

**ANALISIS PERILAKU KONSUMEN TERHADAP ROTI
PRYANGAN BAKERY DI KOTA PADANG**

**OLEH
NOVITA ISWANTI
0810222109**



**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2012**

**ANALISIS PERILAKU KONSUMEN TERHADAP ROTI
PRYANGAN BAKERY DI KOTA PADANG**

OLEH

**NOVITA ISWANTI
0810222109**

SKRIPSI

**SEBAGAI SALAH SATU SYARAT
UNTUK MEMPEROLEH GELAR
SARJANA PERTANIAN**

**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2012**

**ANALISIS PERILAKU KONSUMEN TERHADAP ROTI
PRYANGAN BAKERY DI KOTA PADANG**

OLEH

**NOVITA ISWANTI
0810222109**

MENYETUJUI :

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

**Rina Sari, SP, M.Si
NIP.197107151997032002**

**Drs. Rusdja Rustam, M.Ag
NIP.195805021988031003**

**Dekan Fakultas Pertanian
Universitas Andalas**

**Ketua Jurusan Sosial Ekonomi
Fakultas Pertanian Univ. Andalas**

**Prof. Ir. H. Ardi, M.Sc
NIP. 195312161980031004**

**Prof. Ir. Yonariza, M.Sc, PhD
NIP.196505051991031003**

Skripsi ini telah diuji dan dipertahankan di depan Sidang Panitia Ujian Sarjana Fakultas Pertanian Universitas Andalas, pada tanggal 1 Mei 2012

No.	Nama	Tanda Tangan	Jabatan
1.	Dr. Ir. H. Nofialdi, M.Si		Ketua
2.	Rina Sari, SP, M.Si		Sekretaris
3.	Drs. Rusdja Rustam, M.Ag		Anggota
4.	Prof. Dr. Ir. Rudi Febriamansyah, M.Sc		Anggota
5.	Rini Hakimi, SP, M.Si		Anggota

BIODATA

Penulis dilahirkan di Galang, Sumatera Utara pada tanggal 14 Mei 1991 sebagai anak pertama dari empat bersaudara, dari pasangan Bapak Iswan Simatupang dan Ibu Nurhasimah. Pendidikan Taman Kanak-kanak (TK) ditempuh di TK Pertiwi Padangsidempuan (tahun 1995 - 1996). Pendidikan Sekolah Dasar (SD) ditempuh di SD Negeri 1 Padangmatinggi Padangsidempuan (tahun 1996 - 2002). Sekolah Lanjutan Tingkat Pertama (SLTP) ditempuh di SLTP Negeri 2 Padangsidempuan (tahun 2002 - 2005). Sekolah Menengah Atas (SMA) ditempuh di SMA Negeri 2 Padangsidempuan (tahun 2005 - 2008). Pada tahun 2008 penulis diterima di Fakultas Pertanian Universitas Andalas Padang pada Program Studi Agribisnis.

Padang, Mei 2012

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI VOLUME EKSPOR KAKAO SUMATERA BARAT KE MALAYSIA

ABSTRAK

Penelitian ini memiliki dua tujuan, pertama yaitu mendeskripsikan prosedur ekspor yang dilakukan oleh eksportir kakao di Sumatera Barat ke Malaysia dan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi volume ekspor kakao Sumatera Barat ke Malaysia.

Data yang digunakan adalah data triwulan dari tahun 2003-2010 dengan jumlah observasi (n) 32. Analisa data dalam penelitian ini dilakukan secara deskriptif kualitatif dan kuantitatif. Analisa deskriptif digunakan untuk menganalisis prosedur ekspor kakao Sumatera Barat ke Malaysia dan analisa kuantitatif digunakan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi volume ekspor kakao Sumatera Barat ke Malaysia yang terdiri dari enam variabel bebas, yaitu : jumlah produksi kakao Sumatera Barat, harga kakao Sumatera Barat, harga kakao Malaysia, nilai tukar rupiah (*kurs*), volume ekspor kakao Pantai Gading ke Malaysia, dan volume ekspor kakao Ghana ke Malaysia. Model yang digunakan untuk menguji ini adalah regresi linier berganda, analisa data menggunakan uji ekonometrika dengan metode *Ordinary Least Square* (OLS).

Dari hasil wawancara dengan CV. Hasil Bumi Raya diketahui bahwa prosedur ekspor kakao Sumatera Barat menggunakan kondisi penjualan *Free On Board* (FOB). Melalui pengujian secara statistik diketahui bahwa volume ekspor kakao Sumatera Barat dipengaruhi oleh produksi kakao Sumatera Barat, harga kakao Sumatera Barat, dan nilai tukar rupiah (*kurs*). Disarankan kepada produsen kakao Sumatera Barat untuk meningkatkan produksi dan kualitas kakaonya agar dapat meningkatkan volume ekspornya

“THE FACTORS FOR WEST SUMATERA’S EXPORT OF COCOA TO MALAYSIA”

ABSTRACT

This research has two objectives to describe cocoa exportation procedures and to analyze the factors which determine the volume of West Sumatera’s cocoa exportation to Malaysia.

Quarterly time series data from 2003 to 2010 is analyzed through modelled Ordinary Least Squares (OLS). There are six independent variables which correlate to volume of cocoa exportation to Malaysia; i.e. cocoa production of West Sumatera, price of cocoa in West Sumatera, price of cocoa in Malaysia, exchange rate, volume of cocoa exportation of Ivory Coast to Malaysia, and volume of cocoa exportation of Ghana to Malaysia.

Export procedures of cocoa from West Sumatera to Malaysia follows Free On Board (FOB). The factors correlated to volume of West Sumatera’s cocoa to Malaysia are cocoa production of West Sumatera, price of cocoa in West Sumatera, and exchange rate. So, it is needed to increasing cocoa production and quality for higher future cocoa export from West Sumatera.

KATA PENGANTAR



Syukur alhamdulillah penulis ucapkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan berkah, rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**Analisis Perilaku Konsumen terhadap Roti Pryangan Bakery di Kota Padang**”. Salawat dan salam ditujukan kepada Rasulullah Muhammad SAW yang telah membawa umatnya dari zaman jahiliyah hingga ke zaman yang penuh dengan ilmu pengetahuan yang kita rasakan saat sekarang ini.

Pada kesempatan ini, penulis dengan setulus hati mengucapkan terimakasih kepada Ibu Rina Sari, SP, MSi sebagai dosen pembimbing I dan Bapak Drs. Rusdja Rustam, MAg sebagai dosen pembimbing II yang telah banyak memberi petunjuk, arahan dan bimbingannya bagi penulis dari penyusunan proposal, dalam penelitian sampai penyusunan skripsi ini. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada Ketua dan Sekretaris Program Studi Agribisnis, seluruh dosen, Dekan Fakultas Pertanian, serta karyawan Fakultas Pertanian yang telah memberi motivasi, semangat dan bantuan yang berharga selama penulis menempuh pendidikan di Fakultas Pertanian Universitas Andalas Padang. Penghormatan dan penghargaan yang setinggi-tingginya penulis sampaikan kepada kedua orang tua yang telah memberi motivasi, semangat dan doa kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan studi tepat pada waktunya.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari segala pihak guna perbaikan skripsi ini. Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca.

Padang, Mei 2012

N.I

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	ii
DAFTAR TABEL	iv
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR LAMPIRAN	vii
ABSTRAK	ix
I. PENDAHULUAN	
1.1	Latar
Belakang	1
1.2	Perumusan
Masalah	3
1.3	Tujuan
Penelitian	6
1.4	Manfaat
Penelitian	6
II. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1	Pengertian
Industri	7
2.2	Gambaran
Umum Roti (<i>Bakery</i>)	8
2.3	Konsep
Pemasaran	9
2.4	Perilaku
Konsumen	12
2.5	Kepuasan
Konsumen	13
2.6	Persepsi
terhadap Kualitas Produk	14

2.7	Analisis	
	<i>Importance dan Performance</i>		16
2.8	Loyalitas	
	Konsumen terhadap Produk		17
2.9	Proses	
	Keputusan Pembelian		21
2.10	Faktor-	
	faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen		23
2.11	Penelitian	
	Terdahulu		27
III.	METODE	
	PENELITIAN		
3.1	Tempat	
	dan Waktu Penelitian		29
3.2	Metode	
	Penelitian		29
3.3	Metode	
	Pengambilan Responden		30
3.4	Metode	
	Pengumpulan Data		32
3.5	Variabel	
	yang Diamati		32
3.6	Analisis Data	34
IV.	HASIL DAN PEMBAHASAN		
4.1	Gambaran Umum Industri Pryangan Bakery		42
	4.1.1 Sejarah Singkat Industri Pryangan Bakery		42
	4.1.2 Struktur Organisasi		43
	4.1.3 Tenaga Kerja		44
	4.1.4 Aktivitas Produksi		45
4.2	Bauran Pemasaran Roti Tawar Pryangan		49
	4.2.1 Produk		49
	4.2.2 Harga		51

4.2.3	Distribusi	53
4.2.4	Promosi	55
4.3	Analisis Perilaku Konsumen Roti Tawar Pryangan di Kota Padang	56
4.3.1	Identitas Konsumen Rumah Tangga Roti Tawar Pryangan	56
4.3.2	Perilaku Konsumen yang Tampak	57
4.3.3 Perilaku Konsumen yang Tidak Tampak	62
4.3.4	Keterkaitan antara Perilaku Konsumen yang Tampak dan Persepsi Konsumen dengan Loyalitas Konsumen	92
4.4	Rumusan Upaya Peningkatan Volume Penjualan Roti Tawar Pryangan	94
V. KESIMPULAN DAN SARAN		
5.1Kesimpulan	99
5.2Saran	100
DAFTAR PUSTAKA		101
LAMPIRAN		104

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Sebaran Responden Konsumen Roti Tawar Pryangan Jenis Pendek di Kota Padang	31
2.....Identitas Tenaga Kerja Industri Pryangan Bakery	45
3. Jumlah Pasokan Bahan Baku Roti Tawar Pryangan Bakery dalam 2 Minggu	46
4.....Perbedaan Harga Roti Tawar Pryangan antara Pedagang Pengecer dengan Konsumen Akhir	52
5.....Identitas Responden Konsumen Rumah Tangga	56
6.....Jumlah dan Persentase Responden terhadap Pertanyaan Jumlah Pembelian Roti Tawar Pryangan	58
7.....Jumlah dan Persentase Responden terhadap Pertanyaan Frekuensi Pembelian Roti Tawar Pryangan dalam Satu Minggu	58
8. Jumlah dan Persentase Responden terhadap Pertanyaan Pemberi Saran Pembelian Roti Tawar Pryangan	59
9. Jumlah dan Persentase Responden terhadap Pertanyaan Pengambil Keputusan Pembelian Roti Tawar Pryangan	60
10. Jumlah dan Persentase Responden terhadap Pertanyaan Pedoman Utama dalam Melakukan Pembelian Roti Tawar Pryangan	61
11. Rekapitulasi Penilaian Responden terhadap <i>Importance</i> Roti Tawar	63
12. Rekapitulasi Rata-rata dan Standar Deviasi Penilaian Responden terhadap <i>Importance</i> Roti Tawar	64

13.....	Rekapitulasi Penilaian Responden terhadap <i>Performance</i> Roti Tawar Pryangan	68
14.	Rekapitulasi Rata-rata Penilaian Responden terhadap <i>Importance</i> Roti Tawar serta Rata-rata dan Standar Deviasi Penilaian Responden terhadap <i>Performance</i> Roti Tawar Pryangan	70
15.	Rekapitulasi Penilaian Responden terhadap <i>Performance</i> Roti Tawar Hoya	77
16.	Rekapitulasi Rata-rata Penilaian Responden terhadap <i>Importance</i> Roti Tawar serta Rata-rata dan Standar Deviasi Penilaian Responden terhadap <i>Performance</i> Roti Tawar Hoya	79
17.	Perbandingan Persepsi Konsumen terhadap Roti Tawar Pryangan dan Roti Tawar Hoya Berdasarkan Diagram <i>Cartesius</i> Gabungan	87
18.....	Tingkat Loyalitas Konsumen terhadap Roti Tawar Pryangan	89

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1.....	Konsep-
konsep Inti Pemasaran.....	10
2.....	Diagram
<i>Cartesius Importance dan Performance</i>	16
3.....	Tingkatan
Loyalitas Konsumen terhadap Produk untuk <i>Brand</i> <i>Equity Lemah</i>	19
4.....	Tingkatan
Loyalitas Konsumen terhadap Produk untuk <i>Brand</i> <i>Equity Kuat</i>	20
5.....	Model
Tahap Pengambilan Keputusan.....	22
6.....	Struktur
Organisasi Industri Pryangan Bakery	43
7.....	Diagram
Alir Proses Pembuatan Roti Tawar Pryangan	48
8.....	Saluran
Distribusi Roti Tawar Pryangan	53
9. Diagram <i>Cartesius</i> Gabungan Persepsi Konsumen terhadap Roti Tawar Pryangan dan Roti Tawar Hoya	84
10.....	Tingkatan
Loyalitas Konsumen terhadap Roti Tawar Pryangan	91

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1..... Kontribusi Sektor Pertanian terhadap PDB atas Harga Konstan 1993	104
2..... Perkembangan Industri Menurut Cabang Industri Di Sumatera Barat Tahun 2008 -2010	105
3..... Jumlah Unit Usaha dan Tenaga Kerja pada Industri Kecil Hasil Pertanian dan Kehutanan Di Kota Padang Tahun 2006-2010	106
4. Komposisi Gizi Roti Dibanding Nasi dan Mi Basah per 100 gram Bahan Zat Gizi	107
5.....Jumlah Industri Berbasis Tepung Terigu Di Kota Padang Tahun 2010	108
6. Kriteria Industri dan Perdagangan Berdasarkan Tenaga Kerja dan Nilai Investasi	109
7. Volume Produksi dan Volume Penjualan Roti Tawar Pryangan Tahun 2006 – 2010	110
8.....Jenis-jenis Roti Tawar Pryangan Beserta Harganya	111
9. Volume Produksi dan Volume Penjualan Roti Tawar Pryangan Jenis Pendek Tahun 2006 – 2010	112
10.....Daftar Beberapa Industri Roti Tawar Di Kota Padang Tahun 2010	113
11.....Jenis-jenis Roti Tawar Hoya Beserta Harganya	114
12. Pengecer Tetap Roti Tawar Pryangan di Kota Padang Tahun 2011	115
13.....Dokumenta si 8 Jenis Roti Tawar Pryangan	116

14.....	Data	
Responden Konsumen Rumah Tangga Roti Tawar Pryangan		119
15.....	Perilaku	
Konsumen yang Tampak terhadap Roti Tawar Pryangan		121
16.....	Persepsi	
Konsumen terhadap <i>Importance</i> Roti Tawar		122
17.....	Perhitunga n untuk Menganalisis Rata-rata <i>Importance</i> Roti Tawar	123
18.....	Persepsi	
Konsumen terhadap <i>Performance</i> Roti Tawar Pryangan		127
19. Perhitungan untuk Menganalisis Rata-rata <i>Performance</i> Roti Tawar Pryangan		128
20.....	Persepsi	
Konsumen terhadap <i>Performance</i> Roti Tawar Hoya		132
21. Perhitungan untuk Menganalisis Rata-rata <i>Performance</i> Roti Tawar Hoya.....		133
22.....	Loyalitas	
Konsumen terhadap Roti Tawar Pryangan		137
23. Perhitungan Menganalisis Rata-rata Tingkat Loyalitas Konsumen terhadap Roti Tawar Pryangan		138
24. Gambar Roti Tawar Pryangan dan Roti Tawar Hoya Jenis Pendek		140

