

## Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Wisatawan Kuliner Teh Kulit Buah Naga di Kabupaten Banyuwangi

Rizaldi Fajar Firmansyah<sup>1</sup>, Nanda Rusti<sup>2</sup>, dan Danang Sudarso Widya Prakoso Joyo Widakdo<sup>3</sup>  
Program Studi Agribisnis, Politeknik Negeri Banyuwangi  
rizaldiff@gmail.com<sup>1</sup>, nanda.rusti@poliwangi.ac.id<sup>2</sup>, danang.sudarsono.poliwangi@gmail.com<sup>3</sup>

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kemasan dan berat terhadap preferensi konsumen di wisata kuliner Kabupaten Banyuwangi. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *random sampling* dengan jumlah sampel 32 responden, Sampel yang digunakan adalah responden yang dijumpai di tempat Wisata dan Taman Kota Kabupaten Banyuwangi. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan data primer dengan cara menyebarkan kuisisioner dalam bentuk hardfile. Metode pengolahan data yang dilakukan pada penelitian ini menggunakan tabulasi dengan bantuan IBM SPSS Statistics 22. Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan dalam penelitian dapat disimpulkan bahwa kemasan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap preferensi konsumen, berat memiliki pengaruh positif dan berpengaruh signifikan terhadap preferensi konsumen.

**Kata kunci:** Kemasan Produk, Berat Produk, Preferensi Konsumen, Wisata Kuliner.

### Abstract

*This research aims to find out the impact of packaging and weight on consumer preferences at culinary tour in Banyuwangi Regency. This research method uses a quantitative approach. Sampling technique used is random sampling with a sample of 32 respondents, The sample used was a respondent found at tourist and city park in Banyuwangi Regency. The data collection technique in this study uses primary data by distributing questionnaires in the form of hard files. The data processing methods carried out in this study used tabulation with the IBM SPSS Statistics 22. Based on the results of the analysis and discussions in the research it can be concluded that the packaging has a negative influence but does not significantly affect consumer preferences, weight has a positive influence and has a significant influence on consumers preferences.*

**Keywords :** Product Packaging, Product Weight, Consumer Preferences, Culinary Tours.

### PENDAHULUAN

Buah naga (*Hylocereus polyrhizus*) terbagi empat jenis, yaitu buah berwarna merah dengan daging buah putih, buah berwarna merah muda dengan daging buah merah, kulit buah kuning dan daging buah putih, dan buah naga dengan warna daging super merah, keduanya memiliki khasiat yang berbeda (Ramadhani, 2013). Kabupaten Banyuwangi adalah salah satu penghasil buah naga terbesar di Provinsi Jawa Timur. Buah naga merupakan salah satu komoditas hortikultura di Kabupaten Banyuwangi yang diminati bagi petani dan juga masyarakat. Data BPS tahun 2022, menunjukkan bahwa produksi buah naga di Kabupaten Banyuwangi mencapai 2.723.247Kw. Data tersebut dapat dilihat pada tabel 1.

**Tabel 1. Data Total Produksi Buah Naga**

No	Kabupaten/Kota	Produksi (Kw)	
		2021	2022
1	Banyuwangi	4.080.935	2.723.247
2	Malang	83.010	52.306
3	Jember	8.100	20.103
4	Magetan	5.809	7.227
5	Probolinggo	5.760	8.841

Sumber : BPS Kabupaten Banyuwangi, 2023

Dapat dilihat pada tabel 1 menjelaskan data peringkat produksi buah naga terbanyak di Provinsi Jawa Timur. Kabupaten Banyuwangi lebih unggul dibandingkan dengan Kabupaten lainnya di Provinsi Jawa Timur. Salah satu daerah di Kabupaten Banyuwangi yang mempunyai

potensi besar dalam berbudidaya buah naga adalah Desa Jambewangi. Tidak hanya budidaya, desa ini juga mengolah buah naga menjadi produk yang dapat dijual seperti dodol, sirup dan kripik buah naga. Hingga saat ini, buah naga hanya dikonsumsi daging buahnya saja, kulit buah naga belum dimanfaatkan. Kulit buah naga dibuang karena dianggap sampah. Limbah kulit buah naga memiliki manfaat seperti buahnya (Aiyuni, 2017). Kulit buah naga mengandung antioksidan yang cukup tinggi. Diperlukan pengolahan kulit buah naga merah agar menghasilkan produk yang dapat dijual, yaitu diolah menjadi teh. Dalam pembuatan teh herbal menambahkan jahe untuk menutupi rasa langu.

Dalam hal ini produk teh kulit buah naga yang sudah kami buat akan diteliti dengan mencari preferensi konsumen terhadap teh kulit buah naga terutama pada kemasan dan berat yang akan dinilai terhadap preferensi konsumen. Menurut Kotler (2000) preferensi adalah kesukaan, pilihan atau sesuatu yang lebih disukai konsumen. Preferensi konsumen dapat didefinisikan sebagai pilihan suka atau tidak suka oleh seseorang terhadap produk yang dikonsumsi konsumen. Tingkat preferensi konsumen berbeda-beda, tergantung dari persepsi konsumen tersebut. Adapun yang menjadi faktor dari preferensi adalah kemasan dan berat pada produk itu sendiri. Faktor inilah yang menjadi pertimbangan konsumen dalam mengambil keputusan pembelian terhadap suatu produk. Menurut penelitian yang dilakukan Wartaka (2004), preferensi konsumen merupakan sesuatu yang diamati, suatu pilihan utama, dan merupakan kebutuhan prioritas bagi konsumen. Pemahaman preferensi konsumen bertujuan untuk meneruskan strategi pemasaran yang secara berkelanjutan agar produk teh kulit buah naga yang dijual atau dipasarkan tetap diminati oleh konsumen.

Seiring berkembangnya zaman konsumen lebih pintar untuk memilih terhadap suatu produk. Setiap konsumen yang memilih produk tersebut dikatakan bahwa mereka lebih memilih produk yang dapat memikat hati mereka terutama pada kemasannya (Uchyani dan Irianto, 2015). Selain itu menurut Kottler, dan Amstrong (2012) kemasan adalah salah satu kunci dalam menjaga kualitas produk kemasan serta melibatkan kegiatan mendesain dan memproduksi, untuk melindungi produk. Tujuan

kemasan adalah melindungi produk yang ada di dalamnya, menjual produk dengan kemasan dan desain yang menarik agar tepat sasaran dalam hal pemasaran, dan untuk mendapatkan perhatian dari calon konsumen sehingga terjadi proses pembelian. Pada penelitian ini, kemasan produk teh kulit buah naga mempunyai dua varian kemasan, yaitu kemasan tbruk dan kemasan celup yang dikemas berupa teh kotak. Hal ini dikarenakan kami ingin mencari tahu terhadap preferensi konsumen apakah mereka lebih suka meyeduh teh dengan cara tbruk atau di celup.

Kemasan adalah salah satu bidang dalam desain komunikasi visual yang mempunyai banyak tuntutan khusus karena fungsinya yang langsung berhadapan dengan konsumen, antara lain tuntutan teknis, kreatif, komunikatif dan pemasaran yang harus diwujudkan kedalam bahasa visual (Layli, Maidita, dan Asilmi, 2022). Maka dari itu kemasan yang baik adalah kemasan yang dapat memikat, menarik hati dari konsumen sekaligus kemasan tersebut sebagai jembatan komunikasi secara visual dari suatu produk yang akan bernilai di mata konsumen. Indikator variabel kemasan yang dapat mempengaruhi preferensi konsumen pada penelitian ini adalah desain kemasan, mutu kemasan, inovasi kemasan, dan daya tarik kepada konsumen. Menurut penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Ari Widiati, 2020) peranan kemasan dalam meningkatkan pemasaran sebuah produk dapat mengangkat citra dan nilai tambah pada produk tersebut, memperpanjang masa simpan produk dan dapat mewujudkan UMKM naik kelas untuk meningkatkan hasil penjualan, yang artinya kemasan juga dapat meningkatkan citra sekaligus nilai ataupun kualitas pada suatu produk dan membantu peningkatan penjualan terhadap produk UMKM tersebut.

Selain kemasan, berat pada produk yang ditawarkan kepada konsumen juga dapat mempengaruhi preferensi konsumen pada produk tersebut seperti indikator berat sesuai dengan harga yang ditawarkan, kebutuhan konsumsi, dapat menyatakan satuan berat yang jelas, dan menjelaskan asal-usul bahan pada produk tersebut. Berat bersih merupakan berat produk tanpa diikuti dengan berat kemasan. Berat bersih atau isi bersih juga dicantumkan dalam label yang telah diatur dalam Pasal 97 Ayat (3) Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2012. Merujuk pada sitasi tersebut dapat dikatakan

bahwa berat suatu produk yang baik adalah berat yang dapat menunjukkan berupa satuan yang jelas sesuai terkandung di dalam produk tersebut, karena berat merupakan satu kesatuan di dalam label kemasan.

Pada penelitian ini berat produk teh kulit buah naga mempunyai dua varian berat yaitu sebesar 25gr untuk kemasan teh celup kotak dan 50gr untuk kemasan tubruknya. Hal ini dikarenakan kami ingin mencari tahu terhadap preferensi konsumen apakah mereka lebih menyukai berat yang besar dan banyak atau sedikit. Dengan adanya uraian diatas, maka penulis akan melakukan sebuah penelitian untuk mengetahui dan menganalisis mengenai kemasan dan berat terhadap preferensi konsumen.

## METODE

Penelitian ini dilakukan di beberapa tempat wisata kuliner seperti Taman Blambangan, dan Pantai Boom Marina di Kabupaten Banyuwangi pada bulan Juni – September 2023. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, data yang dihasilkan berupa ststistik dan diolah menggunakan bantuan SPSS. Variabel yang digunakan terdiri dari variabel kemasan, berat dan preferensi konsumen. Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti, yaitu menyebarkan kuesioner skala likert 1 – 5 dengan ketentuan sebagai berikut: 1 = sangat tidak setuju, 2 = tidak setuju, 3 = kurang setuju, 4 = setuju, dan 5 = sangat setuju.

Teknik pengambilan sampel penelitian ini menggunakan metode *probability sampling* dengan teknik *simple random sampling*. Dijelaskan dalam Sugiyono (2022), bahwa penelitian yang menggunakan *multivariate*, maka jumlah anggota sampel minimal 10 dikali dari jumlah variabel yang sedang diteliti, jika diaplikasikan dalam penelitian ini dapat dilakukan perkalian  $3 \times 10 = 30$ , jadi sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini berjumlah minimal 30 orang responden. Peneliti akan menganalisis uji instrument, uji asumsi klasik, dan uji serta analisis linear berganda.

Uji validitas digunakan untuk menunjukkan kinerja instrument kuesioner dalam suatu penelitian. Tingkat signifikansi yang digunakan adalah 0,05 dari *degree of freedom* (df) = n-2. Analisis keputusan apabila  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka instrumen penelitian dikatakan valid. Namun, jika

$r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka instrumen penelitian dikatakan invalid.

Uji reliabilitas adalah uji untuk mengetahui taraf kepercayaan terhadap instrument penelitian. Untuk menginterpretasikan data hasil uji reliabilitas, dapat membandingkan nilai *cronbach alpha* dengan taraf signifikansi yang digunakan 0,60. Berikut adalah rumus uji reliabilitas dengan teknik *cronbach alpha*, yaitu:

$$r_t = \frac{k}{(k-1)} \left\{ 1 - \frac{\sum Si^2}{S_t^2} \right\} \dots\dots\dots(1)$$

Penggolongan kelas uji reliabilitas, yaitu jika *alpha* > 0,90 maka reliabilitas sempurna, jika *alpha* antara 0,70 – 0,90 maka reliabilitas tinggi, jika *alpha* antara 0,50 – 0,70 maka reliabilitas moderat dan jika *alpha* < 50 maka reliabilitas rendah (Basuki & Prawoto, 2017).

Uji asumsi klasik merupakan suatu model regresi yang harus dipenuhi Nihayah (2019). Persyaratan utama yang harus dipenuhi pada analisis regresi linear berganda yang menggunakan uji normalitas, uji multikolinearitas, uji autokorelasi dan uji heteroskedastisitas (Ghozali, 2018).

- A. Uji normalitas digunakan untuk menentukan apakah data penelitian berdistribusi secara normal atau tidak. *Output* dari pengujian ini adalah diagram diagram histogram dan diagram P-Plot. Peneliti juga menggunakan uji statistik *Kolmogorov-Smirnov* apabila data *output* berdistribusi tidak normal.
- B. Uji multikolinearitas untuk menguji suatu model regresi ditemukan adanya gejala korelasi. Jika nilai VIF lebih besar dari 10, maka model dikatakan memiliki gejala multikolinearitas.
- C. Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah model terbebas dari masalah heteroskedastisitas. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan Uji Glejser, jika variabel penjelas atau independen secara statistik mempengaruhi residual maka model mengandung heteroskedastisitas.

Uji regresi linear berganda merupakan teknik stastistika untuk mengetahui pengaruh variabel independen dengan variabel dependen. Adapun model regresi linear berganda, yaitu :

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + e \dots\dots\dots(2)$$

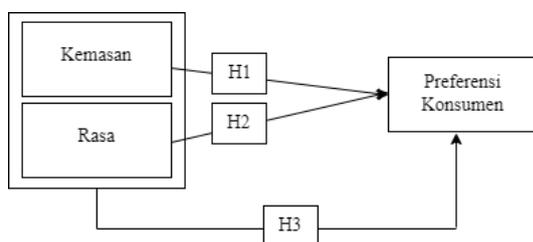
- A. Uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) berfungsi untuk mengukur seberapa besar kemampuan dari

variabel independen untuk menjelaskan variabel dependen. Adapun proporsi dari koefisien determinasi yaitu  $0 \leq R^2 \leq 1$ , dimana jika angkanya mendekati 1, maka semakin baik garis regresi karena mampu menjalankan data aktualnya. Sebaliknya jika mendekati angka nol maka garis regresi semakin kurang baik.

- B. Uji F bertujuan untuk mengetahui pengaruh hubungan antar variabel secara simultan atau bersama-sama. Jika nilai signifikan  $< 0,05$ , maka variabel independen yang diuji secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan.
- C. Uji t guna untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen, juga berguna untuk mengetahui variabel independen manakayang paling berpengaruh di antara variabel yang lain. Pengujian dilakukan dengan taraf signifikansi 0,05. Cara analisis uji t, jika nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dan nilai signifikan  $< 0,05$  maka variabel independen dikatakan berpengaruh.

Hipotesis merupakan jawaban sementara peneliti terhadap rumusan masalah yang dibentuk dalam kalimat pertanyaan (Sugiyono, 2022). Adapun hipotesis penelitian ini sebagai berikut:

- $H_0$  : Kemasan dan berat berpengaruh signifikan preferensi konsumen teh kulit buah naga.
- $H_1$  : Kemasan berpengaruh signifikan terhadap preferensi konsumen teh kulit buah naga.
- $H_2$  : Berat berpengaruh signifikan terhadap preferensi konsumen teh kulit buah naga.
- $H_3$  : Kemasan dan berat tidak berpengaruh preferensi konsumen teh kulit buah naga



**Gambar 1. Kerangka Konseptual**

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada penelitian ini disebutkan bahwa kemasan terbagi menjadi dua varian yaitu kemasan tubruk dan celup berupa teh kotak. Selain itu, berat yang kami tawarkan kepada konsumen sebesar 50gr untuk kemasan tubruk dan 25gr untuk teh kotak celup. Berikut adalah desain kemasan yang kami buat untuk meneliti

seberapa pengaruh kemasan terhadap preferensi konsumen :



**Gambar 2. Kemasan Teh Tubruk 50gr**



**Gambar 3. Kemasan Teh Kotak Celup 25gr**

**Tabel 2. Karakteristik Responden**

Pada tabel 2 dapat dilihat bahwa responden yang mendominasi umur dalam penelitian adalah responden dengan umur 28-35 tahun sebesar 24% sebanyak 7 orang, artinya usia dapat menentukan tingkat seseorang dianggap dewasa. Pada usia ini termasuk kelompok potensial dikarenakan pada usia tersebut merupakan usia produktif yang kebutuhannya beraneka ragam sesuai dengan kebutuhan masing-masing keluarga, sehingga konsumen pada rentang usia ini dapat mengkonsumsi teh kulit buah naga atau teh herbal untuk membantu pengobatan suatu penyakit maupun sebagai penyegar agar mereka dapat berproduktifitas (Susilowati, 2019).

Responden dengan jenis kelamin perempuan merupakan yang terbanyak mengisi lembar kuesioner sebanyak 66% dan laki-laki sebanyak 34%. Dalam memenuhi kebutuhan pokok, wanita akan mempertimbangkan beberapa hal untuk berbelanja, mulai dari kemasan, harga sesuai dengan berat dan lain-lain. Keinginan perempuan untuk membeli suatu produk lebih besar daripada laki-laki (Stefani, 2020).

Menurut Nyoman, S. G. (2020) Jenis pekerjaan dapat mempengaruhi besar kecilnya pendapatan. Pada tabel tersebut dijelaskan bahwa wiraswasta merupakan pekerjaan terbanyak responden penelitian sebesar 28%. Responden yang sudah bekerja cenderung tidak memikirkan harga dalam melakukan pembelian barang, karena mereka sudah berpendapatan untuk memenuhi kebutuhan sehari-harinya. Responden yang sadar akan kesehatan melakukan pembelian produk teh kulit buah naga untuk konsumsi pribadi.

Pada kategori pendapatan menunjukkan bahwa penghasilan seseorang adalah sebuah privasi baginya. Namun, tidak untuk beberapa orang. Responden dengan penghasilan Rp 1.500.000 - Rp 3.000.000 menempati urutan ke 2 dalam penelitian ini. Pendapatan mempengaruhi besar kecilnya pengeluaran setiap orang maupun dalam rumah tangga. Semakin besar pendapatan seseorang akan membuat seseorang lebih memilih sesuatu yang lebih berkualitas dan bermerek (Kapisa, Bauw, & Yap, 2021).

Hasil penelitian memuat pernyataan singkat tentang hasil penelitian. Sedangkan pembahasan berisi diskusi yang menghubungkan dan membandingkan hasil penelitian dengan teori dan hasil penelitian sebelumnya.

Kategori	Karakteristik	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
Usia	14-20	5	16%
	21-27	6	19%
	28-35	7	22%
	36-43	3	9%
	44-50	5	16%
	51-57	2	6%
	58-63	2	6%
	64-70	2	6%
Jenis Kelamin	Laki – Laki	11	34%
	Perempuan	21	66%
Pekerjaan	Wiraswasta	9	28%
	Karyawan swasta	4	13%
	PNS	1	3%
	Buruh	1	3%
	Pensiunan		
	Sopir	1	3%
	Ibu Rumah Tangga	1	3%
		8	25%
	Mahasiswa	6	19%
	Pelajar	1	3%
Status Perkawinan	Menikah	24	75%
	Belum Menikah	8	25%
Pendapatan	< Rp. 1.500.000	12	38%
	Rp. 1.500.000 - Rp. 3.000.000	5	16%
	Rp. 3.000.000 >	2	6%
	Tidak Menjawab	13	41%

## HASIL ANALISIS DATA INSTRUMENT

### A. Uji Validitas

Tabel 3. Uji Validitas

Variabel	Indikator	r hitung	r tabel (df = n-2)	Ket
Kemasaan (X1)	X1.1	0,436	0,349	Valid
	X1.2	0,558	0,349	Valid
	X1.3	0,783	0,349	Valid
	X1.4	0,659	0,349	Valid

Berat (X <sub>2</sub> )	X2.1	0,384	0.349	Valid
	X2.2	0,832	0,349	Valid
	X2.3	0,900	0,349	Valid
	X2.4	0,677	0,349	Valid
Preferensi Konsumen (Y)	Y.1	0,618	0.349	Valid
	Y.2	0,668	0,349	Valid
	Y.3	0,727	0,349	Valid
	Y.4	0,604	0,349	Valid

Keterangan :

\*. *Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed)*

Hasil tabel menunjukkan bahwa keseluruhan butir pertanyaan mendapatkan nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , sehingga setiap butir instrument pada variabel kemasan, berat dan preferensi konsumen dianggap valid. Instrument pada setiap variabel layak untuk dijadikan alat ukur dalam pengambilan data penelitian preferensi teh kulit buah naga. Variabel X1 (Kemasan) yang memiliki nilai  $r_{hitung}$  tertinggi adalah butir pernyataan X1.3, yaitu “Kemasan dapat melindungi dan mengawetkan produk teh kulit buah naga”. Kemasan diciptakan sebagai wadah atau pembungkus yang berkaitan dengan fungsi melindungi produk makanan maupun minuman. Terdapat dua bentuk kemasan teh kulit buah naga dalam penelitian ini, yaitu kemasan standing pouch dan kemasan teh kotak celup.

Adanya kemasan juga dapat membantu proses pengawetan produk. Variabel X2 (Berat) yang memiliki nilai  $r_{hitung}$  tertinggi adalah butir pernyataan X2.3, yaitu “Berta bersih dapat menyatakan asal-usul bahan pangan pada produk teh kulit buah naga”. Berat bersih. Sedangkan variabel Y (Preferensi konsumen) yang memiliki nilai  $r_{hitung}$  tertinggi adalah butir pernyataan Y3, yaitu “Akan memilih produk yang mendekati produk teh buah naga Desa Jambewangi, jika produk ini tidak ada”. Walaupun banyak produk teh kulit buah naga produksi Desa Jambewangi, konsumen akan tetap memilih produk teh kulit buah naga yang lain.

### B. Uji Reliabilitas

**Tabel 4. Uji Realibilitas**

Variabel	Nilai Cronbach'ch Alpha	Keterangan
Kemasan (X <sub>1</sub> )	0,456	Reliabel Rendah

Berat (X <sub>2</sub> )	0,676	Reliabel Moderat
Preferensi Konsumen (Y)	0,544	Reliabel Moderat

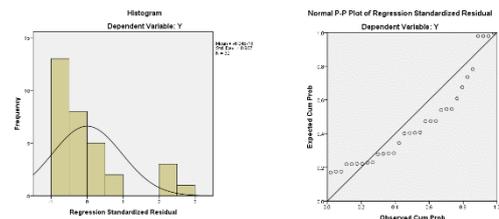
Keterangan :

\*\**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed)*

Hasil tabel menunjukkan bahwa masing-masing variabel memiliki tingkat reliabel yang berbeda. Variabel X2 dan Variabel Y tergolong reliabel dengan kelas moderat, sedangkan variabel X1 tergolong reliabel dengan kelas rendah. Menurut Basuki & Prawoto (2017) jika  $\alpha > 0,90$  maka reliabilitas sempurna, jika  $\alpha$  antara 0,70 – 0,90 maka reliabilitas tinggi, jika  $\alpha$  antara 0,50 – 0,70 maka reliabilitas moderat dan jika  $\alpha < 50$  maka reliabilitas rendah. Maka dari itu, seluruh indikator ini dapat digunakan untuk uji lanjutan.

### C. Uji Asumsi Klasik

#### a. Uji Normalitas



Berdasarkan Gambar diatas merupakan grafik histogram (kiri) dan grafik P-P plot (kanan). Grafik histogram diatas tidak membentuk lonceng dan condong ke kiri, sehingga histogram dinyatakan tidak normal. Grafik P-P plot menunjukkan bahwa data menyebar berjauhan di garis diagonal. Dengan demikian, bahwa model regresi berdistribusi tidak normal atau tidak memenuhi syarat asumsi normalitas. Uji normalitas dengan kedua grafik tersebut perlu diperkuat dengan uji statistik *Kolmogorov-Smirnov* untuk memastikan bahwa data berdistribusi normal.

**Tabel 5. Hasil Uji Analistik Statistik**

<i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</i>	
<i>Unstandardized Residual</i>	
N	32
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean Std. Deviation
	0E-7 1.11029622

<i>Most Extreme Differences</i>	<i>Absolute Positive</i>	.203
	<i>Negative</i>	-.162
<i>Kolmogorov-Smirnov Z</i>		1.147
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>		.144

Keterangan:

a. *Test distribution is Normal.*

b. *Calculated from data.*

Hasil uji normalitas menggunakan Kolmogorov-Smirnov pada tabel diatas mendapatkan hasil signikansi variabel sebesar 0,144 > 0,05. Dapat ditarik kesimpulan, bahwa data berdistribusi secara normal.

### b. Uji Multikolonieritas

**Tabel 6. Hasil Uji Analistik**

<i>Coefficients<sup>a</sup></i>			
<i>Model</i>	<i>Collinearity Statistics</i>		
		<i>Tolerance</i>	<i>VIF</i>
	<i>(Constant)</i>		
1	X1	.998	1.002
	X2	.998	1.002

Keterangan :

a. *Dependent Variable:* Preferensi Konsumen

Tabel menunjukkan bahwa antara kedua variabel independen tidak terjadi gejala korelasi, dikarenakan nilai *tolerance* > 0,10 atau nilai *variance inflation factor (VIF)* < 10. Berdasarkan data diatas, didapat nilai *tolerance* sebesar 0,998 > 0,10.

### c. Uji Heteroskedastisiitas

**Tabel 7. Hasil Uji Analistik**

<i>Coefficients<sup>a</sup></i>		
<i>Model</i>		<i>Sig.</i>
1	(Constant)	.530
	X1	.685
	X2	.100

Berdasarkan uji glejser tersebut, didapatkan nilai *sig* untuk variabel kemasan adalah 0,685 dan nilai *sig* untuk variabel berat adalah 0,100. Nilai signifikansi (*sig*) lebih besar dari 0,05 sehingga disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

## 1. Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

**Tabel 8. Hasil Uji Koefisien determinasi (R<sup>2</sup>)**

<i>Model Summary<sup>b</sup></i>				
<i>Model</i>	<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>
1	.713 <sup>a</sup>	.508	.474	1.14794

a. *Predictors:* (Constant), Kemasan (X1), Berat (X2)

b. *Dependent Variable:* Preferensi Konsumen

Berdasarkan tabel diatas, diperoleh informasi bahwa *R-square* sebesar 0,508 atau variabel independen memiliki kemampuan sebesar 50,8% dalam menjelaskan variabel dependen. Sedangkan sisanya sebesar 49,2% merupakan pengaruh dari variabel lain yang tidak diteliti.

## 2. Uji F (Simultan)

**Tabel 9. Hasil F**

<i>ANOVA<sup>a</sup></i>						
<i>Model</i>	<i>Sum of Square</i>	<i>df</i>	<i>Mean Square</i>	<i>F</i>	<i>Sig.</i>	
	<i>s</i>					
1	<i>Regression</i>	39.503	2	19.752	14.989	.000 <sup>b</sup>
	<i>Residual</i>	38.215	29	1.318		
	<i>Total</i>	77.719	31			

a. *Dependent Variable:* Preferensi Konsumen

b. *Predictors (Constant)* : Kemasan (X1), Berat (X2)

Berdasarkan data pada tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai signifikansi pada uji F sebesar 0,000 < 0,05 dan  $F_{hitung} > F_{tabel}$  yakni 14,989 > 3,33, dimana pada tabel F untuk  $\alpha = 0,05$  dan  $df_1: 1, df_2: n-k-1 (32 - 2 - 1) = 29$ , maka diperoleh nilai  $F_{tabel}$  sebesar 3,33. Berdasarkan nilai signifikansi < 0,05 dan nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka dapat disimpulkan bahwa  $X_1$ , dan  $X_2$  secara simultan berpengaruh terhadap Y.

## 3. Uji t (Parsial)

**Tabel 10. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda**

<i>Model</i>	<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>t</i>	<i>Sig.</i>	<i>Collinearity Statistics</i>	
	<i>B</i>	<i>Std. Error</i>			<i>Beta</i>	<i>Tolerance</i>

	(Constant)	13.988	2.204		6.346	.000		
1	X1	-.193	.117	-.216	-1.661	.108	.998	1.002
	X2	.399	.076	.688	5.278	.000	.998	1.002

Keterangan :

a. *Dependent Variable*: Preferensi Konsumen

Dari hasil data diatas, didapatkan persamaan regresi linear berganda sebagai berikut :  $Y = 13,988 - 0,193X1 + 0,399X2 + e$ .

Pada nilai koefisien variabel kemasan diperoleh nilai  $t_{hitung} = -1,661 < t_{tabel} 1,697$  dan nilai signifikan  $0,108 < 0,05$ . Maka H1 ditolak karena kemasan (X1) tidak berpengaruh signifikan terhadap preferensi konsumen teh kulit buah naga

Selanjutnya, nilai koefisien variabel berat sebesar 0,399 bernilai (+). Tanda positif menunjukkan hubungan searah, artinya variabel berat mengalami kenaikan satuan, maka preferensi konsumen mengalami kenaikan sebesar 39% dengan asumsi variabel independen lainnya bernilai tetap. Diperoleh nilai  $t_{hitung} 5,278 > t_{tabel} 1,697$  dan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$ . Maka H2 diterima karena berat (X2) berpengaruh signifikan terhadap preferensi konsumen teh kulit buah naga

## PEMBAHASAN

Penelitian ini melibatkan sampel 32 orang responden untuk mengetahui informasi pengaruh variabel kemasan (X1) dan berat (X2) terhadap preferensi konsumen (Y) pada produk teh kulit buah naga. Berdasarkan hasil analisis deskriptif karakteristik responden, didapat dari 32 orang responden pada penelitian ini adalah sebanyak 66% adalah responden berjenis kelamin perempuan dan sisanya 34% adalah pria. Rentang usia responden dalam penelitian ini adalah responden dengan usia 14 – 70 tahun.

Dalam penelitian ini, kemasan teh kulit buah naga memiliki 2 varian kemasan yaitu tubruk dan teh kotak celup. Teh ini juga memiliki berat sebesar 25gr untuk kemasan celup dan 50gr untuk kemasan tubruk. 15 orang reponden lebih menyukai kemasan teh kotak celup. Kemudian 24 orang responden memilih dengan berat sebesar 50gr, karena mereka beranggapan bahwa semakin besar berat yang ditawarkan, maka kuantitas yang didapatkan akan semakin banyak.

## PENGARUH BERAT (X2) TERHADAP PREFERENSI KONSUMEN (Y) TEH KULIT BUAH NAGA

Disebutkan bahwa hasil dari data yang kami uji, variabel kemasan (X1) tidak berpengaruh terhadap preferensi konsumen. Selain itu, dengan hasil tersebut bertentangan pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rahma Oktavia (2020). Pada penelitian tersebut, konsumen merasa bahwa dengan melihat desain kemasan dan kualitas untuk menjaga produk sudah merasa cukup, artinya konsumen melihat kemasan sangat penting tetapi tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen tersebut.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan bahwa berat (X2) berpengaruh terhadap preferensi konsumen (Y) teh kulit buah naga. Analisis data dari hasil regresi linear berganda dapat dilihat pada tabel 10 bahwa nilai  $t_{hitung} 5,278 > t_{tabel} 1,697$  dan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$ . Uji F (simultan) diperoleh  $F_{hitung} > F_{tabel}$  yakni  $14,989 > 3,33$  (df = 29) dengan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$ , Maka H2 diterima karena berat (X2) berpengaruh signifikan terhadap preferensi konsumen teh kulit buah naga di wisata kuliner Kabupaten Banyuwangi.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Thareq (2016) menyatakan bahwa atribut yang memengaruhi preferensi konsumen terhadap produk adalah berat produk. Maka dari itu, pada penelitian ini berat memiliki pengaruh signifikan terhadap preferensi konsumen di wisata kuliner Kabupaten Banyuwangi. Pada hal ini konsumen merasa bahwa dengan melihat berat produk yang ditawarkan oleh produsen sangat berpengaruh terhadap preferensi konsumen, karena konsumen selalu melihat besar satuan berat pada produk yang ditawarkan oleh produsen kepada konsumen. Pada penellitian ini, apabila konsumen lebih cenderung memilih berat sebesar 25gr yaitu kuantitas yang ditawarkan,

maka harga yang ditawarkan juga semakin mahal, dan begitupun sebaliknya.

### **PENGARUH KEMASAN (X1) DAN BERAT (X2) TERHADAP PREFERENSI KONSUMEN (Y) TEH KULIT BUAH NAGA DI WISATA KULINER BANYUWANGI**

Berdasarkan hasil uji secara simultan menunjukkan bahwa variabel kemasan dan berat berpengaruh secara signifikan terhadap preferensi konsumen teh kulit buah naga. Hal ini dapat dilihat pada hasil uji melalui *software* SPSS bahwa hasil  $F_{hitung} 14,989 > F_{tabel} 3,33$  dengan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$ , sehingga  $H_3$  diterima. Kemasan teh kulit buah naga terdiri dari dua model, yaitu *standing pouch* dan kotak. Konsumen tertarik dengan desain kemasan teh kulit buah naga yang sangat berwarna. Konsumen menyukai adanya pilihan berat isi atau berat bersih yang disediakan oleh produsen teh kulit buah naga yaitu berat bersih 25 gram dan 50 gram, karena konsumen tahu jika semakin besar berat, maka kuantitas produk yang dihasilkan juga semakin banyak.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu oleh Kampfer, Leischnig, Ivens, & Spence (2017) bahwa temuan menunjukkan bahwa berat dan kemasan berpengaruh positif terhadap preferensi konsumen.

Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Utami, dan Harjono (2017) menyatakan bahwa atribut produk yang dirasa paling penting oleh responden adalah berat (48.887%), diikuti oleh kemasan (27.672%), dan sisanya adalah atribut harga. Konsumen pada penelitian ini juga merasa bahwa berat merupakan hal yang penting pada suatu produk, karena mereka merasa dapat memilih varian kemasan yang ditawarkan kepada mereka seperti 25gr dan 50gr, agar mereka memiliki pilihan berat yang bervariasi. Maka dari itu pada penelitian ini berat memiliki pengaruh signifikan terhadap preferensi konsumen di wisata kuliner Kabupaten Banyuwangi.

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan pada penelitian diatas dengan metode pengolahan data menggunakan tabulasi bantuan perangkat lunak *Statistical Product and*

*Service Solutions* (SPSS) versi 22. Maka dapat disimpulkan hasil penelitian ini sebagai berikut :

- a. Berat (X2) berpengaruh terhadap preferensi konsumen (Y) teh kulit buah naga. Hasil ini dibuktikan bahwa nilai  $t_{hitung} 5,278 > t_{tabel} 1,697$  dan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$ . Maka  $H_2$  diterima karena berat (X2) berpengaruh signifikan terhadap preferensi konsumen teh kulit buah naga di wisata kuliner Kabupaten Banyuwangi.
- b. Variabel kemasan (X1) dan berat (X2) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap preferensi konsumen (Y) teh kulit buah naga. Hal ini dibuktikan dengan nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  yaitu  $14,989 > 3,33$  dengan signifikansi  $0,000 < 0,05$ , sehingga  $H_0$  diterima dengan kemampuan koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 50,8%% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain sebesar 49,2%.

Berdasarkan kesimpulan diatas, terdapat beberapa saran yang diberikan untuk produsen teh kulit buah naga yaitu sebagai berikut

1. Perlunya penambahan varian kemasan yang lain seperti Teh Seduh (kulit teh) seperti pembungkus dari plastik atau box kardus., teh stik dan lain – lain agar jangkauan konsumen lebih banyak serta konsumen tidak bingung untuk menentukan preferensi kemasan saat pembelian teh kulit buah naga.
2. Para calon produsen teh kulit buah naga harus mempertimbangkan berat produk teh kulit buah naga, karena berat merupakan faktor penting dalam pembelian. Berat menunjukkan kuantitas semakin besar berat yang ditawarkan, maka kuantitas yang didapatkan akan semakin banyak dan meningkatkan preferensi konsumen sehingga konsumen tidak bosan untuk membeli teh kulit buah naga.

Diharapkan untuk peneliti selanjutnya dapat menambah variabel lain yang berkaitan dengan preferensi konsumen dan dapat membantu dalam proses penelitian selanjutnya

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Aiyuni, R., Widayat, H. P., & Rohaya, S. (2017). Pemanfaatan Limbah Kulit Buah Naga (*Hylocereus costaricensis*) dalam Pembuatan

- Teh Herbal dengan Penambahan Jahe (Application of Dragon Fruit Peel (*Hylocereus costaricensis*) in The Production of Herbal Tea with Additional Ginger). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pertanian Unsyiah*, 2(3), 231–240.
- Ali, M. (2016). OPTIMASI PENGOLAHAN TEH KULIT BUAH NAGA (*Hylocereus polyrhizus*). *AGRITEPA: Jurnal Ilmu Dan Teknologi Pertanian*, 3(1).  
<https://doi.org/10.37676/agritepa.v3i1.305>
- Asilmi, C. B. A. (2022). Pengaruh Desain Kemasan Produk Kecantikan Terhadap Minat Beli Konsumen: Pengaruh Desain Kemasan Produk Kecantikan Terhadap Minat Beli Konsumen. *JBC: Journal of Beauty and Cosmetology*, 4(1), 6–13.
- Atung, A. (2020). PENCANTUMAN BERAT BERSIH/NETTO PADA MAKANAN PRODUK INDUSTRI RUMAH TANGGA DI KOTA MAKASSAR (Skripsi).
- Basuki, A. T., & Prawoto, N. (2017). Analisis Regresi dalam Penelitian Ekonomi dan Bisnis. *PT Rajagrafindo Persada*, 1–239.
- Besila, M. I. (2021). Pengaruh Kemasan Produk Terhadap Minat Beli Pengguna Love Nature Oriflame Di Bandar Lampung (Skripsi).
- BPS PROVINSI JAWA TIMUR. (n.d.). *BPS Provinsi Jawa Timur Buah naga\_22102023 Data 2021 dan 2022.pdf*.  
<https://jatim.bps.go.id/statictable/2023/03/21/2594/produksi-buah-buahan-buah-naga-lemon-lengkeng-menurut-kabupaten-kota-dan-jenis-tanaman-di-provinsi-jawa-timur-kwintal-2021-dan-2022.html>
- Ghozali, Imam. 2018. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang
- Hanggraito, A. A., Cardias, E. R., & Rusti, N. (2023). *Optimalisasi Co-creation Wisata Agro melalui Sosialisasi Pembuatan Teh Celup Kulit Buah Naga di Desa Jambewangi*. 5(1), 17–23.
- Kampfer, K., Leischnig, A., Ivens, B. S., & Spence, C. (2017). Touch-flavor transference: Assessing the effect of packaging weight on gustatory evaluations, desire for food and beverages, and willingness to pay. *PLoS ONE*, 12(10), 1–17.  
<https://doi.org/10.1371/journal.pone.0186121>
- Kapisa, M. B., Bauw, S. A., & Yap, R. A. (2021). Analisis Tingkat Pendidikan dan Jenis Pekerjaan Terhadap Pendapatan Kepala Keluarga (KK) di Kampung Manbesak Distrik Biak Utara Provinsi Papua. *Lensa Ekonomi*, 15(01), 131.  
<https://doi.org/10.30862/lensa.v15i01.145>
- Kotler, P. (2000). *Prinsip – Prinsip Pemasaran Manajemen*. Prenhalindo.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Principles Of Marketing Edisi 14, Global Edition*. Pearson Prentice Hall.
- Muhammad Thareq. (2016). *ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP PRODUK TEH BOTOL SOSRO KEMASAN BOTOL DI KAWASAN UNIVERSITAS*. 1–23.
- Nihayah, A. Z. (2019). Pengolahan Data Penelitian Menggunakan Software SPSS 23.0. *UIN Walisongo Semarang*, 1–37.  
<https://ebooks.com>
- Nyoman, S. G. (2020). Pengaruh Tingkat Pendidikan dan Jenis Pekerjaan Terhadap Produktivitas dan Pendapatan Keluarga Miskin Kecamatan Negara Jembrana. *E-Jurnal EP Unud*, 9, 2529–2556.
- Oktavia, R. (2020). PENGARUH VARIASI DAN KEMASAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA ES KRIM AICE DI BENGKULU (STUDI KASUS MAHASISWA FEBI) SKRIPSI.  
<http://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/JKM/article/view/2203%0Ahttp://mpoc.org.my/malaysian-palm-oil-industry/>
- Ramadhani, anis. 2013. Panen Besar Buah Naga. Jakarta: PT. Mahadaya
- Rambe, S. S. U. (2021). Pengembangan Ekonomi Lokal Komoditas Buah Naga di Kabupaten Banyuwangi. *Prosiding Seminar Nasional Planoeearth*, 3(0), 21–26.  
<http://journal.ummat.ac.id/index.php/PRPE/article/view/7836>
- Rhina, U., & Iriranto, H. (2015). Pengemasan Produk Dalam Meningkatkan Produk Berbahan Baku Kacang Yang Marketable. *Prosiding Seminar Nasional 4th UNS SME's Summit & Awards*, 210–216.
- Sudariana, N., & Yoedani, M. M. (2022). Analisis Statistik Regresi Linier Berganda. *Seniman Transaction*, 2(2).  
<https://seniman.nusaputra.ac.id/index.php/seniman/article/view/40>

- Sugiyono. (2022). Metode Penelitian Kuantitatif (Setiyawami (ed.)). Alfabeta
- Stefani, L. R. A. R. ., (2020). Intensi Membeli, Jenis Kelamin, Gender Produk, dan Tujuan Konsumsi. *Jurnal Ekonomi*, 24(3), 437. <https://doi.org/10.24912/je.v24i3.608>
- Susilowati, S. (2016). PREFERENSI KONSUMEN KERUPUK UDANG PELINTIR CAP BUDI MULYA DI PASAR ANOM KABUPATEN SUMENEP. 1–23. Utami, C. W., & Harjono, S. W. (2017). Consumer Preferences for Attributes of Interest of Honey Products. *Asian Business Research*, 2(3), 26. <https://doi.org/10.20849/abr.v2i3.212>
- Wartaka, M. (2004). Analisa Preferensi Konsumen Produk Lipstik dan Kaitannya dengan Segmentasi Produk. Tesis. Universitas Budi Luhur Jakarta.
- Widiati, A. (2020). Peranan Kemasan (Packaging) Dalam Meningkatkan Pemasaran Produk Usaha Mikro Kecil Menengah (Umk) Di “Mas Pack” Terminal Kemasan Pontianak. *JAAKFE UNTAN (Jurnal Audit Dan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Tanjungpura)*, 8(2), 67–76. <https://doi.org/10.26418/jaakfe.v8i2.40670>
- Wijaya, W. A., & Rahayu, W. P. (2014). Pemenuhan regulasi pelabelan produk industri rumah tangga pangan (IRTP) di Bogor. *Jurnal Mutu Pangan: Indonesian Journal of Food Quality*, 1(1), 65–73.