

Sikap Dan Perilaku Konsumen Terhadap Produk Lempuk Durian Di Toko Oleh Oleh Giwi Gewi

Consumer Attitudes And Behaviour Towards Durian Lempuk Products At Giwi Gewi Gift Shop

Dinda Oktaviani ¹⁾; Rika Yuli Dwi Hartika ²⁾; Herri Fariadi ³⁾

^{1,2,3)} Universitas Dehasen Bengkulu

Email: ¹⁾ dindaoktascell20@gmail.com

How to Cite :

Oktaviani, D., Hartika, D, Y, R., Fariadi, H. (2025). Sikap Dan Perilaku Konsumen Terhadap Produk Lempuk Durian Di Toko Oleh Oleh Giwi Gewi. Journal of Multidisciplinary Research. 1(2). DOI: <https://doi.org/10.70963/jmr.v1i2.106>

ARTICLE HISTORY

Received [30 Oktober 2024]

Revised [01 Desember 2024]

Accepted [05 Desember 2025]

KEYWORDS

Attitudes And Consumer Behavior Towards Durian Soft Products.

This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



ABSTRAK

Durian (*Durio zibethinus*) adalah tanaman tropis yang menghasilkan buah lezat yang sangat populer. Selama musim berbuah, banyak durian yang dipasarkan dalam keadaan segar dengan harga yang bervariasi. Pada umumnya buah durian dikonsumsi dalam keadaan segar dan hanya sedikit yang diolah menjadi produk olahan. Bagi petani, salah satu masalah yang mereka hadapi adalah tingginya selisih harga jual di tingkat petani dengan harga jual eceran. Selain itu, teknologi untuk mengolah buah durian sangat terbatas sehingga petani terpaksa menjualnya dalam keadaan segar dengan harga yang ditentukan oleh pedagang pengumpul. Dan tujuannya adalah untuk mengetahui sikap konsumen terhadap produk durian lunak di toko oleh-oleh Giwi Gewi Kota Bengkulu, dan untuk mengetahui perilaku konsumen terhadap produk durian lunak di toko oleh-oleh Giwi Gewi Kota Bengkulu. Berdasarkan hasil analisis penelitian dengan menggunakan analisis, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut: Rata-rata penilaian responden terhadap sikap adalah sebesar 3,03. Rata-rata penilaian responden terhadap perilaku adalah 0,79 dengan persentase tertinggi adalah 100%. Nilai N atau jumlah responden adalah 96, nilai rasionya adalah 25 untuk sikap dan enam untuk perilaku, nilai minimumnya adalah 13 untuk sikap dan empat untuk perilaku. Nilai maksimumnya adalah 25 untuk sikap dan enam untuk perilaku, nilai minimumnya adalah 13 untuk sikap dan empat untuk perilaku, nilai maksimumnya adalah 25 untuk sikap dan empat untuk perilaku, nilai mediannya adalah 25 untuk sikap dan empat untuk perilaku, nilai modusnya adalah 25 untuk sikap dan empat untuk perilaku, nilai standar deviasinya adalah 25 untuk sikap dan empat untuk perilaku.

ABSTRACT

Durian (Durio zibethinus) is a tropical plant that produces delicious fruit that is very popular. During the fruiting season, many durians are marketed fresh at varying prices. In general, durian fruit is consumed fresh and only a few are processed into processed products. For farmers, one of the problems they face is the high difference between selling prices at the farmer level and retail selling prices. Apart from that, the technology for processing durian fruit is very limited so farmers are forced to sell it fresh at prices determined by collecting traders. And the aim is to find out consumer attitudes towards soft durian products in the Giwi Gewi souvenir shop, Bengkulu City, and to find out consumer behavior towards soft durian products in the Giwi Gewi souvenir shop, Bengkulu City. Based on the results of research analysis using analysis, several conclusions can be drawn as follows: The average respondent assessment of attitudes is 3.03. The average respondent assessment of behavior is 0.79 with the highest percentage being 100%. The N value or number of respondents is 96, the race value is 25 for attitude and six for behavior, the minimum value is 13 for attitude and four for behavior. , the respective numbers are attitudes 2918 and behavior 767, the mean or mean for each is 30.40 for attitudes and 7.99 for behavior.

PENDAHULUAN

Durian (*Durio zibethinus*) merupakan salah satu tanaman tropis yang menghasilkan buah yang lezat sehingga banyak digemari. Pada saat musim berbuah durian banyak dipasarkan dalam keadaan segar dengan tingkat harga yang bervariasi. Pada umumnya buah durian dikonsumsi dalam keadaan segar dan hanya sedikit yang diolah jadi produk olahan. Bagi para petani salah satu masalah yang dihadapi adalah tingginya perbedaan harga jual di tingkat petani dengan harga jual pengecer. Selain itu, teknologi pengolahan buah durian sangat terbatas sehingga petani terpaksa menjual dalam keadaan segar dengan harga yang ditentukan oleh pedagang pengumpul. Salah satu usaha yang perlu dilakukan petani adalah menguasai beberapa teknologi pengolahan buah durian sehingga tercipta beberapa alternatif penjualan, selain itu juga harus dikuasai beberapa teknologi pengawetan buah durian sehingga buah durian dapat disimpan dalam waktu yang relatif lama. Buah durian segar hanya mampu bertahan satu hari saja jika tanpa perlakuan (*treatment*) khusus, tetapi apabila dilakukan pengolahan dapat memperpanjang daya simpan hingga 2 bulan. Kini daging buah (*arilus*) durian dicituk dan dibungkus, lalu dibekukan untuk memperpanjang daya simpan. Dengan cara itu buah durian dapat diterima di pasaran ekspor.

Rasa durian lebih disenangi dalam bentuk produk olahan seperti lempuk, *pancake*, es krim dan kue (Soedarya, 2019). Dalam hal ini Perkembangan Usaha Kecil Menengah (UKM) di kota Bengkulu terbilang bagus tercermin dari pesatnya pertumbuhan usaha yang ada di berbagai tempat, dengan bermacam-macam usaha. dan usaha yang sangat menonjol adalah usaha di bidang Pusat oleh-oleh. Hampir di setiap sudut tersebar usaha pusat oleh-oleh yang tersedia di kota Bengkulu dengan bermacam-macam pilihan pusat oleh-oleh antara lain olahan Durian. Bisa dikatakan usaha kecil menengah di Kota Bengkulu tidak ada matinya karena dari mulai pagi, siang, sore, malam usaha pusat oleh-oleh di Kota Bengkulu masih saja terbuka. Ini membuktikan bahwa usaha kecil di Kota Bengkulu tumbuh dengan sangat pesat. Perkembangan ini dapat dilihat dengan jumlah usaha di Kota Bengkulu semakin bertambah dari tahun ketahunnya. Hal ini disebabkan oleh ketergiuran para masyarakat, untuk mengubah ekonomi mereka. Salah satunya dengan cara membuka usaha pusat oleh-oleh.

LANDASAN TEORI

Terdapat hal-hal yang harus diperhatikan oleh pengusaha yaitu sikap dan perilaku konsumen agar dapat terbaca oleh pemilik usaha bagaimana keinginan dari konsumen. Sikap adalah respon tertutup seseorang terhadap stimulus atau objek tertentu, yang sudah melibatkan faktor pendapat dan emosi yang bersangkutan (senang-tidak senang, baik-tidak baik, dan sebagainya). Sikap merupakan kesiapan atau kesediaan untuk bertindak, dan bukan merupakan pelaksanaan motif tertentu. Fungsi sikap belum merupakan perilaku (reaksi terbuka) atau aktivitas, akan tetapi merupakan predisposisi perilaku (perilaku) atau reaksi terbuka (Jahja, 2021). Perilaku adalah pelaksanaan dari sebuah rencana yang sudah disusun secara matang dan terperinci, implementasi biasanya dilakukan setelah perencanaan sudah dianggap siap. Secara sederhana pelaksanaan bisa diartikan penerapan. Majone dan Wildavsky mengemukakan pelaksanaan sebagai evaluasi.

Browne dan Wildavsky mengemukakan bahwa Pelaksanaan adalah perluasan aktivitas yang saling menyesuaikan (Nurdin, 2022). Pada dasarnya segala sektor usaha sangat berpotensi untuk dapat lebih berkembang, namun saat ini sektor usaha yang sangat menonjol khususnya di wilayah kota Bengkulu yaitu usaha pusat oleh-oleh. Oleh karena itu penulis mengambil objek usaha oleh-oleh Giwi Gewi Kota Bengkulu merupakan usaha skala sedang. Lempuk merupakan salah satu jenis *lempok* yang dibuat dengan bahan daging durian dan merupakan makanan khas daerah.

Toko oleh-oleh giwi gewi kota Bengkulu merupakan toko oleh-oleh yang banyak menjual produk olahan khas Bengkulu. Sikap reaksi seseorang terhadap obyek tertentu, bersifat positif atau negatif yang biasanya diwujudkan dalam rasa suka maupun tidak, dan setuju maupun tidak. Perilaku adalah seperangkat perbuatan atau tindakan seseorang dalam melakukan respon terhadap sesuatu dan kemudian dijadikan kebiasaan karena adanya nilai yang diyakini.

Sesuai dengan rumusan masalah yang telah dijelaskan di atas, maka tujuan penelitian ini adalah: Untuk mengetahui sikap konsumen terhadap produk lempuk durian di toko oleh-oleh Giwi Gewi Kota Bengkulu. Dan untuk mengetahui perilaku konsumen terhadap produk lempuk durian di toko oleh-oleh Giwi Gewi Kota Bengkulu.

METODE PENELITIAN

Analisis Sikap Konsumen Terhadap Produk Lempuk Durian Di Toko Oleh-Oleh Giwi Gewi Kota Bengkulu

Sikap konsumen terhadap produk lempuk durian di toko oleh-oleh Giwi-Gewi dianalisis secara deskriptif. Data yang terkumpul melalui kuesioner, di tabulasikan menggunakan *Microsoft Excel* untuk memberi skor sesuai dengan sistem yang diterapkan. Untuk data sikap konsumen terhadap produk lempuk durian di toko oleh oleh Giwi-Gewi menggunakan penggunaan skala likert.

Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Produk Lempuk Durian Di Toko Oleh-Oleh Giwi Gewi Kota Bengkulu

Dalam penelitian ini, perilaku konsumen terhadap produk lempuk durian di toko oleh-oleh Giwi-Gewi akan menggunakan analisis secara deskriptif. Data yang terkumpul melalui kuesioner ditabulasikan menggunakan *Microsoft Excel* untuk memberi skor sesuai dengan sistem yang diterapkan. Untuk data perilaku konsumen terhadap produk lempuk durian di toko oleh-oleh Giwi-Gewi menggunakan pengukuran secara Guttman. Menurut Suranto (2018) skala Guttman sangat baik untuk meyakinkan peneliti tentang kesatuan dimensi yang diteliti. Skala ini dapat dibuat dalam bentuk pilihan ganda atau checklist. Jawaban dapat dibuat skor tertinggi 1 dan terendah 0. Penjumlahan skor pengetahuan dihitung dengan rumus (Mardapi, 2018) :

$$\text{Perilaku Konsumen} = \frac{\text{Jumlah Jawaban Benar}}{\text{Jumlah Skor Maksimal}} \times 100\%$$

Selanjutnya jawaban responden dapat diukur maka jawaban responden diberi skor. Dalam pemberian skor maka digunakan skala likert (Sugiyono, 2013) Skala likert merupakan cara pengukuran yang berhubungan dengan pertanyaan tentang sikap seseorang terhadap sesuatu. Dalam prosedur skala likert yaitu menentukan skor atas setiap pertanyaan dalam kuisisioner yang disebarkan, jawaban responden terdiri dari lima kategori yang bervariasi yaitu:

Tabel 1 Bobot Nilai Setiap Pertanyaan

Alternatif Jawaban	Bobot nilai
Sangat tidak setuju	1
Tidak setuju	2
Kurang Setuju	3
Setuju	4
Sangat setuju	5

Sumber : (Sugiyono, 2013)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

**Statistik Deskriptif
Sikap Konsumen**

Berdasarkan penyebaran kuesioner yang dilakukan, berikut adalah kriteria jawaban responden terhadap pengisian kuesioner.

Tabel 2 Frekuensi jawaban pertanyaan 1

	Frequency	Percent
Sangat Tidak Setuju	15	15.6
Tidak Setuju	5	5.2
Setuju	36	37.5
Sangat Setuju	40	41.7
Total	96	100.0

Berdasarkan hasil penelitian dapat dilihat bahwa pada pertanyaan pertama, responden yang menjawab sangat tidak setuju adalah 15 orang, tidak setuju adalah 5 orang, setuju adalah 36 orang dan sangat setuju sebanyak 40 orang. Hal ini menunjukkan bahwa produk lempuk durian di toko oleh-oleh Giwi Gewi baik untuk dijadikan cemilan

Tabel 3 Frekuensi jawaban pertanyaan 2

		Frequency	Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	5	5.2
	Tidak Setuju	15	15.6
	Setuju	59	61.5
	Sangat Setuju	17	17.7
	Total	96	100.0

Berdasarkan hasil penelitian dapat dilihat bahwa pada pertanyaan kedua responden yang menjawab sangat tidak setuju adalah 5 orang, tidak setuju adalah 15 orang, setuju adalah 59 orang dan sangat setuju sebanyak 17 orang. Hal ini menunjukkan bahwa Produk lempuk durian di toko oleh-oleh Giwi Gewi sering dikonsumsi konsumen.

Tabel 4 Frekuensi jawaban pertanyaan 3

		Frequency	Percent
	Sangat Tidak Setuju	7	7.3
	Tidak Setuju	13	13.5
	Setuju	27	28.1
	Sangat Setuju	49	51.0
	Total	96	100.0

Berdasarkan hasil penelitian dapat dilihat bahwa pada pertanyaan ketiga, responden yang menjawab sangat tidak setuju adalah 7 orang, tidak setuju adalah 13 orang, setuju adalah 27 orang dan sangat setuju sebanyak 49 orang. Hal ini menunjukkan bahwa produk lempuk durian di toko oleh-oleh Giwi Gewi dapat diperkenalkan sebagai makanan khas daerah yang enak

Tabel 5 Frekuensi jawaban pertanyaan 4

		Frequency	Percent
	Sangat Tidak Setuju	8	8.3
	Tidak Setuju	12	12.5
	Setuju	52	54.2
	Sangat Setuju	24	25.0
	Total	96	100.0

Berdasarkan hasil penelitian dapat dilihat bahwa pada pertanyaan keempat responden yang menjawab sangat tidak setuju adalah 8 orang, tidak setuju adalah 12 orang, setuju adalah 52 orang dan sangat setuju sebanyak 24 orang. Hal ini menunjukkan bahwa produk lempuk durian di toko oleh-oleh Giwi Gewi menjadi pilihan untuk nongkrong bersama teman-teman.

Tabel 6 Frekuensi jawaban pertanyaan 5

	Frequency	Percent
Sangat Tidak Setuju	15	15.6
Tidak Setuju	5	5.2
Setuju	36	37.5
Sangat Setuju	40	41.7
Total	96	100.0

Berdasarkan hasil penelitian dapat dilihat bahwa pada pertanyaan kelima responden yang menjawab sangat tidak setuju adalah 1 orang, tidak setuju adalah 5 orang, setuju adalah 36 orang dan sangat setuju sebanyak 40 orang. Hal ini menunjukkan bahwa paket promosi yang ditawarkan menjadi pilihan untuk mengonsumsi produk lempuk durian di toko oleh-oleh Giwi Gewi.

Tabel 7 Tabel Frekuensi jawaban pertanyaan 6

	Frequency	Percent
Sangat Tidak Setuju	5	5.2
Tidak Setuju	15	15.6
Setuju	59	61.5
Sangat Setuju	17	17.7
Total	96	100.0

Berdasarkan hasil penelitian dapat dilihat bahwa pada pertanyaan keenam responden yang menjawab sangat tidak setuju adalah 5 orang, tidak setuju adalah 15 orang, setuju adalah 59 orang dan sangat setuju sebanyak 17 orang. Hal ini menunjukkan bahwa produk lempuk durian di toko oleh-oleh Giwi Gewi apabila sering dikonsumsi akan menyebabkan kolesterol.

Tabel 8 Frekuensi jawaban pertanyaan 7

	Frequency	Percent
Sangat Tidak Setuju	7	7.3
Tidak Setuju	13	13.5
Setuju	27	28.1
Sangat Setuju	49	51.0
Total	96	100.0

Berdasarkan hasil penelitian dapat dilihat bahwa pada pertanyaan ketujuh, responden yang menjawab sangat tidak setuju adalah 7 orang, tidak setuju adalah 13 orang, setuju adalah 27 orang dan sangat setuju sebanyak 49 orang. Hal ini menunjukkan bahwa jika sering mengonsumsi produk lempuk durian di toko oleh-oleh Giwi Gewi dan jarang berolahraga, tubuh akan mengalami penambahan berat badan yang tidak sehat.

Tabel 9 Frekuensi jawaban pertanyaan 8

	Frequency	Percent
Sangat Tidak Setuju	8	8.3
Tidak Setuju	12	12.5
Setuju	52	54.2
Sangat Setuju	24	25.0
Total	96	100.0

Berdasarkan hasil penelitian dapat dilihat bahwa pada pertanyaan ke delapan responden yang menjawab sangat tidak setuju adalah 8 orang, tidak setuju adalah 12 orang, setuju adalah 52 orang dan

sangat setuju sebanyak 24 orang. Hal ini menunjukkan bahwa iklan produk lempuk durian di toko oleh-oleh Giwi Gewi dapat mempeharuhi minat membeli.

Tabel 10 Frekuensi jawaban pertanyaan 9

	Frequency	Percent
Sangat Tidak Setuju	11	11.5
Tidak Setuju	7	7.3
Setuju	32	33.3
Sangat Setuju	46	47.9
Total	96	100.0

Berdasarkan hasil penelitian dapat dilihat bahwa pada pertanyaan ke sembilan responden yang menjawab sangat tidak setuju adalah 11 orang, tidak setuju adalah 7 orang, setuju adalah 32 orang dan sangat setuju sebanyak 46 orang. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun sudah mengetahui produk lempuk durian di toko oleh-oleh Giwi Gewi aman, tetapi masih tidak mau mengkonsumsi lempuk.

Tabel 11 Frekuensi jawaban pertanyaan 10

	Frequency	Percent
Sangat Tidak Setuju	5	5.2
Tidak Setuju	16	16.7
Setuju	58	60.4
Sangat Setuju	17	17.7
Total	96	100.0

Berdasarkan hasil penelitian dapat dilihat bahwa pada pertanyaan ke sepuluh, responden yang menjawab sangat tidak setuju adalah 5 orang, tidak setuju adalah 16 orang, setuju adalah 58 orang dan sangat setuju sebanyak 17 orang. Hal ini menunjukkan bahwa tingginya jumlah peminat produk lempuk durian di toko oleh-oleh Giwi Gewi membuat saya ingin ikut membeli

Perilaku Konsumen

Tabel 12 Frekuensi jawaban pertanyaan 1

	Frequency	Percent
Tidak	19	19.8
Ya	77	80.2
Total	96	100.0

Berdasarkan hasil penelitian dapat dilihat bahwa pada pertanyaan pertama, responden yang menjawab ya adalah 77 orang dan menjawab tidak adalah 19 orang. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen merasa uang yang cukup membuat memilih untuk membeli produk lempuk durian di toko oleh-oleh Giwi Gewi.

Tabel 13 Frekuensi Jawaban Pertanyaan 2

	Frequency	Percent
Tidak	38	39.6
Ya	58	60.4
Total	96	100.0

Berdasarkan hasil penelitian dapat dilihat bahwa pada pertanyaan kedua, responden yang menjawab ya adalah 58 orang dan menjawab tidak adalah 38 orang. Hal ini menunjukkan bahwa jika

konsumen melihat kemasan produk lempuk durian di toko oleh-oleh Giwi Gewi tertarik membeli/mengonsumsinya.

Tabel 14 Frekuensi Jawaban Pertanyaan 3

	Frequency	Percent
Tidak	24	25.0
Ya	72	75.0
Total	96	100.0

Berdasarkan hasil penelitian dapat dilihat bahwa pada pertanyaan ketiga responden yang menjawab ya adalah 72 orang dan menjawab tidak adalah 24 orang. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen sudah mengetahui ada zat aditif yang terkandung dalam produk lempuk durian di toko oleh-oleh Giwi Gewi.

Tabel 15 Frekuensi Jawaban Pertanyaan 4

	Frequency	Percent
Tidak	31	32.3
Ya	65	67.7
Total	96	100.0

Berdasarkan hasil penelitian dapat dilihat bahwa pada pertanyaan keempat, responden yang menjawab ya adalah 65 orang dan menjawab tidak adalah 31 orang. Hal ini menunjukkan bahwa persediaan cemilan yang banyak dapat menekan keinginan untuk mengonsumsi produk lempuk durian di toko oleh-oleh Giwi Gewi.

Tabel 16 Frekuensi Jawaban Pertanyaan 5

	Frequency	Percent
Tidak	96	100.0

Berdasarkan hasil penelitian dapat dilihat bahwa pada pertanyaan kelima, responden yang menjawab ya adalah 96 orang dan menjawab tidak adalah 0 (tidak ada). Hal ini menunjukkan bahwa konsumen membeli produk lempuk durian di toko oleh-oleh Giwi Gewi karena rasanya yang enak.

Tabel 17 Frekuensi Jawaban Pertanyaan 6

	Frequency	Percent
Tidak	16	16.7
Ya	80	83.3
Total	96	100.0

Berdasarkan hasil penelitian dapat dilihat bahwa pada pertanyaan keempat, responden yang menjawab ya adalah 80 orang dan menjawab tidak adalah 16 orang. Hal ini menunjukkan bahwa produk lempuk durian di toko oleh-oleh Giwi Gewi menjadi pilihan untuk di konsumsi karena adanya tawaran paket hemat.

Tabel 18 Frekuensi Jawaban Pertanyaan 7

		Frequency	Percent
Valid	Tidak	96	100.0

Berdasarkan hasil penelitian dapat dilihat bahwa pada pertanyaan ketujuh, responden yang menjawab ya adalah 96 orang dan menjawab tidak adalah 0 (tidak ada). Hal ini menunjukkan bahwa produk lempuk durian di toko oleh-oleh Giwi Gewi menjadi pilihan untuk di konsumsi karena aksesnya dekat

Rata-rata jawaban kuesioner

Tabel 19 Persepsi Tentang Sikap

No	Daftar Pertanyaan	Rata-rata
1.	Produk lempuk durian di toko oleh-oleh Giwi Gewi baik untuk dijadikan cemilan	3,05
2.	Produk lempuk durian di toko oleh-oleh Giwi Gewi sering dikonsumsi konsumen	2,91
3.	Produk lempuk durian di toko oleh-oleh Giwi Gewi dapat diperkenalkan sebagai makanan khas daerah yang enak	3,22
4.	Produk lempuk durian di toko oleh-oleh Giwi Gewi menjadi pilihan untuk nongkrong bersama teman-teman	2,95
5	Paket promosi yang ditawarkan menjadi pilihan untuk mengonsumsi produk lempuk durian di toko oleh-oleh Giwi Gewi	3,05
6	Produk lempuk durian di toko oleh-oleh Giwi Gewi apabila sering dikonsumsi akan menyebabkan kolesterol	2,91
7	Jika sering mengonsumsi produk lempuk durian di toko oleh-oleh Giwi Gewi dan jarang berolahraga, tubuh akan mengalami penambahan berat badan yang tidak sehat.	3,22
8	Iklan produk lempuk durian di toko oleh-oleh Giwi Gewi dapat memengaruhi minat membeli.	2,95
9	Meskipun sudah mengetahui produk lempuk durian di toko oleh-oleh Giwi Gewi aman, tetapi masih tidak mau mengonsumsi lempuk	3,17
10	Tingginya jumlah peminat produk lempuk durian di toko oleh-oleh Giwi Gewi membuat saya ingin ikut membeli	2,90
	Rata-rata	3,03

Berdasarkan tabel di atas, maka dapat diketahui rata-rata penilaian responden terhadap sikap adalah sebesar 3,03. Berdasarkan tabel tanggapan responden berikut maka nilai 3,03 dengan criteria baik karena berada pada range 2.60-3.39.

Tabel 20 Tabel Tanggapan Responden

Interval	Kategori Penilaian
1.00-1.79	Sangat kurang baik
1.80-2.59	Kurang baik
2.60-3.39	Baik
3.40-4.00	Sangat Baik

Tabel 21 Hasil Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Range	Minimum	Sum	Mean	Std. Deviation	Variance	Skewness		
	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Std. Error	Statistic	Statistic	Std. Error	
Sikap	96	25	13	2918	30.40	.772	7.561	57.168	-1.308	.246
Perilaku	96	6	4	767	7.99	.218	2.140	4.579	-.434	.246
Valid N (listwise)	96									

Pembahasan

Berdasarkan olah data statistik di atas, maka dapat dilihat mean dari masing-masing variabel adalah sebagai berikut: Nilai N atau jumlah responden adalah 96, nilai race masing-masing adalah 25 untuk sikap dan enam untuk perilaku, nilai minimum adalah 13 untuk sikap dan empat untuk perilaku, jumlah masing-masing adalah sikap 2918 dan perilaku 767, mean atau rata-rata pada masing-masing adalah 30,40 untuk sikap dan 7,99 untuk perilaku.

Sikap dan perilaku dalam konsep perilaku konsumen merupakan apa yang kita pikirkan atau yakini, rasakan, serta ingin dilakukan berhubungan dengan stimuli pemasaran atau lingkungan yang kita hadapi. Artinya sikap dan perilaku merupakan respon atas stimuli yang diperoleh konsumen dan kemudian dipersepsikan, dipelajari, ditelusuri pengetahuannya sehingga menimbulkan motivasi untuk membeli atau mengkonsumsi suatu produk yang selanjutnya diyakini oleh konsumen sebagai sesuatu yang positif atau negatif, menguntungkan atau merugikan, maupun baik atau buruk bagi konsumen.

Selanjutnya, sikap dan perilaku konsumen terhadap produk lempuk durian di toko oleh-oleh Giwi Gewi juga dinyatakan sebagai proses pembelajaran, yang berarti sikap dan perilaku merupakan tahapan lanjutan dalam perilaku konsumen sebagai bentuk hasil dari pengalaman langsung konsumen terhadap produk yang disertai adanya rangsangan promosi baik melalui *word of mouth information*, iklan di media massa, internet, serta bentuk promosi langsung lainnya. Sebagai *learned predisposition*, sikap dan perilaku mengandung kualitas motivasi. Selain itu sikap dan perilaku konsumen juga akan konsisten terhadap perilaku yang mereka lakukan.

Namun, sikap dan perilaku konsumen tidak bersifat permanen, namun dapat berubah karena adanya respon konsumen atas stimuli lain yang mungkin diperoleh selanjutnya (Shiftman dan Kanuk, 2011). Seorang produsen ataupun pemasar harus dapat mengetahui bagaimana selera konsumen yang tercermin dari perilaku konsumen, khususnya sikap dan perilaku konsumen terhadap produk lempuk durian di toko oleh-oleh Giwi Gewi. Konsep sikap dan perilaku sangat terkait dengan konsep kepercayaan dan perilaku.

Sikap dan perilaku biasanya memainkan peranan utama dalam membentuk perilaku. Setiap konsumen memiliki produk ideal bagi dirinya. Ditinjau dari sikap dan perilaku, semakin dekat sebuah

produk ke poin ideal, semakin baik posisinya. Dengan mengetahui sikap dan perilaku konsumen terhadap produk lempuk durian di toko oleh-oleh Giwi Gewi, sangat penting bagi produsen untuk memenuhi selera konsumen akan kedelai lokal yang saat ini masih memiliki tempat di hati konsumen, sehingga dapat memberikan keuntungan bagi produsen dan pemasar.

Sikap konsumen mampu dijadikan dasar untuk memprediksi perilakunya, sikap positif akan menumbuhkan minat beli konsumen sedangkan sikap negatif akan membuat consume menjauhi produk terkait. Semua ini dengan asumsi tidak ada factor lain yang mempengaruhinya. Dalam dunia pemasaran yang nyata tentu ada faktor – faktor yang bisa menyebabkan adanya ketidaksesuaian antara sikap dan perilakunya.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis penelitian dengan menggunakan analisis, dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut: Rata-rata penilaian responden terhadap sikap adalah sebesar 3,03. Rata-rata penilaian responden terhadap perilaku adalah sebesar 0,79 dengan persentase tertinggi 100%. Nilai N atau jumlah responden adalah 96, nilai race masing-masing adalah 25 untuk sikap dan enam untuk perilaku, nilai minimum adalah 13 untuk sikap dan empat untuk perilaku, jumlah masing-masing adalah sikap 2918 dan perilaku 767, mean atau rata-rata pada masing-masing adalah 30,40 untuk sikap dan 7,99 untuk perilaku.

Saran

Perlunya meminimalisir faktor – faktor yang bisa menyebabkan adanya ketidaksesuaian antara sikap dan perilaku konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah. 2019. Metodologi Penelitian Kuantitatif. Yogyakarta: Aswaja.
- Arikunto. 2019. Prosedur Penelitian. Jakarta: Rineka cipta.
- Edni Astrina Widya Ningrum. 2021. Perilaku Konsumen Keripik Nenas Produksi Desa Kualu Nenas Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar. Skripsi. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Jahja. 2021. Psikologi Perkembangan. Jakarta: Prenada Media.
- Narbuko dan Achmadi. 2023. Metodologi Penelitian. Jakarta: Bumi Aksara.
- Nazir. 2023. Metode Penelitian. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Nurdin. 2022. Teori Komunikasi Interpersonal disertai Contoh Fenomena Praktis Edisi. Pertama. Jakarta: Kencana.
- Sobari. 2022. Perilaku Konsumen dalam Keputusan Pembelian Keripik Buah (Studi Kasus Kota Malang). Skripsi. Universitas Islam Negeri Lampung.
- Soedarya. 2019. Budidaya Usaha Pengolahan Agribisnis Pepaya. Bandung: Pustaka Grafika.
- Sugiyono. 2019. Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D. Bandung: Alfabeta.