

**PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP GATOT TIWUL YU TUM  
DI GUNUNGGIDUL**

**Tugas Akhir Skripsi**

Diajukan kepada Fakultas Teknik Universitas Negeri Yogyakarta  
Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan



Disusun Oleh :  
Aprilia Putri Prastanti  
NIM. 13511244014

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN TEKNIK BOGA  
FAKULTAS TEKNIK  
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA  
2018**

# PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP GATOT TIWUL YU TUM DI GUNUNGGIDUL

Oleh :

Aprilia Putri Prastanti  
NIM 13511244014

## ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui: (1) Karakteristik konsumen pada produk Gatot dan Tiwul. (2) Preferensi konsumen terhadap produk Gatot dan Tiwul Yu Tum. (3) Alasan-alasan yang mendorong konsumen untuk membeli produk Gatot Tiwul Yu Tum.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif. Penelitian dilaksanakan di industri Gatot Tiwul Yu Tum pada bulan Agustus sampai September 2017. Populasi penelitian adalah konsumen yang membeli produk gatot tiwul Yu Tum sebanyak 1200 orang. Sampel ditentukan dengan rumus Ridwan sebanyak 100 responden, selanjutnya sampel ditentukan dengan teknik *simple random sampling*. Data dikumpulkan dengan kuisioner, wawancara, observasi dan dokumentasi. Analisis data deskriptif dengan distribusi frekuensi. Hasil uji validitas menyatakan valid dan hasil uji reliabilitas menyatakan nilai alpha hitung 0,865 dari 39 butir pertanyaan.

Hasil penelitian diketahui bahwa:(1) Karakteristik konsumen Gatot Tiwul Yu Tum mayoritas berjenis kelamin perempuan, pekerjaan pegawai swasta, pendapatan 1-3 juta, dan berusia 20-40 tahun. (2) Preferensi konsumen terhadap Gatot Tiwul Yu Tum ditinjau dari karakteristik sensoris dengan nilai mean 50 termasuk dalam kategori suka. Hal ini berarti Gatot Tiwul Yu Tum memiliki warna yang menarik, aroma yang menggugah selera, rasa yang khas, tekstur yang lembut, bentuk yang menarik konsumen dan penampilan yang unik. Preferensi ditinjau dari pemasaran dengan nilai mean 43 termasuk dalam kategori suka dan sanitasi dengan nilai mean 5 termasuk dalam kategori sangat suka. Hal ini berarti bahwa Gatot Tiwul Yu Tum memiliki produk yang berkualitas baik, harga yang terjangkau, lokasi yang dekat dengan pusat kota, pelayanan yang cepat dan sanitasinya sangat baik. (3) Alasan konsumen memilih Gatot Tiwul Yu Tum secara keseluruhan, (a) konsumen menyatakan bahwa produk sudah menjadi makanan khas Gunungkidul yang tidak diragukan lagi kualitas produknya. (b) Rasa yang khas dan penampilan kemasan dapat menarik minat konsumen untuk membeli produk Gatot Tiwul Yu Tum ini. Dengan banyaknya keunggulan produk seperti cita rasa yang khas, harga terjangkau kemasan menarik dan kekurangan yang dimiliki produk ini seperti produk gatot tiwul yang mudah basi dan tidak tahan lama. Harapan konsumen untuk perbaikan produk antara lain dalam bentuk, penampilan, rasa, aroma, gizi kualitas harus diperbaiki dan ditingkatkan dengan cara meningkatkan kualitas produk, membuat inovasi terhadap warna dan bentuk sehingga lebih menarik konsumen.

Kata kunci : Preferensi, Gatot Tiwul, Gunungkidul

# LEMBAR PERSETUJUAN

Tugas Akhir Skripsi dengan Judul

## PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP GATOT TIWUL YU TUM DI GUNUNGKIDUL

Disusun oleh:

Aprilia Putri Prastanti

NIM 13511244014

Telah memenuhi syarat dan disetujui oleh Dosen Pembimbing untuk dilaksanakan Ujian Akhir Skripsi bagi yang bersangkutan.



Yogyakarta, 20 November 2017

Mengetahui,

Ketua Program Studi  
Pendidikan Teknik Boga

*a.n*

Dr. Mutiara Nugraheni, M.Si.  
NIP. 19770131 200212 2 001

Menyetujui,

Dosen Pembimbing

Dr. Kokom Komariah, M.Pd.  
NIP. 19600808 198403 2 002

**HALAMAN PENGESAHAN**

Tugas Akhir Skripsi

**PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP GATOT TIWUL YU TUM  
DI GUNUNGGKIDUL**

Disusun oleh:

**Aprilia Putri Prastanti**

**NIM 13511244014**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji Tugas Akhir Skripsi Program Studi  
Pendidikan Teknik Boga Fakultas Teknik Universitas Negeri Yogyakarta

Pada tanggal 22 Desember 2017

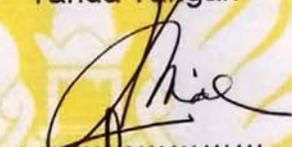
**TIM PENGUJI**

Nama/jabatan

Tanda Tangan

Tanggal

Dr. Kokom Komariah, M.Pd  
Ketua Penguji/ Pembimbing



Desember 2017

Prihastuti Ekawatiningsih, M.Pd.  
Sekretaris



Desember 2017

Dr. Marwanti, M.Pd.  
Penguji Utama



Desember 2017

Yogyakarta, Februari 2018

Fakultas Teknik Universitas Negeri Yogyakarta

Dekan,



Dr. Widarto, M.Pd.

NIP 19631230 198812 1 0014x

## SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Aprilia Putri Prastanti

NIM : 13511244014

Program Studi : Pendidikan Teknik Boga

Judul TAS : Preferensi Konsumen Terhadap Gatot Tiwul Yu Tum Di  
Gunungkidul

Menyatakan bahwa skripsi ini benar-benar karya saya sendiri. Sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau diterbitkan orang lain kecuali sebagai acuan kutipan dengan mengikuti tata penulisan karya ilmiah yang lazim.

Yogyakarta, 20 November 2017

Yang menyatakan,

Aprilia Putri Prastanti

NIM 13511244014

## MOTTO

*Selalu ada pelangi sehabis hujan,*

*Dibalik perjuangan telah menanti harta yang tak ternilai dan abadi*

*Untuk mendapatkan kesuksesan, keberanianmu harus lebih besar dari ketakutanmu*

*Segala sesuatu yang terjadi semua atas izin Tuhan*

*Selalu melakukan segala sesuatu dengan ikhlas dan selalu berserah kepada Tuhan*

*PRAY and BELIEVE*

*Semua akan indah pada waktunya*

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Kupersembahkan skripsi ini kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus , yang telah memberikan berkat sungguh luar biasa kepada saya .
2. Kedua orang tua saya yang telah memberikan kasih sayang yang tak terhingga, rela berjuang untuk membiayai kuliah saya sampai selesai dan selalu mendoakan setiap langkah saya.
3. Teman-teman saya yang selalu membantu dan memberikan semangat dalam mengerjakan dan menyelesaikan skripsi saya terutama untuk sahabat saya Yesi Murti terimakasih banyak untuk waktu dan ilmunya.
4. FX Michael Wibiksana yang sudah menyempatkan waktu untuk menemani dan memberi semangat sebelum dan sesudah ujian.
5. Dosen-dosen PTBB, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Yogyakarta.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa berkat rahmat dan karunia-Nya, Tugas Akhir Skripsi dalam rangka memenuhi sebagian persyaratan untuk mendapat gelar Sarjana Pendidikan dengan judul : “Preferensi Konsumen Terhadap Gatot Tiwul Yu Tum Di Gunungkidul” dapat disusun sesuai dengan harapan. Tugas Akhir Skripsi ini dapat diselesaikan tidak lepas dari bantuan dan kerjasama dengan pihak lain. Berkenaan dengan hal tersebut, penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada yang terhormat:

1. Dr. Kokom Komariah, M.Pd. Dosen Pembimbing Tugas Akhir Skripsi, yang telah banyak memberikan semangat, dorongan, dan bimbingan selama penyusunan Tugas Akhir Skripsi ini.
2. Dr. Marwanti, M.Pd. Validator Instrumen Penelitian dan Penguji Tugas Akhir Skripsi, yang memberikan koreksi perbaikan secara komprehensif terhadap Tugas Akhir Skripsi ini
3. Dr. Mutiara Nugraheni, M.Si. Ketua Jurusan Pendidikan Teknik Boga dan Busana, dosen dan staff Jurusan Pendidikan Teknik Boga dan Busana yang telah memberikan bantuan dan fasilitas selama proses penyusunan pra proposal sampai dengan selesainya Tugas Akhir Skripsi ini.
4. Dr. Widarto, M.Pd. Dekan Fakultas Teknik Universitas Negeri Yogyakarta, yang memberikan persetujuan pelaksanaan Tugas Akhir Skripsi.
5. Slamet Riyadi pemilik usaha Gatot Tiwuk Yu Tum, yang telah memberi ijin dan bantuan dalam pelaksanaan penelitian Tugas Akhir Skripsi ini.

6. Karyawan dan karyawan Gatot Tiwul Yu Tum, yang telah memberi bantuan memperlancar pengambil data selama proses penelitian Tugas Akhir Skripsi ini.
7. Semua pihak, secara langsung maupun tidak langsung yang tidak dapat disebutkan satu per satu, atas bantuan dan perhatiannya selama penyusunan Tugas Akhir Skripsi ini.

Akhirnya segala bantuan yang telah diberikan semua pihak diatas menjadi amalan yang bermanfaat dan mendapat balasan dari Tuhan Yang Maha Esa, dan Tugas Akhir Skripsi ini menjadi informasi bermanfaat bagi pembaca maupun pihak lain yang membutuhkan.

Yogyakarta, 1 November 2017

Penulis,

Aprilia Putri Prastanti

NIM 13511244014

## DAFTAR ISI

	Hal.
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>SURAT PERNYATAAN</b> .....	<b>v</b>
<b>HALAMAN MOTTO</b> .....	<b>vi</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	4
C. Batasan Masalah .....	5
D. Rumusan Masalah .....	5
E. Tujuan Penelitian .....	5
F. Manfaat Penelitian .....	6
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b> .....	<b>7</b>
A. Kajian Teori.....	7
1. Perilaku Konsumen .....	7
2. Preferensi Konsumen .....	8
3. Preferensi Makanan.....	11
4. Konsumen .....	12
5. Faktor eksternal.....	13
a. Produk .....	14

b. Harga .....	15
c. Lokasi .....	16
d. Pelayanan.....	17
e. Promosi.....	19
6. Makanan Tradisional .....	20
7. Karakteristik Makanan .....	21
8. Gatot Tiwul Yu Tum Sebagai Makanan Khas.....	22
9. Wisata Kuliner .....	24
10. Icon/ Simbol.....	27
B. Penelitian yang Relevan.....	28
C. Kerangka Berfikir.....	31
D. Pertanyaan Peneliti .....	33
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>34</b>
A. Jenis Penelitian .....	34
B. Tempat dan Waktu Penelitian .....	35
C. Populasi dan Sampel .....	35
D. Defisi Operasional Variabel.....	36
E. Metode Pengumpulan Data.....	37
F. Teknik Analisis Data.....	39
G. Instrumen Penelitian .....	41
H. Uji Coba Instrumen .....	42
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>45</b>
A. Profil Perusahaan.....	45
B. Data Hasil Penelitian .....	46
C. Pembahasan.....	77
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>81</b>
A. Kesimpulan .....	81
B. Saran .....	82
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>83</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>85</b>

## DAFTAR GAMBAR

	Hal.
Gambar 1. Kerangka Berfikir .....	31
Gambar 2. Pie Chart Karakteristik Sensoris.....	50
Gambar 3. Pie Chart Indikator Warna Gatot Tiwul .....	51
Gambar 4. Pie Chart Indikator Aroma Gatot Tiwul .....	53
Gambar 5. Pie Chart Indikator Rasa Gatot Tiwul .....	54
Gambar 6. Pie Chart Indikator Tekstur Gatot Tiwul.....	56
Gambar 7. Pie Chart Indikator Bentuk Gatot Tiwul.....	58
Gambar 8. Pie Chart Indikator Penampilan Gatot Tiwul .....	59
Gambar 9. Pie Chart Indikator Pemasaran Gatot Tiwul.....	61
Gambar 10. Pie Chart Indikator Produk Gatot Tiwul .....	62
Gambar 11. Pie Chart Indikator Harga Gatot Tiwul .....	64
Gambar 12. Pie Chart Indikator Lokasi Gatot Tiwul .....	66
Gambar 13. Pie Chart Indikator Promosi Gatot Tiwul.....	68
Gambar 14. Pie Chart Indikator Pelayanan Gatot Tiwul .....	69
Gambar 15. Pie Chart Indikator Sanitasi Gatot Tiwul .....	71
Gambar 16. Diagram Preferensi Konsumen Gatot Tiwul .....	72

## DAFTAR TABEL

	Hal.
Tabel 1. Skor Penilaian Jawaban.....	39
Tabel 2. Kriteria Kecenderungan Preferensi Konsumen.....	41
Tabel 3. Kisi-Kisi Instrumen Penelitian.....	42
Tabel 4. Ringkasan Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	44
Tabel 5. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin. ....	46
Tabel 6. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	47
Tabel 7. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan .....	47
Tabel 8. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	48
Tabel 9. Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Daerah.....	48
Tabel 9. Distribusi Kategorisasi Karakteristik Sensoris .....	50
Tabel 10. Distribusi Kategori Indikator Warna Gatot Tiwul .....	51
Tabel 11. Preferensi Terhadap Warna Gatot Tiwul .....	50
Tabel 12. Distribusi Kategori Indikator Aroma Gatot Tiwul .....	51
Tabel 13. Preferensi Terhadap Aroma GatotTiwul .....	52
Tabel 14. Distribusi Kategori Indikator Rasa Gatot Tiwul .....	53
Tabel 15. Preferensi Terhadap Rasa Gatot Tiwul .....	54
Tabel 16. Distribusi Kategori Indikator Tekstur Gatot Tiwul.....	55
Tabel 17. Preferensi Terhadap Tekstur Gatot Tiwul.....	56
Tabel 18. Distribusi Kategori Indikator Bentuk Gatot Tiwul.....	57
Tabel 19. Preferensi Terhadap Bentuk Gatot Tiwul.....	58
Tabel 20. Distribusi Kategori Indikator Penampilan Gatot Tiwul.....	59
Tabel 21. Preferensi Terhadap Penampilan Gatot Tiwul .....	60
Tabel 22. Distribusi Kategori Indikator Pemasaran Gatot Tiwul.....	61
Tabel 23. Distribusi Kategori Indikator Produk Gatot Tiwul .....	62
Tabel 24. Preferensi Terhadap Produk Gatot Tiwul .....	63
Tabel 25. Distribusi Kategori Indikator Harga Gatot Tiwul .....	64
Tabel 26. Prefernsi Terhadap Harga Gatot Tiwul.....	65
Tabel 27. Distribusi Kategori Indikator Lokasi Gatot Tiwul .....	65
Tabel 28. Preferensi Terhadap Lokasi Gatot Tiwul .....	66
Tabel 29. Distribusi Kategori Indikator Promosi Gatot Tiwul.....	67

Tabel 30. Preferensi Terhadap Promosi Gatot Tiwul.....	68
Tabel 31. Distribusi Kategori Indikator Pelayanan Gatot Tiwul.....	69
Tabel 32. Preferensi Terhadap Pelayanan Gatot Tiwul.....	70
Tabel 33. Distribusi Kategori Indikator Sanitasi Gatot Tiwul .....	71
Tabel 34. Preferensi Terhadap Sanitasi Gatot Tiwul .....	72
Tabel 35. Rerata Preferensi Konsumen Gatot Tiwul .....	72
Tabel 36. Frekuensi Tanggapan Konsumen Yu Tum Prospek Kedepan.....	74
Tabel 37. Tanggapan Konsumen Yu Tum untuk Prospek Kedepan.....	74
Tabel 38. Frekuensi Tanggapan Konsumen Yu Tum sebagai Icon Makanan Khas Gunungkidul .....	75
Tabel 39. Tanggapan Konsumen Yu Tum sebagai Icon Makanan Khas.....	75
Tabel 40. Frekuensi Tanggapan Konsumen Terhadap Perbaikan Produk .....	76
Tabel 41. Tanggapan Konsumen Yu Tum Terhadap Perbaikan Produk .....	76
Tabel 42. Tanggapan Konsumen Terhadap Keunggulan Produk Gatot Tiwul..	77
Tabel 43. Tanggapan Konsumen Terhadap Kekurangan Produk Gatot Tiwul..	78

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Gunungkidul merupakan daerah yang berada di Daerah Istimewa Yogyakarta. Gunungkidul berupa perbukitan dan pegunungan kapur. Tempat ini banyak potensi alam yang menawan. Umumnya di Gunungkidul masih sangat alami, maklum saja memang belum terlalu banyak orang yang mengetahui potensi alam Gunungkidul. Namun untuk sekarang ini potensi alam di Gunungkidul sudah mulai dipopulerkan menjadi tempat pariwisata. Banyak sekali wisatawan dalam negeri maupun luar negeri yang sudah mengunjungi pariwisata di Gunungkidul. Di internet dan di TV pun sudah banyak yang mempopulerkan tempat-tempat pariwisata di Gunungkidul, kemudian dari mulut ke mulut juga sudah banyak dibicarakan. Gunungkidul terkenal menyimpan banyak sekali misteri dan juga sejarah zaman dahulu yang sekarang masih terdengar oleh masyarakat di Indonesia, tentunya hal ini tidaklah heran karena banyak sekali misteri dan juga mitos yang berasal dari kabupaten yang satu ini sehingga banyak sekali pengunjung tertarik untuk datang. Selain tempat wisata, budaya, kesenian Gunungkidul juga memiliki kuliner khas yang dapat dijadikan sebagai oleh-oleh bagi para wisatawan yang berkunjung ke daerah Gunungkidul.

Setiap daerah di Indonesia pasti memiliki makanan khas daerahnya. Untuk itu Gunungkidul ini selain mempunyai tempat-tempat pariwisata yang indah, juga mempunyai makanan khas daerah yang tradisional. Gunungkidul mempunyai beberapa kuliner yang khas dan patut dicoba bagi yang hobi

menyantap masakan khas suatu daerah. Kabupaten Gunungkidul juga memiliki kekayaan kuliner yang menggoda. Dari sego abang, sate, bakmi godhok, hingga tiwul, semuanya dijamin mampu menggoyang lidah dan bisa membuat ketagihan jika anda menyukainya. Berwisata ke suatu tempat tanpa mencicipi kuliner yang melegenda seperti makan sayur namun kurang garam, tidak lengkap dan tidak nikmat. Sebagai destinasi wisata yang tengah naik daun akan keindahan pantainya dan juga pesona wisata karst, Gunungkidul juga memiliki kekayaan kuliner. Setelah lelah beraktivitas di obyek wisata, kini saatnya mencicipi aneka kuliner Gunungkidul yang legendaris.

Berkunjung ke Gunungkidul tidak lengkap rasanya kalau tidak mencicipi makanan yang satu ini. Kuliner khas Gunungkidul Gathot dan Thiwul adalah makanan tradisional asli Kabupaten Gunungkidul ini menjadi makanan favorit masyarakat Gunungkidul karena rasanya yang lezat, manis, dan gurih. Gatot dan tiwul merupakan makanan pokok masyarakat Gunungkidul, biasanya dimakan dengan sayuran sebagai pengganti nasi. Tapi seiring sejahteranya masyarakat Gunungkidul gatot berubah menjadi makanan camilan sehari-hari. Tiwul adalah makanan tradisional dari Gunungkidul yang terbuat dari olahan singkong. Makanan ini sangat unik, selain rasanya yang sangat khas, Tiwul ini juga bisa dijadikan sebagai makanan pengganti nasi. Makanan ini sudah terkenal sejak jaman dahulu dan menjadi salah satu warisan kuliner bagi masyarakat Yogyakarta.

Karakteristik gatot tersebut dari segi rasa cenderung manis, warnanya hitam, teksturnya lembut namun ada juga yang keras, bentuk yang kurang konsisten. Karakteristik rasa dari tiwul tidak jauh beda dengan gatot yaitu

rasanya manis warnanya yang pucat, tekstur lembut namun bentuknya kurang bervariasi. Kelapa parut menjadi *topping* utama dalam penyajiannya, hal ini membuat tampilan tidak menarik. Produk ini dikemas menggunakan tempat yang terbuat dari anyaman bambu yang berbentuk persegi atau biasa disebut dengan *besek*.

Kenyataan yang terjadi saat ini pemerintah Gunungkidul hanya memfokuskan pada pengembangan potensi wisata alam misalnya perbaikan jalan menuju area lokasi wisata. Akibatnya pemerintah kurang optimal dalam memfasilitasi di bidang kuliner. Saat ini memang pemerintah telah menyediakan tempat para pedagang untuk berjualan. Tempat ini bernama Taman Kuliner yang berlokasi dipusat kota Wonosari. Namun sayangnya yang diperdagangkan justru bukan makanan khas Gunungkidul.

Salah satu contoh usaha makanan khas yang berhasil adalah Gatot dan Tiwul Yu Tum. Usaha ini berlokasi di Jalan Pramuka Wonosari Gunungkidul. Lokasi toko ini tergolong kurang strategis. Gatot Tiwul Yu Tum buka setiap hari. Gatot Tiwul Yu Tum ini menyediakan juga aneka macam makanan khas selain Gatot dan Tiwul seperti belalang goreng, bakpia dan aneka camilan lainnya. Hal ini sangat mempermudah konsumen untuk memperoleh produk khas Gunungkidul.

Gatot Tiwul Yu Tum saat ini kebanjiran pengunjung dari luar kota. Karakteristik makanan khas ini yang terlihat tidak menarik atau kuno membuat wisatawan yang baru mengenal tidak menaruh perhatian pada produk Gatot Tiwul Yu Tum. Pengenalan produk Gatot Tiwul Yu Tum kurang luas sehingga banyak wisatawan yang belum mengenal produk ini. Kepopuleran Gatot Tiwul Yu Tum saat ini hanya ada dikalangan orang tua. Kalangan

muda tidak terlalu mengenal produk ini karena lebih anak muda jaman sekarang lebih menyukai makanan cepat saji.

Gatot Tiwul Yu Tum mempunyai beberapa kelemahan seperti cepat basi atau tidak tahan lama. Sajian yang sederhana menjadi salah satu kendala untuk menarik minat beli konsumen. Cita rasa setiap daerah yang berbeda-beda menjadikan tantangan bagi pemilik usaha untuk mengembangkan produknya. Peralatan untuk membuat produk yang digunakan juga masih serba tradisional yang mengakibatkan proses pembuatan menjadi lama.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penelitian ini dilakukan dengan maksud untuk mengetahui preferensi konsumen terhadap Gatot Tiwul Yu Tum, maka judul penelitian ini adalah “ **PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP GATOT TIWUL YU TUM DI GUNUNGGIDUL**”

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, dapat diidentifikasi beberapa masalah sebagai berikut :

1. Produk Gatot Tiwul belum disukai oleh semua kalangan.
2. Ketidaksamaan tujuan konsumen untuk membeli produk Gatot dan Tiwul Yu Tum.
3. Banyaknya konsumen yang datang hanya sekedar mencari pusat oleh-oleh.
4. Sentuhan teknologi yang digunakan untuk pembuatan produk belum modern.
5. Cita rasa konsumen yang berbeda-beda terhadap Gatot Tiwul Yu Tum.

### **C. Batasan Masalah**

Dari permasalahan yang teridentifikasi di atas, tidak semuanya diteliti, agar terfokus dan mendalam maka penelitian ini dibatasi pada:

1. Karakteristik konsumen terhadap produk Gatot Tiwul Yu Tum.
2. Cita rasa konsumen yang berbeda-beda terhadap rasa Gatot dan Tiwul Yu Tum.
3. Alasan-alasan yang mendorong konsumen membeli produk gatot tiwul.

### **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang dan pembatasan masalah diatas, maka dapat dirumuskan masalah yang akan dikaji dalam penelitian ini.

1. Bagaimana karakteristik konsumen pada produk Gatot dan Tiwul Yu Tum ?
2. Bagaimana preferensi konsumen terhadap produk Gatot dan Tiwul Yu Tum ?
3. Alasan-alasan apa yang mendorong konsumen membeli produk gatot tiwul ?

### **E. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, tujuan yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui karakteristik konsumen pada produk Gatot dan Tiwul.
2. Mengetahui preferensi konsumen terhadap produk Gatot dan Tiwul Yu Tum

3. Mengetahui alasan-alasan yang mendorong konsumen untuk membeli produk Gatot Tiwul Yu Tum.

#### **F. Manfaat Penelitian**

1. Bagi peneliti
  - a. Peneliti dapat menambah pengalaman dalam bidang usaha.
  - b. Peneliti dapat mengetahui karakteristik konsumen yang menyukai Gatot Tiwul Yu Tum.
  - c. Peneliti mengetahui alasan – alasan apa saja yang mendorong konsumen untuk membeli produk Gatot Tiwul Yu Tum.
2. Bagi perusahaan
  - a. Dengan penelitian ini perusahaan dapat mengevaluasi kembali sehingga dapat meningkatkan usaha yang sedang dijalankan.
3. Bagi pemerintah
  - a. Pemerintah dapat lebih bisa mengetahui atau memperbaiki dalam usaha mengembangkan wisata kuliner di Gunungkidul.

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA**

#### **A. Kajian Teori**

##### **1. Perilaku Konsumen**

Sumarwan (2003: 26) menyatakan perilaku konsumen pada dasarnya merupakan keputusan yang diambil oleh konsumen dengan menggunakan sumber-sumber yang tersedia yaitu waktu, uang dan upaya untuk ditukar dengan barang untuk dikonsumsi. Secara sederhana perilaku konsumen meliputi keputusan tentang apa yang dibeli oleh konsumen, mengapa, dimana, kapan, dan seberapa sering dia membeli. Perilaku konsumen juga dapat didefinisikan sebagai proses yang dilalui oleh seseorang dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan bertindak pasca konsumsi produk.

Menurut Samsudi (2011: 35), perilaku konsumen dapat didefinisikan sebagai proses pengambilan keputusan dan aktivitas memperoleh secara fisik yang dilibatkan dalam proses evaluasi, memperoleh, menggunakan barang-barang dan jasa.

Perilaku konsumen dapat didefinisikan sebagai kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan menggunakan barang-barang dan jasa-jasa termasuk di dalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kebutuhan-kebutuhan tersebut (Handoko, 2012: 94).

## 2. Preferensi Konsumen

Preferensi berasal dari Bahasa Inggris *preference* yang berarti “a greater liking for one alternative over another or others” (kesukaan akan sebuah hal dibandingkan dengan hal yang lain). Dalam kamus Bahasa Indonesia kata preferensi jika diejakan menjadi pre.fe.ren.si [n] (1) (hak untuk) didahulukan dan diutamakan daripada yang lain; prioritas; (2) pilihan; kecenderungan; kesukaan. Preferensi konsumen dapat berarti kesukaan, pilihan atau sesuatu hal yang lebih disukai konsumen. Preferensi ini terbentuk dari persepsi konsumen terhadap produk (Munandar 2012:42).

*Preference* mempunyai makna pilihan atau memilih. Istilah preferensi digunakan untuk mengganti kata *preference* dengan arti yang sama atau minat terhadap sesuatu. ( Journal Planit 2001).

Preferensi konsumen didefinisikan sebagai selera subjektif (individu), yang diukur dengan utilitas, dari bundel berbagai barang. Konsumen dipersilahkan untuk melakukan rangking terhadap bundel barang yang mereka berikan pada konsumen (Indarto, 2011:142). Yang perlu diperhatikan adalah preferensi itu bersifat independen terhadap pendapatan dan harga. Kemampuan untuk membeli barang-barang tidak menentukan menyukai atau tidak disukai oleh konsumen. Terkadang seseorang dapat memiliki preferensi untuk produk A lebih dari produk B, tetapi ternyata sarana keuangannya hanya cukup untuk membeli produk B ( Sujono, 2008:178).

Preferensi konsumen dapat didefinisikan sebagai pilihan suka atau tidak suka oleh seseorang terhadap produk barang atau jasa yang

dikonsumsi. Preferensi konsumen menunjukkan kesukaan konsumen dari berbagai produk yang ada (Kotler, 2011:86).

Menurut Danang Sunyoto (2003:87), ada beberapa langkah yang harus dilalui sampai konsumen membentuk preferensi, diantaranya adalah sebagai berikut:

- a. Pertama, diasumsikan bahwa konsumen melihat produk sebagai sekumpulan atribut. Konsumen yang berbeda memiliki persepsi yang berbeda tentang atribut apa yang relevan.
- b. Kedua, tingkat kepentingan atribut berbeda-beda sesuai dengan kebutuhan dan keinginan masing-masing. Konsumen memiliki penekanan yang berbeda-beda dalam atribut apa yang paling penting.
- c. Ketiga, konsumen mengembangkan sejumlah kepercayaan tentang letak produk pada setiap atribut.
- d. Keempat, tingkat kepuasan konsumen terhadap produk akan beragam sesuai dengan perbedaan atribut.
- e. Kelima, konsumen akan sampai pada sikap terhadap merek yang berbeda melalui prosedur evaluasi.

Menurut Nicholson (2009: 60), hubungan preferensi diasumsikan memiliki tiga sifat dasar, tiga sifat dasar tersebut adalah:

- a. Kelengkapan (*completeness*)

Kelengkapan (*completeness*) mengandung pengertian jika A dan B merupakan dua kondisi atau situasi

- b. Transitivitas (*transitivity*)

Transitivitas (*transitivity*) yaitu jika seseorang menyatakan lebih menyukai A daripada B, dan lebih menyukai B daripada C, maka orang tersebut harus lebih menyukai A daripada C. Dengan demikian, seseorang tidak bisa mengartikulasikan preferensi yang saling bertentangan.

c. Kontinuitas (*continuity*)

Kontinuitas (*continuity*) yaitu, jika seseorang menyatakan lebih menyukai A daripada B ini berarti segala kondisi dibawah pilihan A tersebut disukai daripada kondisi dibawah pilihan B.

Diasumsikan preferensi tiap orang akan mengikuti dasar di atas. Dengan demikian setiap orang akan selalu dapat membuat atau menyusun ranking pada semua situasi ataupun kondisi mulai dari yang paling disukai hingga yang paling tidak disukai dari berbagai macam barang dan jasa yang tersedia.

Alan R .Andreasen dalam Tunggal (2005:72) mencoba mengetengahkan suatu model umum preferensi pelanggan yang beranjak dari konsepsi psikologis. Perubahan sikap seseorang dipengaruhi oleh berbagai informasi yang diperoleh dari sekelilingnya, baik secara sengaja ataupun tidak sengaja. Dalam model ini dijelaskan secara kronologis tentang seluruh proses perilaku seseorang yang diakibatkan oleh sentuhan informasi yang diperolehnya.

Preferensi memiliki tujuan yang merupakan keputusan akhir dalam proses pembelian untuk dapat dinikmati oleh konsumen sehingga dapat mencapai kepuasan konsumen. Dengan preferensi dan anggaran yang tersedia, dapat diketahui bagaimana setiap konsumen memilih berapa banyak barang yang dibeli. Hal ini dapat diasumsikan bahwa konsumen dapat membuat pilihan secara rasional, mereka yang memilih barang untuk memaksimalkan kepuasan yang dapat mereka raih dengan anggaran terbatas yang mereka miliki (Rubinowo, 2012:111).

### **3. Preferensi Makanan**

Adat istiadat menentukan preferensi seseorang terhadap makanan (Suhardjo, 2010:68). Preferensi terhadap makanan didefinisikan sebagai derajat kesukaan atau ketidaksukaan terhadap makanan dan preferensi ini akan berpengaruh terhadap konsumsi pangan (Suhardjo, 2010: 72). Pradnyawati (2009:45) menyebutkan faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi pangan yaitu; 1) ketersediaan makanan di suatu tempat, 2) pembelian makanan untuk anggota keluarga yang lain, khususnya orang tua, 3) pembelian makanan dan penyediaannya yang mencerminkan hubungan kekeluargaan dan budaya, 4) rasa makanan, tekstur, dan tempat. Selain itu pengalaman seseorang yang menjadi landasan dalam membeli makanan tertentu yang disukainya bersumber pada beberapa faktor antara lain enak, menyenangkan, memberikan status, tidak membosankan, berharga murah.

Karakteristik lingkungan mempunyai pengaruh penting dalam menentukan preferensi makanan. Karakteristik lingkungan yang berpengaruh terhadap preferensi antara lain musim, geografi, mobilitas, urbanisasi, dan daerah asal. Faktor teknologi merupakan suatu hal yang perlu dipelajari dalam mempelajari preferensi makanan. Kemudahan dalam memperoleh makanan yang diawetkan mengurangi pengaruh musim terhadap jenis makanan yang tersedia dan mempercepat keterbiasaan terhadap makanan-makanan yang dahulu dianggap langka.

## **4. Konsumen**

### **a. Pengertian Konsumen**

Konsumen merupakan faktor penting di dalam perusahaan, karena dengan adanya konsumen maka perusahaan dapat menjual, memasarkan dan menawarkan produknya. Dalam UUD No.8 Tahun 1999; L. N. Tahun 1999 No. 42 menjelaskan tentang perlindungan konsumen menyebutkan bahwa pengertian konsumen (Pasal 1 angka 2) adalah “Setiap orang pemakai barang dan jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan”. Selain itu dijelaskan pula dalam UU ini, bahwa pengertian konsumen sesungguhnya dapat terbagi dalam tiga bagian yaitu :

- 1) Konsumen dalam arti umum, yaitu pemakai, pengguna atau pemanfaat barang atau jasa untuk tujuan tertentu.
- 2) Konsumen antara, yaitu pemakai, pengguna atau pemanfaat barang dan jasa untuk diproduksi (Produsen) menjadi barang atau jasa lain atau untuk memperdagangkannya (distributor) dengan tujuan komersial, konsumen antara ini sama dengan pelaku usaha, dan
- 3) Konsumen akhir, yaitu pemakai, pengguna atau pemanfaat barang dan jasa konsumen untuk memenuhi kebutuhan diri sendiri, keluarga, atau rumah tangganya dan tidak untuk diperdagangkan kembali.

Berdasarkan pengertian di atas dapat dijelaskan bahwa konsumen merupakan setiap pemakai barang atau jasa yang digunakan untuk

memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka dan tidak untuk diperdagangkan kembali.

#### **b. Perilaku Konsumen**

Sumarwan (2003: 26) menyatakan perilaku konsumen pada dasarnya merupakan keputusan yang diambil oleh konsumen dengan menggunakan sumber-sumber yang tersedia yaitu waktu, uang dan upaya untuk ditukar dengan barang untuk dikonsumsi. Secara sederhana perilaku konsumen meliputi keputusan tentang apa yang dibeli oleh konsumen, mengapa, dimana, kapan, dan seberapa sering dia membeli. Perilaku konsumen juga dapat didefinisikan sebagai proses yang dilalui oleh seseorang dalam mencari, membeli, menggunakan mengevaluasi, dan bertindak pasca konsumsi produk.

Menurut Samsudi (2011: 35), perilaku konsumen dapat didefinisikan sebagai proses pengambilan keputusan dan aktivitas memperoleh secara fisik yang dilibatkan dalam proses evaluasi, memperoleh menggunakan barang-barang dan jasa.

Perilaku konsumen dapat didefinisikan sebagai kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan menggunakan barang-barang dan jasa-jasa termasuk di dalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kebutuhan-kebutuhan tersebut (Handoko, 2012: 94).

### **5. Faktor Eksternal**

Menurut Schiffman dan Kanuk dalam Tatik Suryani (2008: 17), faktor eksternal yang dapat berpengaruh terhadap proses pengambilan keputusan adalah usaha-usaha yang dilakukan oleh pemasar melalui

strategi dan bauran pemasaran dan faktor eksternal yang berupa lingkungan sosial budaya. Faktor eksternal meliputi produk, harga, pelayanan, lokasi, promosi.

#### **a. Produk**

Pengertian produk menurut Kotler (2008:266) adalah sekumpulan atribut yang nyata (tangible) dan tidak nyata (intangibile) di dalamnya sudah tercakup warna, harga, kemasan, dan prestise lainnya yang terkandung dalam produk, yang diterima oleh konsumen sebagai sesuatu yang bisa memuaskan keinginannya.

Menurut Sunyoto (2013:8) terdapat dua definisi mengenai produk yaitu:

- 1) Pengertian produk dalam arti sempit : sebuah produk adalah sekelompok atribut fisik nyata yang terakit dalam sebuah bentuk yang dapat diidentifikasi.
- 2) Pengertian produk dalam arti luas : sebuah produk adalah sekelompok atribut nyata dan tidak nyata yang di dalamnya terdapat kemasan, warna, harga, mutu dan merek ditambah dengan pelayanan dan reputasi penjual.

Kesimpulan pengertian produk adalah sekumpulan atribut yang nyata dan tidak nyata yang di dalamnya sudah tercakup warna, harga, kemasan, dan prestise, mutu dan merek ditambah dengan pelayanan dan reputasi penjual yang diterima oleh konsumen sebagai sesuatu yang bisa memuaskan keinginannya. Produk memiliki indikasi untu menarik perhatian, memiliki kegunaan yang dapat memuaskan keinginan atau memenuhi kebutuhan.

## **b. Price (Harga)**

Pengertian harga menurut Kotler (2008:345) adalah jumlah yang ditagihkan dalam suatu produk atau jasa. Harga dapat dilihat dari persepsi nilai produk mempunyai arti sebagai jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan setelah memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Harga merupakan faktor utama yang mempengaruhi pilihan pembeli, menjadi elemen penting dalam menentukan pangsa pasar, memberi penghasilan bagi perusahaan dan bersifat fleksibel karena dapat berubah dengan cepat, berbeda dengan fitur produk dan komitmen penyalur (Kotler, 2008:345).

Menurut Sunyoto (2013:15) harga adalah nilai yang disebutkan dalam mata uang atau medium monometer lainnya sebagai alat tukar. Pengertian harga dalam ilmu ekonomi adalah atribut produk yang berkaitan dengan kegunaan dan nilai suatu produk.

Menurut Thamrin Abdullah (2012:171), yakni perusahaan harus mempertimbangkan banyak faktor dan melaksanakan kebijakan penetapan harga produk, salah satunya adalah memperhatikan harga produk pesaing

Swastha (2000: 147) mengemukakan bahwa harga adalah jumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah produk atau jasa. Hal-hal yang perlu diperhatikan dalam menetapkan harga yakni biaya, keuntungan praktik saingan dan perubahan keinginan pasar. Besarnya jumlah uang yang dikeluarkan untuk mendapatkan atau memiliki suatu barang ditentukan oleh kesepakatan antara pembeli dan penjual itu sendiri.

Tujuan penetapan harga produk yaitu untuk mendapatkan laba maksimum, mendapatkan pengembalian investasi yang ditargetkan atau pengembalian pada pengambilan keputusan pembelian bersih, mencegah atau mengurangi persaingan dan mempertahankan atau memperbaiki pangsa pasar. Perusahaan harus bijaksana dalam menetapkan harga suatu barang atau jasa karena variabel ini menjadi salah satu penentu bagi permintaan pasarnya.

### **c. *Place* (Lokasi)**

Arief Rakhman (2014 : 49-54), bahwa pemilihan tempat adalah pertimbangan terpenting dalam menjalankan suatu bisnis. Penentuan tempat harus didasarkan pada nilai strategis suatu lokasi usaha dan dapat diusahakan dengan cara melakukan riset pasar, area perdagangan, akses jalan, kepadatan penduduk, penghasilan, karyawan, persaingan, kedekatan *supplier*, keselamatan, peraturan daerah, biaya tersembunyi, pajak, kondisi keuangan, kebersihan.

Lokasi berpengaruh terhadap dimensi-dimensi strategik seperti fleksibilitas, *competitive positioning*, manajemen permintaan dan fokus strategik (Fitzsimon dalam Tjiptono, 2005:91). Fleksibilitas sebuah lokasi merupakan ukuran sejauh mana produk mampu bereaksi terhadap situasi perekonomian yang berubah.

Menurut Tjiptono (2013:92) menyebutkan bahwa pemilihan tempat atau lokasi memerlukan pertimbangan yang cermat terhadap beberapa faktor berikut:

- 1) Akses, misalnya lokasi yang mudah dijangkau sarana transportasi umum.

- 2) Visibilitas, misalnya lokasi yang dapat dilihat dengan jelas dari tepi jalan.
- 3) Lalu lintas (*traffic*), banyaknya orang yang lalu lalang dapat memberikan peluang besar terjadinya peningkatan penjualan dan kepadatan dan kemacetan lalu lintas dapat pula menjadi hambatan.
- 4) Tempat parkir yang luas dan aman.
- 5) Ekspansi, tersedia tempat yang cukup untuk perluasan usaha di kemudian hari.
- 6) Lingkungan, yaitu daerah sekitar yang mendukung jasa yang ditawarkan.
- 7) Persaingan yaitu daerah sekitar yang mendukung jasa ditawarkan.
- 8) Peraturan pemerintah.

Lokasi merupakan factor yang akan dipertimbangkan oleh konsumen dalam melakukan keputusan pembelian.

#### **d. Pelayanan**

Pelayanan adalah produk yang bersifat abstrak, lebih berupa tindakan atau pengalaman yang tidak dapat disimpan dan digunakan untuk waktu mendatang. Pelayanan merupakan keseluruhan suatu objek atau proses yang memberikan nilai manfaat kepada konsumen (Sunnyoto, 2013:42).

Menurut Kotler (2008:292) pelayanan adalah suatu produk yang tidak dapat dilihat, dirasakan, diraba, didengar, atau dibaui sebelum pelayan itu dibeli. Pelayanan mempunyai sifat tidak terpisahkan adalah pelayanan dibuat dan dikonsumsi pada saat yang sama dan tidak dapat

dipisahkan dari penyediannya, kualitas pelayanan dapat beragam, tergantung pada siapa yang menyediakan dan kapan, dimana dan bagaimana.

Berdasarkan penelitian-penelitian yang dilakukan Parasuraman, et.al. dalam Danang Sunyoto (2013: 45) ditemukan 10 (sepuluh) dimensi kualitas pelayanan atau *service quality*, yaitu:

- 1) *Reliability*. Mencakup dua hal pokok, yaitu konsistensi kerja (*performance*) dan kemampuan untuk dipercaya (*dependability*). Hal ini berarti memberikan jasanya secara tepat semenjak saat pertama.
- 2) *Responsibility*. Yaitu kemauan dan kesiapan para karyawan untuk memberikan jasa yang dibutuhkan pelanggan.
- 3) *Competence*. Setiap orang dalam suatu perusahaan memiliki ketrampilan dan pengetahuan agar dapat memberikan jasa tertentu.
- 4) *Access*. Meliputi kemudahan untuk dihubungi dan ditemui. Hal ini berarti lokasi terlalu lama, saluran komunikasi perusahaan mudah dihubungi.
- 5) *Courtesy*. Meliputi sikap sopan santun, respek, perhatian dan keramahan yang dimiliki para *contact personal* (misal resepsionis, operator telepon).
- 6) *Communication*. Memberikan informasi kepada pelanggan dalam bahasa yang dapat mereka pahami, serta selalu mendengarkan saran dan keluhan pelanggan.
- 7) *Credibility*. Sifat jujur dan dapat dipercaya, kredibilitas mencakup nama perusahaan, reputasi perusahaan, karakteristik pribadi dan interaksi dengan pelanggan.

- 8) *Security*. Aman dari bahaya, resiko atau keragu-raguan, aspek ini meliputi keamanan secara fisik, keamanan finansial dan kerahasiaan.
- 9) *Understanding (knowing the costumer)*. Untuk memahami kebutuhan pelanggan.
- 10) *Tangibles*. Yaitu bukti langsung dari jasa, bisa berupa fasilitas fisik, peralatan yang digunakan.

Kesimpulan dari definisi pelayanan adalah produk yang tidak berwujud lebih berupa tindakan atau pengalaman yang tidak dapat disimpan dan digunakan untuk waktu mendatang serta merupakan keseluruhan suatu objek atau proses yang memberikan nilai manfaat kepada konsumen.

#### **e. Promosi**

Menurut Etta Mamang dan Sopiha (2013: 18), promosi adalah semua jenis kegiatan pemasaran yang ditujukan untuk mendorong permintaan konsumen atas produk yang ditawarkan produsen atau penjual. Tujuan promosi yaitu, memodifikasi tingkah laku konsumen, memberitahukan/ menginformasikan produk kepada konsumen, membujuk dan memotivasi konsumen agar mau membeli produk yang ditawarkan, dan mengingatkan konsumen tentang produk agar tidak beralih ke produk lain.

Menurut Sunyoto (2013:19) promosi adalah kegiatan yang ditujukan untuk mempengaruhi konsumen agar mengenal produk yang ditawarkan oleh perusahaan sehingga konsumen bersedia untuk membeli produk tersebut.

Kegiatan promosi bukan saja berfungsi sebagai alat komunikasi antara perusahaan dan konsumen melainkan juga sebagai alat untuk

mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan produk sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen.

Promosi dapat berupa informasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*). Informasi dari mulut ke mulut merupakan promosi yang berupa referensi dari konsumen yang berpengalaman kepada konsumen yang belum mengenal produk tersebut. *Word of mouth* adalah cara yang baik untuk memasarkan produk karena pemasar tidak memerlukan biaya untuk promosi (Sunyoto, 2013:22).

Dari beberapa definisi promosi dapat disimpulkan bahwa promosi adalah suatu usaha yang dilakukan pemasar untuk memperkenalkan produk dan jasa kepada konsumen. Promosi tidak selalu terjadi dari produsen ke konsumen, tetapi terdapat promosi dari konsumen ke konsumen yaitu *word of mouth* (berita dari mulut ke mulut). Promosi dengan cara *word of mouth* adalah salah satu cara promosi yang efektif dan efisien.

## **6. Makanan Tradisional**

Menurut beberapa para ahli mengemukakan pendapat bahwa makanan tradisional merupakan makanan yang paling banyak memiliki ciri-ciri dimana seseorang yang dilahirkan atau tumbuh (Winarno 2010:68). Menurut Hulme “makanan sehat” adalah makanan dalam arti yang sesungguhnya dan mampu menikmati makanan tersebut. Makanan tradisional adalah makanan dan minuman termasuk makanan jajan serta bahan campuran yang digunakan secara tradisional. Makanan tradisional pada umumnya lebih banyak dikonsumsi oleh masyarakat yang menjadi daerah asal tersebut yang kemudian diperkenalkan kepada orang lain atau

pendatang. Makanan tradisional terbuat dari bahan-bahan yang diperoleh secara lokal dan selera dan tradisi setempat.

Makanan tradisional diolah mengikuti ketentuan (resep) yang diberikan secara turun-menurun. Pada umumnya hasil resep turun menurun dan biasanya lebih banyak diturunkan di dalam keluarga. Hal ini dilakukan dengan cita rasa khas makanan tersebut tetap terjaga (Anonim,2012: 76 ).

Makanan tradisional terbuat dari bahan-bahan yang diperoleh secara lokal dan selera dan tradisi setempat. Bahan-bahan untuk membuat makanan tradisional bisa dikatakan mudah untuk diperoleh karena pada dasarnya bahan-bahan tersebut dapat dan mudah di beli di pasar daerah penghasil makanan tradisional tersebut dan biasanya dengan selera yang diinginkan sehingga ada makanan tradisional yang terasa pedas, manis, dan lain-lain. Pangan merupakan kebutuhan manusia yang selalu meningkat seiring dengan perkembangan zaman. Indonesia merupakan suatu negara yang memiliki berbagai macam kuliner khas di setiap daerah-daerahnya.

## **7. Karakteristik Makanan**

Pemilihan terhadap makanan dapat dipengaruhi oleh karakteristik makanan itu sendiri. Karakteristik makanan antara lain meliputi warna, aroma, rasa, tekstur, bentuk, bumbu, penampilan, dan kombinasi makanan. Pada dasarnya karakteristik makanan ini terbentuk karena adanya beberapa faktor yakni pemilihan bahan, teknik olah yang digunakan, proses pengolahan, asal daerah, dan sebagainya. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi karakteristik makanan sebagai berikut:

### 1) Warna

Warna makanan merupakan faktor yang paling dominan dalam menentukan mutu pangan disamping cita rasa tekstur, dan nilai gizi serta mikrobiologis makanan (Wuwun Wijayanti, 2009:77). Warna makanan merupakan salah satu hal yang penting dalam penampilan suatu makanan. Dalam melihat makanan, maka warna akan terlihat pertama kali. Makanan yang berwarna pucat cenderung memberikan penilaian bahwa makanan tersebut mempunyai rasa yang tidak enak atau sudah layu, sedangkan makanan berwarna terang memberikan kesan bahwa makanan tersebut mempunyai rasa enak dan masih segar. Makanan dengan warna bagus dan menarik dapat menimbulkan selera makan bagi setiap orang yang melihatnya. Warna dapat dijadikan sebagai indikator kesegaran atau kematangan baik tidaknya cara pencampuran atau pengolahan, dapat ditandai dengan adanya warna yang seragam dan merata (Winarno, 2010: 95).

### 2) Aroma

Aroma makanan banyak menentukan kelezatan dari makanan. Dalam hal makanan, aroma lebih banyak berhubungan dengan indera penciuman yaitu hidung. Bahkan tanpa melihatpun, biasanya orang akan tahu bahwa sesuatu makanan itu lezat atau tidak. Aroma pada makanan banyak dipengaruhi bahan-bahan yang digunakan dalam memproduksi makanan.

### 3) Rasa

Rasa dikenal sejak makanan mulai masuk ke dalam mulut. Rasa lebih banyak melibatkan panca indera lidah. Rasa utama yang biasa

diidentifikasi oleh lidah adalah asin, asam, manis, dan pahit. Lidah sebagai alat pencecap memiliki peran yang sangat besar dalam pemilihan terhadap makanan. Lidah berfungsi sebagai alat pengecap, sebagai alat pengaduk, sebagai alat pembersih mulut, dan sebagai alat pembantu pendorong makanan dalam proses penelanan (Marsetyo, 2010: 55). Lidah memiliki bagian-bagian tersendiri yang berfungsi untuk dapat merasakan setiap makanan yang masuk ke dalam mulut. Sehingga mampu merasakan manis, pahit, asam, dan asin. Rasa makanan dapat dikenali dan dibedakan oleh kuncup-kuncup cecapan yang terletak pada papilla yaitu bagian noda merah jingga pada lidah dan kepekaan terhadap rasa terletak pada kuncup perasa (*papillae*) yang peka terhadap lebih dari satu rasa (Winarno, 2010: 67).

#### 4) Tekstur

Tekstur merupakan hasil dari kontak fisik melalui kesan sentuhan terhadap ukuran dan bentuk suatu benda. Tekstur makanan yang lunak atau kenyal member kesan tersendiri dalam pemilihan makanan (Piggot, 1984). Tekstur makanan dapat diketahui sejak jari tangan menyentuh permukaan makanan, saat makanan diambil oleh alat hidang, saat makanan menyentuh bibir, selama dikunyah oleh mulut sampai beberapa saat setelah makanan ditelan. Tekstur makanan merupakan penentu dipilihnya suatu makanan.

#### 5) Bentuk

Bentuk makanan memainkan peranan penting dalam daya tarik mata konsumen. Bentuk makanan yang menarik bisa diperoleh lewat cara pemotongan bahan makanan yang bervariasi (Setiawan, 2012).

#### 6) Penampilan

Ungkapan *looks good enough to eat* bukanlah suatu ungkapan yang berlebihan. Makanan harus baik dilihat saat berada di piring, dimana hal tersebut adalah faktor yang penting. Kesegaran dan kebersihan dari makanan yang disajikan adalah contoh penting yang akan mempengaruhi penampilan makanan baik atau tidak untuk dinikmati (Setiawan, 2012).

#### 8) Sanitasi Makanan

Sanitasi makanan adalah salah satu usaha pencegahan yang menitik beratkan kegiatan dan tindakan yang perlu untuk membebaskan makanan dan minuman dari segala bahaya yang dapat mengganggu kesehatan, mulai dari sebelum makanan diproduksi, selama dalam proses pengolahan, penyimpanan, pengangkutan sampai pada saat dimana makanan dan minuman tersebut siap untuk dikonsumsi kepada masyarakat atau konsumen (Prabu, 2008).

### **8. Gatot Tiwul sebagai Makanan Gunungkidul**

Tiwul salah satu makanan khas yang berasal dari Gunungkidul, Yogyakarta yang merupakan salah satu makanan berbahan dasar singkong atau ketela pohon. Masyarakat Gunungkidul jaman dahulu sering memanfaatkan makan ini sebagai makanan pokok pengganti nasi. Meskipun dalam perkembangannya saat ini nasi telah menjadi makanan pokok, namun Tiwul tetap dikenal sebagai makanan khas yang cukup bersejarah. Makanan ini dipercaya juga pernah digunakan sebagai makanan pokok ketika masa penjajahan Jepang.

Gatot merupakan makanan tradisional asli Gunungkidul, yang biasanya dimakan dengan sayuran sebagai pengganti nasi. Makanan ini menjadi

makan yang sangat di favorit masyarakat Gunungkidul karena rasanya manis, lezat, dan gurih. Nama gatot diambil dari singkatan Gagal Total karena sulitnya menghasilkan panen pada atau gagal panen, makanan ini di buat untuk menggantikan beras yang berbahan dasar Gapek (ketela yang dikeringkan) karena gagal panen pada waktu itu.

Produksi ubi kayu di Indonesia sangat tinggi, tetapi bentuk pengolahan dan pengawetannya masih terbatas. Pengolahan ubi kayu yang paling sering dijumpai adalah pembuatan gapek. Pengolahan tepung gapek yang banyak dilakukan oleh sebagian besar masyarakat pedesaan yaitu pembuatan tiwul. Didaerah-daerah tertentu tiwul digunakan sebagai makanan pokok sedangkan diperkotaan, tiwul lebih banyak dijual sebagai makanan jajanan dengan rasa manis dan biasanya dimakan dengan parutan kelapa, harga makanan tiwul ini relatif murah (Yunianta , 2009:89).

Tiwul adalah hasil olahan dari tepung ubi kayu melalui proses tradisional, yang merupakan makanan  $\frac{1}{2}$  jadi berstekstur lembut  $\frac{1}{2}$  padat yang merupakan hasil pengukusan tepung gapek/tepung singkong yang telah diuleni dengan bantuan sedikit air atau tepung ditambahkan air hingga basah dan dibentuk butiran-butiran yang seragam dengan ukuran sebesar biji kacang hijau dan dikukus selama 20 – 30 menit. Tiwul atau tiwul nasi dapat dikonsumsi langsung sebagai pangan pokok seperti nasi beras padi atau dicampur dengan parutan kelapa sebagai kudapan. Selain itu tiwul dapat pula dikeringkan menjadi tiwul instan tradisional yang tahan disimpan lebih dari satu tahun (Wargiono, 2003:77).

Tiwul menurut Ensiklopedia Nasional (1991) adalah makanan dari gapek singkong yang ditumbuk atau dihaluskan kemudian dikukus

Makanan ini biasanya dimakan dengan dicampur sedikit gula jawa atau dengan parutan kelapa. Walau tiwul sangat rendah darisegi kandungan gizi, karena hanya mengandung pati, tetapi gizi bisa ditutupi dengan menambah lauk pauk berupa daging atau sayuran. Tiwul merupakan pilihan dalam upaya mempertahankan stabilitas ketahanan pangan keluarga bila terjadi defisit pasokan beras (padi).

Gatot berbahan dasar singkong atau *cassava* yang telah dikeringkan hingga menjadi gaplek, namun uniknya justru yang dipilih sebagai bahan dasar pembuatan gatot justru dari gaplek yang berwarna kehitaman. Warna tersebut diperoleh akibat proses fermentasi dari semacam jamur (Kapang) yang tumbuh akibat proses penjemurannya yang relatif lama dan disertai dengan proses menghujan-hujankan. Proses fermentasi ini yang terjadi membuat unsure *Pati* di dalam singkong menjadi rusak dan lebih mudah dicerna apabila diproses. Singkong yang telah dikeringkan (dengan proses yang bersih) lebih aman dikonsumsi dari singkong biasa, karena pada saat pengeringan racun alami pada singkong *Linamarin* dan *Lotaustralin* (jenis racun *Sianida*) akan ikut menguap.

Kandungan gizi yang terdapat didalam gatot ternyata juga tidak kalah mengagumkannya dibanding dengan kandungan gizi yang terdapat didalam beras, tiwul, dan nasi jagung. Kandungan *Asam Amino* atau protein dalam gatot ternyata justru lebih besar dibandingkan dengan bahan pembuatannya (singkong), keberadaan jamur yang memproduksi asam amino dari bahan pati singkong ternyata memberikan kontribusi bagi kandungan gizi didalam gatot.

## **9. Wisata Kuliner**

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Ketiga tahun 2003 Wisata adalah “bepergian bersama-sama (untuk memperluas pengetahuan, bersenang-senang, bertamasya dsb)”. Sedangkan Kuliner berarti masakan atau makanan. Jadi dapat disimpulkan bahwa wisata kuliner ialah perjalanan yang memanfaatkan masakan sertasuasana lingkungannya sebagai objek tujuan Wisata. Masa perjalanan yang tergolong dalam definisi wisata adalah tidak kurang dari 24 jam dan tidak lebih dari tiga bulan, serta tidak dalam rangka mencari pekerjaan.

Kegiatan wisata tidak hanya dilakukan secara perorangan melainkan juga dikelola secara profesional dan dilakukan secara berkelompok. Menurut sebuah artikel di media elektronik (internetorang yang melakukan kegiatan wisata disebut wisatawan). Wisatawan adalah orang yang melakukan perjalanan dalam waktu tertentu untuk bersenang-senang, istirahat, melewati liburan, mengunjungi objek-objek wisata, berobat, berdagang, olahraga, ziarah mengunjungi keluarga, atau mengikuti konferensi.([www.persiatour.com](http://www.persiatour.com) , 2007)

## **10. Icon/ Simbol**

Ikon adalah tanda yang mewakili sumber acuan melalui sebuah bentuk replikasi, simulasi, imitasi, atau persamaan. Sebuah tanda dirancang untuk mempresentasikan sumber acuan melalui simulasi atau persamaan (Danesi, 2004: 38-39). Sebuah tanda yang ada, dibuat agar mirip dengan sumber acuannya secara visual. Ikon adalah tanda yang mengandung kemiripan rupa sebagaimana yang dikenali oleh pemakainya (Budiman,

2004:29). Simbol adalah tanda yang mewakili objeknya melalui kesepakatan atau persetujuan dalam konteks spesifik. Makna-makna dalam suatu simbol dibangun melalui kesepakatan sosial atau melalui beberapa tradisi historis (Danesi,2004: 38,44). Simbol merupakan jenis tanda yang bersifat arbitrer dan konvensional. (Budiman, 2004: 32)

## **B. Penelitian yang Relevan**

1. Penelitian karya Hilfi Jundurabbi (2014) dengan judul Preferensi Konsumen Terhadap *Fried Chicken* Organik. Penelitian ini menyimpulkan bahwa faktor-faktor yang menjadi pertimbangan konsumen pada saat memilih dan mengonsumsi *fried chicken* organik di hefchick adalah cita rasa, kehalalan, kebersihan produk, kebersihan tempat, daya tarik, kualitas pelayanan, harga dan potongan ayam. Nilai indeks kepuasan konsumen terhadap rumah makan *fried chicken* organik di hefchick sebesar 78,8%, nilai tersebut berada pada rentang 0,61-0,80 yang termasuk kedalam kategori puas.
2. Penelitian karya Ana Lusi Hariyani (2005) dengan judul Analisis preferensi konsumen terhadap sayuran bebas residu pestisida (studikasis di PT. Hero Supermarket, Surakarta). Penelitian ini menyimpulkan bahwa sayuran bebas residu pestisida yang disukai oleh konsumen di Supermarket Hero Surakarta adalah sayuran bebas residu pestisida dengan kesempurnaan fisik daun lebar dan tidak berlubang, lama kesegaran sayuran yang sedang (2 sampai 3 hari), kemasan sayuran plastik transparan dan sayuran diikat,

rasa sayuran manis dan renyah, warna sayuran hijau tua. Berdasarkan peringkat/urutan kepentingan petunjuk kualitas sayuran bebas residu pestisida yang pertama adalah rasa, kesegaran sayuran, kesempurnaan fisik, warna, kemasan, kemudian harga.

3. Penelitian karya Imanuel Prasetya (2010) dengan judul Analisis Preferensi Konsumen Dalam Membeli Daging Sapi Di Pasar Tradisional Kabupaten Purworejo oleh Marissa Arum Wijaya. Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan bahwa Daging sapi yang menjadi preferensi konsumen di pasar tradisional Kabupaten Purworejo adalah daging sapi yang berwarna merah cerah, mempunyai kandungan lemak sedikit, dan bagian daging atas.
4. Penelitian karya Ratna Saputri (2014) dengan judul Pengaruh Substitusi *Purre* Gatot Instan Terhadap Sifat *Organoleptik* Roti Manis. Penelitian ini menyimpulkan bahwa Substitusi puree gatot berpengaruh terhadap mutu organoleptik yang meliputi warna, aroma dan rasa, namun substitusi puree gatot tidak berpengaruh terhadap pori-pori, dan substitusi puree gatot berpengaruh terhadap kesukaan yang meliputi pori-pori, tekstur, warna, aroma dan rasa. Produk terbaik dari roti manis gatot adalah produk dengan substitusi puree gatot 40% dengan nilai gizi karbohidrat 53,05 g, protein 8,82 g, lemak 1,35 g, dan serat 2,06 g dengan jumlah kalori 266,222 Kkal.
5. Penelitian karya Wika Rinawati (2008) dengan judul kepuasan konsumen terhadap produk dan layanan makan restoran "*student corner*" Jurusan PTBB FT UNY. Tujuan penelitian ini adalah (1) untuk

mengetahui sejauh mana ketertarikan konsumen pada produk dan pelayanan makanan di Restoran "Student Corner" Jurusan PTBB FT UNY dan (2) untuk mengetahui sejauh mana tingkat kepuasan konsumen terhadap produk makanan di Restoran "Student Corner" Jurusan PTBB FT UNY? Hasil penelitian adalah (1) Berdasarkan analisis data untuk mengetahui tingkat ketertarikan konsumen pada kualitas dan layanan produk menyatakan bahwa konsumen yang berkunjung lebih tertarik karena lingkungan dan suasana tempat yang ditunjukkan dengan tingkat prosentase 28%. Pemanfaatan restoran student corner dapat dilihat dengan tingkat kunjungan konsumen dalam sebulan sekitar 2-4 kali sebesar 42% dan (2) tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas produk dengan tingkat kesesuaian 82,34%, sedangkan tingkat kepuasan terhadap layanan produk dengan tingkat kesesuaian 85,11% dan dapat disimpulkan bahwa kualitas produk dan layanan restoran student corner sangat memuaskan.

6. Penelitian yang dilakukan Bahman Saeidi Pour, Kamran Nazari, Mostafa Emami. (2013). Dengan judul The effect of marketing mix in attracting customers: Case study of Saderat Bank in Kermanshah Province. Studi ini meneliti dampak bauran pemasaran dalam menarik nasabah ke Bank Saderat di Propinsi Kermanshah. Didirikan bahwa faktor dalam bauran pemasaran memiliki pengaruh positif yang signifikan dalam menyerap pelanggan. Itu berarti bank memiliki efek positif yang signifikan.

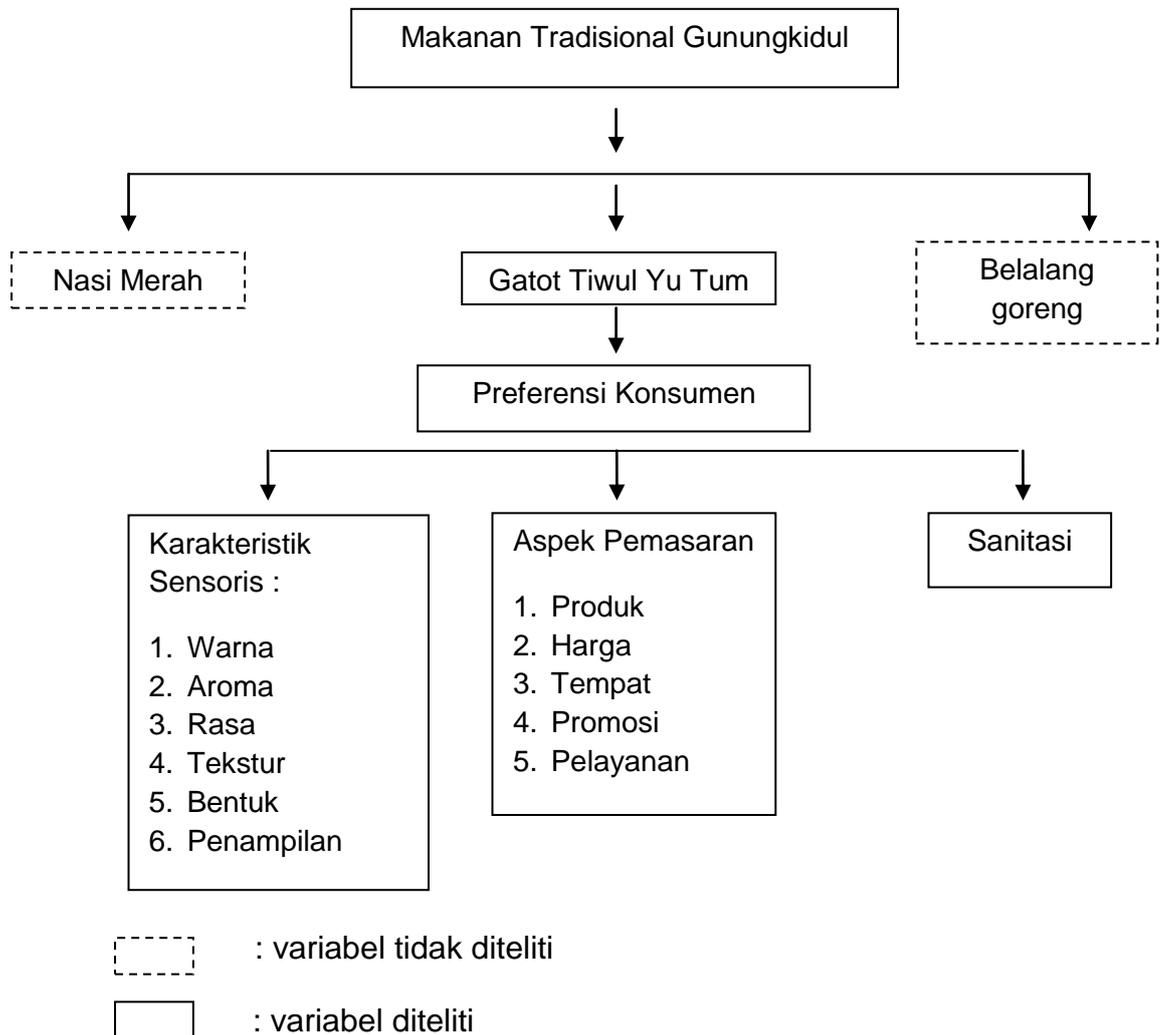
7. Penelitian yang dilakukan oleh Selim Ahmed & Md. Habibur Rahman. (2015). Dengan judul *The Effects Of Marketing Mix On Consumer Satisfaction: A Literature Review From Islamic Perspectives*. Kepuasan pelanggan adalah salah satu faktor penting bagi keberhasilan sebuah perusahaan. Untuk mencapai kepuasan pelanggan yang tinggi, perusahaan harus tahu kapan dan bagaimana mereka pelanggan puas dengan produk dan layanannya. Saat ini, perusahaan yang berbeda mengikuti berbagai jenis pemasaran strategies berdasarkan permintaan pasar sasaran itu mayoritas perusahaan mengikuti strategi pemasaran konvensional, namun beberapa perusahaan memilih mengikuti strategi pemasaran religius atau spiritual seperti Islam strategi pemasaran. Pemasaran konvensional strategies memuaskan pelanggan berdasarkan kebutuhan pelanggan saat ini, sedangkan strategi pemasaran Islam memuaskan pelanggan berdasarkan nilai kemanusiaan, budaya pemasaran, dan peraturan Islam dan peraturan (shariah hukum). Terlepas dari strategi pemasaran konvensional, yaitu Islam strategi pemasaran lebih fokus pada peraturan agama dan etika yang tidak ada Pemasaran konvensional. Dengan demikian, penelitian ini membahas bagaimana bauran pemasaran (produk, harga, tempat dan promosi) mempengaruhi kepuasan pelanggan dari perspektif Islam dan mengapa itu penting bagi konsumen.

### **C. Kerangka Berfikir**

Gunungkidul merupakan daerah yang berada di Daerah Istimewa Yogyakarta. Gunungkidul mempunyai beberapa kuliner yang khas, seperti gatot tiwul, sego abang, bakmi, belalang goreng dan lainnya. Gatot dan

tiwul merupakan makanan pokok masyarakat Gunungkidul, biasanya dimakan dengan sayuran sebagai pengganti nasi. Tapi seiring sejahteranya masyarakat Gunungkidul gatot berubah menjadi makanan camilan sehari-hari. Tiwul adalah makanan tradisional dari Gunungkidul yang terbuat dari olahan singkong. Makanan ini sangat unik, selain rasanya yang sangat khas, Tiwul ini juga bisa dijadikan sebagai makanan pengganti nasi. Makanan ini sudah terkenal sejak jaman dahulu dan menjadi salah satu warisan kuliner bagi masyarakat Yogyakarta.

Karakteristik gatot tersebut dari segi rasa cenderung manis, warnanya hitam, teksturnya lembut namun ada juga yang keras, bentuk yang kurang konsisten. Karakteristik rasa dari tiwul tidak jauh beda dengan gatot yaitu rasanya manis warnanya yang pucat, tekstur lembut namun bentuknya kurang bervariasi. Kelapa parut menjadi *topping* utama dalam penyajiannya, hal ini membuat tampilan tidak menarik. Produk ini dikemas menggunakan tempat yang terbuat dari anyaman bambu yang berbentuk persegi atau biasa disebut dengan *besek*. Namun disisi lain produk ini juga mempunyai beberapa kelemahan seperti cepat basi atau tidak tahan lama. Sajian yang sederhana menjadi salah satu kendala untuk menarik minat beli konsumen. Konsumen datang dari berbagai daerah. Cita rasa setiap daerah yang berbeda-beda menjadikan tantangan bagi pemilik usaha untuk mengembangkan produknya.



Gambar 1. Kerangka Berpikir

#### D. Pertanyaan Penelitian

1. Bagaimana karakteristik konsumen pada produk Gatot dan Tiwul Yu Tum ?
2. Bagaimana preferensi konsumen terhadap produk Gatot dan Tiwul Yu Tum ?
3. Apa saja alasan-alasan yang mendorong konsumen membeli produk gatot tiwul ?

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis Penelitian**

Penelitian dengan judul “Preferensi Konsumen Terhadap Gatot Tiwul Yu Tum Di Gunungkidul” merupakan jenis penelitian deskriptif kuantitatif dengan teknik survey. Penelitian ini dilaksanakan dengan pendekatan kuantitatif karena menggunakan data kualitatif yang diangkakan. Menurut Sugiyono (2014: 23), data kuantitatif adalah data yang berbentuk angka, atau data kualitatif yang diangkakan (*skoring*).

Sugiyono (2015:14) menjelaskan bahwa, metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Menurut Suharsimi Arikunto (2007: 236), teknik survey merupakan salah satu teknik penelitian yang pada umumnya digunakan untuk mengumpulkan data yang luas dan banyak, disamping itu survey merupakan bagian dari deskriptif yang bertujuan untuk mencapai informasi dari suatu keadaan (fenomena) secara mendalam.

Pendapat lain mengatakan bahwa penelitian survey adalah penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut,

sehingga ditemukan kejadian-kejadian relatif, distribusi dan hubungan antar-variabel sosiologis maupun psikologis.

## **B. Tempat dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan Gatot Tiwul Yu Tum yang terletak di Jalan Pramuka No.36 Wonosari Gunungkidul. Penelitian ini sudah dilaksanakan pada bulan Agustus sampai September 2017.

## **C. Populasi dan Sample**

### **a. Populasi**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2015: 117). Populasi pada penelitian ini adalah seluruh konsumen Gatot Tiwul Yu Tum. Dalam sehari kurang lebih 40 orang sedangkan jika dihitung dalam satu bulan kurang lebih ada 1200 orang.

### **b. Sample**

Menurut Sugiyono (2015: 118), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, 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).

Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *nonprobability sampling* dengan metode *sampling insidental*. Menurut Sugiyono (2015: 124), *sampling insidental* adalah teknik penentuan sampel

berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

Jumlah sampel pada penelitian ini ditentukan menggunakan rumus menurut Riduwan (2007:44), sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{N \cdot d^2 + 1}$$

Keterangan:

$n$  = Jumlah sampel

$N$  = Jumlah populasi

$d^2$  = Presisi (ditetapkan 10% dengan tingkat kepercayaan 95%)

Berdasarkan rumus tersebut diperoleh jumlah minimal sampel sebagai berikut :

$$n = \frac{1200}{1200 \cdot (0,1)^2 + 1}$$

$n = 92,3076$  dibulatkan menjadi 92

Berdasarkan perhitungan sampel yang diambil adalah 92 namun diambil sebanyak 100 responden.

#### **D. Defisi Operasional Variabel**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui preferensi konsumen terhadap Gatot Tiwul Yu Tum di Gunungkidul.

Preferensi adalah pilihan suka atau tidak suka oleh seseorang terhadap kesukaan konsumen dari berbagai pilihan produk yang ada. Preferensi menunjukkan kesukaan konsumen terhadap produk Gatot Tiwul Yu Tum. Sehingga definisi operasional variabel dari preferensi konsumen terhadap Gatot

Tiwul Yu Tum Di Gunungkidul adalah pilihan suka dan tidak suka oleh konsumen terhadap produk Gatot Tiwul Yu Tum.

## **E. Metode Pengumpulan Data**

### **1. Kuesioner (Angket)**

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau kenyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden (Sugiyono, 2013:199).

Penelitian menggunakan kuesioner untuk mengukur preferensi konsumen terhadap Gatot Tiwul Yu Tum. Lembar kuesioner yang telah diberikan peneliti langsung diisi oleh konsumen Gatot Tiwul Yu Tum dan kuesioner ini berisi berbagai pertanyaan mengenai preferensi konsumen yang meliputi warna, aroma, rasa, tekstur, bentuk, penampilan, produk, harga, tempat, promosi, pelayanan dan sanitasi.

### **2. Wawancara**

Haris Herdiansyah (2015: 31) mendefinisikan wawancara sebagai proses interaksi komunikasi yang dilakukan oleh dua orang atau lebih atas dasar sukarela dan dalam setting alamiah. Dalam melakukan wawancara, menggunakan pedoman wawancara berstruktur. Menurut Suharsimi Arikunto (2006: 227) pedoman wawancara terstruktur merupakan pedoman wawancara yang disusun terperinci sehingga menyerupai *check-list*. Teknik ini digunakan untuk mengumpulkan data primer dengan jalan mengadakan wawancara

langsung dengan pemilik usaha Gatot Tiwul Yu Tum berkaitan dengan usaha yang dijalankannya dan juga untuk mengetahui proses pembuatan gatot tiwul.

### **3. Observasi**

Sugiyono (2013:203) mendefinisikan observasi sebagai teknik atau cara mengumpulkan data dengan jalan mengadakan pengamatan terhadap kegiatan saat konsumen mengisi kuisisioner.

Observasi yang dilakukan secara parsitipatif (*participatory observation*) yaitu peneliti ikut serta dalam kegiatan yang sedang berlangsung. Peneliti melakukan observasi saat sebelum pembagian kuisisioner dan saat proses penelitian berlangsung. Observasi ini dilakukan di Gatot Tiwul Yu Tum .

### **4. Dokumentasi**

Suharsimi Arikunto (2006: 231) menjelaskan bahwa metode dokumentasi yaitu mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, langger, agenda dan sebagainya. Dokumen-dokumen yang dihimpun dipilih yang sesuai dengan tujuan dan fokus masalah. Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu, bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya dari seseorang (Sugiyono, 2012:329).

Dokumentasi dalam penelitian ini adalah berupa seluruh bahan rekaman saat penelitian berlangsung. Dokumentasi ini berupa jawaban konsumen dari kuesioner yang diberikan, dan foto. Dokumentasi ini diambil saat peneliti melakukan observasi, wawancara, pembagian kuesioner dan juga saat penelitian dilaksanakan agar dapat menjadi bukti yang konkret saat melakukan penelitian di Gatot Tiwul Yu Tum. Dari hasil dokumentasi ini juga dapat

dijadikan petunjuk dan bahan pertimbangan pelaksanaan selanjutnya dan penarikan kesimpulan.

#### **F. Teknik Analisis Data**

Teknik analisis data adalah suatu cara yang dipergunakan untuk mengolah data agar dapat ditarik suatu kesimpulan yang tepat. Dalam menganalisis data penelitian ini akan dipergunakan metode deskriptif kuantitatif yaitu suatu cara penelitian yang menghasilkan data deskripsi analisis yang dinyatakan oleh responden secara tulisan maupun lisan serta juga tingkah laku nyata yang diteliti dan dipelajari sebagai sesuatu yang utuh. Teknik analisis data tersebut digunakan untuk mengetahui preferensi konsumen terhadap Gatot Tiwul Yu Tum di Gunungkidul. Untuk menghindari kecenderungan responden asal isi dan memilih skor tengah dari skala yang digunakan, maka peneliti menggunakan skala empat yang tidak ada skor tengah atau titik netral. Tabel sebagai berikut:

Tabel 1. Skor Penilaian Jawaban

<b>No</b>	<b>Jawaban</b>	<b>Skor</b>
1	Sangat setuju	4
2	Setuju	3
3	Tidak setuju	2
4	Sangat Tidak setuju	1

Skala yang sudah ditetapkan akan mewakili jawaban setiap pernyataan pada angket yang disebar. Masing-masing skala mempunyai kriteria untuk membedakan skala yang dimulai dari 4, 3, 2 dan 1.

Mean adalah nilai khas yang mewakili sifat tengah, atau posisi pusat, dari suatu kumpulan nilai data. Rumus untuk mencari mean ideal adalah :

$$M_i = \frac{\text{skor maksimal} + \text{skor minimal}}{2}$$

[Harinaldi, 2005 : 29]

Median adalah nilai yang terletak di tengah suatu data yang telah diurutkan dari nilai terkecil hingga terbesar. Jika jumlah item data genap, nilai median adalah nilai rata-rata dari dua nilai yang terletak di tengah data.

Rumus median untuk data genap adalah :

$$M_e = \frac{\left( X_{n/2} + X_{\left(\frac{n}{2}+1\right)} \right)}{2}$$

Keterangan:

n= banyaknya data

[Harinaldi, 2005 : 30]

Modus adalah alat pengukur karakteristik data yang menggunakan frekuensi. Nilai modus sekelompok data adalah data yang memiliki kemunculan terbanyak.

Deviasi Standar (Standard Deviation) atau simpangan baku merupakan ukuran penyebaran yang paling sering digunakan. Dalam ilmu statistik standar deviasi digunakan untuk membandingkan penyebaran data atau penyimpangan data dua kelompok atau lebih. Deviasi standar dapat ditulis dengan rumus sebagai berikut :

$$S_{di} = \frac{\text{skor maksimal} + \text{skor minimal}}{6}$$

[Harinaldi, 2005 : 35-36]

Preferensi konsumen dibedakan berdasarkan penggolongan menjadi tiga kategori yaitu sangat suka, suka, kurang suka. Pembagian kategorinya menurut (Azwar 2006). Seperti pada tabel berikut :

Tabel 2. Kriteria Kecenderungan Preferensi Konsumen

No.	Kriteria Kecenderungan	Kategori
1	$X \geq Mi + (SDi)$	Sangat suka
2	$Mi - (SDi) \leq X < Mi + (SDi)$	Suka
3	$X < Mi - (SDi)$	Kurang suka

### G. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan suatu alat yang digunakan untuk mengumpulkan data. Dari variabel preferensi konsumen dibagi menjadi beberapa pertanyaan. Dalam pembuatan instrumen diperlukan langkah-langkah yang teliti dan benar agar memperoleh data yang memenuhi syarat dan dapat mewakili objek penelitian. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah berupa angket. Angket yang digunakan untuk menjangkau data dalam penelitian ini dikembangkan sesuai oleh peneliti dibantu oleh dosen pembimbing berdasarkan konsep teori yang telah ditetapkan.

Angket yang digunakan adalah angket dengan skala likerts (rating scale) yang telah dimodifikasi dengan menggunakan empat alternatif jawaban, yaitu Sangat setuju (SS), Setuju (S), Tidak Setuju (TS), Sangat tidak setuju (STS) keempat penilaian tersebut diberikan bobot sebagai berikut:

- a. Jawaban sangat setuju diberikan bobot 4
- b. Jawaban setuju diberikan bobot 3
- c. Jawaban tidak setuju diberikan bobot 2
- d. Jawaban sangat tidak setuju diberikan bobot 1

Kisi-kisi instrumen dibuat yang berguna sebagai dasar dalam pembuatan instrumen sehingga pernyataan yang dibuat tidak keluar dari indikator yang sudah ditentukan. Berikut kisi-kisi instrumen penelitian:

Tabel 3. Kisi-Kisi Instrumen Penelitian

Variabel	Indikator	Sub Indikator	No Butir
Preferensi Konsumen Terhadap Gatot Tiwul Yu Tum Di Gunungkidul	Karakteristik sensoris	Warna	1,2,3,4
		Aroma	5,6,7,8
		Rasa	9,10,11,12,13
		Tekstur	14,15
		Bentuk	16,17
		Penampilan	18,19,20
	Aspek Pemasaran	Produk	21,22
		Harga	23,23,24,25,26,27
		Tempat	28,29,30,31
		Promosi	32,33,34
		Pelayanan	35,36,37
	Sanitasi	Sanitasi	38,39

#### H. Uji Coba Instrumen

Instrumen yang akan digunakan dalam penelitian ini harus benar-benar memenuhi persyaratan validitas dan reliabilitas. Instrumen yang dipergunakan dalam penelitian ini diujicobakan pada konsumen Gatot Tiwul Yu Tum dengan jumlah 50 responden yang tidak menjadi populasi dalam penelitian ini.

Uji coba instrumen dilakukan untuk mengetahui apakah instrument yang disusun dapat menghasilkan jawaban yang baik atau tidak. Karena baik buruknya instrumen akan berpengaruh terhadap benar tidaknya data yang diperoleh. Sedangkan benar tidaknya data sangat menentukan bermutu tidaknya hasil penelitian.

Suharsimi Arikunto (1996: 135) mengatakan bahwa Instrumen yang baik harus memenuhi dua persyaratan penting, yaitu validitas dan reliabilitas. Menurut Sugiyono (2007:109-110) valid berarti instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Sedangkan instrumen yang valid berarti Alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan (mengukur) itu valid. Sedangkan instrumen yang reliable

adalah Instrume yang digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama.

a. Uji validitas instrumen

Uji validitas instrumen dengan menggunakan rumus korelasi Product Moment dalam Suharsimi. Rumus yang digunakan adalah:

$$r_{xy} = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{(n \sum X^2 - (\sum X)^2)(n \sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

Dimana :

- $r_{xy}$  = angka indeks korelasi r *product moment*
  - $\sum XY$  = jumlah perkalian
  - $\sum X$  = jumlah skor variabel
  - $\sum Y$  = jumlah skor variabel
  - $\sum X^2$  = jumlah kuadrat dari variable
  - $\sum Y^2$  = jumlah kuadart dari variabel
  - n = jumlah sampel yang diambil
- (Suharsimi Arikunto, 1996:135).

Berdasarkan perhitungan yang dilakukan menggunakan SPSS 16 dengan keseluruhan butir soal dapat dijelaskan bahwa semua nilai  $r_{hitung} > t_{tabel}$  berdasarkan  $\alpha$  atau tingkat signifikansi 0.05 artinya bahwa item-item dapat dikatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Butir-butir soal yang sudah valid selanjutnya diuji tingkat reliabilitasnya. Menurut Suharsimi Arikunto (2006:178), reliabilitas menunjukkan pada satu cara pengertian bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik.

Dalam penelitian ini akan digunakan reliabilitas internal yaitu diperoleh dengan cara menganalisis data dari satu kali hasil pengtesan. Rumus yang digunakan adalah Rumus *Alpha*. Rumus *Alpha* digunakan untuk mencari reliabilitas instrumen yang skornya bukan 1 dan 0. Adapun rumus *Alpha* yaitu sebagai berikut:

$$r_{11} = \left( \frac{k}{(k-1)} \right) \left( \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right)$$

**Keterangan:**

- $r_{11}$  : reliabilitas instrumen
- $k$  : banyaknya butir pertanyaan
- $\sum \sigma_b^2$  : jumlah varians butir
- $\sigma_t^2$  : varians total

(Suharsimi Arikunto, 2006:196)

Tabel 4. Ringkasan Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian

<b>Variabel</b>	<b>Koefisien Alpha</b>	<b>Tingkat Reliabilitas</b>
Preferensi Konsumen	0,865	Sangat tinggi

Berdasarkan hasil uji reliabilitas di atas diperoleh nilai koefisien alpha sebesar 0,865 artinya datamemiliki tingkat reliabilitas yang tinggi.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A . Profil Perusahaan**

Gatot tiwul adalah makanan tradisional dari Gunungkidul. Pada saat ini makanan yang terbuat dari singkong kering atau gaplek menjadi satu diantara oleh-oleh yang disukai beberapa wisatawan. Salah satu yang berhasil menjadi produsen gatot tiwul di Gunungkidul yaitu Tuminah yang mulai mengembangkan usaha gatot tiwul pada tahun 1985. Usaha ini diberi nama Gatot Tiwul Yu Tum yang berlokasi di Jalan Pramuka No. 36 Wonosari Gunungkidul.

Pada saat ini usaha Yu Tum semakin maju dan banyak wisatawan yang datang. Sejak tahun 2006 usaha yang dibantu oleh anak dan menantunya akhirnya membuka cabang yang berlokasi di Jalan Wonosari – Yogya KM 3,5 Siyono Tengah, Wonosari, Gunungkidul. Pada tahun 2011 Bupati Gunungkidul telah meresmikan Gatot Tiwul Yu tum yang berlokasi di Jalan Pramuka No 36 Wonosari menjadi toko permanen. Pada saat ini usaha Yu Tum memiliki 25 karyawan yang dilanjutkan oleh anaknya. Pada tahun 2012 Yu Tum mendapatkan penghargaan piagam Sida Karya dari Dinas Sosial Tenaga Kerja dan Trasmigrasi ( Dinsosnakertrans).

Yu Tum juga menjual makanan berat seperti sayur lombok ijo, babat iso, nasi merah. Namun banyak wisatawan dari luar kota yang tetap mencari dan membeli gatot tiwul. Yu Tum menawarkan beberapa jenis tiwul, antara lain tiwul srintil, tiwul coblong dan tiwul tumpeng. Tiwul srintil memiliki bentuk kasar menyerupai biji nasi dan disajikan dengan topping kelapa parut. Tiwul

coblong memiliki tekstur lebih halus, di beberapa bagian berlubang terisi gula merah yang setengah mencair. Dan untuk tiwul tumpeng karena bentuknya dibuat seperti tumpeng . Harga gatot tiwul cukup murah menjadikan semua kalangan dapat membelinya yaitu antara Rp. 8000,00 sampai Rp.21.000,00.

## **B. Data Hasil Penelitian**

### **1. Karakteristik Responden**

Karakteristik responden yang diamati dalam penelitian ini meliputi : jenis kelamin, pekerjaan, pendapatan dan usia. Deskripsi karakteristik responden disajikan dalam tabel berikut :

#### **a. Jenis Kelamin**

Deskripsi karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin disajikan pada tabel berikut ini :

Tabel 5. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

<b>Jenis Kelamin</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Laki-laki	48	48,0
Perempuan	52	52,0
<b>Jumlah</b>	100	100,0

Sumber : Data Primer, 2017

Tabel di atas menunjukkan bahwa responden berjenis kelamin laki-laki sebanyak 48 orang (48,0%) sedangkan responden berjenis kelamin perempuan sebanyak 52 orang (52,0%). Dapat disimpulkan bahwa jumlah responden laki-laki hampir sama dengan jumlah responden perempuan.

#### **b. Pekerjaan**

Deskripsi karakteristik responden berdasarkan pekerjaan disajikan pada tabel berikut ini :

Tabel 6. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

<b>Pekerjaan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Pegawai Negeri	19	19,0
Pegawai Swasta	31	31,0
Pelajar/mahasiswa	16	16,0
Wiraswasta	29	29,0
Lainnya	5	5,0
<b>Jumlah</b>	100	100,0

Sumber : Data Primer, 2017

Tabel di atas menunjukkan bahwa pekerjaan responden paling banyak adalah pegawai swasta yaitu 31 orang (31,0%), kemudian wiraswasta sebanyak 29 orang (29,0%), pegawai negeri sebanyak 19 orang (19,0%), pelajar/mahasiswa sebanyak 16 orang (16,0%) dan sisanya lainnya sebanyak 5 orang (5,0%). Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa konsumen gatot tiwul Yu Tum paling banyak adalah pegawai swasta.

### c. Pendapatan

Deskripsi karakteristik responden berdasarkan pendapatan disajikan pada tabel berikut ini :

Tabel 7. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

<b>Pendapatan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Tidak ada	18	18,0
< 1 juta	15	15,0
1 – 3 juta	46	46,0
>3 juta	21	21,0
Jumlah	100	100,0

Sumber : Data Primer, 2017

Tabel di atas menunjukkan bahwa responden paling banyak berpendapatan sebesar 1 – 3 juta yaitu 46 orang (46,0%), responden dengan pendapatan lebih dari 3 juta sebanyak 21 orang (21,05%) dan responden dengan pendapatan kurang dari 1 juta sebanyak 15 orang

(15,0%). Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa konsumen gatot tiwul Yu Tum paling banyak berpendapatan 1-3 juta.

**d. Usia**

Deskripsi karakteristik responden berdasarkan usia disajikan pada tabel berikut ini:

Tabel 8. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

<b>Usia (tahun)</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
14 – 19	2	2,0
20 – 40	74	74,0
41 – 61	24	24,0
<b>Jumlah</b>	100	100,0

Sumber : Data Primer, 2017

Tabel di atas menunjukkan bahwa usia responden paling banyak adalah berada pada rentang usia 20 – 40 tahun yaitu sebanyak 74 orang (74,0%), kemudian rentang usia 41 -61 tahun yaitu sebanyak 24 orang (24,0%) dan usia 14 – 19 tahun sebanyak 2 orang (2,0%). Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa konsumen gatot tiwul Yu Tum rata – rata berusia 20-40 tahun.

**e. Asal Daerah**

Deskripsi karakteristik responden berdasarkan asal daerah disajikan pada tabel berikut ini:

Tabel 9. Karakteristik Responden Berdasarkan asal daerah

<b>Asal Daerah</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Gunungkidul	20	2,0
Bantul	15	74,0
Sleman	5	24,0
Kulonprogo	14	14,0
Yogyakarta	7	7,0
Luar Kota	39	39,0
<b>Jumlah</b>	100	100,0

Sumber : Data Primer, 2017

Tabel di atas menunjukkan bahwa asal daerah responden paling banyak adalah dari luar kota sebanyak 39 responden.

### 1. Karakteristik Sensoris

Data karakteristik sensoris diperoleh melalui angket yang terdiri dari 20 item dengan jumlah responden 100 orang. Terdapat 4 alternatif jawaban yaitu sangat setuju diberi skor 4, setuju diberi skor 3, tidak setuju diberi skor 2 dan sangat tidak setuju diberi skor 1 (Sugiyono, 2007:86-87). Berdasarkan data karakteristik sensoris, diperoleh skor tertinggi sebesar 76,0 dan skor terendah sebesar 33,0. Nilai *Mean* diperoleh sebesar 50, *Median* sebesar 58,00, *Modus* sebesar 58,00 dan *Standar Deviasi* 10.

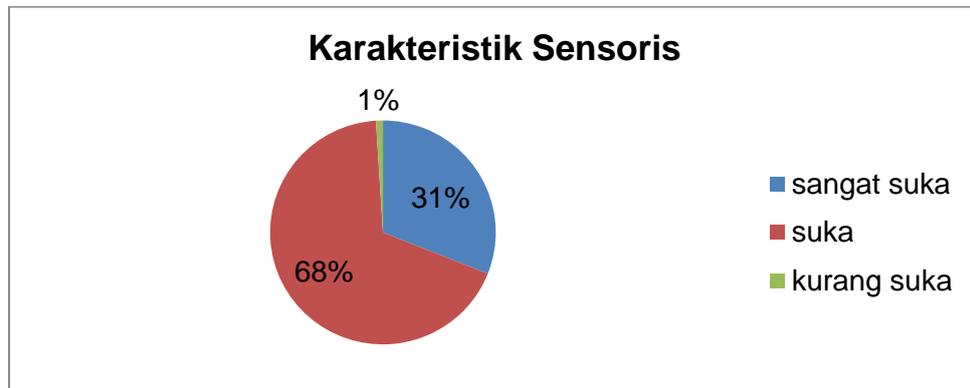
Berdasarkan data di atas dapat dibuat kategorisasi untuk karakteristik sensoris. Kategorisasi dibagi menjadi sangat suka, suka dan kurang suka. Hasil perhitungan kategorisasi aspek warna disajikan pada Tabel 9.

Tabel 9. Distribusi Kategorisasi Karakteristik Sensoris

No.	Skor	Frekuensi	Persentase (%)	Kategori
1.	$X \geq 60$	31	31.0	Sangat suka
2.	$40 \leq X < 60$	68	68.0	Suka
3.	$X < 40$	1	1.0	Kurang suka
<b>Total</b>		100	100,00	

Sumber : Data Primer Diolah, 2017

Berdasarkan tabel 9 dapat digambarkan pie chart yang dapat dilihat pada Gambar di bawah ini:



Gambar 2. Pie Chart Karakteristik Sensoris

Berdasarkan tabel dan gambar di atas frekuensi karakteristik sensoris pada kategori suka sebanyak 68% atau 68 orang. Jadi dapat disimpulkan bahwa kecenderungan karakteristik sensoris berada pada kategori suka yaitu 68% atau 68 orang.

Faktor dominan pembentuk karakteristik sensoris yang terdiri dari indikator warna, aroma, rasa, tekstur, bentuk dan penampakan akan disajikan sebagai berikut :

**a. Warna**

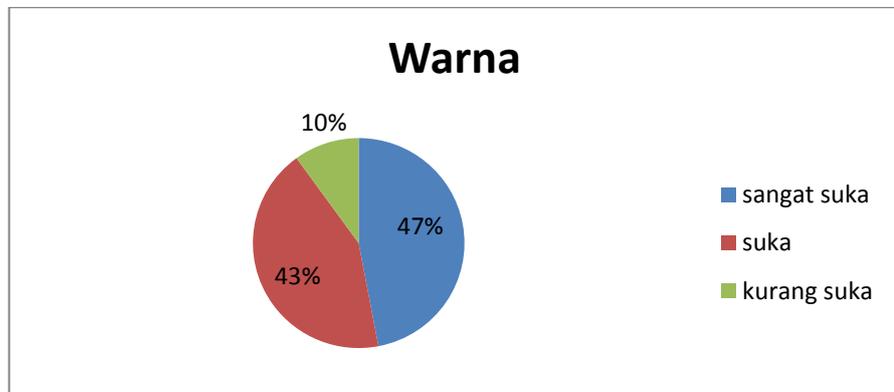
Data indikator warna diperoleh melalui angket yang terdiri dari 4 item dengan jumlah responden 100 orang. Terdapat 4 alternatif jawaban dimana skor tertinggi 4 dan skor terendah 1. Berdasarkan data indikator pada warna, diperoleh skor tertinggi sebesar 16 dan skor terendah sebesar 5. Hasil analisis *Mean* sebesar 10,00, *median* sebesar 11, *modus* sebesar 12 dan standar deviasi sebesar 2. Berdasarkan data di atas dapat dibuat kategorisasi untuk indikator warna. Kategorisasi dibagi menjadi sangat suka, suka, dan kurang suka. Hasil perhitungan kategorisasi aspek warna disajikan pada Tabel 10.

Tabel10 . Distribusi Kategorisasi Indikator Warna Gatot Tiwul

No.	Skor	Frekuensi	Persentase (%)	Kategori
1.	$X \geq 12$	43	43,0	sangat suka
2.	$8 \leq X < 12$	47	47,0	Suka
3.	$X < 8$	10	10,0	kurang suka
<b>Total</b>		100	100,00	

Sumber : Data Primer Diolah, 2017

Berdasarkan tabel 10 dapat digambarkan pie chart yaitu sebagai berikut :



Gambar 3. Pie Chart Indikator Warna Gatot Tiwul

Berdasarkan tabel dan pie chart di atas diperoleh frekuensi indikator warna pada kategori sangat suka sebanyak 47 responden (47%), frekuensi indikator warna pada kategori suka sebanyak 43 responden (43%), sedangkan frekuensi indikator warna pada kategori kurang suka sebanyak 10 responden (10%).

Jadi dapat disimpulkan bahwa kecenderungan indikator warna berada pada kategori sangat suka yaitu 47% atau 47 responden.

Tabel 11. Preferensi Terhadap Warna Gatot Tiwul

No.	Item	Skor	Rerata	Rangking
1.	Warna menarik	279	2,79	3
2.	Warna tidak pucat	284	2,84	2
3.	Warna memberi kesan bahwa memiliki rasa yang enak	286	2,86	1
4.	Warna sangat bervariasi	256	2,56	4
<b>Rerata</b>			2,76	

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa preferensi terhadap warna dengan skor tertinggi ada pada item warna memberi kesan bahwa memiliki rasa yang enak diperoleh skor 286 dan rerata 2,86. Skor terendah pada item warna sangat bervariasi diperoleh skor 256 dan rerata 2,56. Pertimbangan konsumen dalam membeli gatot tiwul Yu Tum adalah warna memberi kesan bahwa memiliki rasa yang enak.

**b. Aroma**

Data indikator aroma diperoleh melalui angket yang terdiri dari 4 item dengan jumlah responden 100 orang. Terdapat 4 alternatif jawaban dimana skor tertinggi 4 dan skor terendah. Berdasarkan data indikator pada aroma, diperoleh skor tertinggi sebesar 15 dan skor terendah sebesar 8. Hasil analisis *Mean* sebesar 10, *median* sebesar 15, *modus* sebesar 11 dan standar deviasi sebesar 2.

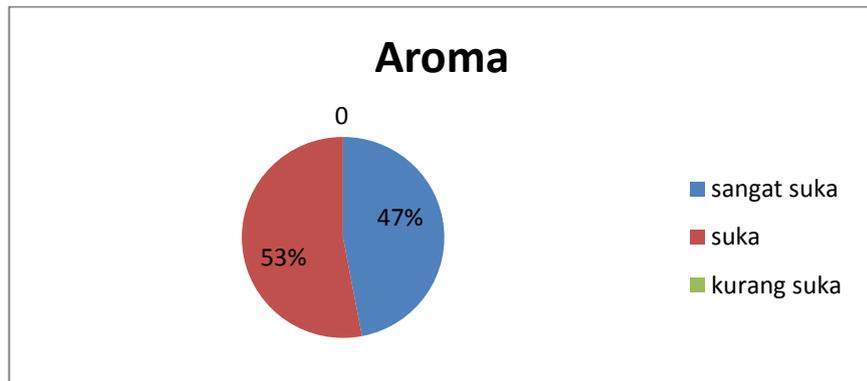
Berdasarkan data di atas dapat dibuat kategorisasi untuk indikator aroma. Kategorisasi dibagi menjadi sangat suka, suka, dan kurang suka. Hasil perhitungan kategorisasi aspek aroma disajikan pada Tabel 12.

Tabel 12. Distribusi Kategorisasi Indikator Aroma Gatot Tiwul

No.	Skor	Frekuensi	Persentase (%)	Kategori
1.	$X \geq 12$	47	47,0	Sangat suka
2.	$8 \leq X < 12$	53	53,0	Suka
3.	$X < 8$	0	0,0	Kurang suka
<b>Total</b>		100	100,00	

Sumber : Data Primer Diolah, 2017

Berdasarkan tabel di atas dapat digambarkan pie chart yaitu sebagai berikut :



Gambar 4. Pie Chart Indikator Aroma Gatot Tiwul

Berdasarkan tabel dan pie chart di atas diperoleh frekuensi indikator aroma pada kategori sangat suka sebanyak 47 responden (47%), frekuensi indikator aroma pada kategori suka sebanyak 53 responden (53%), sedangkan frekuensi indikator aroma pada kategori kurang suka sebanyak 0 responden (0%).

Jadi dapat disimpulkan bahwa kecenderungan indikator aroma berada pada kategori suka yaitu 53% atau 53 responden.

Tabel 13. Preferensi Terhadap Aroma Gatot Tiwul

No.	Item	Skor	Rerata	Rangking
1.	Aroma yang menggugah selera	331	3,31	1
2.	Aroma yang harum	322	3,22	2
3.	Aroma kurang enak	208	2,08	4
4.	Aroma tajam	302	3,02	3
<b>Rerata</b>			2,91	

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa preferensi terhadap aroma dengan skor tertinggi ada pada item aroma yang menggugah selera diperoleh skor 331 dan rerata 3,31. Skor terendah pada item aroma kurang enak diperoleh skor 208 dan rerata 2,08. Pertimbangan konsumen dalam membeli gatot tiwul Yu Tum adalah aroma yang menggugah selera.

### c. Rasa

Data indikator rasa diperoleh melalui angket yang terdiri dari 5 item dengan jumlah responden 100 orang. Terdapat 4 alternatif jawaban dimana skor tertinggi 4 dan skor terendah 1. Berdasarkan data indikator pada rasa, diperoleh skor tertinggi sebesar 20 dan skor terendah sebesar 6. Hasil analisis *Mean* sebesar 12,5, *median* sebesar 15, *modus* sebesar 15 dan standar deviasi sebesar 2,3.

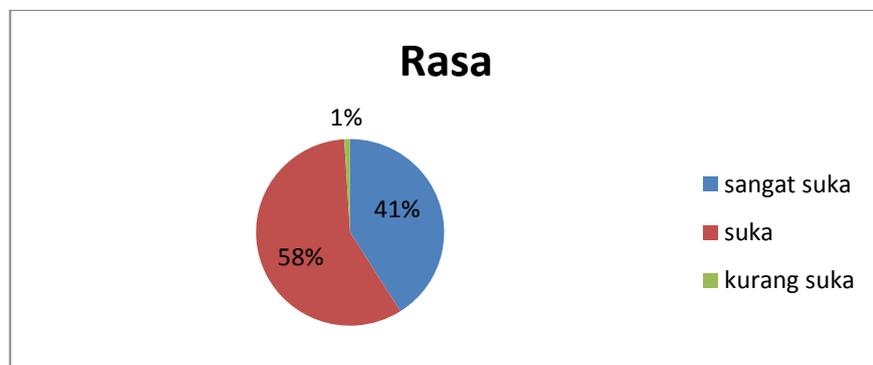
Berdasarkan data di atas dapat dibuat kategorisasi untuk indikator rasa. Kategorisasi dibagi menjadi sangat suka, suka, dan kurang suka. Hasil perhitungan kategorisasi aspek rasa disajikan pada Tabel 14 .

Tabel 14. Distribusi Kategorisasi Indikator Rasa Gatot Tiwul

No.	Skor	Frekuensi	Persentase (%)	Kategori
1.	$X \geq 16$	41	41,0	sangat suka
2.	$10 \leq X < 16$	58	58,0	Suka
3.	$X < 10$	1	1,0	kurang suka
<b>Total</b>		100	100,00	

Sumber : Data Primer Diolah, 2017

Berdasarkan tabel di atas dapat digambarkan pie chart yaitu sebagai berikut :



Gambar 5. Pie Chart Indikator Rasa Gatot Tiwul

Berdasarkan tabel dan pie chart di atas diperoleh frekuensi indikator rasa pada kategori sangat suka sebanyak 41 responden (41%), frekuensi indikator rasa pada kategori suka sebanyak 58 responden (58%), sedangkan frekuensi indikator rasa pada kategori kurang suka sebanyak 1 responden (1%). Jadi dapat disimpulkan bahwa kecenderungan indikator rasa berada pada kategori suka yaitu 58% atau 58 responden.

Tabel 15. Preferensi Terhadap Rasa Gatot Tiwul

No.	Item	Skor	Rerata	Rangking
1.	Rasa yang enak	314	3,14	2
2.	sesuai dengan lidah konsumen	309	3,09	3
3.	Rasa yang khas	326	3,26	1
4.	Rasa yang kuat	295	2,95	5
5.	sesuai dengan selera	299	2,99	4
<b>Rerata</b>			3,09	

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa preferensi terhadap rasa dengan skor tertinggi ada pada item rasa yang khas diperoleh skor 326 dan rerata 3,26. Skor terendah pada item rasa yang kuat diperoleh skor 296 dan rerata 2,96. Pertimbangan konsumen dalam membeli gatot tiwul Yu Tum adalah rasa yang khas.

#### d. Tekstur

Data indikator tekstur diperoleh melalui angket yang terdiri dari 2 item dengan jumlah responden 100 orang. Terdapat 4 alternatif jawaban dimana skor tertinggi 4 dan skor terendah 1. Berdasarkan data indikator pada tekstur, diperoleh skor tertinggi sebesar 7 dan skor terendah sebesar 4. Hasil analisis *Mean* sebesar 5,00, *median* sebesar 5,00, *modus* sebesar 5,00 dan standar deviasi

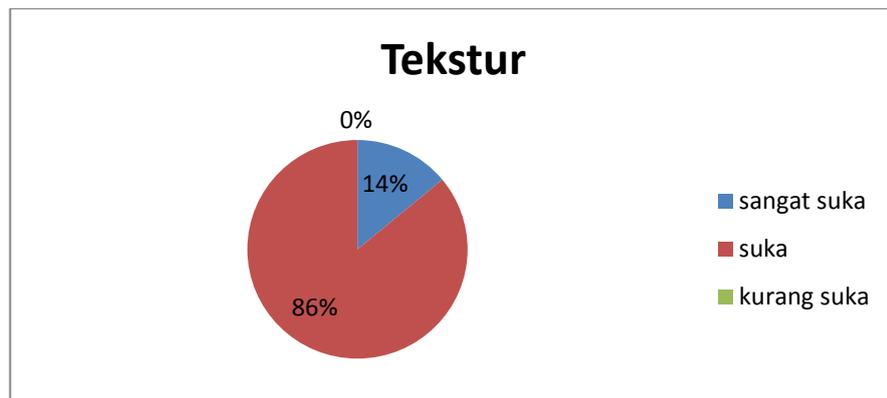
sebesar 1. Berdasarkan data di atas dapat dibuat kategorisasi untuk indikator tekstur. Kategorisasi dibagi menjadi sangat suka, suka, dan kurang suka. Hasil perhitungan kategorisasi aspek tekstur disajikan pada Tabel 16.

Tabel 16. Distribusi Kategorisasi Indikator Tekstur Gatot Tiwul

No.	Skor	Frekuensi	Persentase (%)	Kategori
1.	$X \geq 6$	14	14.0	sangat suka
2.	$4 \leq X < 6$	86	86.0	suka
3.	$X < 4$	0	0,0	kurang suka
<b>Total</b>		100	100,00	

Sumber : Data Primer Diolah, 2017

Berdasarkan tabel di atas dapat digambarkan pie chart yaitu sebagai berikut :



Gambar 6. Pie Chart Indikator Tekstur Gatot Tiwul

Berdasarkan tabel dan pie chart di atas diperoleh frekuensi indikator tekstur pada kategori sangat suka sebanyak 14 responden (14%), frekuensi indikator tekstur pada kategori suka sebanyak 86 responden (86%), sedangkan frekuensi indikator tekstur pada kategori kurang suka sebanyak 0 responden (0%).

Jadi dapat disimpulkan bahwa kecenderungan indikator tekstur berada pada kategori suka yaitu 86% atau 86 responden.

Tabel 17. Preferensi Terhadap Tekstur Gatot Tiwul

No.	Item	Skor	Rerata	Rangking
1.	Tekstur gatot yang lembut	288	2,88	1
2.	Tekstur tiwul yang kasar	215	2,15	2
<b>Rerata</b>			2, 51	

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa preferensi terhadap tekstur dengan skor tertinggi ada pada item tekstur gatot yang lembut diperoleh skor 288 dan rerata 2,88. Skor terendah pada item tekstur tiwul yang kasar diperoleh skor 215 dan rerata 2,15. Pertimbangan konsumen dalam membeli gatot tiwul Yu Tum adalah tekstur gatot yang lembut.

#### e. Bentuk

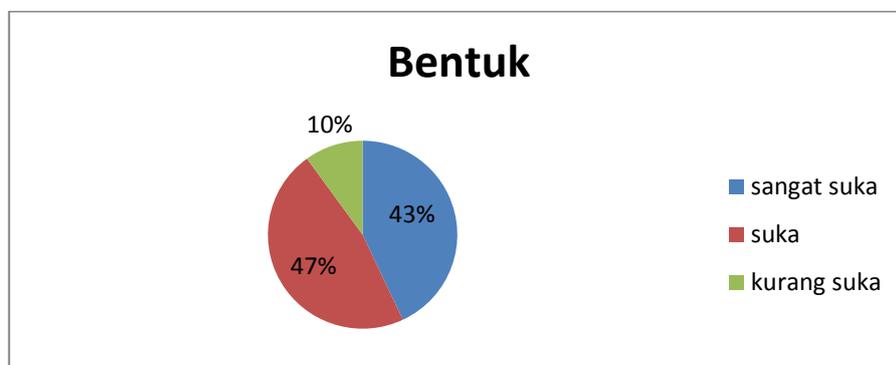
Data indikator bentuk diperoleh melalui angket yang terdiri dari 2 item dengan jumlah responden 100 orang. Terdapat 4 alternatif jawaban dimana skor tertinggi 4 dan skor terendah 1. Berdasarkan data indikator pada bentuk, diperoleh skor tertinggi sebesar 8 dan skor terendah sebesar 2. Hasil analisis *Mean* sebesar 5, *median* sebesar 5, *modus* sebesar 6 dan standar deviasi sebesar 1. Berdasarkan data di atas dapat dibuat kategorisasi untuk indikator bentuk. Kategorisasi dibagi menjadisangat suka, suka, dan kurang suka. Hasil perhitungan kategorisasi aspek bentuk disajikan pada tabel 18.

Tabel 18. Distribusi Kategorisasi Indikator Bentuk Gatot Tiwul

No.	Skor	Frekuensi	Persentase (%)	Kategori
1.	$X \geq 6$	43	43.0	sangat suka
2.	$4 \leq X < 6$	47	47.0	Suka
3.	$X < 4$	10	10.0	kurang suka
<b>Total</b>		100	100,00	

Sumber : Data Primer Diolah, 2017

Berdasarkan tabel di atas dapat digambarkan pie chart yaitu sebagai berikut :



Gambar 7. Pie Chart Indikator Bentuk Gatot Tiwul

Berdasarkan tabel dan pie chart di atas diperoleh frekuensi indikator bentuk pada kategori sangat suka sebanyak 43 responden (43%), frekuensi indikator bentuk pada kategori suka sebanyak 47 responden (47%), sedangkan frekuensi indikator bentuk pada kategori kurang suka sebanyak 10 responden (10%).

Jadi dapat disimpulkan bahwa kecenderungan indikator bentuk berada pada kategori suka yaitu 47% atau 47 responden.

Tabel 19. Preferensi Terhadap Bentuk Gatot Tiwul

No.	Item	Skor	Rerata	Rangking
1.	Bentuk yang bervariasi	234	2,34	2
2.	Bentuk yang dapat menarik konsumen	284	2,84	1
<b>Rerata</b>			2.59	

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa preferensi terhadap bentuk dengan skor tertinggi ada pada item bentuk yang dapat menarik konsumen diperoleh skor 284 dan rerata 2,84. Skor terendah pada item bentuk yang bervariasi diperoleh skor 234 dan rerata 2,34. Pertimbangan konsumen dalam membeli gatot tiwul Yu Tum adalah bentuk yang dapat menarik konsumen.

#### f. Penampilan

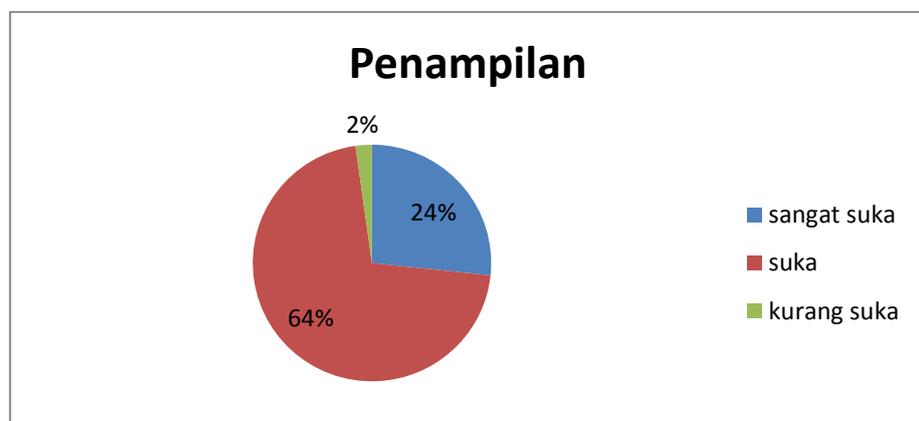
Data indikator penampilan diperoleh melalui angket yang terdiri dari 3 item dengan jumlah responden 100 orang. Terdapat 4 alternatif jawaban dimana skor tertinggi 4 dan skor terendah. Berdasarkan data indikator pada penampilan, diperoleh skor tertinggi sebesar 12 dan skor terendah sebesar 5. Hasil analisis *Mean* sebesar 7,5, *median* sebesar 9,0, *modus* sebesar 9,0 dan standar deviasi sebesar 1,5. Berdasarkan data di atas dapat dibuat kategorisasi untuk indikator penampilan. Kategorisasi dibagi menjadi sangat suka, suka, dan kurang suka. Hasil perhitungan kategorisasi aspek penampilan disajikan pada Tabel 20.

Tabel 20. Distribusi Kategorisasi Indikator Penampilan Gatot Tiwul

No.	Skor	Frekuensi	Persentase (%)	Kategori
1.	$X \geq 10$	34	34	sangat suka
2.	$6 \leq X < 10$	64	64	Suka
3.	$X < 6$	2	2	kurang suka
<b>Total</b>		100	100,00	

Sumber : Data Primer Diolah, 2017

Berdasarkan tabel di atas dapat digambarkan pie chart yaitu sebagai berikut :



Gambar 8. Pie Chart Indikator Penampilan Gatot Tiwul

Berdasarkan tabel dan pie chart di atas diperoleh frekuensi indikator penampilan pada kategori sangat baik sebanyak 34 responden (34%), frekuensi indikator penampilan pada kategori suka sebanyak 64 responden (64%), sedangkan frekuensi indikator penampilan pada kategori kurang suka sebanyak 2 responden (2%). Jadi dapat disimpulkan bahwa kecenderungan indikator penampilan berada pada kategori suka yaitu 64% atau 64 responden.

Tabel 21. Preferensi Terhadap Penampilan Gatot Tiwul

No.	Item	Skor	Rerata	Rangking
1.	Penampilan bagus dan menarik	295	2,95	3
2.	Penampilan bersih	307	3,07	2
3.	Tampilan kemasan unik	331	3,31	1
<b>Rerata</b>			3,11	

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa preferensi terhadap penampilan dengan skor tertinggi ada pada item tampilan kemasan yang unik diperoleh skor 331 dan rerata 3,31. Skor terendah pada item penampilan bagus dan menarik diperoleh skor 295 dan rerata 2,95. Pertimbangan konsumen dalam membeli gatot tiwul Yu Tum adalah tampilan kemasan yang unik.

## 2. Pemasaran

Data pemasaran diperoleh melalui angket yang terdiri dari 17 item dengan jumlah responden 100 orang. Terdapat 4 alternatif jawaban yaitu sangat setuju diberi skor 4, setuju diberi skor 3, tidak setuju diberi skor 2 dan sangat tidak setuju diberi skor 1 (Sugiyono, 2007:86-87). Berdasarkan data pemasaran, diperoleh skor tertinggi sebesar 59,0 dan skor terendah sebesar 26,0. Nilai *Mean* diperoleh sebesar 43,0, *Median* sebesar 48,00, *Modus* sebesar 47,00 dan

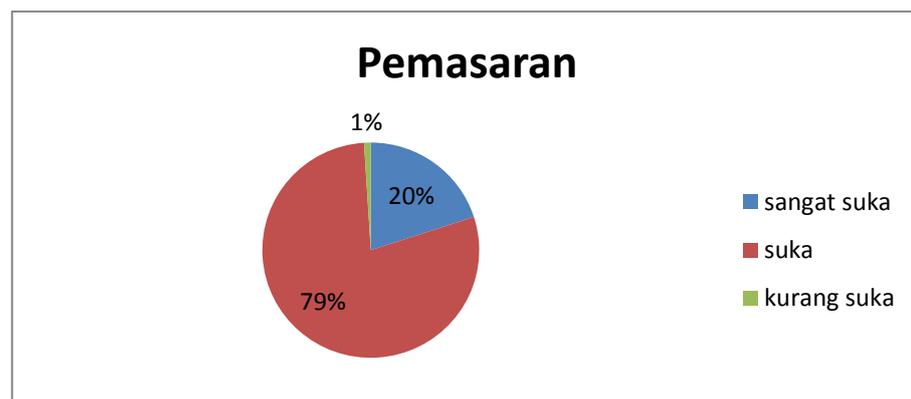
Standar Deviasi sebesar 9,0. Kategorisasi dibagi menjadi sangat suka, suka, kurang suka. Hasil perhitungan kategorisasi aspek warna disajikan pada Tabel 22 .

Tabel 22. Distribusi Kategorisasi Pemasaran Gatot Tiwul

No.	Skor	Frekuensi	Persentase (%)	Kategori
1.	$X \geq 52$	20	20.0	sangat suka
2.	$34 \leq X < 52$	79	79.0	Suka
3.	$X < 34$	1	1.0	kurang suka
<b>Total</b>		100	100,00	

Sumber : Data Primer Diolah, 2017

Berdasarkan tabel di atas dapat digambarkan pie chart yang dapat dilihat pada gambar di bawah ini:



Gambar 9. Pie Chart Pemasaran Gatot Tiwul

Berdasarkan tabel dan gambar di atas frekuensi pemasaran pada kategori suka sebanyak 79% atau 79 orang. Jadi dapat disimpulkan bahwa kecenderungan karakteristik pemasaran berada pada kategori suka yaitu 79% atau 79 orang.

Faktor dominan pembentuk pemasaran yang terdiri dari indikator produk, harga, tempat, promosi dan pelayanan akan disajikan sebagai berikut :

### g. Produk

Data indikator produk diperoleh melalui angket yang terdiri dari 2 item dengan jumlah responden 100 orang. Terdapat 4 alternatif jawaban dimana skor tertinggi 4 dan skor terendah 1. Berdasarkan data indikator pada produk, diperoleh skor tertinggi sebesar 8 dan skor terendah sebesar 4. Hasil analisis *Mean* sebesar 5,0, *median* sebesar 6, *modus* sebesar 6 dan standar deviasi sebesar 1,0 .

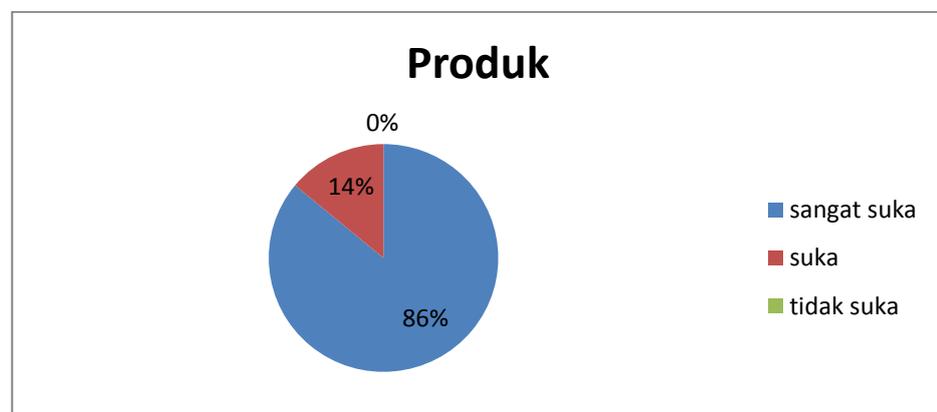
Berdasarkan data di atas dapat dibuat kategorisasi untuk indikator produk. Kategorisasi dibagi menjadi sangat baik, baik, dan kurang baik. Hasil perhitungan kategorisasi aspek produk disajikan pada Tabel 23.

Tabel 23. Distribusi Kategorisasi Indikator Produk Gatot Tiwul

No.	Skor	Frekuensi	Persentase (%)	Kategori
1.	$X \geq 6$	86	86.0	sangat suka
2.	$4 \leq X < 6$	14	14.0	Suka
3.	$X < 4$	0	0,0	kurang suka
<b>Total</b>		100	100,00	

Sumber : Data Primer Diolah, 2017

Berdasarkan tabel di atas dapat digambarkan pie chart yaitu sebagai berikut :



Gambar 10. Pie Chart Indikator Produk Gatot Tiwul

Berdasarkan tabel dan pie chart di atas diperoleh frekuensi indikator produk pada kategori sangat baik sebanyak 86 responden (86%), frekuensi indikator produk pada kategori suka sebanyak 14 responden (14%).

Jadi dapat disimpulkan bahwa kecenderungan indikator produk berada pada kategori sangat suka yaitu 86% atau 86 responden.

Tabel 24. Preferensi Terhadap Produk Gatot Tiwul

No.	Item	Skor	Rerata	Rangking
1.	Produk berkualitas baik	321	3,21	1
2.	Penyajian yang menarik	286	2,86	2
<b>Rerata</b>			3.03	

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa preferensi terhadap produk dengan skor tertinggi ada pada item produk berkualitas baik diperoleh skor 321 dan rerata 3,31. Skor terendah pada item penyajian yang menarik diperoleh skor 286 dan rerata 2,8.

#### **h. Harga**

Data indikator harga diperoleh melalui angket yang terdiri dari 5 item dengan jumlah responden 100 orang. Terdapat 4 alternatif jawaban dimana skor tertinggi 4 dan skor terendah 1. Berdasarkan data indikator pada harga, diperoleh skor tertinggi sebesar 20 dan skor terendah sebesar 6. Hasil analisis *Mean* sebesar 12,5, *median* sebesar 15, *modus* sebesar 15 dan standar deviasi sebesar 2,5.

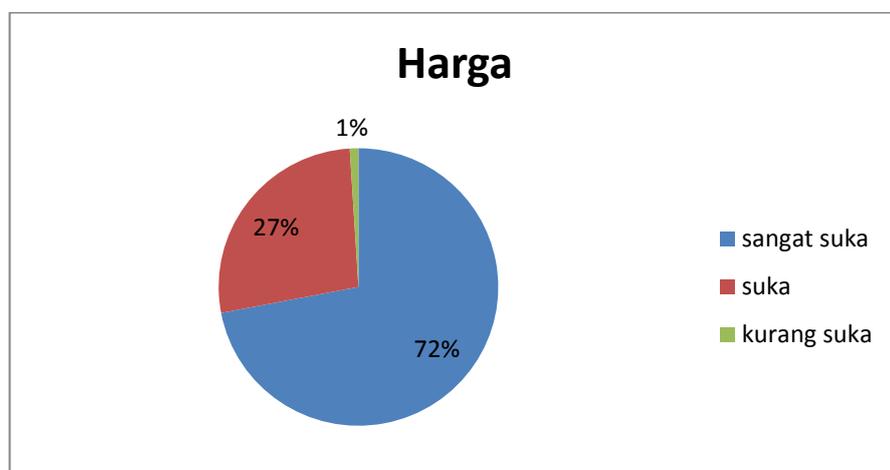
Berdasarkan data di atas dapat dibuat kategorisasi untuk indikator harga. Kategorisasi dibagi menjadi sangat suka, suka dan kurang suka. Hasil perhitungan kategorisasi aspek harga disajikan pada Tabel 25.

Tabel 25. Distribusi Kategorisasi Indikator Harga Gatot Tiwul

No.	Skor	Frekuensi	Persentase (%)	Kategori
1.	$X \geq 15$	72	72	sangat suka
2.	$9 \leq X < 15$	27	27	kurang suka
3.	$X < 9$	1	1	Suka
<b>Total</b>		100	100,00	

Sumber : Data Primer Diolah, 2017

Berdasarkan tabel di atas dapat digambarkan pie chart yaitu sebagai berikut :



Gambar 11. Pie Chart Indikator Harga Gatot Tiwul

Berdasarkan tabel dan pie chart di atas diperoleh frekuensi indikator harga pada kategori sangat suka sebanyak 27 responden (27%), frekuensi indikator harga pada kategori suka sebanyak 72 responden (72%), sedangkan frekuensi indikator harga pada kategori kurang suka sebanyak 1 responden (1%).

Jadi dapat disimpulkan bahwa kecenderungan indikator harga berada pada kategori suka yaitu 74% atau 74 responden.

Tabel 26. Preferensi Terhadap Harga Gatot Tiwul

No.	Item	Skor	Rerata	Rangking
1.	Harga sesuai dengan porsi	302	3,02	4
2.	Harga menjadi pertimbangan untuk membeli	270	2,70	5
3.	Harga sesuai dengan produk yang diterima	302	3,02	3
4.	Harga sesuai dengan kualitas	311	3,11	2
5.	Harga sesuai dengan pendapatan	312	3,12	1
<b>Rerata</b>			2,99	

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa preferensi terhadap harga dengan skor tertinggi ada pada item harga sesuai dengan pendapatan diperoleh skor 312 dan rerata 3,12. Skor terendah pada item harga menjadi pertimbangan untuk membeli diperoleh skor 270 dan rerata 2,7.

#### i. Lokasi

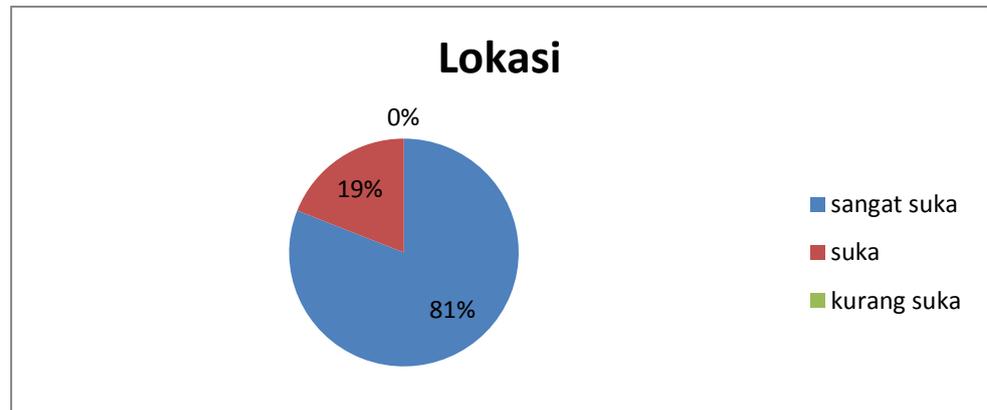
Data indikator lokasi diperoleh melalui angket yang terdiri dari 4 item dengan jumlah responden 100 orang. Terdapat 4 alternatif jawaban dimana skor tertinggi 4 dan skor terendah 1. Berdasarkan data indikator pada lokasi, diperoleh skor tertinggi sebesar 16 dan skor terendah sebesar 8. Hasil analisis *Mean* sebesar 10,0, *median* sebesar 12, *modus* sebesar 12 dan standar deviasi sebesar 2,0. Berdasarkan data di atas dapat dibuat kategorisasi untuk indikator lokasi. Kategorisasi dibagi menjadi sangat suka, suka dan kurang suka. Hasil perhitungan kategorisasi aspek lokasi disajikan pada Tabel 27.

Tabel 27. Distribusi Kategorisasi Indikator Lokasi Gatot Tiwul

No.	Skor	Frekuensi	Persentase (%)	Kategori
1.	$X \geq 12$	81	81	sangat suka
2.	$8 \leq X < 12$	19	19	Suka
3.	$X < 8$	0	0	kurang suka
<b>Total</b>		100	100,00	

Sumber : Data Primer Diolah, 2017

Berdasarkan tabel di atas dapat digambarkan pie chart yaitu sebagai berikut :



Gambar 12. Pie Chart Indikator Lokasi Gatot Tiwul

Berdasarkan tabel dan pie chart di atas diperoleh frekuensi indikator lokasi pada kategori sangat suka sebanyak 81 responden (81%), frekuensi indikator lokasi pada kategori suka sebanyak 19 responden (19%), sedangkan frekuensi indikator lokasi pada kategori kurang suka sebanyak 0 responden (0%).

Jadi dapat disimpulkan bahwa kecenderungan indikator lokasi berada pada kategori sangat suka yaitu 81% atau 81 responden.

Tabel 28. Preferensi Terhadap Lokasi Gatot Tiwul

No.	Item	Skor	Rerata	Rangking
1.	Lokasi dekat dengan pusat kota	338	3,38	1
2.	Membeli di Gunungkidul lebih puas dari pada membeli ditempat lain	334	3,34	2
3.	Lokasi mudah dijangkau	295	2,95	4
4.	Lokasi nyaman dan aman	312	3,12	3
<b>Rerata</b>			3,20	

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa preferensi terhadap lokasi dengan skor tertinggi ada pada item lokasi dekat dengan pusat kota diperoleh skor 338 dan rerata 3,38. Skor terendah

pada item lokasi mudah dijangkau diperoleh skor 295 dan rerata 2,95.

**j. Promosi**

Data indikator promosi diperoleh melalui angket yang terdiri dari 3 item dengan jumlah responden 100 orang. Terdapat 4 alternatif jawaban dimana skor tertinggi 4 dan skor terendah 1. Berdasarkan data indikator pada promosi, diperoleh skor tertinggi sebesar 8 dan skor terendah sebesar 2. Hasil analisis *Mean* sebesar 7,5, *median* sebesar 6, *modus* sebesar 6 dan standar deviasi sebesar 1,5.

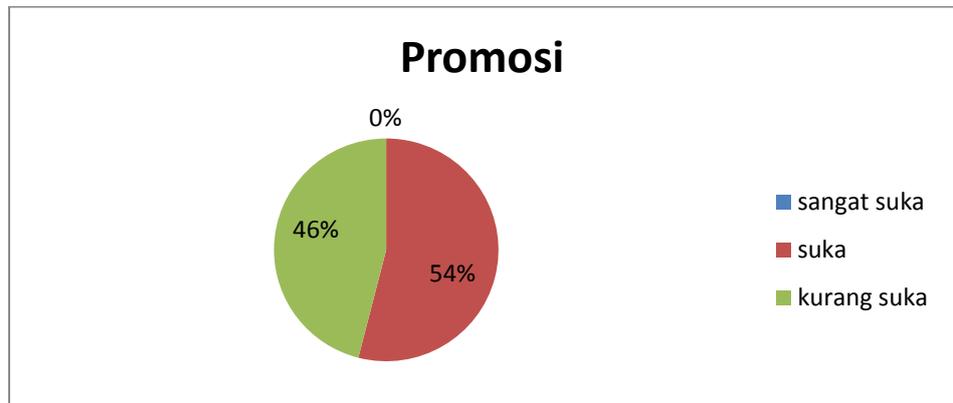
Berdasarkan data di atas dapat dibuat kategorisasi untuk indikator promosi. Kategorisasi dibagi menjadi sangat suka, suka dan kurang suka. Hasil perhitungan kategorisasi aspek promosi disajikan pada Tabel 29.

Tabel 29. Distribusi Kategorisasi Indikator Promosi Gatot Tiwul

No.	Skor	Frekuensi	Persentase (%)	Kategori
1.	$X \geq 10$	0	0	sangat suka
2.	$6 \leq X < 10$	54	54	suka
3.	$X < 6$	46	46	kurang suka
Total		100	100,00	

Sumber : Data Primer Diolah, 2017

Berdasarkan tabel di atas dapat digambarkan pie chart yaitu sebagai berikut :



Gambar 13. Pie Chart Indikator Promosi Gatot Tiwul

Berdasarkan tabel dan pie chart di atas diperoleh frekuensi indikator promosi pada kategori suka sebanyak 54 responden (54%), frekuensi indikator promosi pada kategori kirang suka sebanyak 46 responden (46%).

Jadi dapat disimpulkan bahwa kecenderungan indikator promosi berada pada kategori baik yaitu 54% atau 54 responden.

Tabel 30. Preferensi Terhadap Promosi Gatot Tiwul

No.	Item	Skor	Rerata	Rangking
1.	Informasi dari teman	294	2,94	1
2.	Informasi dari keluarga	274	2,74	2
3.	Informasi dari social media	257	2,57	3
<b>Rerata</b>			2,75	

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa preferensi terhadap promosi dengan skor tertinggi ada pada item informasi dari teman diperoleh skor 294 dan rerata 2,94. Skor terendah pada item informasi dari sosial media diperoleh skor 257 dan rerata 2,57

#### k. Pelayanan

Data indikator pelayanan diperoleh melalui angket yang terdiri dari 3 item dengan jumlah responden 100 orang. Terdapat 4 alternatif jawaban dimana skor tertinggi 4 dan skor terendah 1. Berdasarkan

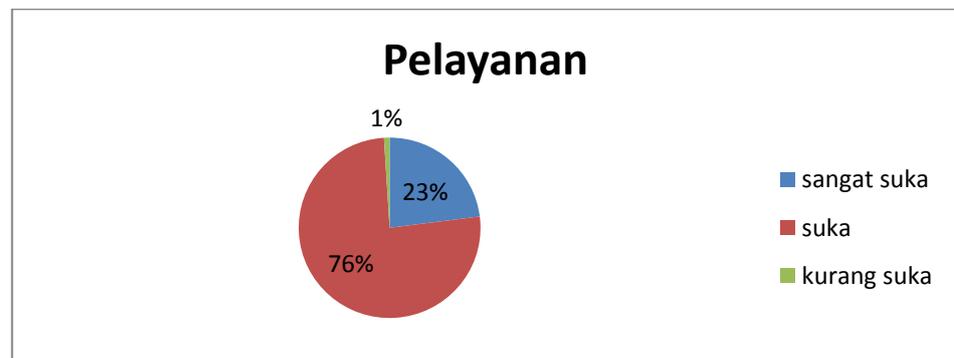
data indikator pada pelayanan, diperoleh skor tertinggi sebesar 12 dan skor terendah sebesar 4. Hasil analisis *Mean* sebesar 7,5, *median* sebesar 9,0, *modus* sebesar 9,0 dan standar deviasi sebesar 1,5. Berdasarkan data di atas dapat dibuat kategorisasi untuk indikator pelayanan. Kategorisasi dibagi menjadi sangat suka, suka dan kurang suka. Hasil perhitungan kategorisasi aspek pelayanan disajikan pada Tabel 31.

Tabel 31. Distribusi Kategorisasi Indikator Pelayanan Gatot Tiwul

No.	Skor	Frekuensi	Persentase (%)	Kategori
1.	$X \geq 10$	23	23	sangat suka
2.	$6 \leq X < 10$	76	76	Suka
3.	$X < 6$	1	1	kurang suka
Total		100	100,00	

Sumber : Data Primer Diolah, 2017

Berdasarkan tabel di atas dapat digambarkan pie chart yaitu sebagai berikut :



Gambar 14. Pie Chart Indikator Pelayanan Gatot Tiwul

Berdasarkan tabel dan pie chart di atas diperoleh frekuensi indikator pelayanan pada kategori sangat baik sebanyak 23 responden (23%), frekuensi indikator pelayanan pada kategori suka sebanyak 76 responden (76%), sedangkan frekuensi indikator pelayanan pada kategori kurang suka sebanyak 1 responden (1%).

Jadi dapat disimpulkan bahwa kecenderungan indikator pelayanan berada pada kategori suka yaitu 76% atau 76 responden.

Tabel 32. Preferensi Terhadap Pelayanan Gatot Tiwul

No.	Item	Skor	Rerata	Rangking
1.	Pelayanan cepat	305	3,05	1
2.	Pelayanan ramah	295	2,95	3
3.	Penampilan pelayan sopan	300	3,00	2
<b>Rerata</b>			3	

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa preferensi terhadap pelayanan dengan skor tertinggi ada pada item pelayanan cepat diperoleh skor 305 dan rerata 3,05. Skor terendah pada item pelayanan ramah diperoleh skor 295 dan rerata 2,95.

#### I. Sanitasi

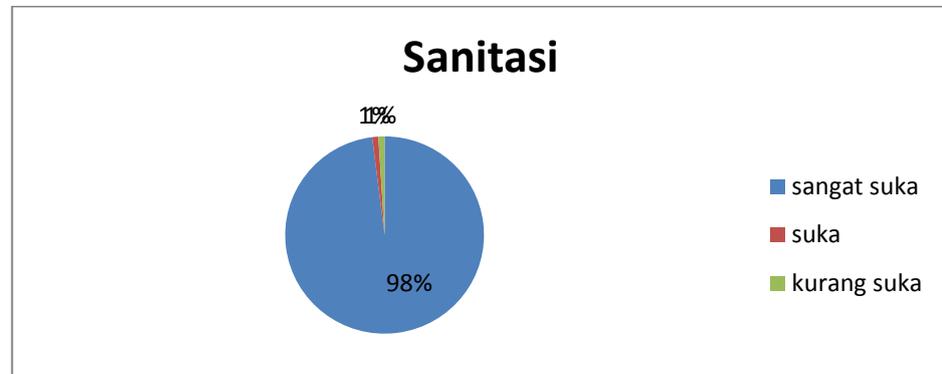
Data indikator sanitasi diperoleh melalui angket yang terdiri dari 2 item dengan jumlah responden 100 orang. Terdapat 4 alternatif jawaban dimana skor tertinggi 4 dan skor terendah 1. Berdasarkan data indikator pada sanitasi, diperoleh skor tertinggi sebesar 8 dan skor terendah sebesar 3. Hasil analisis *Mean* sebesar 5,0, *median* sebesar 6, *modus* sebesar 6 dan standar deviasi sebesar 1,0. Berdasarkan data di atas dapat dibuat kategorisasi untuk indikator sanitasi. Kategorisasi dibagi menjadi sangat suka, suka, dan kurang suka. Hasil perhitungan kategorisasi aspek sanitasi disajikan pada Tabel 33.

Tabel 33. Distribusi Kategorisasi Indikator Sanitasi Gatot Tiwul

No.	Skor	Frekuensi	Persentase (%)	Kategori
1.	$X \geq 6$	98	98.0	sangat suka
2.	$4 \leq X < 6$	1	1.0	Suka
3.	$X < 4$	1	1.0	kurang suka
<b>Total</b>		100	100,00	

Sumber : Data Primer Diolah, 2017

Berdasarkan tabel di atas dapat digambarkan pie chart yaitu sebagai berikut :



Gambar 15 . Pie Chart Indikator Sanitasi Gatot Tiwul

Berdasarkan tabel dan pie chart di atas diperoleh frekuensi indikator sanitasi pada kategori sangat suka sebanyak 98 responden (98%), frekuensi indikator sanitasi pada kategori suka sebanyak 1 responden (1%), sedangkan frekuensi indikator sanitasi pada kategori kurang suka sebanyak 1 responden (1%).

Jadi dapat disimpulkan bahwa kecenderungan indikator sanitasi berada pada kategori suka yaitu 98% atau 98 responden.

Tabel 34. Preferensi Terhadap Sanitasi Gatot Tiwul

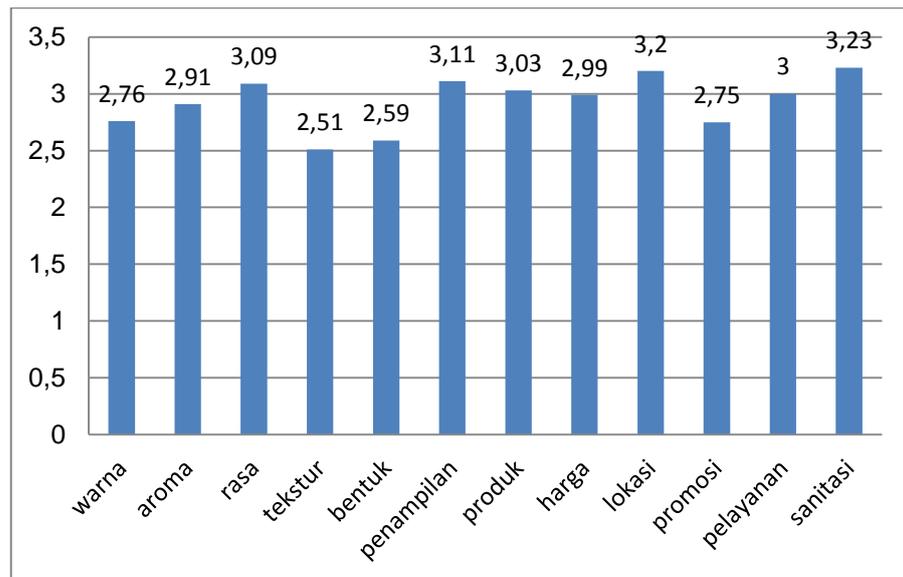
No.	Item	Skor	Rerata	Rangking
1.	Produk bersih	318	3,18	2
2.	Penyajian bersih	329	3,29	1
<b>Rerata</b>			3,23	

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa preferensi terhadap sanitasi dengan skor tertinggi ada pada item penyajian yang bersih diperoleh skor 329 dan rerata 3,29. Skor terendah pada item warna sangat bervariasi diperoleh skor 318 dan rerata 3,18.

Tabel 35. Rerata Preferensi Konsumen Gatot Tiwul

No.	Indikator	Rerata
1.	Warna	2,76
2.	Aroma	2,91
3.	Rasa	3,09
4.	Tekstur	2,51
5.	Bentuk	2,59
6.	Penampilan	3,11
7.	Produk	3,03
8.	Harga	2,99
9.	Lokasi	3,20
10.	Promosi	2,75
11.	Pelayanan	3,00
12.	Sanitasi	3,23

Berdasarkan tabel diatas dapat digambarkan dalam diagram sebagai berikut :



Gambar 16. Diagram Preferensi Konsumen Gatot Tiwul

Berdasarkan tabel dan diagram diatas diperoleh hasil rerata keseluruhan. Yang paling mempengaruhi preferensi konsumen memilih Gatot Tiwul Yu Tum adalah sanitasi dengan skor rerata 3,23, konsumen sangat suka dengan penyajian dan produknya yang bersih sehingga saat membeli dan mendapatkan produk konsumen tidak perlu meragukan lagu kualitas produk Gatot Tiwul Yu Tum. Skor

paling rendah yang mempengaruhi preferensi konsumen adalah tekstur dengan skor 2,51 dikarenakan tekstur gatot yang terkadang tidak lembut atau terlalu lembek membuat konsumen kurang tertarik.

### 3. Tanggapan Konsumen Mengenai Gatot tiwul Yu Tum

#### a. Tanggapan konsumen mengenai Gatot Tiwul Yu Tum untuk prospek kedepan

Data ini diperoleh melalui angket yang disebar dengan jumlah 100 responden. Tanggapan konsumen mengenai Gatot Tiwul Yu Tum untuk prospek kedepan sebanyak 100 responden menyatakan setuju.

Tabel 36. Tanggapan Konsumen Yu Tum Untuk Prospek Kedepan.

NO	Jawaban Responden	f	%	Rangking
1.	Karena gatot tiwul Yu Tum sangat cocok dilidah dan sesuai dengan selera konsumen.	20	20%	1
2.	Karena gatot tiwul Yu Tum adalah usaha yang sampai sekarang berkembang dengan baik dan peminat konsumennya sangat tinggi	18	18%	2
3.	Karena makanan ini sudah terkenal sebagai oleh-oleh khas Gunungkidul sehingga banyak dicari oleh wisatawan	15	15%	3
4.	Karena memiliki cita rasa yang khas atau berbeda dari produk lain	10	10%	4
5.	Karena makanan tradisional yang dikemas tradisional atau unik ini tidak ditemukan ditempat lain.	10	10%	4
6.	Karena gatot tiwul Yu Tum konsisten dengan produk yang dimiliki dan selalu menjaga kualitas rasa.	8	8%	5
7.	Karena gatot tiwul Yu Tum sudah terkenal ditempat lain.	7	7%	6
8.	Namun, kurang diperhatikan tantangan dari produk lain sehingga gatot Yu Tum dapat semakin meningkat mutu dan kualitasnya.	5	5%	7
9.	Sangat disukai banyak kalangan, tidak hanya orang tua, anak muda bahkan anak-anak	5	5%	7
10.	Selama bisa mempertahankan syarat-syarat badan POM1	1	1%	8

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa semua konsumen setuju produk gatot tiwul Yu Tum mempunyai prospek kedepan. Dengan berbagai tanggapan yang diberikan oleh konsumen,

produk gatot tiwul Yu Tum ini sudah terkenal sebagai makanan khas dari Gunungkidul. Sampai saat ini usaha gatot tiwul Yu Tum berkembang dengan baik dan pesat. Peminat konsumennya sangat tinggi karena produk gatot tiwuk Yu Tum selalu terjaga kualitasnya.

**b. Tanggapan Konsumen Mengenai Gatot Tiwul Yu Tum sebagai Icon Makanan Khas Gunungkidul**

Data ini diperoleh melalui angket yang disebar dengan jumlah responden 100 orang. Tanggapan konsumen mengenai Gatot Tiwul Yu Tum untuk sebagai icon makanan khas sebanyak 100 responden menyatakan setuju.

Tabel 37. Tanggapan Konsumen Yu Tum Sebagai Icon Makanan Khas

No.	Jawaban Konsumen	F	%	Rangking
1.	Karena sudah dikenal sebagai oleh-oleh khas Gunungkidul.	20	20%	1
2.	Dikenal keberadaannya oleh banyak orang	15	15%	2
3.	Karena sudah ada sejak lama sehingga pantas menjadi produk unggulan dari daerah Gunungkidul.	14	14%	3
4.	Karena gatot tiwul Yu Tum sudah tidak diragukan lagi produknya.	10	10%	4
5.	Karena rasanya yang khas dan belum ada didaerah lain walaupun ada rasanya pasti tidak sama.	10	10%	4
6.	Karena sudah ada sejak nenek moyang jadi sangat pantas sekali untuk menjadi icon makanan khas Gunungkidul.	10	10%	4
7.	Karena Gunungkidul identik dengan kota gapek.	6	6%	5
8.	Karena Yu Tum adalah yang pertama kali membuka took tiwul di Gunungkidul.	5	5%	6
9.	Karena gatot tiwul Yu Tum dapat memajukan wisata kuliner diGunungkidul.	5	5%	6
10.	Karena bahan baku singkong yang merupakan hasil pertanian di Kabupaten Gunungkidul.	5	5%	6

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan semua konsumen setuju bahwa produk gatot tiwul Yu Tum pantas untuk menjadi icon makanan khas Gunungkidul. Dengan berbagai alasan yang diberikan

oleh konsumen yang beranggapan bahwa produk gatot tiwul Yu Tum sudah dikenal oleh para konsumen sebagai makanan khas dari Gunungkidul sehingga pantas menjadi produk unggulan.

**c. Tanggapan Konsumen Mengenai Harapan-Harapan Terhadap Perbaikan Produk**

Data ini diperoleh melalui angket yang disebar dengan jumlah responden 100 orang.

**Tabel 41. Tanggapan Konsumen Yu Tum Terhadap Perbaikan Produk**

No.	Jawaban Konsumen	f	%	Rangking
1.	Dari sisi penampilan sebaiknya di buat varian bentuk yang lebih menarik.	25	25%	1
2.	Menambah kualitas rasa, bentuk diperbaiki dan kualitas produk ditingkatkan.	15	15%	2
3.	Penampilan labih variasi untuk kualitas ditingkatkan juga mutu bahan baku harus tetap baik kebersihan bahan dan nilai gizi.	15	15%	2
4.	Selalu menjaga kualitas produk supaya semakin banyak konsumen yang datang untuk membeli produk gatot tiwul Yu Tum.	10	10%	3
5.	Selalu menjaga rasa agar tetap khas.	7	7%	4
6.	Sebaiknya membuka cabang lebih banyak khususnya diluar Kabupaten Gunungkidul.	5	5%	5
7.	Selalu menjaga kualitas rasa dan kebersihan produk penampilan.	5	5%	5
8.	Utamakan pelayanan pada pelanggan yang datang.	4	4%	6
9.	Gizi diperhatikan dengan jelas.	4	4%	6
10.	Kualitas tiwul harus lebih tahan lama.	3	3%	7
11.	Kembangkan dalam promosinya sehingga bisa menarik konsumen atau wisatawan yang datang ke Gunungkidul.	2	2%	8
12.	Tidak ada, penampilan sangat menarik karena menggunakan besek dan juga varian rasa banyak.	2	2%	8
13.	Penampilan ditingkatkan dan juga kualitasnya agar tidak memakai bahan pengawet	2	2%	8
14.	Bisa disajikan dengan berbagai bentuk yang dikemas lebih kecil sehingga harga lebih murah.	1	1%	9

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa banyak sekali harapan-harapan yang diinginkan oleh konsumen untuk memperbaiki

produk gatot tiwul Yu Tum. Konsumen sangat berharap dalam penampilan, bentuk, rasa, aroma, gizi, kualitas produk diperbaiki atau dikembangkan agar lebih menarik minat konsumen gatot tiwul Yu Yum.

**d. Tanggapan Konsumen Mengenai Kelebihan dan Kekurangan Produk Yu Tum**

Data ini diperoleh melalui angket yang disebar dengan jumlah responden 100 orang.

Tabel 42. Tanggapan Konsumen Terhadap Keunggulan Produk Gatot Tiwul

No.	Jawaban Konsumen	F	%	Rangking
1.	Memiliki rasa yang enak	45	45%	1
2..	Sesuai dengan selera banyak konsumen	30	30%	2
3.	Harga murah, terjangkau dan ekonomis	20	20%	3
4.	Cita rasa yang khas	15	15%	4
5.	Tekstur tiwul yang lembut	15	15%	4
6.	Produk bersih	15	15%	4
7.	Memiliki aroma enak dan harum	10	10%	5
8.	Banyak varian rasa	10	10%	5
9.	Tempat yang strategis	10	10%	5
10.	Unik	6	6%	6
11.	Kemasan menarik	5	5%	7
12.	Produk menarik	5	5%	7
13.	Produk terpercaya	5	5%	7
14.	Tekstur gatot tidak keras	5	5%	7
15.	Produk mudah untuk didapat	4	4%	8

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan mengenai tanggapan konsumen terhadap keunggulan produk gatot tiwul Yu Tum. Menurut konsumen banyak keunggulan yang dimiliki antara lain produk gatot tiwul Yu Tum memiliki rasa yang enak sehingga banyak konsumen yang berselera untuk mengkonsumsinya. Harga yang ditawarkan murah, terjangkau dan ekonomis sehingga semua kalangan dapat

membeli produk ini. Cita rasa yang khas inilah yang membedakan dengan produk gatot tiwul yang lain.

Tabel 43. Tanggapan Terhadap Kekurangan Produk Gatot Tiwul

No	Jawaban Konsumen	F	%	Rangking
1.	Produk mudah basi dan tidak tahan lama	50	50%	1
2.	Tampilan produk kurang menarik mata konsumen	15	15%	2
3.	Tempat kurang luas sehingga tidak nyaman	15	15%	2
4.	Bentuk tidak terlalu menarik	10	10%	3
5.	Warna tidak ada variasi	10	10%	3
6.	Harga semakin mahal	5	5%	4
7.	Tempat kurang strategis	5	5%	4
8.	Pelayanan kurang ramah	4	4%	5
9.	Gizi tidak maksimal	4	4%	5
10.	Terkadang tekstur gatot keras tidak kenyal	2	2%	6
11.	Gatot terlalu lembek	2	2%	6
12.	perhatikan limbah dimasyarakat	1	1%	7

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan mengenai tanggapan konsumen terhadap kekurangan produk gatot tiwul Yu Tum. Menurut konsumen selain gatot tiwul Yu Tum ini mempunyai keunggulan, produk ini juga banyak memiliki kekurangan antara lain mudah basi dan tidak tahan lama, tampilan produk yang tidak bagus sehingga kurang menarik mata konsumen. Warna gatot tiwul yang tidak ada variasi, bentuk yang tidak terlalu menarik juga salah satu kelemahannya.

### C. Pembahasan .

Hasil karakteristik konsumen yang didapat dari segi usia paling banyak berusia sekitar 20 sampai 40 tahun. Hal ini kemungkinan dikarenakan konsumen yang berumur kurang dari 20 tahun kurang tertarik dengan

makanan khas tradisional yang menurut mereka ketinggalan jaman sehingga dari data yang didapat hanya 2% saja konsumen dengan usia kurang dari 20 tahun. Apabila merujuk dari prospektif 100 responden ini merupakan kendala yang perlu disosialisasikan. Maka perlu adanya promosi atau sosialisasi pengenalan produk Gatot Tiwul kepada anak-anak muda untuk mencegah agar produk tidak hanya dikenal oleh kalangan tua namun bisa dikenal dan dinikmati oleh semua kalangan.

Preferensi konsumen Gatot Tiwul Yu Tum dilihat dari karakteristik sensoris dengan nilai yang paling rendah yaitu pada indikator bentuk dan tekstur. Konsumen menyatakan bentuk dari gatot tidak konsisten namun bentuk dari tiwulnya menarik yaitu berbentuk kerucut. Namun banyak konsumen yang tidak tertarik karena menurut mereka bentuknya kurang bervariasi sehingga tidak menarik mata konsumen. Dari segi indikator tekstur konsumen menyatakan bahwa tekstur tiwul lembut namun dari tekstur gatot ada yang keras. Dari hal tersebut diperlukan pengembangan dalam segi bentuk ataupun tekstur agar selalu konsisten sehingga dapat menarik minat konsumen.

Menurut konsumen Gatot Tiwul Yu Tum produk gatot dan tiwul berkualitas baik dan dari penyajian juga menarik hanya saja produk ini tidak tahan lama dan mudah basi. Gatot Tiwul Yu Tum mempunyai berbagai macam variasi mulai dari ukuran, dan variasi rasa. Konsumen dapat memilih sesuai keinginannya dan dapat disesuaikan dengan *budget* konsumen karena tersedia beberapa pilihan paket.

Tanggapan konsumen menyatakan bahwa konsumen setuju produk Gatot Tiwul Yu Tum mempunyai prospek kedepan. Hal ini didukung

dengan berbagai tanggapan yang di berikan bahwa Gatot Tiwul Yu Tum sesuai dengan lidah atau selera konsumen. Makanan yang sudah menjadi oleh-oleh khas Gunungkidul ini memang sudah tidak diragukan lagi kualitasnya. Usaha Gatot Tiwul Yu Tum yang saat ini berkembang dengan pesat dan baik selalu menjaga cita rasa yang tidak bisa ditemukan diproduksi sejenis. Konsumen juga menyatakan setuju bahwa Gatot Tiwul Yu Tum pantas untuk menjadi icon makanan khas Gunungkidul karena memang sudah dikenal dari sejak lama sehingga pantas menjadi produk unggulan dari daerah Gunungkidul. Rasa yang khas dan belum ada didaerah lain walaupun ada rasanya pasti berbeda. Selain menjadi icon makanan khas Gunungkidul, Gatot Tiwul Yu Tum dapat memajukan wisata kuliner karena ditoko Yu Tum ini tidak hanya menjual gatot dan tiwul namun banyak makanan lain yang ditawarkan. Kelebihan produk Gatot Tiwul Yu Tum antara lain memiliki rasa yang enak sesuai dengan selera konsumen, harga yang ditawarkan murah dan terjangkau, cita rasa yang khas membuat produk gatot tiwul beda dari produk sejenis, aroma yang dihasilkan enak dan harum, banyak varian rasa yang ditawarkan sehingga konsumen bisa memilih sesuai dengan keinginan, tempat yang strategis dekat dengan pusat kota membuat konsumen mudah untuk menemukan Gatot Tiwul Yu Tum. Selain kelebihan yang dimiliki Gatot Tiwul Yu Tum mempunyai kelemahan diantaranya produk gatot tiwul mudah basi dan tidak tahan lama, hal ini disebabkan karena proses pembuatan tidak menggunakan bahan pengawet, bentuk kurang menarik dan menurut sebagian konsumen harga semakin mahal tidak sesuai dengan porsi.

Harapan-harapan untuk perbaikan produk konsumen banyak memberikan tanggapan. Penampilan produk Gatot Tiwul Yu Tum agar lebih di perhatikan lagi, sebaiknya dibuat varian bentuk terutama tiwulnya. Kualitas mutu bahan baku singkong harus tetap baik dan kebersihan bahan-bahan sampai peralatan yang akan digunakan harus tetap terjaga sanitasinya. Kualitas rasa yang khas, gizi dari produk harus tetap dijaga sehingga kualitas gatot tiwul lebih tahan lama. Dalam pelayanan konsumen berharap agar pelayan lebih mengutamakan konsumen yang datang sehingga konsumen tidak kebingungan dan merasa nyaman.

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil analisis yang dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan bahwa:

1. Hasil analisis karakteristik responden Gatot Tiwul Yu Tum mayoritas berjenis kelamin perempuan sebanyak 52%, pekerjaan pegawai swasta 31%, pendapatan 1-3 juta 46%, dan berusia 20-40 tahun sebanyak 74%.
2. Preferensi konsumen terhadap Gatot Tiwul Yu Tum di Gunungkidul ditinjau dari karakteristik sensoris dengan nilai mean 50 dalam kategori suka. Hal ini berarti bahwa Gatot Tiwul Yu Tum memiliki warna yang menarik, aroma yang menggugah selera, rasa yang khas, tekstur yang lembut, bentuk yang dapat menarik konsumen dan penampilan yang bagus dan unik. Preferensi konsumen terhadap Gatot Tiwul Yu Tum di Gunungkidul ditinjau dari pemasaran dengan nilai mean 43,00 termasuk dalam kategori suka dan sanitasi dengan nilai mean 5,0 termasuk dalam kategori sangat suka. Hal ini berarti bahwa Gatot Tiwul Yu Tum memiliki produk yang berkualitas baik, harga yang terjangkau sesuai dengan pendapatan konsumen, lokasi yang dekat dengan pusat kota, pelayanan yang cepat dan ramah dan sanitasinya sangat baik.
3. Tanggapan atau alasan konsumen memilih Gatot Tiwul Yu Tum secara keseluruhan, konsumen menyatakan bahwa produk

gatot tiwul yang sudah menjadi makanan khas Gunungkidul yang sudah tidak diragukan lagi kualitas produknya. Rasa yang khas dan penampilan kemasan yang menarik dapat menarik minat konsumen untuk membeli produk Gatot Tiwul Yu Tum ini. Dengan banyaknya keunggulan produk seperti cita rasa yang khas, harga terjangkau kemasan yang menarik dan kekurangan yang dimiliki produk ini seperti produk gatot tiwul yang mudah basi dan tidak tahan lama. Para konsumen juga mempunyai harapan untuk perbaikan produk antara lain dalam bentuk, penampilan, rasa, aroma, gizi kualitas harus diperbaiki dan ditingkatkan.

#### **B. Saran**

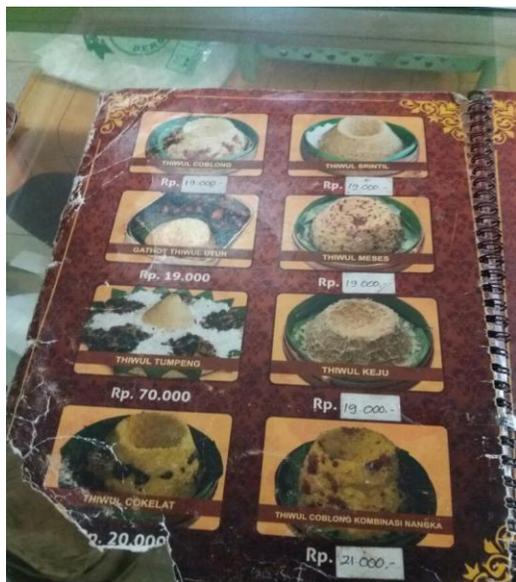
1. Kepada pengusaha agar lebih meningkatkan kualitas tekstur dan bentuk.
2. Kepada Dinas Pariwisata agar melakukan promosi dan sosialisasi kepada anak-anak usia sekolah .
3. Kepada lembaga pendidikan yang memiliki program boga atau perguruan tinggi untuk mengembangkan produk ini agar diperoleh produk gatot tiwul yang diinginkan oleh konsumen.

## Daftar Pustaka

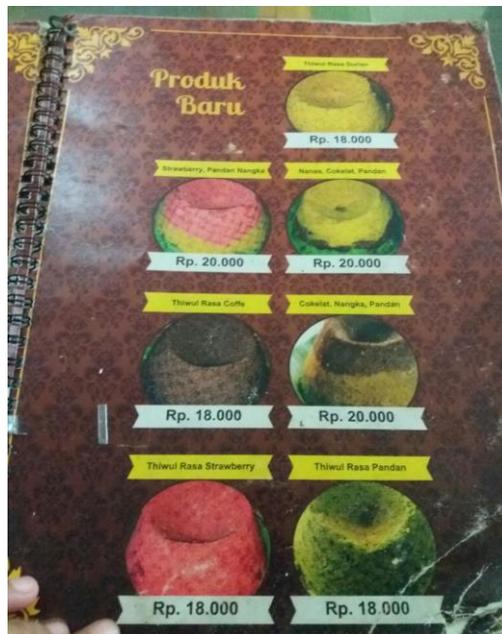
- Anonim.(2012). *Cita Rasa Khas Makanan Tradisional*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Bahman Saeidi Pour, Kamran Nazari, Mostafa Emami. (2013). *The effect of marketing mix in attracting customers: Case study of Saderat Bank in Kermanshah Province*.African Journal of Business Management. Hlm. 3272- 3280
- Budiman.(2004) *Kumpulan Arti-Arti Kata*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Danang Sunyoto.(2003). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CAPS (Center of Academic Publishing Service).
- Danesi. (2004). *Arti Icon Simbol* . Jakarta: PT Indeks
- Handoko. (2012). *Perilaku Konsumen, Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*.Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Hans Herdiansyah. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Indarto.(2011). *Preferensi Konsumen dan Factor Pengaruh Terhadap Konsumen*.Jakarta: Erlangga.
- Kotler P. (2011). *Dasar – Dasar Pemasaran Edisi Kesembilan*. Jakarta: PT Indeks.
- Marsetyo.(2010). *Cita Rasa dan Karakteristik Makanan*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Munandar.(2012). *Preferensi Konsumen*.Bandung: Alfabeta.
- Nicholson.(2009). *Hubungan dan Sifat – Sifat Dasar Preferensi Pelanggan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Piggot.(1984). *Faktor- Faktor Pengaruh Karakteristik makanan*. Bandung: Alfabeta.
- Pradyawati.(2009). *Factor- Faktor Pengaruh Preferensi Pangan*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Riduwan & Engkos Achmad Kuncoro.(2007). *Cara Menggunakan dan Memakai Analisis Jalur*. Bandung: Alfabeta.
- Rubinowo.(2012). *Perilaku Dasar dan Tujuan Konsumen*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Samsudi. (2011). *Teori, Kuesioner & Analisis Data Untuk Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

- Selim Ahmed & Md. Habibur Rahman. (2015). *The Effects Of Marketing Mix On Consumer Satisfaction: A Literature Review From Islamic Perspectives*. Turkish Journal of Islamic Economics. Hlm. 17-30.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono.(2014). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suharjo.(2010). *Preferensi Makanan dan Pengaruh Konsumen*. Jakarta: Erlangga.
- Sujono.(2008). *Preferensi Konsumen dan Faktor Terhadap Konsumen*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sumarwan.(2003). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CAPS (Center of Academic Publishing Service).
- Wargiono.(2003). *Makanan Khas Indonesia*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Wika Rinawati (2008). *Kepuasan Konsumen Terhadap Produk dan Layanan Makan Restaurant "Student Corner" Jurusan Pendidikan Teknik Boga dan Busana (PTBB) Fakultas Teknik UNY*. Jurnal Pendidikan Teknik Kejuruan. Vol 17 No.1. Hal:119-138
- Winarno.(2010). *Makanan Tradisional dan Karakteristik Makanan*. Bandung: Alfabeta.
- Wuwun Wijayanti. (2009). *Karakteristik Makanan dan Contoh Resep*. Bandung: Alfabeta.
- Yunianta.(2009). *Makanan Khas Indonesia*. Jakarta: PT Indeks.

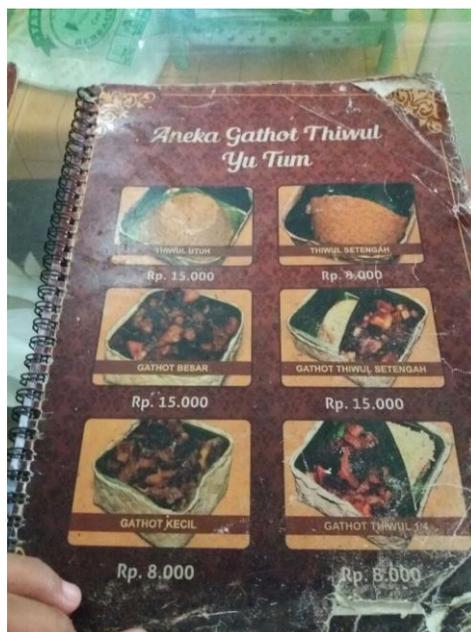
## DOKUMENTASI



Gambar 17. Daftar Harga Tiwul



Gambar 18. Daftar Harga Produk Baru



Gambar 19. Daftar Harga Garot Tiwul



Gambar 20. Kasir Gatot Tiwul Yu Tum



Gambar 21. Pusat Gatot Tiwul Yu Tum



Gambar 22. Cabang 2 Gatot Tiwul Yu Tum



Gambar 23. Pembagian Kuisisioner cabang 2



Gambar 24. Pembagian Kuisisioner Cabang Pusat

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
V1	112.52	76.757	.438	.860
V2	112.44	77.562	.446	.859
V3	112.42	78.569	.424	.860
V4	112.75	78.917	.323	.863
V5	112.00	80.667	.261	.863
V6	112.09	79.699	.386	.861
V7	113.23	82.623	.256	.867
V8	112.29	80.794	.291	.863
V9	112.17	79.193	.541	.859
V10	112.22	80.032	.433	.860
V11	112.04	80.301	.285	.863
V12	112.36	78.819	.525	.859
V13	112.32	80.583	.355	.862
V14	112.43	79.116	.453	.860
V15	113.16	84.883	.345	.871
V16	112.96	77.413	.391	.861
V17	112.47	79.080	.391	.861
V18	112.36	78.617	.469	.859
V19	112.24	80.386	.505	.860
V20	112.00	79.697	.357	.861
V21	112.10	79.303	.549	.859
V22	112.46	81.301	.305	.863
V23	112.29	80.087	.454	.860
V24	112.60	81.071	.246	.866
V25	112.29	79.764	.424	.860
V26	112.20	79.414	.517	.859
V27	112.19	79.408	.459	.860
V28	111.92	80.074	.356	.862
V29	111.96	78.423	.431	.860
V30	112.35	79.846	.212	.867
V31	112.19	80.155	.305	.863
V32	112.38	80.925	.231	.864
V33	112.57	79.722	.272	.864
V34	112.74	80.356	.236	.865
V35	112.31	79.044	.417	.860
V36	112.35	80.169	.319	.862
V37	112.26	79.447	.528	.859
V38	112.14	79.778	.421	.860
V39	112.01	79.242	.453	.860

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.865	39

**Jenis Kelamin**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	laki-laki	48	48.0	48.0	48.0
	perempuan	52	52.0	52.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Pekerjaan**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	lainnya	5	5.0	5.0	5.0
	pegawai negeri	19	19.0	19.0	24.0
	pegawai swasta	31	31.0	31.0	55.0
	pelajar/mahasiswa	16	16.0	16.0	71.0
	wiraswasta	29	29.0	29.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Pendapatan**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid		18	18.0	18.0	18.0
	< 1 juta	15	15.0	15.0	33.0
	> 3 juta	21	21.0	21.0	54.0
	1-3 juta	46	46.0	46.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Usia**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	13 - 19	2	2.0	2.0	2.0
	20 - 26	35	35.0	35.0	37.0
	27 - 33	18	18.0	18.0	55.0
	34 - 40	21	21.0	21.0	76.0
	41 - 47	9	9.0	9.0	85.0
	48 - 54	8	8.0	8.0	93.0
	55 - 61	7	7.0	7.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**sensoris**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat suka	31	31.0	31.0	31.0
	suka	68	68.0	68.0	99.0
	kurang suka	1	1.0	1.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**warna**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat suka	47	47.0	47.0	47.0
	suka	43	43.0	43.0	90.0
	kurang suka	10	10.0	10.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**aroma**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat suka	47	47.0	47.0	47.0
	suka	53	53.0	53.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**rasa**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat suka	41	41.0	41.0	41.0
	suka	58	58.0	58.0	99.0
	kurang suka	1	1.0	1.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**tekstur**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat suka	14	14.0	14.0	14.0
	suka	86	86.0	86.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**bentuk**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat suka	43	43.0	43.0	43.0
	suka	47	47.0	47.0	90.0
	kurang suka	10	10.0	10.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**penampilan**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat suka	34	34.0	34.0	34.0
	suka	64	64.0	64.0	98.0
	kurang suka	2	2.0	2.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**pemasaran**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat suka	20	20.0	20.0	20.0
	suka	79	79.0	79.0	99.0
	kurang suka	1	1.0	1.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**produk**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat suka	86	86.0	86.0	86.0
	suka	14	14.0	14.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Harga**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat suka	25	25.0	25.0	25.0
	suka	74	74.0	74.0	99.0
	kurang suka	1	1.0	1.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Lokasi**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat suka	81	81.0	81.0	81.0
	suka	19	19.0	19.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Promosi**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	suka	54	54.0	54.0	54.0
	kurang suka	46	46.0	46.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Pelayanan**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat suka	23	23.0	23.0	23.0
	suka	76	76.0	76.0	99.0
	kurang suka	1	1.0	1.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Sanitasi**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat suka	98	98.0	98.0	98.0
	suka	1	1.0	1.0	99.0
	kurang suka	1	1.0	1.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Lampiran. Perhitungan Kecenderungan Kriteria

<b>Karakteristik Sensoris</b>		
Skor maksimal	: $20 \times 4 = 80$	
Skor minimal	: $20 \times 1 = 20$	
Mi	: $100 / 2 = 50$	
Sdi	: $60 / 6 = 10$	
Baik	$X \geq Mi + (SDi)$	$X \geq 60$
Cukup	$Mi - (SDi) \leq X < Mi + (SDi)$	$40 \leq X < 60$
Kurang	$X < Mi - (SDi)$	$X < 40$

<b>Warna</b>		
Skor maksimal	: $4 \times 4 = 16$	
Skor minimal	: $4 \times 1 = 4$	
Mi	: $20/2 = 10$	
Sdi	: $12 / 6 = 2$	
Baik	$X \geq Mi + (SDi)$	$X \geq 12$
Cukup	$Mi - (SDi) \leq X < Mi + (SDi)$	$8 \leq X < 12$
Kurang	$X < Mi - (SDi)$	$X < 8$

<b>Aroma</b>		
Skor maksimal	: $4 \times 4 = 16$	
Skor minimal	: $4 \times 1 = 4$	
Mi	: $20 / 2 = 10$	
Sdi	: $12 / 6 = 2$	
Baik	$X \geq Mi + (SDi)$	$X \geq 12$
Cukup	$Mi - (SDi) \leq X < Mi + (SDi)$	$8 \leq X < 12$
Kurang	$X < Mi - (SDi)$	$X < 8$

<b>Rasa</b>		
Skor maksimal	: $5 \times 4 = 20$	
Skor minimal	: $5 \times 1 = 5$	
Mi	: $25 / 2 = 12,5 \sim 13$	
Sdi	: $15 / 6 = 2,5 \sim 3$	
Baik	$X \geq Mi + (SDi)$	$X \geq 16$
Cukup	$Mi - (SDi) \leq X < Mi + (SDi)$	$10 \leq X < 16$
Kurang	$X < Mi - (SDi)$	$X < 10$

<b>Tekstur</b>		
Skor maksimal	: $2 \times 4 = 8$	
Skor minimal	: $2 \times 1 = 2$	
Mi	: $10 / 2 = 5$	
Sdi	: $6 / 6 = 1$	
Baik	$X \geq Mi + (SDi)$	$X \geq 6$
Cukup	$Mi - (SDi) \leq X < Mi + (SDi)$	$4 \leq X < 6$
Kurang	$X < Mi - (SDi)$	$X < 4$

<b>Bentuk</b>		
Skor maksimal	: $2 \times 4 = 8$	
Skor minimal	: $2 \times 1 = 2$	
Mi	: $10 / 2 = 5$	
Sdi	: $6 / 6 = 1$	
Baik	$X \geq Mi + (SDi)$	$X \geq 6$
Cukup	$Mi - (SDi) \leq X < Mi + (SDi)$	$4 \leq X < 6$
Kurang	$X < Mi - (SDi)$	$X < 4$

<b>Penampilan</b>		
Skor maksimal	: $3 \times 4 = 12$	
Skor minimal	: $3 \times 1 = 3$	
Mi	: $15 / 2 = 7,5 \sim 8$	
Sdi	: $9 / 6 = 1,5 \sim 2$	
Baik	$X \geq Mi + (SDi)$	$X \geq 10$
Cukup	$Mi - (SDi) \leq X < Mi + (SDi)$	$6 \leq X < 10$
Kurang	$X < Mi - (SDi)$	$X < 6$

<b>Pemasaran</b>		
Skor maksimal	: $17 \times 4 = 68$	
Skor minimal	: $17 \times 1 = 17$	
Mi	: $85 / 2 = 42,5$ dibulatkan 43	
Sdi	: $51 / 6 = 8,5$ dibulatkan 9	
Baik	$X \geq Mi + (SDi)$	$X \geq 52$
Cukup	$Mi - (SDi) \leq X < Mi + (SDi)$	$34 \leq X < 52$
Kurang	$X < Mi - (SDi)$	$X < 34$

<b>Produk</b>		
Skor maksimal	: $2 \times 4 = 8$	
Skor minimal	: $2 \times 1 = 2$	
Mi	: $10 / 2 = 5$	
Sdi	: $6 / 6 = 1$	
Baik	$X \geq Mi + (SDi)$	$X \geq 6$
Cukup	$Mi - (SDi) \leq X < Mi + (SDi)$	$4 \leq X < 6$
Kurang	$X < Mi - (SDi)$	$X < 4$

<b>Harga</b>		
Skor maksimal	: $5 \times 4 = 20$	
Skor minimal	: $5 \times 1 = 5$	
Mi	: $25 / 2 = 12,5 \sim 13$	
Sdi	: $15 / 6 = 2,5 \sim 3$	
Baik	$X \geq Mi + (SDi)$	$X \geq 16$
Cukup	$Mi - (SDi) \leq X < Mi + (SDi)$	$10 \leq X < 16$
Kurang	$X < Mi - (SDi)$	$X < 10$

<b>Lokasi</b>		
Skor maksimal	: $4 \times 4 = 16$	
Skor minimal	: $4 \times 1 = 4$	
Mi	: $20 / 2 = 10$	
Sdi	: $12 / 6 = 2$	
Baik	$X \geq Mi + (SDi)$	$X \geq 12$
Cukup	$Mi - (SDi) \leq X < Mi + (SDi)$	$8 \leq X < 12$
Kurang	$X < Mi - (SDi)$	$X < 8$

<b>Promosi</b>		
Skor maksimal	: $3 \times 4 = 12$	
Skor minimal	: $3 \times 1 = 3$	
Mi	: $15 / 2 = 7,5 \sim 8$	
Sdi	: $9 / 6 = 1,5 \sim 2$	
Baik	$X \geq Mi + (SDi)$	$X \geq 10$
Cukup	$Mi - (SDi) \leq X < Mi + (SDi)$	$6 \leq X < 10$
Kurang	$X < Mi - (SDi)$	$X < 6$

<b>Pelayanan</b>		
Skor maksimal	: $3 \times 4 = 12$	
Skor minimal	: $3 \times 1 = 3$	
Mi	: $15 / 2 = 7,5 \sim 8$	
Sdi	: $9 / 6 = 1,5 \sim 2$	
Baik	$X \geq Mi + (SDi)$	$X \geq 10$
Cukup	$Mi - (SDi) \leq X < Mi + (SDi)$	$6 \leq X < 10$
Kurang	$X < Mi - (SDi)$	$X < 6$

<b>Sanitasi</b>		
Skor maksimal	: $2 \times 4 = 8$	
Skor minimal	: $2 \times 1 = 2$	
Mi	: $10 / 2 = 5$	
Sdi	: $6 / 6 = 1$	
Baik	$X \geq Mi + (SDi)$	$X \geq 6$
Cukup	$Mi - (SDi) \leq X < Mi + (SDi)$	$4 \leq X < 6$
Kurang	$X < Mi - (SDi)$	$X < 4$





## KUESIONER

### PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP GATOT TIWUL YU TUM DI GUNUNGKIDUL

Bersama ini saya meminta kesediaan anda untuk mengisi daftar kuesioner yang diberikan, informasi yang anda berikan merupakan bantuan yang sangat berarti bagi saya dalam menyelesaikan penelitian ini. Atas bantuan dan perhatian anda saya ucapkan terimakasih.

#### IDENTITAS RESPONDEN

Nama :

Jenis Kelamin :  perempuan  laki-laki

Umur :

Pekerjaan :  pelajar/mahasiswa  wiraswasta  pegawai negeri  
 Pegawai swasta  lainnya

Pendapatan :  <1 juta  1-3 juta  > 3 juta

#### PETUNJUK PENGISIAN

Berilah jawaban pada pernyataan berikut ini sesuai dengan pendapat Bapak/Ibu/Saudara, dengan cara memberi tanda (√) pada kolom yang tersedia dengan keterangan sebagai berikut:

**SS = SangatSetuju**

**TS = TidakSetuju**

**ST = Setuju**

**STS = SangatTidakSetuju**

No	Pertanyaan	Jawaban			
		SS	ST	TS	STS
<b>a. Warna</b>					
1.	Menurut saya warna tiwul Yu Tum yang dijual sangat menarik				
2.	Menurut saya warna gatot Yu Tum yang dijual tidak pucat				
3.	Menurut saya warna gatot tiwul Yu Tum memberi kesan bahwa memiliki rasa yang enak				
4.	Menurut saya warna tiwul Yu Tum yang dijual sangat bervariasi				
<b>b. Aroma</b>					
5.	Menurut saya gatot tiwul Yu Tum yang dijual memiliki aroma yang menggugah selera				
6.	Menurut saya tiwul Yu Tum memiliki aroma yang harum				
7.	Menurut saya aroma gatot Yu Tum kurang enak				

No	Pernyataan	Jawaban			
		SS	ST	TS	STS
8.	Menurut saya gatot tiwul Yu Tum memiliki aroma yang tajam sehingga mampu menggambarkan kelezatan				
<b>c. rasa</b>					
9.	Menurut saya gatot tiwul Yu Tum memiliki rasa yang enak				
10.	Menurut saya gatot tiwul Yu Tum memiliki rasa yang sesuai dengan lidah saya				
11.	Menurut saya gatot tiwul Yu Tum memiliki rasa yang khas sehingga mampu membedakan dengan rasa ditempat lain				
12.	Menurut saya rasa gatot tiwul Yu Tum memiliki rasa yang kuat				
13.	Menurut saya rasa gatot tiwul Yu Tum sesuai dengan lidah dan sesuai dengan selera				
<b>d. Tekstur</b>					
14.	Menurut saya gatot tiwul Yu Tum memiliki tekstur yang lembut				
15.	Menurut saya gatot tiwul Yu Tum memiliki tekstur yang kasar				
<b>e. Bentuk</b>					
16.	Menurut saya gatot tiwul Yu Tum memiliki bentuk yang bervariasi				
17.	Menurut saya gatot tiwul Yu Tum memiliki bentuk yang bisa menarik daya tarik mata konsumen				
<b>f. Penampilan</b>					
18.	Menurut saya gatot tiwul Yu Tum memiliki penampilan yang bagus dan menarik.				
19.	Menurut saya gatot tiwul Yu Tum memiliki penampilan yang segar dan bersih.				
20.	Menurut saya kemasan gatot tiwul Yu Tum unik sehingga dapat memberi kesan yang baik untuk penampilannya.				
<b>g. Produk Gatot Tiwul Yu Tum</b>					
21.	Menurut saya bahan gatot tiwul Yu Tum baku berkualitas baik				

No	Pernyataan	Jawaban			
		SS	ST	TS	STS
<b>h. Harga Gatot Tiwul Yu Tum</b>					
22.	Menurut saya penyajian gatot tiwul Yu Tum menarik				
23.	Menurut saya porsi gatot tiwul Yu Tum sesuai dengan harga				
24.	Menurut saya harga menjadi pertimbangan untuk membeli				
25.	Menurut saya harga sesuai dengan produk yang dijual atau di terima				
26.	Menurut saya harga sesuai dengan kualitas				
27.	Menurut saya harga terjangkau sesuai dengan pendapatan				
<b>i. Lokasi Gatot Tiwul Yu Tum</b>					
28.	Menurut saya lokasi penjualan gatot tiwul Yu Tum dekat dengan pusat kota				
29.	Menurut saya membeli gatot tiwul di Gunungkidul lebih puas dari pada membeli ditempat lain				
30.	Menurut saya lokasi gatot tiwul Yu Tum mudah dijangkau				
31.	Menurut saya lokasi gatot tiwul Yu Tum nyaman dan aman				
<b>j. Promosi</b>					
Anda membeli gatot tiwul Yu Tum karena mendapat informasi dari					
32.	Menurut saya informasi dari teman tentang gatot tiwul Yu Tum dapat membantu saya untuk mengambil keputusan membeli produk tersebut				
33.	Saya mendapatkan informasi tentang gatot tiwul Yu Tum dari keluarga.				
34.	Menurut saya social media banyak memberi informasi tentang gatot tiwul Yu Tum				
<b>k. Pelayanan</b>					
35.	Menurut saya pelayanan Gatot tiwul Yu Tum sangat cepat				
36.	Menurut saya pelayanan gatot tiwul Yu Tum sanga tramah				
37.	Menurut saya penampilan pelayan sesuai dan sopan				
<b>i. Sanitasi</b>					
38.	Menurut saya produk gatot tiwul Yu Tum yang dijual bersih				

	dan higienis				
39.	Menurut saya penyajian gatot tiwul Yu Tum bersih.				

**Pertanyaan (Isilah dengan singkat dan jelas)**

**(coret yang tidakperlu)**

40. Sebagai produk makanan apakah gatot tiwul Yu Tum mempunyai prospek kedepan

Ya / Tidak

Berikan alasan anda:

Jawab:.....  
 .....  
 .....  
 .....

41. Setujukah gatot tiwul Yu Tum sebagai icon makanan khas Gunungkidul ?

Ya / Tidak

Berikan alasan anda:

Jawab:.....  
 .....  
 .....

42. Harapan –harapan anda terhadap perbaikan produk atau kualitas produk gatot tiwul Yu Tum ( penampilan, kualitas, gizi dsb)

Berikan alasan anda:

Jawab:.....  
 .....  
 .....

43. Sebutkan beberapa kelebihan dan kekurangan dari produk gatot tiwul Yu Tum.

Kelebihan :     a. ....  
                       b. ....  
                       c. ....  
 kekurangan :   a. ....  
                       b. ....  
                       c. ....



## Uji Validitas

Tabel . Rangkuman Hasil Uji Validitas

Item	Nilai $r_{hitung}$	Nilai $r_{tabel}(\alpha, n)$	Kesimpulan
1	0,438	0,195	Valid
2	0,446	0,195	Valid
3	0,424	0,195	Valid
4	0,323	0,195	Valid
5	0,261	0,195	Valid
6	0,386	0,195	Valid
7	0,256	0,195	Valid
8	0,291	0,195	Valid
9	0,541	0,195	Valid
10	0,433	0,195	Valid
11	0,285	0,195	Valid
12	0,525	0,195	Valid
13	0,355	0,195	Valid
14	0,453	0,195	Valid
15	0,345	0,195	Valid
16	0,391	0,195	Valid
17	0,391	0,195	Valid
18	0,469	0,195	Valid
19	0,505	0,195	Valid
20	0,357	0,195	Valid
21	0,549	0,195	Valid

Item	Nilai $r_{hitung}$	Nilai $r_{tabel}(\alpha, n)$	Kesimpulan
22	0,305	0,195	Valid
23	0,454	0,195	Valid
24	0,246	0,195	Valid
25	0,424	0,195	Valid
26	0,517	0,195	Valid
27	0,459	0,195	Valid
28	0,356	0,195	Valid
29	0,431	0,195	Valid
30	0,212	0,195	Valid
31	0,305	0,195	Valid
32	0,231	0,195	Valid
33	0,272	0,195	Valid
34	0,236	0,195	Valid
35	0,417	0,195	Valid
36	0,319	0,195	Valid
37	0,528	0,195	Valid
38	0,421	0,195	Valid
39	0,453	0,195	Valid



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI  
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA  
FAKULTAS TEKNIK

Alamat : Kampus Karangmalang, Yogyakarta, 55281  
Telp. (0274) 586168 psw. 276,289,292 (0274) 586734 Fax. (0274) 586734  
Laman: ft.uny.ac.id E-mail: ft@uny.ac.id, teknik@uny.ac.id

Nomor : 1068/UN34.15/LT/2017

23 Agustus 2017

Lamp. : 1 Bendel Proposal

Hal : Izin Penelitian

Yth .  
1. Gubernur Provinsi DIY c.q. Kepala Badan Kesbangpol Provinsi DIY  
2. Bupati Kabupaten Gunungkidul c.q. Kepala Badan Kesbangpol kabupaten Gunungkidul  
3. GATOT TIWUL YU TUM WONOSARI GUNUNGKIDUL

Kami sampaikan dengan hormat, bahwa mahasiswa tersebut di bawah ini:

Nama : Aprilia Putri Prastanti  
NIM : 13511244014  
Program Studi : Pend. Teknik Boga - SI  
Judul Tugas Akhir : PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP GATOT TIWUL YU TUM I  
GUNUNGKIDUL  
Tujuan : Memohon izin mencari data untuk penulisan Tugas Akhir Skripsi (TAS)  
Waktu Penelitian : 28 Agustus - 1 September 2017

Untuk dapat terlaksananya maksud tersebut, kami mohon dengan hormat Bapak/Ibu berkenan memberi izin dan bantuan seperlunya.

Demikian atas perhatian dan kerjasamanya kami sampaikan terima kasih.

Dekan Fakultas Teknik

Dr. Drs. Wjarto, M.Pd.  
NIP. 19631230 198812 1 001

Tembusan :

1. Sub. Bagian Pendidikan dan Kemahasiswaan ;
2. Mahasiswa yang bersangkutan.

Surat Permohonan Validasi Penelitian



UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA  
FAKULTAS TEKNIK  
PENDIDIKAN TEKNIK BOGA DAN BUSANA  
Alamat: Kampus Karang Malang, Yogyakarta, 55281

SURAT PERMOHONAN VALIDASI INSTRUMEN PENELITIAN

Hal : Permohonan Validasi Instrumen Penelitian Tugas Akhir Skripsi  
Lampiran : 1 Bendel  
Kepada Yth.  
Dr. Marwanti, M.Pd.  
Dosen Prodi Pendidikan Teknik Boga  
Jurusan Pendidikan Teknik Boga  
Fakultas Teknik UNY  
Sehubungan dengan rencana pelaksanaan Tugas Akhir Skripsi (TAS), dengan ini saya :

Nama : Aprilia Putri Prastanti  
NIM : 13511244014  
Program Studi: Pendidikan Teknik Boga  
Judul TAS : Preferensi Konsumen Terhadap Gatot Tiwul Yu Tum Di Gunungkidul

Dengan hormat, mohon ibu berkenan memberikan validasi terhadap instrument penelitian Tugas Akhir Skripsi yang telah saya susun. Sebagai bahan pertimbangan bersama ini saya lampirkan (1) proposal TAS, (2) kisi-kisi instrument penelitian TAS, dan (3) draf instrument penelitian TAS.

Demikian permohonan saya, atas bantuan dan perhatian Ibu diucapkan terimakasih.

Yogyakarta, Agustus 2017  
Pemohon,

Aprilia Putri Prastanti  
NIM. 13511244014

Mengetahui

Ketua Program Studi  
Pendidikan Teknik Boga

Dr. Mutiara Nugraheni, M.Si.  
NIP. 19770131 200212 2

Dosen Pembimbing TAS,

Dr. Kokom Komariah, M.Pd.  
NIP. 19600808 198403 2 00

Hasil Validasi Instrumen Penelitian

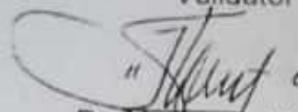
HASIL VALIDASI INSTRUMEN PENELITIAN TUGAS AKHIR SKRIPSI

Nama : ApriliaPutri Prastanti  
NIM : 13511244014  
Program Studi: Pendidikan Teknik Boga  
Judul TAS : Preferensi Konsumen Terhadap Gatot Tiwul Yu Tum Di Gunungkidul

no	Saran/ Tanggapan
1.	Pertanyaan pada identitas responden ditambahi
2	Pd bagian terakhir ditambahi kelebihan dan kelemahan produk

Yogyakarta, 7 Agustus 2017

Validator



Dr. Marwanti, M.Pd

NIP.195703131983 2 00 1



PEMERINTAH DAERAH DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA  
BADAN KESATUAN BANGSA DAN POLITIK  
Jl. Jenderal Sudirman No 5 Yogyakarta – 55233  
Telepon : (0274) 551136, 551275, Fax (0274) 551137

Yogyakarta, 24 Agustus 2017

Nomor : 074/7544/Kesbangpol/2017  
Perihal : Rekomendasi Penelitian

Kepada Yth. :  
Bupati Gunungkidul  
Up. Kepala Dinas Penanaman Modal  
dan Pelayanan Terpadu Gunungkidul  
Kabupaten Gunungkidul  
DI  
WONOSARI

Memperhatikan surat :

Dari : Dekan Fakultas Teknik, Universitas Negeri Yogyakarta  
Nomor : 1068/UN34.15/LT/2017  
Tanggal : 23 Agustus 2017  
Perihal : Izin Penelitian

Setelah mempelajari surat permohonan dan proposal yang diajukan, maka dapat diberikan surat rekomendasi tidak keberatan untuk melaksanakan riset/penelitian dalam rangka penyusunan Tugas Akhir Skripsi (TAS) dengan judul proposal: "PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP GATOT TIWUL YU TUM DI GUNUNGKIDUL" kepada

Nama : APRILIA PUTRI PRASTANTI  
NIM : 13511244014  
No. HP/Identitas : 089507010764 / 3403016704940001  
Prodi/Jurusan : Pendidikan Teknik Busana/  
Pendidikan Teknik Boga dan Busana  
Fakultas/PT : Teknik, Universitas Negeri Yogyakarta  
Lokasi Penelitian : Kabupaten Gunungkidul, DIY  
Waktu Penelitian : 28 Agustus 2017 s.d. 2 September 2017

Sehubungan dengan maksud tersebut, diharapkan agar pihak yang terkait dapat memberikan bantuan / fasilitas yang dibutuhkan.

Kepada yang bersangkutan diwajibkan :

1. Menghormati dan mentaati peraturan dan tata tertib yang berlaku di wilayah riset/penelitian;
2. Tidak dibenarkan melakukan riset/penelitian yang tidak sesuai atau tidak ada kaitannya dengan judul riset/penelitian dimaksud;
3. Menyerahkan hasil riset/penelitian kepada Badan Kesbangpol DIY selambat-lambatnya 6 bulan setelah penelitian dilaksanakan;
4. Surat rekomendasi ini dapat diperpanjang maksimal 2 (dua) kali dengan menunjukkan surat rekomendasi sebelumnya, paling lambat 7 (tujuh) hari kerja sebelum berakhirnya surat rekomendasi ini.

Rekomendasi Izin Riset/Penelitian ini dinyatakan tidak berlaku, apabila ternyata pemegang tidak mentaati ketentuan tersebut di atas.

Demikian untuk menjadikan maklum.



Tembusan disampaikan Kepada Yth :

1. Gubernur DIY (sebagai laporan)
2. Dekan Fakultas Teknik, Universitas Negeri Yogyakarta
3. Yang bersangkutan.

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP GATOT TIWUL YU TUM DI GUNUNGKIDUL**

Proposal Tugas Akhir Skripsi

Disusun oleh:

Aprilia Putri Prastanti

NIM. 13511244014

Telah disetujui dan disahkan oleh pembimbing untuk proses penelitian.

Yogyakarta, Juli 2017

Mengetahui,

Ketua Jurusan,

Pendidikan Teknik Boga



Dr. Mutiara Nugraheni, M.Si

NIP. 19770131 200112 2 001

Dosen Pembimbing,



Dr. Kokom Komariah

NIP. 19600808 198403 2 002

Dekan,

Fakultas Teknik



Dr. Widarto, M.Pd.

NIP. 19631230 198812 1 001



FAKULTAS TEKNIK  
PENDIDIKAN TEKNIK BOGA DAN BUSANA  
Alamat : Kampus Karangmalang, Yogyakarta 55281

SURAT PERNYATAAN VALIDASI  
INSTRUMEN PENELITIAN TUGAS AKHIR SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Dr. Marwanti, M.Pd.  
NIP : 195703131983 2 00 1  
Jurusan : Pendidikan Teknik Boga

Menyatakan bahwa instrumen penelitian LAS atas nama mahasiswa :

Nama : Aprilia Putri Prastanti  
NIM : 13511244014  
Program Studi : Pendidikan Teknik Boga  
Judul TAS : Preferensi Konsumen Terhadap Gatot Tiwul Yu Tum di Gunungkidul

Setelah dilakukan kajian instrument penelitian TAS tersebut dapat dinyatakan :

- Layak digunakan untuk penelitian  
 Layak digunakan dengan perbaikan  
 Tidak layak digunakan untuk penelitian yang bersangkutan  
dengan saran /perbaikan sebagaimana terlampir

demikian agar dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta , Agustus 2017  
Validator,

Dr. Marwanti, M.Pd.  
NIP. 195703131983 2 00 1

Surat Permohonan Validasi Penelitian



UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA  
FAKULTAS TEKNIK  
PENDIDIKAN TEKNIK BOGA DAN BUSANA  
Alamat: Kampus Karang Malang, Yogyakarta, 55281

SURAT PERMOHONAN VALIDASI INSTRUMEN PENELITIAN

Hal : Permohonan Validasi Instrumen Penelitian Tugas Akhir Skripsi  
Lampiran : 1 Bendel  
Kepada Yth,  
Dr. Marwanti, M.Pd.  
Dosen Prodi Pendidikan Teknik Boga  
Jurusan Pendidikan Teknik Boga  
Fakultas Teknik UNY

Sehubungan dengan rencana pelaksanaan Tugas Akhir Skripsi (TAS), dengan ini saya :

Nama : Aprilia Putri Prastanti  
NIM : 13511244014  
Program Studi: Pendidikan Teknik Boga  
Judul TAS : Preferensi Konsumen Terhadap Gatot Tiwul Yu Tum Di Gunungkidul

Dengan hormat, mohon ibu berkenan memberikan validasi terhadap instrument peneliti Tugas Akhir Skripsi yang telah saya susun. Sebagai bahan pertimbangan bersama ini saya lampirkan (1) proposal TAS, (2) kisi-kisi instrument penelitian TAS, dan (3) draf instrument penelitian TAS.

Demikian permohonan saya, atas bantuan dan perhatian Ibu diucapkan terimakasih.

Yogyakarta, Juli 2017

Pemohon,

Aprilia Putri Prastanti  
NIM. 13511244014

Mengetahui

Ketua Program Studi  
Pendidikan Teknik Boga

Dr. Mutiara Nugraheni, M.Si.  
NIP. 19770131 200212 2

Dosen Pembimbing TAS

Dr. Kokom Komariah, M.  
NIP. 19600808 198403 2

Surat Permohonan Validasi Penelitian



UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA  
FAKULTAS TEKNIK  
PENDIDIKAN TEKNIK BOGA DAN BUSANA  
Alamat: Kampus Karang Malang, Yogyakarta, 55281

SURAT PERMOHONAN VALIDASI INSTRUMEN PENELITIAN

Hal : Permohonan Validasi Instrumen Penelitian Tugas Akhir Skripsi  
Lampiran : 1 Bendel  
Kepada Yth,  
Dr. Marwanti, M.Pd.  
Dosen Prodi Pendidikan Teknik Boga  
Jurusan Pendidikan Teknik Boga  
Fakultas Teknik UNY

Sehubungan dengan rencana pelaksanaan Tugas Akhir Skripsi (TAS), dengan ini saya :

Nama : Aprilia Putri Prastanti  
NIM : 13511244014  
Program Studi: Pendidikan Teknik Boga  
Judul TAS : Preferensi Konsumen Terhadap Gatot Tiwul Yu Tum Di Gunungkidul

Dengan hormat, mohon ibu berkenan memberikan validasi terhadap instrument peneliti Tugas Akhir Skripsi yang telah saya susun. Sebagai bahan pertimbangan bersama ini saya lampirkan (1) proposal TAS, (2) kisi-kisi instrument penelitian TAS, dan (3) draf instrument penelitian TAS.

Demikian permohonan saya, atas bantuan dan perhatian Ibu diucapkan terimakasih.

Yogyakarta, Juli 2017

Pemohon,

Aprilia Putri Prastanti  
NIM. 13511244014

Mengetahui

Ketua Program Studi  
Pendidikan Teknik Boga

Dr. Mutiara Nugraheni, M.Si.  
NIP. 19770131 200212 2

Dosen Pembimbing TAS

Dr. Kokom Komariah, M.  
NIP. 19600808 198403 2