

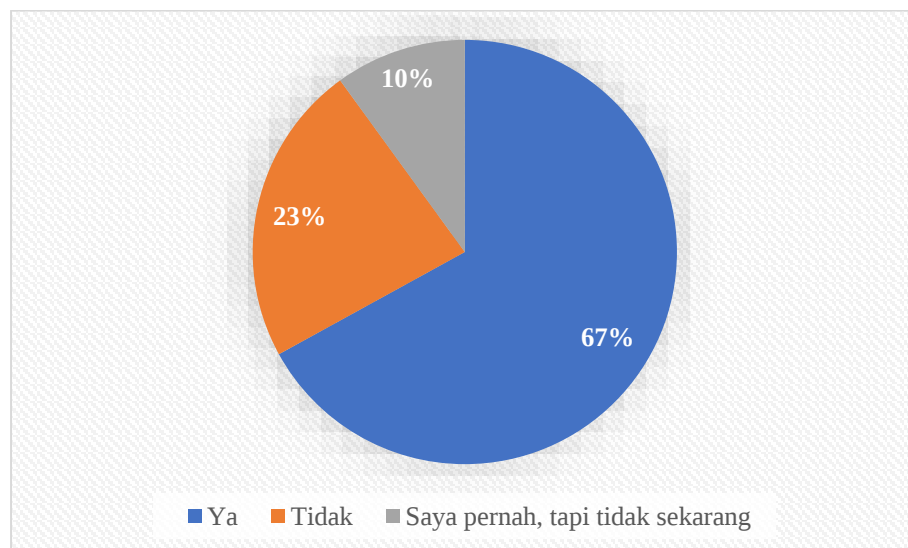
BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kepemilikan hewan peliharaan merupakan kebiasaan yang tersebar luas, dengan jutaan orang di seluruh dunia memelihara hewan sebagai teman. Banyaknya orang yang suka merawat hewan peliharaan karena memberikan kenyamanan ketika pemiliknya merasa sedih, kesepian, atau stres, sekaligus menjadi teman di kala rasa lelah, letih, dan lesu. Sejumlah besar orang, hewan peliharaan dianggap seperti anggota keluarga dan memainkan peran penting dalam kehidupan mereka dengan menemukan kegembiraan dan kepuasan dalam merawat hewan bahkan membuat hidup mereka lebih bermakna.

Gambar 1.1
Persentase Kepemilikan Hewan Peliharaan di Indonesia



Sumber data: *Good Stats*, 2023 (diolah)

Berdasarkan *Good Stats*, di Indonesia hewan peliharaan terbesar adalah kucing dengan persentase sebesar 47%. Peliharaan lainnya adalah ikan 22%, burung 18%, dan anjing 10%, kelinci 5%, hamster 3%.² Disisi lain menurut undang-undang Republik Indonesia Nomor 41 tahun 2014 mengenai peternakan dan kesehatan hewan menyatakan bahwa hewan peliharaan adalah hewan yang kehidupannya sepenuhnya atau sebagian besar bergantung pada manusia untuk maksud dan tujuan tertentu.³ Menurut persentase kepemilikan hewan peliharaan di Indonesia dan undang-undang menjadikan perlunya perawatan dalam memelihara hewan.

Berdasarkan persentase hewan peliharaan di Indonesia menjadikan banyaknya usaha bisnis lokal salah satunya perusahaan NutriPet Indonesia. Menyediakan kebutuhan dalam perawatan kesehatan, kebersihan, dan kenyamanan hewan peliharaan, termasuk memproduksi pasir kucing untuk menjaga kebersihan lingkungan tempat tinggal hewan. Berdasarkan survei dari *Strait Research* ukuran pasar produk pasir kucing alami global bernilai USD 10.82 miliar pada tahun 2021 dan diproyeksikan mencapai USD 16,44 miliar pada tahun 2030, tumbuh pada tingkat pertumbuhan tahunan gabungan (CAGR) sebesar 4,76% dari tahun 2022 hingga 2030.⁴

² Iip M Aditya, 'Kucing Jadi Hewan Yang Paling Banyak Dipelihara Warga RI, Kamu Salah Satunya?', *Good Stats*, (2023) [accessed 25 October 2024].

³ Peraturan Pemerintah RI, 'Undang-Undang Nomor 41 Tahun 2014 Tentang Peternakan Dan Kesehatan Hewan', (2014), hal 1.

⁴ Straits Research, 'Cat Litter Products Market Size, Share & Trends Analysis Report By Product Type (Clumping, Conventional), By Raw Material (Clay, Silica), By Distribution Channel (Supermarkets and Hypermarkets, Specialty Retail Stores, Convenience Stores, Online/E-Commerce', *Straits Research*, <<https://straitsresearch.com/report/cat-litter-products-market>> [accessed 19 April 2025].

Fenomena kepemilikan kucing di Indonesia yang besar dari pada hewan lainnya telah menciptakan permintaan untuk berbagai produk yang berkaitan dengan perawatan hewan peliharaan, salah satunya adalah pasir kucing. Pasir kucing memiliki peran yang sangat penting, tidak hanya sebagai media untuk menampung kotoran, tetapi juga sebagai elemen yang berkontribusi terhadap kenyamanan dan kesehatan kucing itu sendiri. Saat ini di Indonesia jenis pasir kucing itu beragam diantaranya pasir zeolit, pasir bentonite, tofu, dan wood pellet. Selain itu harga dari pasir tersebut juga memiliki keragaman, hal ini didasari oleh kondisi pasar pasir kucing.

Tabel 1.1
Harga Pasir Kucing

No	Jenis Pasir	Harga
1	Zeolit	Rp20.000- Rp30.000
2	Bentonite	Rp20.000- Rp95.000
3	Ampas kedelai/ Tofu	Rp30.000- Rp80.000
4	Serbuk Kayu/ Wood Pellet	Rp19.000- Rp90.000

Sumber data: diolah, 2024

Keberagaman harga pasir kucing menjadikan adanya potensi untuk meningkatkan usaha pasir kucing. Salah satu cara dalam meningkatkan daya saing usaha pasir kucing melalui preferensi konsumen. Perusahaan perlu memahami preferensi konsumen, menurut Syam et al., preferensi konsumen adalah suatu sikap konsumen terhadap sebuah produk yang terbentuk

melalui evaluasi atas berbagai macam pilihan yang tersedia.⁵ Menurut Aditya Wardana, preferensi konsumen memiliki peranan penting dalam perusahaan yaitu, untuk memastikan produk atau jasa yang ditawarkan lebih sesuai dengan keinginan pasar, dapat membangun strategi pemasaran yang lebih efektif dan tepat sasaran, menyesuaikan fitur produk agar memenuhi ekspektasi konsumen, serta dapat mengoptimalkan pengalaman pelanggan dan membangun loyalitas.⁶

Penelitian menurut Zakiya et al., preferensi konsumen dipengaruhi oleh beberapa atribut yaitu, aroma, harga, kemudahan memperoleh dan juga tekstur produk.⁷ Disisi lain menurut Umi et al., preferensi konsumen dapat dipengaruhi beberapa atribut diantaranya harga, ukuran, kemasan, tekstur, diferensiasi, bentuk.⁸ Faktor-faktor ini berperan dalam membentuk bagaimana konsumen memilih produk atau layanan yang mereka inginkan. Jika dikaitkan dengan konsep permintaan konsumen terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi, menurut Licolin, menyatakan bahwa teori permintaan menunjukkan jumlah barang yang akan dibeli konsumen pada periode waktu tertentu dengan memperhatikan beberapa faktor diantaranya, harga barang yang dibeli, harga dan adanya barang saingan, harapan

⁵ Siti Aldhawaty Syam and others, 'Pengaruh Preferensi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Marketplace', *Value Added: Majalah Ekonomi Dan Bisnis*, Vol. 18 No. 2 (2022), hal 74.

⁶ Aditya Wardhana, *Consumen Behavior In The Digital Era 4.0* (Penerbit CV. Eureka Media Aksara, 2024), hal 187.

⁷ Zakiyah Noor Balqis, Zainal Abidin, and Suriaty Situmorang, 'Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Pembelian Kopi Dekafeinasi Ghalkoff Di Bandar Lampung', *Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis*, Vol. 10 No. 2 (2022), hal. 252–59.

⁸ Umi Khoiriah and Elys Fauziyah, 'Preferensi Konsumen Terhadap Kue Wingko Babat Produksi UMKM Di Lamongan', *Journal of Agribusiness Science and Rural Development*, Vol. 4 No. 1 (2024), hal. 32–50.

konsumen, pendapatan konsumen, selera dan preferensi konsumen, biaya iklan dan sebagainya. Maka dari itu jumlah barang yang dibeli konsumen akan permintaan barang tergantung pada faktor tersebut.⁹

Harga menjadi salah satu faktor preferensi dalam seseorang membeli sebuah barang. Berdasarkan penelitian Amir Mahmud, harga memiliki pengaruh terhadap preferensi seseorang dalam keputusan atas minat beli konsumen pada produk makanan kucing merek Whiskas. Hal ini harga berfungsi untuk menentukan segmen pasar yang ditargetkan dan sebagai faktor dalam menentukan preferensi konsumen ketika membeli produk makanan kucing.¹⁰ Penelitian menurut Anwar et al., juga menjelaskan menganalisis preferensi konsumen dalam memilih beras dipengaruhi oleh atribut yaitu, bentuk, kualitas produk, warna, dan harga.¹¹ Disisi lain penelitian menurut Abhelia et al., menganalisis sebuah preferensi konsumen dalam pembelian mie instan goreng mempertimbangkan atribut harga.¹²

Kualitas produk menjadi preferensi konsumen dalam membeli suatu barang. Berdasarkan penelitian Indah et al., kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli dalam melakukan pembelian produk

⁹ Lincoln Arsyad, *Ekonomi Manajerial*, Edisi 4 (DPEF-Yogyakarta, 2019), hal 127.

¹⁰ Amir Mahmud, 'Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen', *Paradoks : Jurnal Ilmu Ekonomi*, Vol. 4 No. 1 (2021), hal 7.

¹¹ Anwar Anwar and Ni Luh Sri Supartiningsih, 'Analisis Konjoin Untuk Mengukur Preferensi Konsumen Beras Di Kecamatan Mataram', *Jurnal Agrimansion*, Vol. 25 No. 1 (2024), hal. 37–49.

¹² Abhelia Indah Zabrinquds Surya Balo, Jariyah, and Yushinta Aristina Sanjaya, 'Evaluasi Preferensi Konsumen Terhadap Kualitas Mie Instan Goreng Menggunakan Metode Analisis Konjoin.', *Jurnal Agroteknika*, Vol. 7 No. 4 (2024), hal. 1–13.

makanan kucing.¹³ Ketika konsumen membeli produk akan memikirkan kualitas terlebih dahulu yang akan meningkatkan penjualan dan menarik perhatian untuk membeli produk tersebut.¹⁴ Menurut feri et al., menganalisis preferensi konsumen dalam memilih produk dengan mempertimbangkan kualitas produk, harga, kewangian dan kemasan.¹⁵

Desain produk juga dapat mempengaruhi preferensi seseorang dalam membeli suatu barang. Berdasarkan penelitian Andi et al., desain produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada produk Luwak *White Coffee*.¹⁶ Preferensi konsumen dalam membeli suatu produk berdasarkan bentuk luar suatu produk yang ditentukan oleh desain, tampilan produk melukiskan citra desain yang berkualitas tinggi, menghasilkan barang yang aman, informasi yang ditampilkan, dan mudah digunakan untuk setiap penggunaanya.¹⁷ Menurut Ita et.al., dalam menganalisis sebuah preferensi konsumen dalam pembelian obat herbal mempertimbangkan atribut kemasan dan juga harga.¹⁸ Penelitian menurut Nahliza et al.,

¹³ Indah Febriyani and Zuwardi, 'Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Pada Produk Makanan Kucing (Studi Kasus Toko Ki Petshop Di Kota Padang Panjang)', *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, Vol. 2 No. 11 (2024), hal. 1971–86.

¹⁴ Dikdik Harjadi and Iqbal Arraniri, *Experiential Marketing & Kualitas Produk Dalam Kepuasan Pelanggan Generasi Milenial*, 1 (Penerbit Insania, 2021) hal 8.

¹⁵ Feri Prasetyo, Agus Dendi Rachmatsyah, and Wahyu Tisno Atmojo, 'Model DSS Penentuan Produk Berdasarkan Preferensi Konsumen Dengan Analisis Konjoin', *Jurnal Manajemen Sistem Informasi Dan Teknologi*, Vol. 11 No. 1 (2021), hal. 8–14.

¹⁶ Andi Tan and Asron Saputra, 'Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Luwak White Coffee Di Kota Batam', *SCIENTIA JOURNAL*, Vol. 5 No. 4 (2023).

¹⁷ Viola Tinara Putri and Isdiana Suprapti, 'Preferensi Konsumen Sambal Di Kota Surabaya Dan Kabupaten Bangkalan', *Agriscience*, Vol. 2 No. 1 (2021), hal. 1–16.

¹⁸ Ita Novita, Himmatul Miftah, and Muhammad Abdurohman Sunaryo, 'Preferensi Konsumen Dalam Pembelian Obat Herbal Kunyit Putih', *Jurnal Agribisains*, Vol. 6 No. 2 (2020), hal. 81–88.

preferensi konsumen dalam membeli minyak goreng mempertimbangkan atribut kemasan, ukuran, warna.¹⁹

Lokasi atau tempat penjualan dapat mempengaruhi preferensi konsumen dalam membeli suatu barang. Berdasarkan penelitian Edwin et al., lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen pada produk pakan kucing Royal Canin. Kemudahan akses lokasi dan tempat toko yang strategis memberikan kenyamanan bagi konsumen dalam memilih produk yang diinginkan.²⁰ Menurut Viola et al., dalam menganalisis sebuah preferensi konsumen dalam memilih produk sambal mempertimbangkan atribut tempat penjualan.²¹

Kabupaten Tulungagung yang merupakan salah satu kabupaten di Jawa Timur memiliki komunitas pecinta kucing yang besar. Berdasarkan data dari Dinas Peternakan dan Kesehatan Hewan kabupaten Tulungagung, populasi hewan kesayangan khususnya kucing di Tulungagung mencapai 21.368 orang, yang tersebar di 19 kecamatan. Disisi lain kabupaten Tulungagung terdapat beberapa perusahaan pasir kucing salah satunya CV. Gajah Mas Mandiri yang memproduksi pasir kucing bentonite dan wood pellet, selain itu terdapat perusahaan pasir kucing lainnya yang ada di Blitar yaitu NutriPet Indonesia yang memproduksi berbagai perawatan untuk

¹⁹ Nahliza, Muhammad Fauzi, and Karimal Arum Shafriani, 'Analisis Preferensi Konsumen Pada Produk Minyak Goreng Kemasan Di Kecamatan Banjarbaru Selatan Kota Banjarbaru', *Jurnal Frontier Agribisnis*, Vol. 8 No. 3 (2024), hal. 476–83.

²⁰ Edwin Agung Wibowo and others, 'Pengaruh Lokasi, Kualitas Produk, Harga, Dan Brand Trust Terhadap Minat Beli Konsumen Pakan Kucing Royal Canin Di Kota Batam', *Jurnal Bening*, 11.1 (2024), pp. 1–12.

²¹ Viola Tinara Putri and Isdiana Suprpti, *loc. cit*, hal. 1–16.

hewan peliharaan. Berdasarkan hal ini menjadikan potensi yang baik untuk melakukan usaha di bidang pasir kucing dan perawatan hewan terutama di kabupaten Tulungagung.

Banyaknya jenis produk pasir kucing yang tersedia di pasar mendorong konsumen untuk terlibat dalam evaluasi yang lebih menyeluruh sebelum menyelesaikan pembelian mereka. Memahami indikator yang mempengaruhi preferensi konsumen dapat memberikan wawasan berharga bagi bisnis yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas produk dan strategi pemasaran, memberikan informasi kepada konsumen mengenai suatu produk yang sesuai dengan kebutuhan hewan peliharaan. Melalui informasi yang tepat tentang apa yang diinginkan dan dibutuhkan oleh konsumen, baik produsen maupun konsumen dapat mencapai hasil yang lebih baik dalam transaksi bisnis. Berdasarkan pemaparan latar belakang diatas, maka akan dilakukan penelitian dengan judul “**Analisis Preferensi Konsumen Pada Permintaan Pasir Kucing Di Tulungagung**”.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan pengamatan dan uraian latar belakang diatas dapat diidentifikasi beberapa masalah yang dapat mempengaruhi preferensi konsumen pada permintaan pasir kucing di Tulungagung meliputi indikator antara lain:

1. Harga, dalam pembelian pasir kucing konsumen akan cenderung membandingkan harga pasir kucing dengan merek sejenis lainnya, jika

harga terlalu tinggi dibandingkan dengan produk sejenis, konsumen mungkin akan beralih produk lain yang lebih terjangkau.

2. Kualitas produk, pemilihan bahan baku pasir kucing yang berkualitas sangat mempengaruhi hasil akhir suatu produk. Dimana konsumen akan lebih memilih pasir kucing dengan kualitas yang unggul.
3. Diferensiasi produk, setiap jenis pasir kucing memiliki karakteristik dan bahan baku yang berbeda-beda. Dimana konsumen akan memilih sesuai dengan kebutuhan dan kenyamanan bagi hewan peliharaannya.
4. Ukuran produk, ukuran yang bervariasi dapat mempengaruhi preferensi seorang konsumen yang mana konsumen akan merasa kebingungan dalam memilih ukuran yang lebih kecil lebih praktis atautkah ukuran yang lebih besar lebih ekonomis.
5. Aroma, bau yang tidak sedap yang dihasilkan dari feses kucing dapat diminimalisir dengan aroma yang ada di dalam pasir seperti *coffe*, *lavender*, *lemon*, dan *apple*. Sehingga konsumen dapat memilih aroma mana yang menjadi favoritnya.
6. Kemasan, pasir kucing memiliki dua tipe kemasan yaitu karung dan plastik. Hal tersebut dapat mempengaruhi preferensi konsumen dalam pembelian pasir kucing melalui informasi yang tertera dalam produk.
7. Warna kemasan, Kemasan dengan kombinasi warna yang menarik dapat meningkatkan daya tarik suatu produk. Misalnya pada warna cerah seperti kuning, hijau, atau biru sering kali menarik perhatian dan memberikan kesan segar. Warna netral seperti putih, abu-abu, atau

cokelat memberikan kesan bersih dan elegan. Hal tersebut dapat menjadi preferensi konsumen dalam memilih barang maupun jasa.

8. Tempat penjualan, pembelian produk pasir kucing sering kali terbatas, terutama untuk produk tertentu seperti wood pellet dan tofu yang lebih ramah lingkungan. Di beberapa daerah, *pet shop* yang menjual variasi produk ini masih sedikit, sehingga konsumen harus mencari secara *offline* atau *online*.

C. Rumusan Masalah

Rumusan masalah merupakan tulisan singkat berupa pertanyaan mengenai masalah yang muncul dan diangkat dalam penulisan untuk membantu fokus terhadap topik tertentu. Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan diatas, maka rumusan masalah yang dikaji dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana preferensi konsumen terhadap atribut harga, kualitas produk, diferensiasi, ukuran, aroma, kemasan, warna kemasan, dan tempat penjualan pada produk pasir kucing di kabupaten Tulungagung?
2. Bagaimana urutan atribut pasir kucing berdasarkan tingkat kepentingan menurut preferensi konsumen di kabupaten Tulungagung?

D. Tujuan Penelitian

Tujuan penulisan adalah jawaban singkat untuk memberikan penjelasan ringkas kepada mengenai beberapa masalah yang diangkat dalam penelitian. Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian yang ingin dicapai penulis dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui preferensi konsumen terhadap atribut harga, kualitas produk, diferensiasi, ukuran, aroma, kemasan, warna kemasan, dan tempat penjualan pada produk pasir kucing di kabupaten Tulungagung.
2. Untuk mengetahui urutan atribut pasir kucing berdasarkan tingkat kepentingan menurut preferensi konsumen di kabupaten Tulungagung.

E. Kegunaan Penelitian

Berdasarkan pada tujuan penelitian diatas, maka diharapkan akan memperoleh hasil yang dapat memberikan berbagai manfaat, diantaranya adalah:

1. Secara Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan bisa memberikan kontribusi untuk penelitian lebih lanjut yang bertujuan untuk memperdalam dan memperluas pemahaman mengenai bagaimana preferensi konsumen, khususnya dalam konteks produk hewan peliharaan. Dengan menganalisis preferensi konsumen, penelitian ini dapat mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian, seperti harga, kualitas, dan merek, yang merupakan elemen penting dalam teori perilaku konsumen.

2. Secara Praktis

a. Bagi Akademik

Diharapkan dengan dilakukannya penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi bagi mahasiswa dan peneliti lain yang tertarik pada bidang pemasaran dan perilaku konsumen, khususnya dalam konteks produk hewan peliharaan. Hasil analisis yang diperoleh dapat menjadi dasar untuk mempelajari lebih lanjut mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi konsumen di sektor yang sama atau berbeda.

b. Bagi Lembaga

Diharapkan dengan dilakukannya penelitian ini dapat memberikan *insight* yang berharga mengenai preferensi konsumen dan perilaku konsumen, sehingga perusahaan dapat menyesuaikan produk pasir kucing yang ditawarkan agar lebih sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pasar. Dengan memahami atribut yang mempengaruhi keputusan pembelian, seperti harga, kualitas, diferensiasi, ukuran, aroma, dan kemasan, perusahaan dapat merancang strategi pemasaran yang lebih efektif untuk menarik perhatian konsumen.

c. Bagi Masyarakat

Diharapkan dengan dilakukannya penelitian ini, hasil temuan penelitian dapat menjadi sumber informasi juga wawasan yang berharga dan dapat meningkatkan pemahaman tentang keputusan pembelian seseorang.

F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini membahas “Analisis Preferensi Konsumen Pada Permintaan Pasir Kucing Di Tulungagung”. Penelitian ini juga dimanfaatkan untuk mengetahui bobot paling tinggi diantara atribut-atribut yang menjadi preferensi konsumen dalam keputusan pembelian terhadap penggunaan pasir kucing di Tulungagung. Agar penelitian lebih fokus dan tidak menyimpang, maka penulis membatasi atribut dan objek yang digunakan dalam penelitian dengan menentukan masyarakat di sekitar Kabupaten Tulungagung yang menggunakan pasir kucing yang sesuai dengan kriteria responden dengan batasan umur 17-60 Tahun. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif dengan menggunakan analisis konjoin serta pengumpulan data dengan cara menyebarkan kuesioner.

G. Penegasan Istilah

Adapun penegasan istilah dalam penelitian ini yang terdiri dari definisi konseptual dan definisi operasional yaitu sebagai berikut:

1. Definisi konseptual pengukuran atribut

- a. Harga adalah penilaian terhadap pasir kucing secara angka. atribut harga dibedakan dalam beberapa kategori Rp20.000-Rp35.000, Rp40.000- Rp55.000, > Rp60.000.
- b. Kualitas produk adalah penilaian terhadap pasir kucing melalui daya serap, daya gumpal, debu yang dihasilkan yang dibedakan dalam beberapa kategori kualitas rendah (memiliki daya serap tidak menggumpal), kualitas medium (memiliki daya serap, daya gumpal, sedikit debu), kualitas premium (memiliki daya serap, daya gumpal, tidak ada debu, beragam aroma).
- c. Diferensiasi merupakan penilaian terhadap kinerja pasir kucing berdasarkan bahan baku yang digunakan, dibedakan dalam dua kategori pasir gumpal, pasir non gumpal.
- d. Ukuran merupakan penilaian terhadap berat produk pasir kucing melalui tampilan fisik, dibedakan dalam beberapa kategori ukuran <5,5 liter, 10 liter, 25 liter.
- e. Aroma adalah penilaian terhadap aroma parfum yang beragam terdapat di pasir kucing seperti aroma kopi, lavender, lemon, dan apel, dalam hal ini dibedakan dalam dua kategori tidak ada aroma, ada aroma.
- f. Kemasan adalah penilaian terhadap bungkus kemasan yang digunakan untuk pasir kucing, dibedakan dalam dua kategori kemasan karung, kemasan plastik.

- g. Warna kemasan merupakan penilaian terhadap warna kemasan yang ada pada desain pasir kucing yang dibedakan dalam dua kategori warna cerah, warna netral.
- h. Tempat penjualan adalah penilaian terhadap tempat membeli pasir kucing, dibedakan dalam dua kategori *petshop offline* dan *petshop online*.

2. Definisi operasional

- a. Jenis kelamin adalah atribut yang dimiliki konsumen untuk menentukan gender. Jenis kelamin dibedakan dalam dua kategori laki-laki dan perempuan.
- b. Usia merupakan atribut karakteristik yang dimiliki konsumen untuk menentukan usia konsumen ketika melakukan pembelian. Usia dibedakan dalam beberapa kategori 17-25 tahun, 25-35 tahun, 36-40 tahun, >40 tahun.
- c. Tingkat pendidikan merupakan karakteristik yang dimiliki konsumen, digunakan dalam menentukan status pendidikan konsumen dalam melakukan pembelian. Pendidikan dibedakan dalam beberapa kategori SMA/SMK, D3, S1, S2.
- d. Jenis pekerjaan merupakan karakteristik konsumen yang digunakan untuk mengukur status pekerjaan dalam menentukan keputusan pembelian. Pekerjaan dibedakan menjadi beberapa kategori pelajar/mahasiswa, ibu rumah tangga, pegawai negeri, pegawai swasta, wirausaha, lainnya.

- e. Pendapatan merupakan karakteristik konsumen yang digunakan untuk mengukur tingkat pendapatan yang dihasilkan secara keseluruhan. Pendapatan dibedakan dalam beberapa kategori <Rp1.000.000, Rp1.000.000-Rp3.000.000, Rp3.000.000-Rp5.000.000, > Rp5.000.000.

H. Sistematika Skripsi

Bagian Awal:

Bagian awal skripsi terdiri dari halaman sampul depan, halaman judul, halaman persetujuan, halaman pengesahan, motto, persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar gambar, daftar lampiran, transliterasi dan abstrak.

Bagian Utama:

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini menjelaskan mengenai latar belakang, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, ruang lingkup dan keterbatasan penelitian, penegasan istilah serta, sistematika penulisan skripsi.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini menjelaskan mengenai landasan teori yang digunakan untuk membahas teori-teori yang berhubungan dengan variabel penelitian dan hubungan antar variabel. Dalam bab ini juga menjelaskan mengenai kajian penelitian terdahulu, kerangka konseptual dan hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini menjelaskan mengenai metode yang digunakan peneliti dalam penelitian yang terdiri dari pendekatan dan jenis penelitian, populasi, sampling dan sampel, teknik pengumpulan data dan instrumen penelitian, analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN

Pada bab ini menjelaskan mengenai hasil penelitian berisi deskripsi data dan pengujian hipotesis. Deskripsi data membahas mengenai hal penelitian yang dijelaskan dalam setiap variabel setelah data diolah dengan teknik statistik, pengujian hipotesis memaparkan mengenai penyajian temuan penelitian untuk setiap variabel.

BAB V PEMBAHASAN

Pada bab ini membahas mengenai hasil temuan yang dilakukan, disertai dengan menganalisis data melalui teori yang dipilih dan didukung dengan penelitian-penelitian terdahulu.

BAB VI PENUTUP

Pada bab ini berisi uraian mengenai kesimpulan serta saran-saran atau rekomendasi yang sesuai dengan hasil analisis data yang telah dilakukan.

Bagian Akhir:

Bagian akhir skripsi terdiri dari daftar pustaka, lampiran-lampiran surat pernyataan keaslian skripsi dan daftar riwayat hidup.