* sebesar 3,85, nilai median sebesar 4,00, dan nilai modus sebesar 4. Pada pernyataan ini rata-rata pedagang daging ayam menjawab setuju, artinya pedagang daging ayam di Pasar Tanggul Jember memperbolehkan konsumen mencium daging ayam sebelum dibelinya dan konsumen lebih memilih daging ayam yang baunya segar.

Untuk pertanyaan 14 (P14) terdapat 23 orang yang memilih setuju (s) dengan presentase 43,4 %, 12 orang memilih sangat setuju (ss) dengan presentase 22,6%, kemudian 7 orang memilih ragu (n) dengan presentase 13,2%, selanjutnya 6 orang memilih tidak setuju (ts) dengan presentase 11,3%, dan yang terakhir 5 orang memilih sangat tidak setuju (sts) dengan presentase 9,4%. Nilai pusat pertanyaan 14 (P14) dari data angket jawaban responden pada variabel Atribut fisik memiliki nilai *mean* sebesar 3,58, nilai median sebesar 4,00, dan nilai modus sebesar 4. Pada pernyataan ini rata-rata pedagang daging ayam menjawab setuju, artinya pedagang daging ayam di Pasar Tanggul Jember menjual daging ayam yang kadar gizinya bagus.

Untuk pertanyaan 15 (P15) terdapat 31 orang yang memilih setuju (s) dengan presentase 58,5 %, 14 orang memilih sangat setuju (ss) dengan presentase 26,4%, kemudian 5 orang memilih ragu (n) dengan presentase 9,4%, selanjutnya 3 orang memilih sangat tidak setuju (sts) dengan presentase 5,7%, dan yang terakhir 0 orang memilih tidak setuju (ts) dengan presentase 0%. Nilai pusat pertanyaan 15 (P15) dari data angket jawaban responden pada variabel Atribut fisik memiliki nilai *mean* sebesar 4,00, nilai median sebesar 4,00, dan nilai modus sebesar 4. Pada pernyataan ini rata-rata pedagang daging ayam menjawab setuju, artinya pedagang daging ayam di Pasar Tanggul Jember menjual daging ayam yang kadar gizinya bagus.

#### b. Uji Statistik Deskriptif Data Angket Jawaban Responden Variabel

##### *Atribut Nilai (X2)*

**Tabel 3.10**  
**Uji Statistik Deskriptif Variabel X2 (Atribut Nilai)**

| Tanggapan Responden | Sangat tidak setuju |      | Tidak setuju |      | Ragu |      | setuju |      | Sangat setuju |      | Keterangan |        |      |
|---------------------|---------------------|------|--------------|------|------|------|--------|------|---------------|------|------------|--------|------|
|                     | F                   | %    | F            | %    | F    | %    | F      | %    | F             | %    | Mean       | Median | mode |
| 16                  | 2                   | 3.8  | 6            | 11.3 | 1    | 1.9  | 25     | 47.2 | 19            | 35.8 | 4.00       | 4.00   | 4    |
| 17                  | 2                   | 3.8  | 2            | 3.8  | 4    | 7.5  | 22     | 41.5 | 23            | 43.4 | 4.17       | 4.00   | 5    |
| 18                  | 5                   | 9.4  | 0            | 0    | 4    | 7.5  | 32     | 60.4 | 12            | 22.6 | 3.87       | 4.00   | 4    |
| 19                  | 6                   | 11.3 | 0            | 0    | 3    | 5.7  | 23     | 43.4 | 21            | 39.6 | 4.00       | 4.00   | 4    |
| 20                  | 6                   | 11.3 | 1            | 1.9  | 3    | 5.7  | 20     | 37.7 | 23            | 43.4 | 4.00       | 4.00   | 5    |
| 21                  | 8                   | 15.1 | 4            | 7.5  | 4    | 7.5  | 21     | 39.6 | 16            | 30.2 | 3.62       | 4.00   | 4    |
| 22                  | 8                   | 15.1 | 1            | 1.9  | 2    | 3.8  | 32     | 60.4 | 10            | 18.9 | 3.66       | 4.00   | 4    |
| 23                  | 9                   | 17.0 | 0            | 0    | 7    | 13.2 | 23     | 43.4 | 14            | 26.4 | 3.62       | 4.00   | 4    |
| 24                  | 12                  | 22.6 | 2            | 3.8  | 4    | 7.5  | 18     | 34.0 | 17            | 32.1 | 3.49       | 4.00   | 4    |
| 25                  | 15                  | 28.3 | 4            | 7.5  | 5    | 9.4  | 20     | 37.7 | 9             | 17.0 | 3.08       | 4.00   | 4    |
| 26                  | 17                  | 32.1 | 4            | 7.5  | 3    | 5.7  | 19     | 35.8 | 10            | 18.9 | 3.02       | 4.00   | 4    |
| 27                  | 16                  | 30.2 | 2            | 3.8  | 5    | 9.4  | 16     | 30.2 | 14            | 26.4 | 3.19       | 4.00   | 4    |

|    |    |      |   |     |   |      |    |      |    |      |      |      |   |
|----|----|------|---|-----|---|------|----|------|----|------|------|------|---|
| 28 | 13 | 24.5 | 3 | 5.7 | 2 | 3.8  | 15 | 28.3 | 20 | 37.7 | 3.49 | 4.00 | 5 |
| 29 | 12 | 22.6 | 3 | 5.7 | 5 | 9.4  | 10 | 18.9 | 23 | 43.4 | 3.55 | 4.00 | 5 |
| 30 | 8  | 15.1 | 4 | 7.5 | 1 | 1.9  | 21 | 39.6 | 19 | 35.8 | 3.74 | 4.00 | 4 |
| 31 | 4  | 7.5  | 2 | 3.8 | 7 | 13.2 | 18 | 34.0 | 22 | 41.5 | 3.98 | 4.00 | 5 |
| 32 | 4  | 7.5  | 0 | 0   | 5 | 9.4  | 29 | 54.7 | 15 | 28.3 | 3.96 | 4.00 | 4 |

Berdasarkan tabel di atas jawaban responden pada variabel Atribut Nilai dimana yang menjadi responden adalah Produsen / Pedagang daging ayam di pasar Tanggul Jember Jember yang berjumlah 53 orang menunjukkan bahwa pertanyaan 16 (P16) terdapat 25 orang yang memilih setuju (s) dengan presentase 47,2 %, 19 orang memilih sangat setuju (ss) dengan presentase 35,8%, kemudian 6 orang memilih tidak setuju (ts) dengan presentase 11,3%, selanjutnya 2 orang memilih sangat tidak setuju (sts) dengan presentase 3,8%, dan yang terakhir 1 orang memilih ragu (n) dengan presentase 1,9%. Nilai pusat pertanyaan 16 (P16) dari data angket jawaban responden pada variabel *Atribut Nilai* memiliki nilai *mean* sebesar 4,00, nilai median sebesar 4,00, dan nilai modus sebesar 4. Pada pernyataan ini rata-rata pedagang daging ayam menjawab setuju, artinya pedagang daging ayam di Pasar Tanggul Jember menjual daging ayam yang dipandang lebih bagus dari pada daging ayam yang lainnya.

Untuk pertanyaan 17 (P17) terdapat 23 orang yang memilih sangat setuju (ss) dengan presentase 43,4 %, 22 orang memilih setuju (s) dengan presentase 41,5%, kemudian 4 orang memilih ragu (n) dengan presentase 7,5%, selanjutnya 2 orang memilih sangat tidak setuju (sts) dengan presentase 3,8%, dan yang terakhir 2 orang memilih tidak setuju (ts) dengan presentase 3,8%. Nilai pusat pertanyaan 17 (P17) dari data angket

jawaban responden pada variabel Atribut nilai memiliki nilai *mean* sebesar 4,17, nilai median sebesar 4,00, dan nilai modus sebesar 5. Pada pernyataan ini rata-rata pedagang daging ayam menjawab sangat setuju, artinya pedagang daging ayam di Pasar Tanggul Jember menjual daging ayam yang ada merknya atau label khusus.

Untuk pertanyaan 18 (P18) terdapat 32 orang yang memilih setuju (s) dengan presentase 60,4 %, 12 orang memilih sangat setuju (ss) dengan presentase 22,6%, kemudian 5 orang memilih sangat tidak setuju (sts) dengan presentase 9,4%, selanjutnya 4 orang memilih ragu (n) dengan presentase 7,5%, dan yang terakhir 0 orang memilih tidak setuju (ts) dengan presentase 0%. Nilai pusat pertanyaan 18 (P18) dari data angket jawaban responden pada variabel Atribut nilai memiliki nilai *mean* sebesar 3,87, nilai median sebesar 4,00, dan nilai modus sebesar 4. Pada pernyataan ini rata-rata pedagang daging ayam menjawab setuju, artinya pedagang daging ayam di Pasar Tanggul Jember menjual daging ayam yang ada merknya atau tanda khusus, karena tanda khusus merupakan hal yang terpenting bagi konsumen.

Untuk pertanyaan 19 (P19) terdapat 23 orang yang memilih setuju (s) dengan presentase 43,4 %, 21 orang memilih sangat setuju (ss) dengan presentase 39,6%, kemudian 6 orang memilih sangat tidak setuju (sts) dengan presentase 11,3%, selanjutnya 3 orang memilih ragu (n) dengan presentase 5,7%, dan yang terakhir 0 orang memilih tidak setuju (ts) dengan presentase 0%. Nilai pusat pertanyaan 19 (P19) dari data angket

jawaban responden pada variabel atribut nilai memiliki nilai *mean* sebesar 4,00, nilai median sebesar 4,00, dan nilai modus sebesar 4. Pada pernyataan ini rata-rata pedagang daging ayam menjawab setuju, artinya pedagang daging ayam di Pasar Tanggul Jember menjual daging ayam yang ada merknya atau tanda khusus, karena tanda merupakan hal yang terpenting bagi konsumen.

Untuk pertanyaan 20 (P20) terdapat 23 orang yang memilih sangat setuju (ss) dengan presentase 43,4 %, 20 orang memilih setuju (s) dengan presentase 37,7%, kemudian 6 orang memilih sangat tidak setuju (sts) dengan presentase 11,3%, selanjutnya 3 orang memilih ragu (n) dengan presentase 5,7%, dan yang terakhir 1 orang memilih tidak setuju (ts) dengan presentase 1,9%. Nilai pusat pertanyaan 19 (P19) dari data angket

jawaban responden pada variabel Atribut nilai memiliki nilai *mean* sebesar 4,00, nilai median sebesar 4,00, dan nilai modus sebesar 5. Pada pernyataan ini rata-rata pedagang daging ayam menjawab sangat setuju, artinya pedagang daging ayam di Pasar Tanggul Jember menjual daging ayam yang ada merknya atau label khusus, karena label merupakan hal yang terpenting bagi konsumen.

Untuk pertanyaan 21 (P21) terdapat 21 orang yang memilih setuju (s) dengan presentase 39,6 %, 16 orang memilih sangat setuju (ss) dengan presentase 30,2%, kemudian 8 orang memilih sangat tidak setuju (sts) dengan presentase 15,1%, selanjutnya 4 orang memilih ragu (n) dengan presentase 7,5%, dan yang terakhir 4 orang memilih tidak setuju (ts)

dengan presentase 7,5%. Nilai pusat pertanyaan 21 (P21) dari data angket jawaban responden pada variabel atribut nilai memiliki nilai *mean* sebesar 3,62, nilai median sebesar 4,00, dan nilai modus sebesar 4. Pada pernyataan ini rata-rata pedagang daging ayam menjawab setuju, artinya pedagang daging ayam di Pasar Tanggul Jembermereka memiliki konsumen rata-rata yang mengenalnya atau mengetahui latar belakang pedagangnya.

Untuk pertanyaan 22 (P22) terdapat 32 orang yang memilih setuju (s) dengan presentase 60,4 %, 10 orang memilih sangat setuju (ss) dengan presentase 18,9%, kemudian 8 orang memilih sangat tidak setuju (sts) dengan presentase 15,1%, selanjutnya 2 orang memilih ragu (n) dengan presentase 3,8%, dan yang terakhir 1 orang memilih tidak setuju (ts) dengan presentase 1,9%. Nilai pusat pertanyaan 22 (P22) dari data angket jawaban responden pada variabel Atribut nilai memiliki nilai *mean* sebesar 3,66, nilai median sebesar 4,00, dan nilai modus sebesar 4. Pada pernyataan ini rata-rata pedagang daging ayam menjawab setuju, artinya pedagang daging ayam di Pasar Tanggul Jembermereka memiliki konsumen rata-rata yang mengenalnya atau mengetahui latar belakang pedagangnya.

Untuk pertanyaan 23 (P23) terdapat 23 orang yang memilih setuju (s) dengan presentase 43,4 %, 14 orang memilih sangat setuju (ss) dengan presentase 26,4%, kemudian 9 orang memilih sangat tidak setuju (sts) dengan presentase 17,0%, selanjutnya 7 orang memilih ragu (n) dengan

presentase 13,2%, dan yang terakhir 0 orang memilih tidak setuju (ts) dengan presentase 0%. Nilai pusat pertanyaan 23 (P23) dari data angket jawaban responden pada variabel Atribut nilai memiliki nilai *mean* sebesar 3,62, nilai median sebesar 4,00, dan nilai modus sebesar 4. Pada pernyataan ini rata-rata pedagang daging ayam menjawab setuju, artinya pedagang daging ayam di Pasar Tanggul Jember Mereka memiliki konsumen rata-rata yang mengenalnya atau mengetahui latar belakang pedagangnya.

Untuk pertanyaan 24 (P24) terdapat 18 orang yang memilih setuju (s) dengan presentase 34,0 %, 17 orang memilih sangat setuju (ss) dengan presentase 32,1%, kemudian 12 orang memilih sangat tidak setuju (sts) dengan presentase 22,6%, selanjutnya 4 orang memilih ragu (n) dengan presentase 7,5%, dan yang terakhir 2 orang memilih tidak setuju (ts) dengan presentase 3,8%. Nilai pusat pertanyaan 24 (P24) dari data angket jawaban responden pada variabel Atribut nilai memiliki nilai *mean* sebesar 3,49, nilai median sebesar 4,00, dan nilai modus sebesar 4. Pada pernyataan ini rata-rata pedagang daging ayam menjawab setuju, artinya pedagang daging ayam di Pasar Tanggul Jember mereka di kenal memiliki kualitas daging ayam sangat baik di mata konsumennya.

Untuk pertanyaan 25 (P25) terdapat 20 orang yang memilih setuju (s) dengan presentase 37,7 %, 15 orang memilih sangat tidak setuju (sts) dengan presentase 28,3%, kemudian 9 orang memilih sangat setuju (ss) dengan presentase 17,0%, selanjutnya 5 orang memilih ragu (n) dengan



presentase 9,4%, dan yang terakhir 4 orang memilih tidak setuju (ts) dengan presentase 7,5%. Nilai pusat pertanyaan 25 (P25) dari data angket jawaban responden pada variabel atribut nilai memiliki nilai *mean* sebesar 3,08, nilai median sebesar 4,00, dan nilai modus sebesar 4. Pada pernyataan ini rata-rata pedagang daging ayam menjawab setuju, artinya pedagang daging ayam di Pasar Tanggul Jembermereka memiliki konsumen yang memastikan agama pedagang daging ayamnya.

Untuk pertanyaan 26 (P26) terdapat 19 orang yang memilih setuju (s) dengan presentase 35,8 %, 17 orang memilih sangat tidak setuju (sts) dengan presentase 32,1%, kemudian 10 orang memilih sangat setuju (ss) dengan presentase 18,9%, selanjutnya 4 orang memilih tidak setuju (ts) dengan presentase 7,5%, dan yang terakhir 3 orang memilih ragu (n) dengan presentase 5,7%. Nilai pusat pertanyaan 26 (P26) dari data angket jawaban responden pada variabel Atribut nilai memiliki nilai *mean* sebesar 3,02, nilai median sebesar 4,00, dan nilai modus sebesar 4. Pada pernyataan ini rata-rata pedagang daging ayam menjawab setuju, artinya pedagang daging ayam di Pasar Tanggul JemberMereka ditanyakan oleh konsumen terkait proses penyembelihan ayam sebelum konsumen membeli daging ayam.

Untuk pertanyaan 27 (P27) terdapat 16 orang yang memilih setuju (s) dengan presentase 30,2 %, 16 orang memilih sangat tidak setuju (sts) dengan presentase 30,2%, kemudian 14 orang memilih sangat setuju (ss) dengan presentase 26,4%, selanjutnya 5 orang memilih ragu (n) dengan

presentase 9,4%, dan yang terakhir 2 orang memilih tidak setuju (ts) dengan presentase 3,8%. Nilai pusat pertanyaan 27 (P27) dari data angket jawaban responden pada variabel atribut nilai memiliki nilai *mean* sebesar 3,19, nilai median sebesar 4,00, dan nilai modus sebesar 4. Pada pernyataan ini rata-rata pedagang daging ayam menjawab setuju, artinya pedagang daging ayam di Pasar Tanggul Jember mereka ditanyakan oleh konsumen terkait proses penyembelihan ayam sebelum konsumen membeli daging ayam.

Untuk pertanyaan 28 (P28) terdapat 20 orang yang memilih sangat setuju (ss) dengan presentase 37,7 %, 15 orang memilih setuju (s) dengan presentase 28,3%, kemudian 13 orang memilih sangat tidak setuju (sts) dengan presentase 24,5%, selanjutnya 3 orang memilih tidak setuju (ts) dengan presentase 5,7%, dan yang terakhir 2 orang memilih ragu (n) dengan presentase 3,8%. Nilai pusat pertanyaan 28 (P28) dari data angket jawaban responden pada variabel Atribut nilai memiliki nilai *mean* sebesar 3,49, nilai median sebesar 4,00, dan nilai modus sebesar 5. Pada pernyataan ini rata-rata pedagang daging ayam menjawab sangat setuju, artinya pedagang daging ayam di Pasar Tanggul Jember mereka ditanyakan oleh konsumen terkait proses penyembelihan ayam sebelum konsumen membeli daging ayam.

Untuk pertanyaan 29 (P29) terdapat 23 orang yang memilih sangat setuju (ss) dengan presentase 43,4 %, 12 orang memilih sangat tidak setuju (sts) dengan presentase 22,6%, kemudian 10 orang memilih setuju (s)

dengan presentase 18,9%, selanjutnya 5 orang memilih ragu (n) dengan presentase 9,4%, dan yang terakhir 3 orang memilih tidak setuju (ts) dengan presentase 5,7%. Nilai pusat pertanyaan 29 (P29) dari data angket jawaban responden pada variabel Atribut nilai memiliki nilai *mean* sebesar 3,55, nilai median sebesar 4,00, dan nilai modus sebesar 5. Pada pernyataan ini rata-rata pedagang daging ayam menjawab sangat setuju, artinya pedagang daging ayam di Pasar Tanggul Jember mereka ditanyakan oleh konsumen terkait proses penyembelihan ayam sebelum konsumen membeli daging ayam, guna memastikan halal atau tidaknya daging ayam.

Untuk pertanyaan 30 (P30) terdapat 21 orang yang memilih setuju (s) dengan presentase 39,6 %, 19 orang memilih sangat setuju (ss) dengan presentase 35,8%, kemudian 8 orang memilih sangat tidak setuju (sts) dengan presentase 15,1%, selanjutnya 4 orang memilih tidak setuju (ts) dengan presentase 7,5%, dan yang terakhir 1 orang memilih ragu (n) dengan presentase 1,9%. Nilai pusat pertanyaan 30 (P30) dari data angket jawaban responden pada variabel Atribut nilai memiliki nilai *mean* sebesar 3,74, nilai median sebesar 4,00, dan nilai modus sebesar 4. Pada pernyataan ini rata-rata pedagang daging ayam menjawab setuju, artinya pedagang daging ayam di Pasar Tanggul Jember mereka ditanyakan oleh konsumen terkait proses penyembelihan ayam sebelum konsumen membeli daging ayam, guna memastikan halal atau tidaknya daging ayam.

Untuk pertanyaan 31 (P31) terdapat 22 orang yang memilih sangat setuju (ss) dengan presentase 41,5 %, 18 orang memilih setuju (s) dengan presentase 34,0%, kemudian 7 orang memilih ragu (n) dengan presentase 13,2%, selanjutnya 4 orang memilih sangat tidak setuju (sts) dengan presentase 7,5%, dan yang terakhir 2 orang memilih tidak setuju (ts) dengan presentase 3,8%. Nilai pusat pertanyaan 31 (P31) dari data angket jawaban responden pada variabel Atribut nilai memiliki nilai *mean* sebesar 3,98, nilai median sebesar 4,00, dan nilai modus sebesar 5. Pada pernyataan ini rata-rata pedagang daging ayam menjawab sangat setuju, artinya pedagang daging ayam di Pasar Tanggul Jembermereka ditanyakan oleh konsumen terkait proses penyembelihan ayam sebelum konsumen membeli daging ayam, guna memastikan halal atau tidaknya daging ayam.

Untuk pertanyaan 32 (P32) terdapat 29 orang yang memilih setuju (s) dengan presentase 54,7 %, 15 orang memilih sangat setuju (ss) dengan presentase 28,3%, kemudian 5 orang memilih ragu (n) dengan presentase 9,4%, selanjutnya 4 orang memilih sangat tidak setuju (sts) dengan presentase 7,5%, dan yang terakhir 0 orang memilih tidak setuju (ts) dengan presentase 0%. Nilai pusat pertanyaan 32 (P32) dari data angket jawaban responden pada variabel Atribut nilai memiliki nilai *mean* sebesar 3,96, nilai median sebesar 4,00, dan nilai modus sebesar 4. Pada pernyataan ini rata-rata pedagang daging ayam menjawab setuju, artinya pedagang daging ayam di Pasar Tanggul Jembermereka ditanyakan oleh

konsumen terkait proses penyembelihan ayam sebelum konsumen membeli daging ayam, guna memastikan halal atau tidaknya daging ayam.

**c. Uji Statistik Deskriptif Data Angket Jawaban Responden Variabel**

**Minat konsumen (Y)**

**Tabel 3.11**  
**Uji Statistik Deskriptif Variabel Y (Minat Konsumen)**

| Tanggapan Responden<br>Item No | Sangat tidak setuju |      | Tidak setuju |      | Ragu |      | setuju |      | Sangat setuju |      | Keterangan |        |      |
|--------------------------------|---------------------|------|--------------|------|------|------|--------|------|---------------|------|------------|--------|------|
|                                | F                   | %    | F            | %    | F    | %    | F      | %    | F             | %    | Mean       | Median | mode |
| 33                             | 1                   | 1.9  | 3            | 5.7  | 12   | 22.6 | 28     | 52.8 | 9             | 17.0 | 3.77       | 4.00   | 4    |
| 34                             | 5                   | 9.4  | 1            | 1.9  | 7    | 13.2 | 20     | 37.7 | 20            | 37.7 | 3.92       | 4.00   | 4    |
| 35                             | 5                   | 9.4  | 1            | 1.9  | 3    | 5.7  | 23     | 43.4 | 21            | 39.6 | 4.02       | 4.00   | 4    |
| 36                             | 7                   | 13.2 | 5            | 9.4  | 8    | 15.1 | 14     | 26.4 | 19            | 35.8 | 3.62       | 4.00   | 5    |
| 37                             | 5                   | 9.4  | 10           | 18.9 | 9    | 17.0 | 15     | 28.3 | 14            | 26.4 | 3.43       | 4.00   | 4    |
| 38                             | 9                   | 17.0 | 5            | 9.4  | 4    | 7.5  | 18     | 34.0 | 17            | 32.1 | 3.55       | 4.00   | 4    |
| 39                             | 8                   | 15.1 | 4            | 7.5  | 8    | 15.1 | 20     | 37.7 | 13            | 24.5 | 3.49       | 4.00   | 4    |
| 40                             | 9                   | 17.0 | 4            | 7.5  | 4    | 7.5  | 22     | 41.5 | 14            | 26.4 | 3.53       | 4.00   | 4    |
| 41                             | 11                  | 20.8 | 5            | 9.4  | 8    | 15.1 | 15     | 28.3 | 14            | 26.4 | 3.30       | 4.00   | 4    |
| 42                             | 15                  | 28.3 | 10           | 18.9 | 4    | 7.5  | 11     | 20.8 | 13            | 24.5 | 2.94       | 4.00   | 1    |
| 43                             | 12                  | 22.6 | 12           | 22.6 | 7    | 13.2 | 7      | 13.2 | 15            | 28.3 | 3.02       | 4.00   | 5    |
| 44                             | 8                   | 15.1 | 7            | 13.2 | 4    | 7.5  | 22     | 41.5 | 12            | 22.6 | 3.43       | 4.00   | 4    |
| 45                             | 6                   | 11.3 | 6            | 11.3 | 9    | 17.0 | 20     | 37.7 | 12            | 22.6 | 3.49       | 4.00   | 4    |

Berdasarkan tabel di atas jawaban responden pada variabel *Minat konsumen* dimana yang menjadi responden adalah produsen / pedagang daging ayam di pasar Tanggul Jember Jember yang berjumlah 53 orang menunjukkan bahwa pertanyaan 33 (P33) terdapat 28 orang yang memilih setuju (s) dengan presentase 52,8 %, 12 orang memilih ragu (n) dengan presentase 22,6%, kemudian 9 orang memilih sangat setuju (ss) dengan presentase 17,0%, selanjutnya 3 orang

memilih tidak setuju (ts) dengan presentase 5,7%, dan yang terakhir 1 orang memilih sangat tidak setuju (sts) dengan presentase 1,9%. Nilai pusat pertanyaan 33 (P33) dari data angket jawaban responden pada variabel Minat konsumen memiliki nilai *mean* sebesar 3,77, nilai median sebesar 4,00, dan nilai modus sebesar 4. Pada pernyataan ini rata-rata pedagang daging ayam menjawab setuju, artinya pedagang daging ayam di Pasar Tanggul Jembermereka memiliki pelanggan tetap.

Untuk pertanyaan 34 (P34) terdapat 20 orang yang memilih sangat setuju (ss) dengan presentase 37,7 %, 20 orang memilih setuju (s) dengan presentase 37,7%, kemudian 7 orang memilih ragu (n) dengan presentase 13,2%, selanjutnya 5 orang memilih sangat tidak setuju (sts) dengan presentase 9,4%, dan yang terakhir 1 orang memilih tidak setuju (ts) dengan presentase 1,9%. Nilai pusat pertanyaan 34 (P34) dari data angket jawaban responden pada variabel minat konsumen memiliki nilai *mean* sebesar 3,92, nilai median sebesar 4,00, dan nilai modus sebesar 4. Pada pernyataan ini rata-rata pedagang daging ayam menjawab sangat setuju, artinya pedagang daging ayam di Pasar Tanggul Jembermereka memiliki pelanggan tetap.

Untuk pertanyaan 35 (P35) terdapat 23 orang yang memilih setuju (s) dengan presentase 43,4 %, 21 orang memilih sangat setuju (ss) dengan presentase 39,6%, kemudian 5 orang memilih sangat tidak setuju (sts) dengan presentase 9,4%, selanjutnya 3 orang memilih ragu

(n) dengan presentase 5,7%, dan yang terakhir 1 orang memilih tidak setuju (ts) dengan presentase 1,9%. Nilai pusat pertanyaan 35 (P35) dari data angket jawaban responden pada variabel Minat konsumen memiliki nilai *mean* sebesar 4,02, nilai median sebesar 4,00, dan nilai modus sebesar 4. Pada pernyataan ini rata-rata pedagang daging ayam menjawab setuju, artinya pedagang daging ayam di Pasar Tanggul Jembermereka memiliki pelanggan tetap, karena kualitas daging ayam yang dijualnya.

Untuk pertanyaan 36 (P36) terdapat 19 orang yang memilih sangat setuju (ss) dengan presentase 35,8 %, 14 orang memilih setuju (s) dengan presentase 26,4%, kemudian 8 orang memilih ragu (n) dengan presentase 15,1%, selanjutnya 7 orang memilih sangat tidak setuju (sts) dengan presentase 13,2%, dan yang terakhir 5 orang memilih tidak setuju (ts) dengan presentase 9,4%. Nilai pusat pertanyaan 36 (P36) dari data angket jawaban responden pada variabel minat konsumen memiliki nilai *mean* sebesar 3,62, nilai median sebesar 4,00, dan nilai modus sebesar 5. Pada pernyataan ini rata-rata pedagang daging ayam menjawab sangat setuju, artinya pedagang daging ayam di Pasar Tanggul Jembermereka memiliki pelanggan tetap, karena kualitas daging ayam yang dijualnya dan mengenal produsen atau pedagang daging ayam tersebut.

Untuk pertanyaan 37 (P37) terdapat 15 orang yang memilih setuju (s) dengan presentase 28,3 %, 14 orang memilih sangat setuju

(ss) dengan presentase 26,4%, kemudian 10 orang memilih tidak setuju (ts) dengan presentase 18,9%, selanjutnya 9 orang memilih ragu (n) dengan presentase 17,0%, dan yang terakhir 5 orang memilih sangat tidak setuju (ts) dengan presentase 9,4%. Nilai pusat pertanyaan 37 (P37) dari data angket jawaban responden pada variabel minat konsumen memiliki nilai *mean* sebesar 3,43, nilai median sebesar 4,00, dan nilai modus sebesar 4. Pada pernyataan ini rata-rata pedagang daging ayam menjawab setuju, artinya pedagang daging ayam di Pasar Tanggul Jember mereka memiliki pelanggan tetap, karena konsumen mengetahui daging ayam yang dijual halal.

Untuk pertanyaan 38 (P38) terdapat 18 orang yang memilih setuju (s) dengan presentase 34,0 %, 17 orang memilih sangat setuju (ss) dengan presentase 32,1%, kemudian 9 orang memilih sangat tidak setuju (sts) dengan presentase 17,0%, selanjutnya 5 orang memilih tidak setuju (ts) dengan presentase 9,4%, dan yang terakhir 4 orang memilih ragu (n) dengan presentase 7,5%. Nilai pusat pertanyaan 38 (P38) dari data angket jawaban responden pada variabel Minat konsumen memiliki nilai *mean* sebesar 3,55, nilai median sebesar 4,00, dan nilai modus sebesar 4. Pada pernyataan ini rata-rata pedagang daging ayam menjawab setuju, artinya pedagang daging ayam di Pasar Tanggul Jember mereka memiliki pelanggan tetap, karena konsumen mengetahui daging ayam yang dijual halal, dan mengajak konsumen lainnya untuk membeli juga, seperti kerabat saudara dan yang lainnya.



Untuk pertanyaan 39 (P39) terdapat 20 orang yang memilih setuju (s) dengan presentase 37,7 %, 13 orang memilih sangat setuju (ss) dengan presentase 24,5%, kemudian 8 orang memilih ragu (n) dengan presentase 15,1%, selanjutnya 8 orang memilih sangat tidak setuju (sts) dengan presentase 15,1%, dan yang terakhir 4 orang memilih tidak setuju (ts) dengan presentase 7,5%. Nilai pusat pertanyaan 39 (P39) dari data angket jawaban responden pada variabel Minat konsumen memiliki nilai *mean* sebesar 3,49, nilai median sebesar 4,00, dan nilai modus sebesar 4. Pada pernyataan ini rata-rata pedagang daging ayam menjawab setuju, artinya pedagang daging ayam di Pasar Tanggul Jember mereka memiliki pelanggan tetap, karena konsumen mengetahui daging ayam yang dijual halal, dan mengajak konsumen lainnya untuk membeli juga, seperti kerabat saudara dan yang lainnya.

Untuk pertanyaan 40 (P40) terdapat 22 orang yang memilih setuju (s) dengan presentase 41,5 %, 14 orang memilih sangat setuju (ss) dengan presentase 26,4%, kemudian 9 orang memilih sangat tidak setuju (sts) dengan presentase 17,0%, dan selanjutnya 4 orang memilih ragu (n) dengan presentase 7,5%, dan yang terakhir 4 orang memilih tidak setuju (ts) dengan presentase 7,5%. Nilai pusat pertanyaan 40 (P40) dari data angket jawaban responden pada variabel Minat konsumen memiliki nilai *mean* sebesar 3,53, nilai median sebesar 4,00, dan nilai modus sebesar 4. Pada pernyataan ini rata-rata pedagang

daging ayam menjawab setuju, artinya pedagang daging ayam di Pasar Tanggul Jember mereka memiliki pelanggan tetap, karena konsumen mengetahui daging ayam yang di jual halal, dan mengajak konsumen lainnya untuk membeli juga, seperti kerabat saudara dan yang lainnya.

Untuk pertanyaan 41 (P41) terdapat 15 orang yang memilih setuju (s) dengan presentase 28,3 %, 14 orang memilih sangat setuju (ss) dengan presentase 26,4%, kemudian 11 orang memilih sangat tidak setuju (sts) dengan presentase 20,8%, dan selanjutnya 8 orang memilih ragu (n) dengan presentase 15,1%, dan yang terakhir 5 orang memilih tidak setuju (ts) dengan presentase 9,4%. Nilai pusat pertanyaan 41 (P41) dari data angket jawaban responden pada variabel Minat konsumen memiliki nilai *mean* sebesar 3,30, nilai median sebesar 4,00, dan nilai modus sebesar 4. Pada pernyataan ini rata-rata pedagang daging ayam menjawab setuju, artinya pedagang daging ayam di Pasar Tanggul Jember mereka memiliki pelanggan tetap, dan tidak mau membeli daging ayam selain yang bapak ibu jual.

Untuk pertanyaan 42 (P42) terdapat 15 orang yang memilih sangat tidak setuju (sts) dengan presentase 28,3 %, 13 orang memilih sangat setuju (ss) dengan presentase 24,5%, kemudian 11 orang memilih setuju (s) dengan presentase 20,8%, dan selanjutnya 10 orang memilih tidak setuju (ts) dengan presentase 18,9%, dan yang terakhir 4 orang memilih ragu (n) dengan presentase 7,5%. Nilai pusat pertanyaan 42 (P42) dari data angket jawaban responden pada variabel Minat

konsumen memiliki nilai *mean* sebesar 2,94, nilai median sebesar 4,00, dan nilai modus sebesar 1. Pada pernyataan ini rata-rata pedagang daging ayam menjawab sangat tidak setuju, artinya konsumen daging ayam di pasar Tanggul Jembertidak mau ngantri panjang.

Untuk pertanyaan 43 (P43) terdapat 15 orang yang memilih sangat setuju (ss) dengan presentase 28,3 %, 12 orang memilih sangat tidak setuju (sts) dengan presentase 22,6%, kemudian 12 orang memilih tidak setuju (ts) dengan presentase 22,6%, dan selanjutnya 7 orang memilih setuju (s) dengan presentase 13,2%, dan yang terakhir 7 orang memilih ragu (n) dengan presentase 13,2%. Nilai pusat pertanyaan 43 (P43) dari data angket jawaban responden pada variabel Minat konsumen memiliki nilai *mean* sebesar 3,02, nilai median sebesar 4,00, dan nilai modus sebesar 5. Pada pernyataan ini rata-rata pedagang daging ayam menjawab sangat setuju, artinya konsumen daging ayam di pasar Tanggul Jembermencari profil penjual daging ayam sebelum membeli daging ayam.

Untuk pertanyaan 44 (P44) terdapat 22 orang yang memilih setuju (s) dengan presentase 41,5 %, 12 orang memilih sangat setuju (ss) dengan presentase 22,6%, kemudian 8 orang memilih sangat tidak setuju (ts) dengan presentase 15,1%, dan selanjutnya 7 orang memilih tidak setuju (s) dengan presentase 13,2%, dan yang terakhir 4 orang memilih ragu (n) dengan presentase 7,5%. Nilai pusat pertanyaan 44 (P44) dari data angket jawaban responden pada variabel Minat

konsumen memiliki nilai *mean* sebesar 3,43, nilai median sebesar 4,00, dan nilai modus sebesar 4. Pada pernyataan ini rata-rata pedagang daging ayam menjawab setuju, artinya konsumen daging ayam di pasar Tanggul Jember mencari informasi terkait proses ternak ayam sebelum membeli daging ayam.

Untuk pertanyaan 45 (P45) terdapat 20 orang yang memilih setuju (s) dengan presentase 37,7 %, 12 orang memilih sangat setuju (ss) dengan presentase 22,6%, kemudian 9 orang memilih ragu (n) dengan presentase 17,0%, dan selanjutnya 6 orang memilih tidak setuju (s) dengan presentase 11,3%, dan yang terakhir 6 orang memilih sangat tidak setuju (sts) dengan presentase 11,3%. Nilai pusat pertanyaan 45 (P45) dari data angket jawaban responden pada variabel Minat

Konsumen memiliki nilai *mean* sebesar 3,49, nilai median sebesar 4,00, dan nilai modus sebesar 4. Pada pernyataan ini rata-rata pedagang daging ayam menjawab setuju, artinya konsumen daging ayam di pasar Tanggul Jember ingin melihat proses penyembelihan ayam sebelum membeli daging ayam.

### **3. Uji Asumsi Klasik**

#### **a. Uji Normalitas**

Uji normalitas adalah uji untuk melihat apakah data terdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik dan berdistribusi normal adalah memiliki nilai residual yang terdistribusi normal. Uji normalitas menjadi hal penting karena salah satu syarat

pengujian *parametric-test* (uji parametrik) adalah data harus memiliki distribusi normal.<sup>81</sup> Untuk menguji apakah distribusi data berdistribusi normal atau tidak, dalam penelitian ini dapat dilakukan dengan cara:<sup>82</sup>

- 1) Dengan melihat analisis grafik menggunakan *histogram normal probability test*. Hal ini dapat dilakukan dengan bantuan aplikasi komputer SPSS dengan melihat gambar grafik histogram, jika grafik histogram berbentuk lonceng yang berarti data terdistribusi normal atau tidak yang berarti data tidak berdistribusi normal.
- 2) Sebagai penguat dapat juga dengan melihat *normal probability plot*. Jika data berdistribusi normal, maka titik-titik akan menyatu dan mengikuti sekitar garis diagonal, namun jika tidak berdistribusi normal, maka titik-titik akan menyebar tidak beraturan dan menjauh dari garis diagonal.

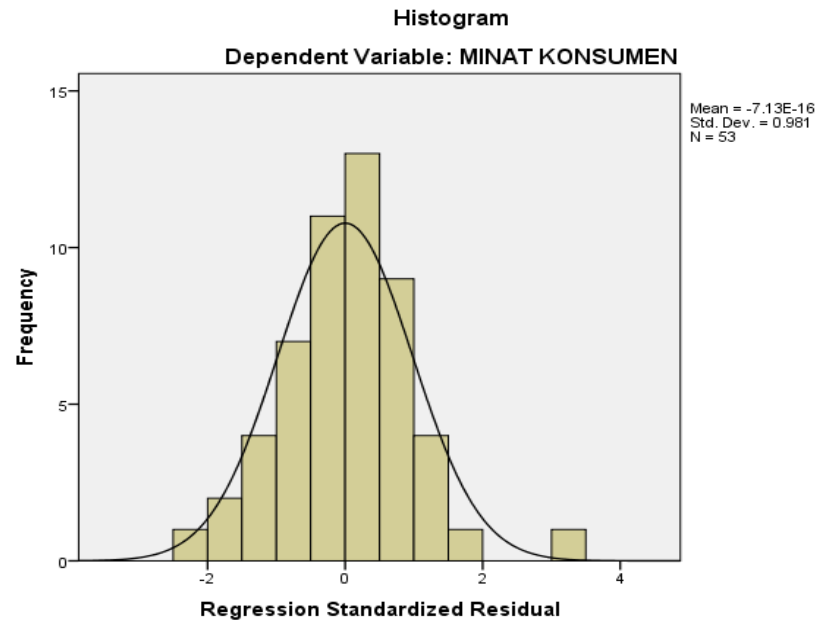
Cara yang kedua menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov*. Uji nilai *Kolmogorov-Smirnov* dimaksudkan untuk lebih meyakinkan dan mengantisipasi terjadinya kesalahan interpretasi grafik *Normal P-P Plot*.

Berikut ini adalah hasil uji normalitas dari data yang diperoleh dengan bantuan aplikasi SPSS versi 22:

<sup>81</sup>Sarjono, Haryadi. *SPSS vs LISRE, Sebuah Pengantar, Aplikasi untuk Riset*. (Jakarta: Salemba Empat, 2011), 21.

<sup>82</sup>Ibid., 61-66.

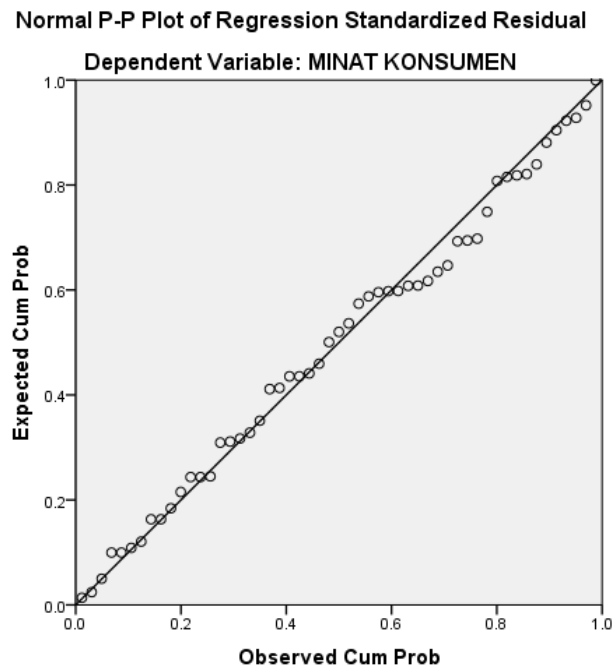
**Gambar 3.2**  
**Hasil Uji Normalitas dengan Grafik Histogram**  
*Normal Probability Test*



Sumber : Data Primer diolah, 2019

Jika dilihat dari grafik histogram di atas, dapat dilihat bahwa data hasil penelitian ini yang ditunjukkan oleh grafik histogram berbentuk lonceng mengikuti garis distribusi, sehingga dapat dikatakan bahwa data dalam penelitian ini berdistribusi normal. Kemudian, dipertegas dengan hasil grafik *normal probability plot* di bawah ini:

**Gambar 3.3**  
**Hasil Uji Normalitas dengan Grafik Histogram**  
*Normal Probability Plot*



Sumber : Data Primer diolah, 2019

Dari grafik *Normal P-P Plot* di atas, terlihat titik-titik *menyebar* disekitar garis diagonal yang mengikuti arah garis diagonal tersebut serta tidak ada titik yang terletak jauh dari sebaran titik lainnya. Dengan demikian data tersebut dapat dikatakan berdistribusi normal. Untuk mempertegas bahwa data penelitian berdistribusi normal, di bawah ini disajikan tabel hasil uji normalitas menggunakan metode *Kolmogorov-Smirnov*.

**Table 3.12**  
**Hasil Uji Normalitas dengan Kolmogorov Smirnov**

| One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test |                | Standardized Residual |
|------------------------------------|----------------|-----------------------|
| N                                  |                | 53                    |
| Normal Parameters <sup>a,b</sup>   | Mean           | .0000000              |
|                                    | Std. Deviation | .98058068             |
| Most Extreme Differences           | Absolute       | .072                  |
|                                    | Positive       | .072                  |
|                                    | Negative       | -.051                 |
| Test Statistic                     |                | .072                  |
| Asymp. Sig. (2-tailed)             |                | .200 <sup>c,d</sup>   |

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber : Data Primer diolah, 2019

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa nilai Asymp. Sig (2-tailed) diperoleh  $0,2 > 0,05$ . Maka uji normalitas dalam penelitian ini dinyatakan  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, sehingga dapat dikatakan residual berdistribusi normal. Artinya semua variabel atribut fisik dan atribut nilai berdistribusi normal. Tidak ada gangguan pada variabel atribut fisik dan atribut nilai.



### b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas adalah untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linier berganda. Dalam penelitian ini, cara untuk mengetahui ada atau tidaknya multikolinieritas adalah dengan melihat nilai determinasi  $R^2$  yang tinggi, di atas 0,8 atau 80 % yang berarti tidak terdapat multikolinieritas dan juga melihat signifikansi variabel-variabel independen dengan nilai  $t < \alpha$  (5 % atau 0,05) yang berarti variabel-variabel independen atau variabel-variabel bebas signifikan.<sup>83</sup> Berikut ini adalah tabel hasil uji multikolinieritas:

**Tabel 3.13**  
**Hasil Uji Multikolinieritas**

| Variabel                 | Signifikansi t |
|--------------------------|----------------|
| Atribut Fisik (X1)       | 0,000          |
| Atribut Nilai (X2)       | 0,000          |
| R square = 0,784 (78,4%) |                |

Sumber : Data Primer diolah, 2019

Dari hasil pengujian di atas dapat dilihat bahwa nilai  $R^2 = 0,784$  atau 78,4 % yang cukup tinggi di atas 0,7 atau 70 %. Sedangkan nilai signifikansi variabel atribut fisik (X1) adalah  $0,000 < 0,05$  yang berarti variabel atribut fisik (X1) signifikan, selanjutnya nilai signifikansi variabel atribut nilai (X2) adalah  $0,000 < 0,05$  yang berarti bahwa variabel atribut nilai (X2) signifikan. Dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinieritas antar variabel bebas dalam model regresi pada

<sup>83</sup>Zahriyah, *Aplikasi Komputer Statistik*, 72-75.

penelitian ini. Jadi tidak ada gangguan pada variabel Atribut Fisik dan Atribut Nilai.

### c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Salah satu cara untuk mendeteksi apakah terjadi heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan metode *glejser*.<sup>84</sup> Metode *glejser* dilakukan dengan cara meregresikan antara variabel independen dengan nilai absolut residualnya. Jika nilai signifikansi antara variabel independen dengan absolut residual lebih dari 0,05 maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

**Tabel 3.14**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Metode Glejser**

|       |               | Coefficients <sup>a</sup>   |            |                           |       |      |
|-------|---------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
|       |               | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | Sig. |
| Model |               | B                           | Std. Error | Beta                      |       |      |
| 1     | (Constant)    | 1.634                       | 2.967      |                           | .551  | .584 |
|       | ATRIBUT FISIK | .069                        | .044       | .219                      | 1.578 | .121 |
|       | ATRIBUT NILAI | -.016                       | .031       | -.071                     | -.511 | .611 |

a. Dependent Variable: ABRESS

Sumber : Data Primer diolah, 2019

Dari keterangan tabel di atas dapat diketahui bahwa semua variabel memiliki nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, yaitu variabel Atribut fisik (X1) mempunyai nilai signifikansi sebesar 0,121 > 0,05, variabel Atribut nilai mempunyai nilai signifikansi sebesar 0,611 > 0,05.

<sup>84</sup>Ibid, 83.

Dengan demikian dapat dikatakan bahwa model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas. Jadi tidak ada gangguan pada variabel atribut fisik dan atribut nilai.

#### 4. Uji Regresi Linier Berganda

Uji regresi linier berganda merupakan uji yang digunakan untuk menguji hubungan pengaruh antara lebih dari satu variabel bebas atau variable estimator atau variabel independen terhadap satu variabel terikat atau variabel dependen. Dalam penelitian ini terdapat satu variabel terikat dan dua variabel bebas. Berikut merupakan hasil uji regresi berganda antara variabel Atribut fisik( $x_1$ ), Atribut nilai( $x_2$ ) terhadap Minat konsumen (Y). Berikut ini adalah hasil perhitungan dengan SPSS untuk analisis regresi linier berganda:

**Tabel 3.15**  
**Hasil Persamaan Regresi Linier Berganda**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

| Model |               | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t      | Sig. |
|-------|---------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
|       |               | B                           | Std. Error | Beta                      |        |      |
| 1     | (Constant)    | 32.442                      | 4.779      |                           | 6.789  | .000 |
|       | ATRIBUT FISIK | .763                        | .070       | .719                      | 10.854 | .000 |
|       | ATRIBUT NILAI | .471                        | .051       | .616                      | 9.292  | .000 |

a. Dependent Variable: MINAT KONSUMEN  
Sumber : Data Primer diolah, 2019

Adapun modal persamaan regresi linier berganda dalam penelitian ini untuk variabel atribut fisik ( $X_1$ ), dan atribut nilai ( $X_2$ ) terhadap variabel minat konsumen (Y) secara umum adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

$$Y = 32.442 + 0,763X_1 + 0,471X_2 + e$$

Adapun maksud dari persamaan regresi linier berganda di atas adalah:

- a. Nilai konstanta sebesar 32.442 artinya jika seluruh variabel dianggap konstanta, maka nilai minat konsumen sebesar 32.442.
- b. Nilai koefisien variabel atribut fisik ( $X_1$ ) sebesar 0,763 berpengaruh signifikan terhadap minat konsumen, artinya setiap peningkatan variabel atribut fisik sebesar 1%, maka minat konsumen meningkat sebesar 0,763 dengan asumsi variabel atribut nilai bernilai tetap atau nol (0) atau konstan. Artinya produsen atau pedagang yang menerapkan atribut fisik pada daging ayam yang di jualnya, maka minat konsumen daging ayam akan meningkat.
- c. Nilai koefisien variabel atribut nilai ( $X_2$ ) sebesar 0,763 berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat konsumen, artinya setiap peningkatan variabel atribut nilai sebesar 1%, maka Minat Konsumen meningkat sebesar 0,763 dengan asumsi variabel atribut fisik bernilai tetap atau nol (0) atau konstan. Artinya produsen atau pedagang yang menerapkan atribut nilai pada daging ayam yang di jualnya, maka Minat konsumen daging ayam akan meningkat.

## 5. Uji Hipotesis

Uji hipotesis dipergunakan untuk menguji kebenaran suatu pernyataan secara statistik dan menarik kesimpulan apakah menerima atau menolak pernyataan tersebut.

### a. Uji t (Parsial)

Uji t (parsial) dapat dilakukan dengan cara membandingkan nilai t hitung yang diperoleh dari hasil *output* SPSS dengan taraf signifikansi  $\alpha = 0,05$  dalam penelitian ini dengan menggunakan hasil atau *output* SPSS adalah:<sup>85</sup>

Sig  $t < 0,05$  = maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

Sig  $t > 0,05$  = maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

Cara kedua uji t dalam penelitian ini adalah dengan membandingkan nilai t hitung dengan t tabel. Adapun kriteria keputusannya adalah:<sup>86</sup>

t hitung  $>$  t tabel = maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

t hitung  $<$  t tabel = maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

Adapun nilai t tabel dalam penelitian ini adalah 2,008. Nilai tersebut didapatkan dari df (*degree of freedom*) =  $n-k$  dimana  $n$  = banyak observasi atau jumlah responden keseluruhan dan  $k$  = banyaknya variabel baik variabel bebas maupun variabel terikat.<sup>87</sup> Jadi  $df = n-k = 53-3 = 50$ . Berikut adalah hasil pengujian dengan menggunakan SPSS 22:

<sup>85</sup>Zahriyah, *Aplikasi Komputer Statistik*, 56.

<sup>86</sup>Ibid.

<sup>87</sup>Sugiyono dan Susanto, *Cara Mudah Belajar SPSS dan Lisrel*, 170.

**TABEL 3.16**  
**Hasil Uji T (Parsial)**

**Coefficients<sup>a</sup>**

| Model |               | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t      | Sig. |
|-------|---------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
|       |               | B                           | Std. Error | Beta                      |        |      |
| 1     | (Constant)    | 32.442                      | 4.779      |                           | 6.789  | .000 |
|       | ATRIBUT FISIK | .763                        | .070       | .719                      | 10.854 | .000 |
|       | ATRIBUT NILAI | -.471                       | .051       | -.616                     | -9.292 | .000 |

a. Dependent Variable: MINAT KONSUMEN

Sumber: Data Primer diolah, 2019

Dari hasil uji t (parsial) dari tabel 3.14 di atas, pada variabel atribut fisik ( $X_1$ ) didapatkan nilai signifikansi t sebesar 0,000 dengan t hitung 6.789. Hal ini menunjukkan bahwa signifikansi  $t < 0,05$  ( $0,000 < 0,05$ ) dan  $t$  hitung  $> t$  tabel ( $6.789 > 2,008$ ). Sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, maka kesimpulannya variabel bebas (Atribut fisik) berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (minat konsumen daging ayam) di pasar Tanggul Jember Jember. Artinya seorang produsen (Pedagang daging ayam) menggunakan bahan baku (ayam) yang kualitasnya sangat bagus, dalam artian ayam tidak *afkiran* (tidak layak panen) dan mengemasnya dengan kemasan yang sangat menarik dengan kualitas daging ayam yang sangat bagus tentunya sehat, guna menarik minat konsumen untuk membeli kembali daging ayam.

Sedangkan untuk variabel atribut nilai ( $X_2$ ) didapatkan nilai signifikansi t sebesar 0,000 dengan t hitung 10.854. Hal ini menunjukkan bahwa signifikansi  $t < 0,05$  ( $0,000 < 0,05$ ) dan  $t$  hitung  $> t$  tabel ( $10.854 > 2,008$ ). Sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, maka

kesimpulannya variabel bebas (atribut nilai) berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (minat konsumen daging ayam) di pasar Tanggul Jember . Artinya Produsen (pedagang daging ayam) memiliki reputasi yang sangat bagus seperti halnya identitas produsen yang sangat bagus dan tidak pernah tercoreng di mata konsumen dan menceritakan proses produksi atau proses penyembelihan daging ayam kepada konsumen agar konsumen mengetahui terkait hal proses menyembelih daging ayam dengan seperti itu konsumen akan membeli kembali daging ayam.

b. Uji f (Simultan)

Uji f dalam model regresi berganda dimaksudkan untuk menguji signifikansi pengaruh semua variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan (bersama-sama). Hal ini dilakukan dengan membandingkan nilai signifikansi menggunakan hasil dari *output* SPSS dengan  $\alpha = 5\%$  atau 0,05, kriterianya sebagai berikut:<sup>88</sup>

Sig  $f < 0,05$  = maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

Sig  $f > 0,05$  = maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

Selain itu dapat dilakukan dengan cara membandingkan nilai  $f$  hitung dengan  $f$  tabel. Adapun kriteria yang digunakan adalah sebagai berikut:<sup>89</sup>

$f$  hitung  $>$   $f$  tabel = maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

$f$  hitung  $<$   $f$  tabel = maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

<sup>88</sup>Zahriyah, *Aplikasi Komputer Statistik*, 56.

<sup>89</sup>Ibid.

Adapun nilai f tabel dalam penelitian ini adalah 5,06. Nilai tersebut didapatkan dari  $df_1$  untuk pembilang atau sering disimbolkan dengan N1 dengan rumus  $df_1 = k-1$  dan  $df_2$  untuk penyebut atau sering disimbolkan dengan N2 dengan rumus  $df_2 = n-k$ , dimana  $n$  = banyak observasi atau jumlah responden keseluruhan dan  $k$  = banyaknya variabel baik variabel bebas maupun variabel terikat.<sup>90</sup> Jadi  $df_1$  (N1) =  $k-1 = 3-1 = 2$  dan  $df_2$  (N2) =  $n-k = 53-3 = 50$ . Berikut ini adalah hasil pengujian dengan menggunakan SPSS 22:

**Tabel 3.17**  
**Hasil Uji F (Simultan)**  
ANOVA<sup>a</sup>

| Model |            | Sum of Squares | df | Mean Square | F      | Sig.              |
|-------|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| 1     | Regression | 6449.981       | 2  | 3224.991    | 90.735 | .000 <sup>b</sup> |
|       | Residual   | 1777.151       | 50 | 35.543      |        |                   |
|       | Total      | 8227.132       | 52 |             |        |                   |

a. Dependent Variable: MINAT KONSUMEN

b. Predictors: (Constant), ATRIBUT NILAI, ATRIBUT FISIK

Sumber: Data Primer diolah, 2019

Berdasarkan hasil uji f (simultan) di atas, didapatkan nilai signifikansi f sebesar 0,000 dengan f hitung sebesar 90.735. Karena signifikansi f < 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ) dan f hitung > f tabel ( $90.735 > 3,18$ ), maka  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel atribut fisik dan atribut nilai berpengaruh secara simultan terhadap Minat Konsumen Daging Ayam di pasar Tanggul Jember. Artinya atribut fisik dan atribut nilai memiliki relevansi dalam penjualan daging ayam. Bahan baku (ayam) yang di gunakan sangat

<sup>90</sup>Sugiyono dan Susanto, *Cara Mudah Belajar SPSS dan Lisrel*, 207.



bagus dan tidak afkiran (tidak layak panen), proses produksinyapun juga sesuai syariah dan di jelaskan kepada konsumen terkait dengan reputasi produsen yang sangat bagus terhadap konsumen guna menarik minat konsumen untuk membeli kembali daging ayam dengan seperti itu konsumen akan betah dan setia kepada kita untuk membeli daging ayam.

c. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) menunjukkan besarnya presentase variasi seluruh variabel-variabel bebas atau variabel-variabel independen yang dapat diterangkan oleh persamaan regresi (variasi varian independen) yang dihasilkan, sisanya dijelaskan oleh variabel lain di luar model. Untuk menunjukkan nilai koefisien determinasi pada *output* SPSS dinyatakan dengan nilai *R Square* pada tabel *Model Summary* sebagai berikut:

**Tabel 3.18**  
**Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

| Model Summary <sup>b</sup> |                   |          |                   |                            |
|----------------------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model                      | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1                          | .885 <sup>a</sup> | .784     | .775              | 5.962                      |

a. Predictors: (Constant), ATRIBUT NILAI, ATRIBUT FISIK

b. Dependent Variable: MINAT KONSUMEN

Sumber: Data Primer diolah, 2019

Hasil perhitungan yang dilakukan dengan menggunakan SPSS 22 diperoleh nilai R square sebesar 0,784 atau 78,4%, jadi variabel atribut fisik, dan atribut nilai memiliki hubungan determinasi terhadap variabel Y sebesar 78,4% dan sisanya 21,6% dipengaruhi oleh variabel lain di

luar model. Jadi faktor-faktor yang mempengaruhi minat konsumen daging ayam adalah atribut fisik dan atribut nilai sebesar 78,4%. Demikian sisanya sebesar 21,6% dipengaruhi Faktor lain di luar Faktor penelitian.

#### **D. Pembahasan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, bahwa telah terbukti jika variabel atribut fisik dan atribut nilai berpengaruh signifikan minat konsumen daging ayam di Pasar Tanggul Jember Jember. Pembahasan di sini akan lebih memfokuskan terkait dengan menjawab rumusan masalah dalam penelitian ini. Oleh karena itu, pembahasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

##### **1. Analisis Atribut Fisik Terhadap Minat konsumen Daging Ayam di Pasar Tanggul Jember Secara Parsial**

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa nilai  $t$  hitung variabel *atribut fisik* ( $X_1$ ) sebesar  $10.854 > t$  tabel 2,008 dengan nilai probabilitas signifikansi  $0,000 < \alpha$  (0,05). Nilai  $t$  hitung yang lebih besar dari  $t$  tabel dan probabilitas signifikansi yang lebih kecil dari nilai taraf signifikan menunjukkan bahwa variabel atribut fisik berpengaruh signifikan terhadap minat konsumen daging ayam. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan variabel atribut fisik berpengaruh terhadap minat konsumen daging ayam diterima. Setiap peningkatan 1% atribut fisik yang dalam penelitian ini meliputi bahan baku, bentuk barang dan kualitas, benar akan meningkatkan minat konsumen daging ayam sebesar 0,763%. Hal ini

menunjukkan bahwa penerapan atribut fisik dapat Meningkatkan Minat konsumen daging ayam di pasar Tanggul Jember Jember.

Sebuah produk yang dihasilkan oleh produsen menjadi berharga atau bernilai bukan karena adanya berbagai atribut fisik dari produk semata, tetapi juga karena adanya nilai (*value*) yang dipandang berharga oleh konsumen, nilai (*value*) yang di maksud adalah keberkahan, kesehatan dan *mashlahah* ketika sudah mengkonsumsi daging ayam. Atribut fisik yang melekat pada suatu barang misalnya bahan baku pembuatannya, kualitas keawetan barang tersebut, bentuk atau desain barang, dan lain-lain. Atribut fisik suatu barang esensinya menentukan peran fungsional dari barang tersebut dalam memenuhi kebutuhan konsumen.<sup>91</sup> Atribut fisik suatu barang pada esensinya menentukan peran fungsional dari barang tersebut dalam memenuhi kebutuhan konsumen.<sup>92</sup>

## **2. Analisis Atribut Nilai Terhadap minat konsumen daging ayam di Pasar Tanggul Jember Secara Parsial**

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa nilai  $t$  hitung variabel atribut nilai ( $X_2$ ) sebesar  $9.292 > t$  tabel  $2,008$  dengan nilai probabilitas signifikansi  $0,000 < \alpha$  ( $0,05$ ). Nilai  $t$  hitung yang lebih besar dari  $t$  tabel dan probabilitas signifikansi yang lebih kecil dari nilai taraf signifikan menunjukkan bahwa variabel atribut nilai berpengaruh signifikan terhadap minat konsumen daging ayam. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan variabel atribut nilai berpengaruh terhadap Minat Konsumen

<sup>91</sup> Pusat pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI) Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, *Ekonomi Islam*, 260.

<sup>92</sup> *Ibid.*, 260.

daging ayam diterima. Setiap peningkatan 1% atribut nilai yang dalam penelitian ini meliputi Citra/merek, Reputasi Produsen dan Proses Produksi atau proses penyembelihan ayam, benar akan meningkatkan Minat konsumen daging ayam sebesar 0,471%. Hal ini menunjukkan bahwa penerapan Atribut nilai dapat Meningkatkan Minat konsumen daging ayam di pasar Tanggul Jember Jember.

Atribut nilai yang melekat pada suatu produk bersifat subjektif, dalam pandangan ekonomi Islam produk juga merupakan kombinasi dari atribut fisik dan nilai (*value*). Konsep ekonomi Islam tentang atribut fisik suatu barang mungkin tidak berbeda dengan pandangan pada umumnya, tetapi konsep nilai yang harus ada dalam setiap barang adalah nilai – nilai keislaman (*Islamic value*). Adanya nilai – nilai ini pada akhirnya akan memberikan berkah pada suatu barang.<sup>93</sup>

### **3. Analisis Atribut Nilai Terhadap Minat Konsumen Daging Ayam di Pasar Tanggul Jember Secara Simultan**

Berdasarkan hasil perhitungan uji f dengan dapat dilihat bahwa *atribut nilai dan atribut fisik* berpengaruh secara simultan terhadap Minat konsumen daging ayam di pasar Tanggul Jember Jember. Hal ini dapat dibuktikan dengan nilai signifikansi  $f < 0,05$  ( $0,000 < 0,05$ ) dan  $f \text{ hitung} > f \text{ tabel}$  ( $90.735 > 3,18$ ), maka hipotesis menyatakan  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh yang signifikan

---

<sup>93</sup> Ibid., 260.

atribut fisik dan atribut nilai secara simultan terhadap minat konsumen daging ayam di pasar Tanggul Jember Jember.

Atribut fisik suatu barang pada dasarnya bersifat objektif, dapat diperbandingkan satu sama lainnya, tetapi nilai yang melekat pada suatu barang bernilai subjektif. Dalam pandangan ekonomi islam produk juga merupakan kombinasi dari atribut fisik dan nilai (*value*). Konsep ekonomi islam tentang atribut fisik suatu barang mungkin tidak berbeda dengan pandangan pada umumnya, tetapi konsep nilai yang harus ada pdalam setiap barang adalah nilai nilai keislaman (*Islamic Values*). Adanya nilai – nilai ini pada akhirnya akan memberikan berkah pada suatu barang. Setiap barang yang tidak mengandung berkah tidak bisa dianggap sebagai barang yang memberikan *mashlahah*. Jadi jelas bahwa suatu produk harus memiliki atribut fisik sekaligus berkah (atribut nilai) agar membawa *mashlahah*.<sup>94</sup>

---

<sup>94</sup> Ibid., 260-261.

## BAB IV

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Dengan melihat hasil penelitian yang telah dibahas mengenai analisis atribut fisik dan atribut nilai terhadap minat konsumen daging ayam di Pasar Tanggul Jember, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil pengujian dengan menggunakan uji t untuk variabel Atribut fisik berpengaruh signifikan terhadap minat konsumen daging ayam di pasar Tanggul Jember dengan tingkat signifikan  $0,000 < 0,05$ . Artinya seorang produsen (Pedagang daging ayam) menggunakan bahan baku (ayam) yang kualitasnya sangat bagus, dalam artian ayam tidak *afkiran* (tidak layak panen) dan mengemasnya dengan kemasan yang sangat menarik dengan kualitas daging ayam yang sangat bagus tentunya sehat, guna menarik minat konsumen untuk membeli kembali daging ayam.
2. Hasil pengujian dengan menggunakan uji t, variabel Atribut nilai berpengaruh signifikan terhadap Minat konsumen daging ayam di pasar Tanggul Jember dengan tingkat signifikan  $0,000 < 0,05$ . Artinya produsen (pedagang daging ayam) memiliki reputasi yang sangat bagus seperti halnya identitas produsen yang sangat bagus dan tidak pernah tercoreng di mata konsumen dan menceritakan proses produksi atau proses penyembelihan daging ayam kepada konsumen agar konsumen mengetahui terkait hal proses menyembelih daging ayam dengan seperti itu konsumen akan membeli kembali daging ayam.

3. Hasil pengujian secara simultan untuk analisis atribut fisik dan atribut nilai berpengaruh signifikan terhadap minat konsumen daging ayam di pasar Tanggul Jember dengan tingkat signifikan  $0,000 < 0,05$ . Artinya atribut fisik dan atribut nilai memiliki relevansi dalam penjualan daging ayam. Bahan baku (ayam) yang di gunakan sangat bagus dan tidak afkiran (tidak layak panen), proses produksinyapun juga sesuai syariah dan di jelaskan kepada konsumen terkait dengan reputasi produsen yang sangat bagus terhadap konsumen guna menarik minat konsumen untuk membeli kembali daging ayam dengan seperti itu konsumen akan loyal dan setia kepada kita untuk membeli daging ayam.

IAIN JEMBER

## B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah disajikan, maka selanjutnya peneliti menyampaikan saran-saran yang kiranya dapat memberikan manfaat kepada pihak-pihak yang terkait atas hasil penelitian ini. Adapun saran-saran yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut:

### 1. Bagi pedagang daging ayam di pasar Tanggul

Selain menerapkan atribut fisik dan atribut nilai dalam memproduksi dan menjual daging ayam, juga diharapkan untuk menerapkan prinsip etika bisnis Islam seperti transparansi dalam menimbang daging ayam, kehendak bebas, dan lain sebagainya.

### 2. Bagi peneliti lain

Atas berbagai keterbatasan dalam penelitian ini, penulis menyarankan untuk penelitian selanjutnya perlu didalami dengan menggunakan penelitian kualitatif yang pendalamannya menggunakan wawancara, tentang halal *value chain* dalam jual beli daging ayam, karena keterbatasan peneliti jika menggunakan metode kuantitatif banyak pedagang daging ayam yang kesulitan menjawab kuisioner karena tidak bisa membaca, ketika menggunakan kualitatif dan pendalamannya menggunakan wawancara maka akan lebih mudah berkomunikasi dengan pedagang.



## DAFTAR PUSTAKA

- Al- Bugha, Musthafa Dib. 2017. *Ringkasan fikih mazhab syafi'i*, Noura. Jakarta Selatan: PT. Mizan Publika.
- Ashar, Nurul. 2016. Pengaruh Etika Bisnis Islami terhadap Tingkat Kuantitas Penjualan Produk pada Perusahaan Air Minum PT. BUYA BAROKAH Kudus. Skripsi: UIN Walisongo Semarang.
- Dangnga, M Taslim. 2016. Jurnal Penelitian: Analisis Penerapan Metode Economic Order Quantity Dan Reorder Point untuk Pengendalian Persediaan Bahan Baku pada P.T. Japfa Comfeed Indonesia Tbk Di Kota Makasar.
- Fauziah, Anisatul. 2017. Jurnal Penelitian: Kajian Psikolinguistik Pada Proporsi Citra Merek.
- Ferdinand, Augusty. 2002. *Pengembangan Minat Beli Merek Ekstensi*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. 2009. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Irawan, Deny dan Edwin Japarianto. 2013. Jurnal Penelitian: Analisa Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening pada Pelanggan Restoran Por ke Surabaya.
- Kementrian Agama. 2015. *Al-Qur'an Terjemah per Kata Latin dan Kode Tajwid Latin*. Jakarta: Al-Hadi Media Kreasi.
- Latan, Hengky. *Analisis Multivariate: Teknik dan Aplikasi*. Bandung: Alfabeta.
- Musayana. 2017. Pengaruh Etika Bisnis UD Sumber Jaya Terhadap Kepuasan Konsumen di Pasar Mimbaan Kecamatan Panji Kabupaten Situbondo. Skripsi, Universitas Jember.
- Mutiara. 2018. Analisis Preferensi Konsumen terhadap Daging Ayam Ras di Kota Surakarta. Skripsi Fakultas Pertanian Universitas sebelas Maret Surakarta.
- Nisfiannor, Muhammad. 2009. *Pendekatan Statistika Modern untuk Ilmu Sosial*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Nugraha Agung, I Gusti. 2008. *Teori Ekonomi Mikro*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.

- Oktawanti. 2017. Analisis Preferensi Konsumen Dalam Membeli Dagigng sapi Di Kota Surakarta. skripsi Fakultas Pertanian Universitas sebelas Maret Surakarta.
- Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI) Universitas Islam Indonesia Yogyakarta. 2014. *Ekonomi Islam*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- RahmatSyah, Tantri Yanuar. 2013 Jurnal Penelitian: Perbedaan Pengaruh Citra Merek dan Reputasi Perusahaan Terhadap Suatu Produk, Nilai Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan di Pasar Bisnis.
- Saidani, Basrah, Samsul Arifin. 2013 Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli pada Ranch Market Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia.
- Saputra, Faisal Yusuf. 2018. Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Keuntungan Usaha Pengusaha *Laundry* di Kecamatan Tembalang. Skripsi: UIN Walisongo Semarang .
- Sarjono, Haryadi. 2011.*SPSS vs LISREL: Sebuah Pengantar, Aplikasi untuk Riset*. Jakarta: Salemba Empat.
- Setiawati, Wiwit. 2006. Analisis Pengaruh Faktor Produksi terhadap Produksi Industri engasapan Ikanan di Kota Semarang. Tesis .Semarang: Universitas Diponogoro.
- Siregar, Syofian. *Statistik Deskriptif untuk Penelitian Dilengkapi Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*.
- Sugiyono dan Agus Susanto. 2015. Cara Mudah Belajar SPSS dan Lisrel, Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, Agus Susanto. 2015. *Cara Mudah Belajar SPSS & Lisrel*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Teguh, Muhammad. 2001. *Metodologi Penelitian Ekonomi Teori dan Aplikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Tim Penyusun. 2015 *Pedoman Karya Ilmiah*. Jember, IAIN Jember Press.
- Wibowo, Sukarno.2013. *Ekonomi Mikro Islam*. Bandung: Pustaka setia.

Wijaya, Marifa Arum. 2017. Analisis Preferensi Konsumen dalam membeli daging ayam Ras di Pasar Tradisional Kabupaten Karanganyar. skripsi Fakultas Pertanian Universitas sebelas Maret Surakarta.

Yunnus, Muhammad. 2017. Pengaruh Etika Bisnis Islam dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen Studi Kasus pada UKM Bandeng Tandu Kendal. Skripsi: UIN Walisongo Semarang.

Zahriyah, Aminatus. 2018. *Aplikasi Komputer Statistik (Teori dan Aplikasi dengan SPSS 22)*. Jember:IAIN Jember Press.



## PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Muhammad Faisol Abda'  
NIM : E20152146  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Prodi : Ekonomi Syari'ah  
Perguruan Tinggi : IAIN Jember

Dengan ini Menyatakan bahwa Skripsi yang berjudul “ *Analisis Atribut Fisik dan Atribut Nilai Terhadap Minat Konsumen Daging Ayam di Pasar Tanggul Jember*” Merupakan hasil Penelitian dan Karya saya sendiri, Kecuali bagian-bagian yang di rujuk sumbernya.

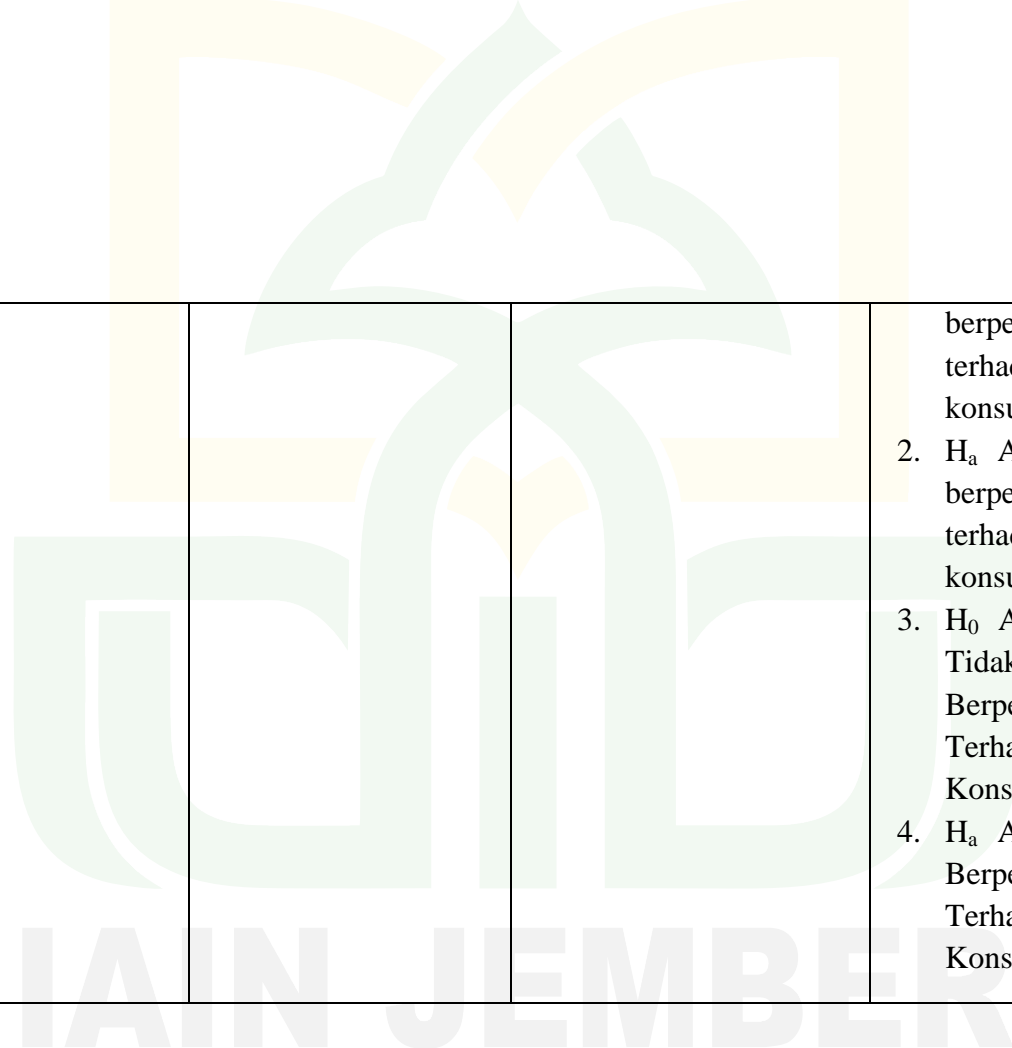
Jember, 13 Januari 2020  
Saya yang menyatakan



Muhammad Faisol Abda'  
NIM: E20152146

## Matrik Penelitian

| JUDUL  | VARIABEL   | INDIKATOR   | RESPONDEN                                | METODE PENELITIAN   | Hipotesis  | FOKUS PENELITIAN  |
|--|--|---|--|---|--|---|
| Analisis Atribut Fisik dan Atribut Nilai Terhadap Minat Konsumen Daging Ayam Di Pasar Tanggul. | 1. Atribut Fisik<br><br>2. Atribut Nilai.<br><br>3. Minat konsumen | 1. Bahan baku<br>2. Bentuk Barang<br>3. Kualitas<br><br>1. Citra / Merek<br>2. Reputasi Produsen<br>3. Proses Produksi atau Proses pembelian<br><br>1. Transaksional<br>2. Refrensial<br>3. Peferensial<br>4. eksploratif | 1. Konsumen daging ayam Di Pasar Tanggul | 1. Pendekatan penelitain kuantitatif<br>2. Jenis Penelitian:<br>a. Angket/kuisisioner<br>b. Dokumentasi<br>c. Observasi<br>3. Keabsahan Data: Analisis Rgresi Linier Berganda | Hipotesis Secara Simultan<br>1. $H_0$ Atribut fisik dan Atribut Nilai Tidak Berpengaruh Terhadap Minat konsumen<br>2. $H_a$ Atribut Fisik dan Atribut Nilai Berpengaruh terhadap Minat konsumen<br><br>Hipotesis Secara Parsial<br>1. $H_0$ Atribut dfisik Tidak | 1. Apakah atribut fisik dan nilai berpengaruh secara simultan terhadap minat konsumen daging ayam di pasar manggisan Tanggul?<br><br>2. Apakah atribut fisik berpengaruh secara parsial terhadap minat konsumen daging ayam di pasar manggisan Tanggul? |



|  |  |  |  |  |   |  |
|--|--|--|--|--|---|--|
|  |  |  |  |  | <p>berpengaruh terhadap Minat konsumen</p> <p>2. <math>H_a</math> Atribut Fisik berpengaruh terhadap minat konsumen</p> <p>3. <math>H_0</math> Atribut Nilai Tidak Berpengaruh Terhadap Minat Konsumen</p> <p>4. <math>H_a</math> Atribut Nilai Berpengaruh Terhadap Minat Konsumen</p> | <p>3. Apakah atribut nilai berpengaruh secara parsial terhadap minat konsumen daging ayam di pasar manggisian Tanggul?</p> |
|--|--|--|--|--|---|--|



**KEMENTERIAN AGAMA**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
Jl. Mataram No. 1 Mangli, Telp. : (0331) 487550, 427005, Fax. (0331) 427005, Kode Pos : 68136  
Website : WWW.in-jember.ac.id – e-mail : info@iain-jember.ac.id  
**J E M B E R**

Nomor : B- 320/In.20/7.a/PP.00.9/06/2019  
Lampiran : -  
Perihal : **Permohonan Penelitian**

Kepada Yth.  
Kepala Pimpinan Unit Pasar Tanggul  
di-  
TEMPAT

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

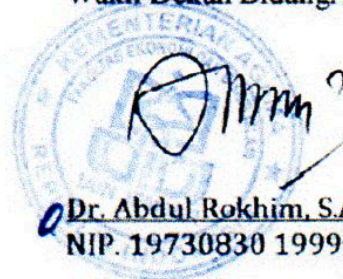
Diberitahukan dengan hormat, mohon berkenan kepada bapak/ibu pimpinan untuk memberikan izin rekomendasi dengan identitas sebagai berikut:

Nama Mahasiswa : Muhammad Faisol Abda'  
NIM : E20152146  
Semester : VIII  
Jurusan : Ekonomi Islam  
Prodi : Ekonomi Syariah  
No Telpn : 081334335074  
Dosen Pembimbing : Nikmatul Masruroh, M.E.I  
NIP : 19820922 200901 2 005  
Judul Penelitian : "ANALISIS ATRIBUT FISIK DAN ATRIBUT NILAI TERHADAP MINAT KONSUMEN DAGING AYAM DI PASAR TANGGUL"

Demikian surat permohonan izin rekomendasi ini, atas perhatian dan kerjasamanya disampaikan terimakasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Jember, 22 Maret 2019  
a.n. Dekan,  
Wakil Dekan Bidang Akademik



Dr. Abdul Rokhim, S.Ag., M.E.I  
NIP. 19730830 199903 1 002

Tembusan:

1. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
2. LP2M IAIN Jember
3. Arsip



**DINAS PASAR UNIT TANGGUL**  
**PEMERINTAH KABUPATEN JEMBER**

Jl. PB. Sudirman No. 1 Tanggul Tlp. / Fax. 0331- 757861 Kode pos. 68155

**SURAT KETERANGAN**

Nomor: 511.2/W/35.09.331/2020

Yang Bertandatangan di bawah ini:

Nama : Kadang Cahyono  
NIP : 197406262008011006  
Jabatan : Kepala Unit Pasar Tanggul  
Alamat : Curah bamban Tanggul Wetan Tanggul Jember

Menerangkan bahwa:

Nama : Muhammad Faisol Abda  
NIM : E20152146  
Semester : IX  
Prodi : Ekonomi Syariah

Telah melakukan penelitian untuk tugas akhir dengan judul <sup>46</sup> Analisis Atribut Fisik dan Atribut Nilai terhadap Minat konsumen daging Ayam di Pasar Tanggul<sup>47</sup> di Pasar Tanggul Pada Tanggal 22 Maret 2019 s.d. 20 November 2019. Demikian surat ini kami buat untuk di gunakan sebagai mana mestinya.


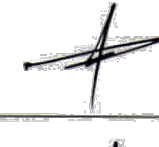
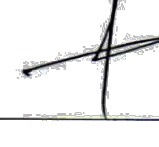
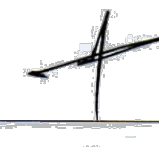

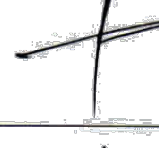
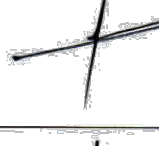

Jember, 27 Desember 2019  
Kepala Unit Pasar Tanggul



**KADANG CAHYONO**  
NIP. 197406262008011006



**JURNAL KEGIATAN PENELITIAN PASAR TANGGUL KABUPATEN JEMBER**

| No | Tanggal         | Keterangan   | Paraf   |
|----|-----------------|--|---|
| 1  | 22 Maret 2019   | Menyerahkan surat Penelitian Kepada Kantor Pasar Unit Tanggul              |    |
| 2  | 30 Juni 2019    | Surve Pedagang daging ayam sebelum penyebaran Kuisisioner/angket.          |    |
| 3  | 03 Juli 2019    | Penyebaran kuisisioner/angket kepada pedagang daging ayam di pasar Tanggul |    |
| 4  | 04 Juli 2019    | Penyebaran kuisisioner/angket kepada pedagang daging ayam di pasar Tanggul |    |
| 5  | 05 Juli 2019    | Penyebaran kuisisioner/angket kepada pedagang daging ayam di pasar Tanggul |   |
| 6  | 06 Juli 2019    | Penyebaran kuisisioner/angket kepada pedagang daging ayam di pasar Tanggul |  |
| 7  | 10 Agustus 2019 | Wawancara sekaligus Meminta File Struktur dan sejarah Pasara Tanggul       |  |
| 8  | 27-Des-2019     | Meminta surat Keterangan Selesai Penelitian.                               |  |

Jember, 07 Januari 2020  
Kepala Unit Pasar Tanggul



**KADANG CAHYONO**  
NIP. 197406262008011006

## **Kuesioner Untuk Pedagang**

### **Judul:**

### **Analisis Atribut Fisik Dan Atribut Nilai Terhadap Minat Konsumen Daging Ayam Di Pasar Tanggul**

#### **A. PETUNJUK PENGISIAN**

1. Mohon dengan hormat bantuan dan kesediaan bpk/ibu/sdr untuk mengisi seluruh pernyataan yang ada.
2. Isilah dengan jawaban yang sejujur-jujurnya.
3. Beri tanda silang (x) pada salah satu pilihan jawaban yang bpk/ibu/sdr paling sesuai dengan keadaan sebenarnya.
4. Ada lima alternatif jawaban yang disediakan (kategori Likert), yaitu:
  - a. Sangat setuju (SS) (5)
  - b. Setuju (S) (4)
  - c. Ragu-ragu (N) (3)
  - d. Tidak setuju (TS) (2)
  - e. Sangat tidak setuju (STS) (1)
5. Seluruh jawaban yang bpk/ibu/sdr berikan dianggap benar dan terjamin kerahasiaannya.
6. Instrumen berupa ceklist ini hanya digunakan untuk kepentingan penelitian semata, tidak untuk yang lain.

**IAIN JEMBER**

## B. KARAKTERISTIK RESPONDEN

1. Nama :
2. Alamat :
3. Usia :
4. Jenis kelamin :
5. Pendidikan Terakhir \*): a. SD c. SMA/SLTA  
b. SMP/SLTP d. Perguruan tinggi
6. Lama Berdagang :

\*) pilih salah satu dengan memberi tanda silang (X) pada jawaban yang dipilih.

## C. PERNYATAAN

### 1. Atribut Fisik

| No                   | Pernyataan   | Alternatif Jawaban |   |   |    |     |
|----------------------|--|--------------------|---|---|----|-----|
|                      |  | SS                 | S | N | TS | STS |
| <b>BAHAN BAKU</b>    |  |                    |   |   |    |     |
| 1                    | Konsumen menanyakan umur ayam kepada produsen  |                    |   |   |    |     |
| 2                    | Konsumen lebih memilih daging ayam yang umurnya sudah sesuai standart potong               |                    |   |   |    |     |
| 3                    | Konsumen menanyakan kondisi ayam sebelum dipotong  |                    |   |   |    |     |
| 4                    | Konsumen lebih memilih daging ayam yang sehat(tidak sakit saat disembelih).                |                    |   |   |    |     |
| 5                    | Konsumen menanyakan makanan pokok daging ayam yang akan di beli.                           |                    |   |   |    |     |
| <b>BENTUK BARANG</b> |  |                    |   |   |    |     |
| 1                    | Konsumen lebih memilih daging ayam yang kelihatan dengan warna yang cerah dan segar        |                    |   |   |    |     |
| 2                    | Konsumen lebih memilih daging ayam yang besar tapi ringan bobotnya                         |                    |   |   |    |     |
| 3                    | Konsumen lebih memilih daging ayam yang kecil tapi berat bobotnya                          |                    |   |   |    |     |
| 4                    | Konsumen menekan-nekan daging ayam sebelum membeli untuk mengetahui daging ayam yang sehat |                    |   |   |    |     |

|                 |  |  |  |  |  |  |
|-----------------|--|--|--|--|--|--|
| 5               | Konsumen menanyakan jenis ayam (ayam Potong Apa Ayam kampung).                                   |  |  |  |  |  |
| <b>KUALITAS</b> |  |  |  |  |  |  |
| 1               | Konsumen mencium bau ayam sebelum dibeli   |  |  |  |  |  |
| 2               | Konsumen lebih memilih daging ayam yang baunya masih segar                                       |  |  |  |  |  |
| 3               | Konsumen lebih memilih daging ayam dengan harga yang lebih murah dan tidak menghiraukan kualitas |  |  |  |  |  |
| 4               | Konsumen menanyakan kadar gizi ayam sebelum membelinya   |  |  |  |  |  |
| 5               | Konsumen lebih memilih daging ayam dengan kadar gizi yang tinggi                                 |  |  |  |  |  |

## 2. Atribut nilai

| No                   | Pernyataan   | Alternatif Jawaban |   |   |    |     |
|----------------------|--|--------------------|---|---|----|-----|
|                      |  | SS                 | S | N | TS | STS |
| <b>Citra / Merek</b> |  |                    |   |   |    |     |
| 1                    | Daging ayam yang bapak/ibu jual dipandang lebih bagus dari pada pedagang yang lain                                 |                    |   |   |    |     |
| 2                    | Daging ayam yang bapak/ibu jual memiliki tanda khusus atau merk yang dapat membedakan dengan daging ayam yang lain |                    |   |   |    |     |
| 3                    | Merk / Lebel merupakan hal yang penting bagi konsumen  |                    |   |   |    |     |
| 4                    | Konsumen lebih memilih daging ayam yang sudah memiliki merk / Lebel  |                    |   |   |    |     |
| 5                    | Bapak/ibu membuat logo khusus buat kemasan daging ayam yang bapak/ibu jual   |                    |   |   |    |     |
| <b>REPUTASI</b>      |  |                    |   |   |    |     |
| 1                    | Sebelum membeli daging ayam, produsen menanyakan latar belakang bapak/atau ibu pedagang daging ayam                |                    |   |   |    |     |
| 2                    | Konsumen lebih memilih belanja pada orang yang dikenal sebelumnya  |                    |   |   |    |     |
| 3                    | Pelanggan bapak/ibu adalah orang yang sangat mengenal bapak/ibu  |                    |   |   |    |     |
| 4                    | Bapak/ibu dikenal memiliki kualitas daging ayam yang sangat baik di mata konsumen                                  |                    |   |   |    |     |
| 5                    | Konsumen memastikan agama penjual  |                    |   |   |    |     |

|                        |  |  |  |  |  |  |
|------------------------|--|--|--|--|--|--|
|                        | daging ayam  |  |  |  |  |  |
| <b>PROSES PRODUKSI</b> |  |  |  |  |  |  |
| 1                      | Konsumen menanyakan proses penyembelihan sebelum membeli daging ayam             |  |  |  |  |  |
| 2                      | Konsumen menanyakan alat untuk menyembelih ayam                                  |  |  |  |  |  |
| 3                      | Konsumen menanyakan proses penyembelihan sebelum membeli daging ayam             |  |  |  |  |  |
| 4                      | Konsumen menanyakan halal/tidaknya daging ayam                                   |  |  |  |  |  |
| 5                      | Konsumen memastikan Ayam yang di sembelih tidak setres.                          |  |  |  |  |  |
| 6                      | Konsumen menanyakan Pisau / alat potong ayam yang di gunakan tajam / tidak.      |  |  |  |  |  |
| 7                      | Konsumen menanyakan Sebelum Memotong ayam membaca Basmalah / Sholawat apa tidak. |  |  |  |  |  |

### 3. Minat konsumen

| No                   | Pernyataan   | Alternatif Jawaban |   |   |    |     |
|----------------------|--|--------------------|---|---|----|-----|
|                      |  | SS                 | S | N | TS | STS |
| <b>Transaksional</b> |  |                    |   |   |    |     |
| 1                    | Bapak/ibu memiliki pelanggan tetap   |                    |   |   |    |     |
| 2                    | Kebanyakan konsumen kembali lagi setelah pembelian daging ayam pertama (menjadi pelanggan)       |                    |   |   |    |     |
| 3                    | Konsumen berlangganan karena kualitas daging ayam yang bapak/ibu jual                            |                    |   |   |    |     |
| 4                    | Konsumen berlangganan karena sudah mengenal bapak/ibu  |                    |   |   |    |     |
| <b>Referensial</b>   |  |                    |   |   |    |     |
| 1                    | Konsumen berlangganan karena tahu daging ayam yang bapak jual halal                              |                    |   |   |    |     |
| 2                    | Konsumen mengajak kerabatnya untuk membeli daging ayam ke bapak/ibu                              |                    |   |   |    |     |
| 3                    | Konsumen selalu menceritakan keunggulan daging ayam yang bapak/ibu jual                          |                    |   |   |    |     |
| <b>Preferensial</b>  |  |                    |   |   |    |     |
| 1                    | Konsumen akan mengutamakan daging ayam yang bapak/ibu jual walaupun banyak daging ayam yang lain |                    |   |   |    |     |



## TABULASI DATA KUISIONER/ANGKET

| NO | Atribut Fisik |    |    |    |    |    |    |    |    |     |     |     |     |     |     | Skor Total |
|----|---------------|----|----|----|----|----|----|----|----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|------------|
|    | p1            | p2 | p3 | p4 | p5 | p6 | p7 | p8 | p9 | p10 | P11 | P12 | P13 | P14 | P15 | Σ          |
| 1  | 4             | 4  | 5  | 4  | 5  | 5  | 4  | 4  | 4  | 4   | 4   | 4   | 4   | 2   | 5   | 62         |
| 2  | 5             | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 75         |
| 3  | 4             | 5  | 4  | 2  | 4  | 3  | 4  | 3  | 2  | 2   | 1   | 4   | 4   | 3   | 3   | 48         |
| 4  | 4             | 4  | 5  | 3  | 4  | 3  | 5  | 3  | 3  | 3   | 5   | 4   | 4   | 4   | 4   | 58         |
| 5  | 4             | 4  | 4  | 3  | 4  | 4  | 3  | 4  | 4  | 4   | 5   | 4   | 4   | 2   | 4   | 57         |
| 6  | 5             | 5  | 4  | 3  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4   | 4   | 1   | 5   | 2   | 1   | 54         |
| 7  | 4             | 4  | 4  | 5  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 3   | 2   | 1   | 1   | 1   | 5   | 50         |
| 8  | 4             | 1  | 1  | 1  | 1  | 1  | 1  | 1  | 4  | 5   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 40         |
| 9  | 4             | 4  | 3  | 3  | 4  | 5  | 4  | 3  | 1  | 1   | 4   | 4   | 5   | 4   | 5   | 54         |
| 10 | 3             | 4  | 5  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 5  | 4   | 4   | 3   | 4   | 3   | 4   | 59         |
| 11 | 5             | 5  | 4  | 5  | 4  | 5  | 4  | 4  | 4  | 4   | 3   | 4   | 4   | 5   | 4   | 64         |
| 12 | 5             | 5  | 4  | 5  | 4  | 5  | 4  | 4  | 4  | 4   | 3   | 4   | 4   | 5   | 4   | 64         |
| 13 | 4             | 1  | 1  | 1  | 1  | 1  | 1  | 1  | 4  | 5   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 40         |
| 14 | 5             | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 75         |
| 15 | 4             | 4  | 3  | 4  | 3  | 3  | 4  | 5  | 4  | 3   | 4   | 5   | 4   | 5   | 4   | 59         |
| 16 | 4             | 5  | 5  | 4  | 5  | 4  | 3  | 3  | 4  | 4   | 4   | 5   | 4   | 5   | 4   | 63         |
| 17 | 5             | 5  | 5  | 4  | 4  | 5  | 4  | 5  | 4  | 4   | 4   | 4   | 5   | 4   | 4   | 66         |
| 18 | 5             | 4  | 4  | 2  | 1  | 1  | 1  | 1  | 1  | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 26         |
| 19 | 4             | 4  | 5  | 4  | 3  | 1  | 1  | 1  | 1  | 1   | 1   | 4   | 3   | 4   | 1   | 38         |
| 20 | 4             | 3  | 3  | 4  | 5  | 4  | 3  | 4  | 2  | 2   | 2   | 1   | 4   | 4   | 3   | 48         |
| 21 | 4             | 5  | 4  | 3  | 3  | 1  | 1  | 1  | 5  | 4   | 1   | 4   | 4   | 1   | 4   | 45         |
| 22 | 4             | 4  | 5  | 2  | 2  | 1  | 2  | 3  | 4  | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 57         |
| 23 | 4             | 4  | 3  | 3  | 4  | 5  | 4  | 3  | 1  | 1   | 4   | 4   | 5   | 4   | 5   | 54         |
| 24 | 5             | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 4  | 3  | 1   | 4   | 4   | 5   | 1   | 3   | 60         |
| 25 | 4             | 1  | 1  | 1  | 4  | 1  | 1  | 4  | 1  | 3   | 4   | 5   | 2   | 4   | 4   | 40         |
| 26 | 4             | 1  | 1  | 1  | 4  | 1  | 1  | 4  | 1  | 3   | 4   | 5   | 2   | 4   | 4   | 40         |
| 27 | 4             | 4  | 3  | 3  | 4  | 5  | 4  | 3  | 1  | 1   | 4   | 4   | 5   | 4   | 5   | 54         |
| 28 | 4             | 1  | 1  | 1  | 4  | 1  | 1  | 4  | 1  | 3   | 4   | 5   | 2   | 4   | 4   | 40         |
| 29 | 5             | 4  | 4  | 5  | 4  | 4  | 4  | 4  | 3  | 3   | 5   | 5   | 5   | 5   | 4   | 64         |
| 30 | 5             | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 75         |
| 31 | 5             | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 75         |
| 32 | 4             | 4  | 3  | 3  | 4  | 5  | 4  | 3  | 1  | 1   | 4   | 4   | 5   | 4   | 5   | 54         |
| 33 | 4             | 1  | 1  | 1  | 4  | 1  | 1  | 4  | 1  | 3   | 4   | 5   | 2   | 4   | 4   | 40         |
| 34 | 5             | 5  | 5  | 4  | 4  | 3  | 3  | 4  | 3  | 4   | 3   | 3   | 2   | 3   | 3   | 54         |
| 35 | 4             | 5  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 2  | 4   | 4   | 4   | 5   | 4   | 4   | 60         |
| 36 | 4             | 1  | 1  | 1  | 4  | 1  | 1  | 4  | 1  | 3   | 4   | 5   | 2   | 4   | 4   | 40         |
| 37 | 5             | 5  | 5  | 4  | 4  | 3  | 3  | 4  | 3  | 4   | 3   | 3   | 2   | 3   | 3   | 54         |
| 38 | 4             | 4  | 5  | 4  | 4  | 4  | 4  | 5  | 5  | 5   | 5   | 4   | 4   | 4   | 4   | 65         |
| 39 | 4             | 2  | 2  | 4  | 2  | 4  | 2  | 4  | 4  | 4   | 2   | 4   | 4   | 2   | 4   | 48         |
| 40 | 4             | 5  | 4  | 5  | 5  | 3  | 5  | 4  | 5  | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 64         |
| 41 | 1             | 1  | 3  | 1  | 1  | 1  | 3  | 4  | 2  | 1   | 2   | 4   | 1   | 1   | 4   | 30         |
| 42 | 4             | 4  | 5  | 4  | 3  | 3  | 4  | 3  | 3  | 4   | 4   | 4   | 4   | 3   | 4   | 56         |
| 43 | 4             | 4  | 5  | 5  | 4  | 4  | 5  | 4  | 4  | 4   | 4   | 5   | 4   | 3   | 4   | 63         |
| 44 | 4             | 4  | 5  | 5  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 3   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 61         |
| 45 | 4             | 4  | 5  | 4  | 4  | 4  | 5  | 4  | 4  | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 62         |
| 46 | 5             | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 75         |
| 47 | 5             | 4  | 5  | 5  | 4  | 4  | 5  | 4  | 4  | 4   | 4   | 4   | 4   | 3   | 4   | 63         |
| 48 | 5             | 4  | 4  | 3  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 60         |
| 49 | 4             | 5  | 4  | 4  | 1  | 1  | 1  | 1  | 1  | 1   | 1   | 4   | 4   | 4   | 4   | 40         |
| 50 | 4             | 5  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 61         |
| 51 | 4             | 4  | 5  | 4  | 5  | 5  | 4  | 4  | 4  | 4   | 4   | 4   | 4   | 2   | 5   | 62         |
| 52 | 4             | 4  | 5  | 5  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 3   | 4   | 4   | 4   | 2   | 4   | 59         |
| 53 | 5             | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 75         |

| No | Atribut Nilai |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     | Skor Total |    |
|----|---------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|------------|----|
|    | P16           | P17 | P18 | P19 | P20 | P21 | P22 | P23 | P24 | P25 | P26 | P27 | P28 | P29 | P30 | P31 | P32        | Σ  |
| 1  | 1             | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 1          | 17 |
| 2  | 4             | 5   | 3   | 5   | 5   | 2   | 3   | 3   | 3   | 2   | 2   | 5   | 5   | 5   | 5   | 4   | 4          | 65 |
| 3  | 5             | 4   | 4   | 5   | 4   | 2   | 4   | 3   | 4   | 3   | 2   | 2   | 1   | 5   | 5   | 5   | 3          | 61 |
| 4  | 4             | 4   | 4   | 4   | 5   | 3   | 4   | 3   | 5   | 3   | 3   | 3   | 5   | 4   | 4   | 3   | 4          | 65 |
| 5  | 2             | 5   | 4   | 5   | 5   | 5   | 4   | 4   | 5   | 4   | 4   | 4   | 5   | 5   | 4   | 5   | 5          | 75 |
| 6  | 5             | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5          | 85 |
| 7  | 2             | 5   | 4   | 5   | 5   | 5   | 4   | 4   | 5   | 4   | 4   | 4   | 5   | 5   | 4   | 5   | 5          | 75 |
| 8  | 1             | 4   | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 1          | 20 |
| 9  | 5             | 2   | 4   | 4   | 3   | 3   | 4   | 5   | 4   | 3   | 1   | 1   | 4   | 5   | 4   | 4   | 3          | 59 |
| 10 | 4             | 4   | 1   | 5   | 5   | 2   | 3   | 3   | 3   | 2   | 1   | 1   | 1   | 5   | 4   | 5   | 4          | 53 |
| 11 | 2             | 5   | 4   | 5   | 5   | 5   | 4   | 4   | 5   | 4   | 4   | 4   | 5   | 5   | 4   | 5   | 5          | 75 |
| 12 | 2             | 5   | 4   | 5   | 5   | 5   | 4   | 4   | 5   | 4   | 4   | 4   | 5   | 5   | 4   | 5   | 5          | 75 |
| 13 | 5             | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5          | 85 |
| 14 | 5             | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5          | 85 |
| 15 | 5             | 4   | 4   | 4   | 4   | 5   | 4   | 4   | 3   | 1   | 1   | 3   | 1   | 1   | 2   | 2   | 4          | 52 |
| 16 | 4             | 2   | 4   | 1   | 1   | 1   | 2   | 5   | 5   | 4   | 4   | 5   | 4   | 5   | 4   | 4   | 4          | 59 |
| 17 | 4             | 4   | 4   | 4   | 3   | 3   | 4   | 3   | 1   | 3   | 1   | 1   | 4   | 1   | 4   | 4   | 4          | 52 |
| 18 | 4             | 3   | 3   | 4   | 5   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 2   | 4   | 2   | 3   | 1   | 4   | 4          | 59 |
| 19 | 5             | 4   | 4   | 5   | 4   | 4   | 4   | 3   | 2   | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 4   | 4   | 4          | 52 |
| 20 | 4             | 4   | 5   | 5   | 4   | 5   | 4   | 5   | 4   | 1   | 1   | 1   | 2   | 4   | 5   | 4   | 3          | 61 |
| 21 | 4             | 4   | 5   | 5   | 1   | 1   | 1   | 1   | 4   | 1   | 1   | 1   | 4   | 1   | 4   | 3   | 4          | 45 |
| 22 | 4             | 5   | 4   | 4   | 5   | 4   | 4   | 5   | 4   | 4   | 1   | 1   | 4   | 5   | 4   | 4   | 4          | 66 |
| 23 | 2             | 5   | 4   | 5   | 5   | 5   | 4   | 4   | 5   | 4   | 4   | 4   | 5   | 5   | 4   | 5   | 5          | 75 |
| 24 | 5             | 4   | 4   | 1   | 2   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 5   | 4   | 5   | 4   | 4          | 66 |
| 25 | 5             | 5   | 4   | 4   | 4   | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 4   | 4          | 40 |
| 26 | 5             | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5          | 85 |
| 27 | 5             | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5          | 85 |
| 28 | 4             | 4   | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 4   | 4   | 4   | 3   | 4   | 2   | 3          | 40 |
| 29 | 5             | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5          | 85 |
| 30 | 4             | 4   | 4   | 3   | 4   | 3   | 4   | 5   | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 1          | 40 |
| 31 | 3             | 4   | 3   | 4   | 4   | 4   | 4   | 3   | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 3          | 40 |
| 32 | 2             | 5   | 4   | 5   | 5   | 5   | 4   | 4   | 5   | 4   | 4   | 4   | 5   | 5   | 4   | 5   | 5          | 75 |
| 33 | 5             | 3   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 5   | 4   | 5   | 5   | 4   | 4   | 4   | 1          | 68 |
| 34 | 5             | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5          | 85 |
| 35 | 4             | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5          | 84 |
| 36 | 4             | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 4   | 3   | 4   | 3   | 4   | 3   | 4          | 38 |
| 37 | 5             | 4   | 4   | 4   | 5   | 4   | 4   | 4   | 4   | 2   | 1   | 1   | 4   | 3   | 5   | 3   | 4          | 61 |
| 38 | 4             | 5   | 4   | 4   | 3   | 2   | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 5   | 4          | 40 |
| 39 | 4             | 4   | 4   | 4   | 4   | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 2   | 4   | 4   | 5          | 43 |
| 40 | 4             | 3   | 4   | 4   | 5   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 5   | 4   | 5   | 5   | 2   | 4   | 4          | 69 |
| 41 | 4             | 4   | 4   | 3   | 4   | 4   | 4   | 4   | 3   | 2   | 2   | 2   | 2   | 2   | 2   | 5   | 4          | 55 |
| 42 | 4             | 4   | 3   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 5   | 4   | 3   | 4   | 3   | 4          | 66 |
| 43 | 4             | 4   | 4   | 4   | 5   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 5   | 4   | 4          | 70 |
| 44 | 4             | 5   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 2   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 5   | 5   | 4          | 69 |
| 45 | 4             | 5   | 5   | 5   | 4   | 4   | 4   | 4   | 1   | 1   | 4   | 4   | 3   | 4   | 5   | 5   | 4          | 66 |
| 46 | 4             | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 5   | 4   | 3   | 3   | 5   | 4   | 4   | 5   | 4   | 4          | 69 |
| 47 | 4             | 5   | 4   | 4   | 4   | 4   | 5   | 4   | 4   | 4   | 4   | 5   | 5   | 2   | 3   | 3   | 4          | 68 |
| 48 | 5             | 5   | 5   | 4   | 4   | 4   | 5   | 4   | 5   | 4   | 5   | 4   | 4   | 5   | 5   | 3   | 4          | 75 |
| 49 | 5             | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 3   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4          | 68 |
| 50 | 5             | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 3   | 3   | 4   | 5   | 4   | 5   | 4          | 69 |
| 51 | 5             | 5   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 3   | 4   | 5   | 4   | 4          | 70 |
| 52 | 4             | 3   | 4   | 4   | 5   | 4   | 4   | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 2   | 4   | 4          | 45 |
| 53 | 4             | 4   | 4   | 3   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 1   | 1   | 1   | 5   | 4          | 59 |



| No | Minat Konsumen |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     | Skor Total |
|----|----------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|------------|
|    | P33            | P34 | P35 | P36 | P37 | P38 | P39 | P40 | P41 | P42 | P43 | P44 | P45 | Σ          |
| 1  | 4              | 4   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 4   | 5   | 4   | 4   | 60         |
| 2  | 5              | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 65         |
| 3  | 2              | 3   | 5   | 2   | 2   | 5   | 4   | 2   | 1   | 3   | 1   | 1   | 4   | 35         |
| 4  | 5              | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 65         |
| 5  | 4              | 5   | 4   | 4   | 2   | 2   | 2   | 3   | 5   | 4   | 4   | 3   | 4   | 46         |
| 6  | 1              | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 4   | 5   | 4   | 2   | 3   | 26         |
| 7  | 3              | 4   | 3   | 3   | 4   | 5   | 4   | 3   | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 34         |
| 8  | 4              | 4   | 5   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 5   | 4   | 5   | 4   | 4   | 55         |
| 9  | 5              | 5   | 4   | 4   | 4   | 5   | 5   | 5   | 2   | 2   | 2   | 2   | 2   | 47         |
| 10 | 4              | 5   | 4   | 5   | 4   | 5   | 4   | 4   | 4   | 4   | 5   | 4   | 5   | 57         |
| 11 | 4              | 5   | 5   | 5   | 4   | 4   | 4   | 5   | 2   | 2   | 2   | 2   | 2   | 46         |
| 12 | 4              | 4   | 5   | 4   | 4   | 5   | 4   | 4   | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 39         |
| 13 | 3              | 1   | 3   | 1   | 3   | 1   | 4   | 1   | 4   | 3   | 1   | 2   | 3   | 30         |
| 14 | 3              | 4   | 4   | 4   | 5   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 2   | 4   | 5   | 51         |
| 15 | 4              | 4   | 5   | 5   | 4   | 4   | 4   | 5   | 5   | 5   | 4   | 4   | 3   | 56         |
| 16 | 4              | 5   | 4   | 5   | 4   | 5   | 4   | 5   | 4   | 4   | 5   | 4   | 2   | 55         |
| 17 | 4              | 4   | 4   | 5   | 5   | 5   | 4   | 4   | 4   | 5   | 5   | 4   | 4   | 57         |
| 18 | 4              | 5   | 1   | 1   | 1   | 1   | 2   | 2   | 1   | 1   | 2   | 4   | 1   | 26         |
| 19 | 4              | 5   | 4   | 3   | 3   | 4   | 1   | 4   | 3   | 1   | 1   | 4   | 3   | 40         |
| 20 | 4              | 5   | 4   | 5   | 2   | 2   | 4   | 1   | 4   | 1   | 4   | 4   | 2   | 42         |
| 21 | 4              | 4   | 5   | 4   | 4   | 4   | 5   | 5   | 1   | 2   | 2   | 4   | 1   | 45         |
| 22 | 4              | 4   | 5   | 4   | 3   | 4   | 1   | 4   | 4   | 1   | 4   | 2   | 4   | 44         |
| 23 | 4              | 1   | 5   | 2   | 1   | 1   | 4   | 4   | 1   | 1   | 2   | 2   | 3   | 31         |
| 24 | 4              | 1   | 4   | 2   | 1   | 4   | 1   | 4   | 1   | 1   | 1   | 5   | 5   | 34         |
| 25 | 3              | 4   | 4   | 3   | 4   | 3   | 3   | 4   | 1   | 2   | 3   | 1   | 5   | 40         |
| 26 | 3              | 3   | 3   | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 19         |
| 27 | 3              | 1   | 1   | 2   | 2   | 1   | 4   | 1   | 1   | 1   | 1   | 4   | 4   | 26         |
| 28 | 2              | 3   | 4   | 3   | 2   | 1   | 3   | 4   | 4   | 4   | 3   | 4   | 3   | 40         |
| 29 | 2              | 4   | 4   | 4   | 2   | 2   | 3   | 2   | 3   | 3   | 3   | 3   | 4   | 39         |
| 30 | 5              | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 65         |
| 31 | 5              | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 65         |
| 32 | 3              | 3   | 5   | 5   | 2   | 3   | 3   | 3   | 2   | 1   | 1   | 5   | 4   | 40         |
| 33 | 3              | 3   | 1   | 1   | 2   | 4   | 3   | 1   | 3   | 2   | 2   | 1   | 4   | 30         |
| 34 | 3              | 4   | 4   | 1   | 3   | 1   | 3   | 1   | 3   | 3   | 3   | 1   | 1   | 31         |
| 35 | 3              | 2   | 4   | 2   | 3   | 2   | 2   | 3   | 2   | 2   | 3   | 3   | 3   | 34         |
| 36 | 3              | 5   | 5   | 4   | 3   | 4   | 4   | 4   | 4   | 5   | 5   | 5   | 4   | 55         |
| 37 | 4              | 4   | 4   | 4   | 5   | 4   | 4   | 2   | 2   | 4   | 3   | 3   | 4   | 47         |
| 38 | 5              | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 65         |
| 39 | 4              | 4   | 4   | 3   | 3   | 4   | 5   | 4   | 3   | 1   | 2   | 5   | 4   | 46         |
| 40 | 4              | 3   | 4   | 4   | 2   | 2   | 2   | 4   | 4   | 2   | 2   | 4   | 2   | 39         |
| 41 | 4              | 4   | 2   | 4   | 4   | 1   | 1   | 1   | 1   | 2   | 2   | 2   | 2   | 30         |
| 42 | 4              | 5   | 4   | 3   | 3   | 4   | 1   | 4   | 3   | 1   | 1   | 4   | 3   | 40         |
| 43 | 4              | 5   | 5   | 5   | 5   | 4   | 4   | 4   | 5   | 2   | 2   | 4   | 4   | 53         |
| 44 | 4              | 4   | 4   | 5   | 4   | 4   | 5   | 4   | 4   | 1   | 1   | 4   | 4   | 48         |
| 45 | 4              | 4   | 4   | 3   | 4   | 3   | 3   | 4   | 5   | 4   | 3   | 4   | 4   | 49         |
| 46 | 5              | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 65         |
| 47 | 4              | 4   | 4   | 5   | 5   | 5   | 4   | 4   | 4   | 5   | 5   | 4   | 4   | 57         |
| 48 | 4              | 5   | 4   | 3   | 3   | 4   | 1   | 4   | 3   | 1   | 1   | 4   | 3   | 40         |
| 49 | 3              | 3   | 1   | 1   | 2   | 4   | 3   | 1   | 3   | 2   | 2   | 1   | 4   | 30         |
| 50 | 4              | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 52         |
| 51 | 4              | 4   | 5   | 4   | 4   | 3   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 52         |
| 52 | 5              | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 65         |
| 53 | 5              | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 65         |