


PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP PRODUK KUE BHOI KHAS ACEH DI KOTA BANDA ACEH
CONSUMER PREFERENCES OF KUE BHOI (A TRADITIONAL SPONGECAKE OF ACEH) IN BANDA ACEH

Yusriana, Novia Mehra Erfiza, Jainuddin, Cut Nilda

INFO ARTIKEL

 Submit: 8 Agustus 2017
 Perbaikan: 13 September 2017
 Diterima: 18 September 2017

Keywords:

kue Bhoi, karakteristik konsumen, preferensi

ABSTRACT

Consumer behaviour in choosing and consuming Aceh tradisional cake, Kue Bhoi, needs to be studied because Kue Bhoi sold in market does not have a standard quality. This could be seen from Bhoi in the market that doesn't have uniform in colour, texture and taste. The aims of this study are to investigate the relationship between consumer characteristics and preferences of Bhoi, to discuss the factors affect the preferences, and also to study the characteristics of bhoi that consumer wanted. This study used survey sampling method. The respondents were a hundred women in the age range of 30 to 50 years old in Banda Aceh city. There were 35 women panelist for sensory evaluation. The results showed that characteristics of consumer were women in the age range of 30 to 40 years old (44%), the last education of Senior High School (35%), occupation as housewives (51%) and salary average of 1 million rupiah (39%). From these results, the factors that affected preference of consumer were economic level (affected sweetness and colour of Bhoi) and occupation (affected taste of Bhoi).

1. PENDAHULUAN

Kue Bhoi merupakan salah satu penganan populer di Aceh. Kue Bhoi ini memiliki variasi bentuk seperti ikan, bunga atau bintang. Kue ini memiliki tekstur bagian dalam yang lembut dan bagian luar kering dengan rasa manis. Selain untuk camilan sehari-hari, kue Bhoi juga jadi bagian dari tradisi Aceh. Kue Bhoi dijadikan bagian seserahan dari pengantin pria untuk pengantin wanita pada acara pernikahan. Selain itu kue Bhoi juga sering jadi buah tangan saat berkunjung ke rumah saudara. Proses pembuatannya juga tidak terlalu rumit, mirip seperti pembuatan kue bolu biasa. Bahan yang dibutuhkan hanya terdiri dari tepung

terigu, telur, gula pasir, vanili dan soda kue.

Proses dan cara pembuatan kue Bhoi merupakan salah satu penentu produk hasil olahannya. Kue Bhoi yang ada dipasaran memiliki warna dari kuning keemasan hingga kecoklatan. Warna serta penampilan merupakan salah satu faktor dimana konsumen tertarik untuk membeli suatu produk. Jika warna kue yang tidak seragam, walaupun rasanya lezat tetapi dengan adanya warna yang tidak seragam menjadi salah satu faktor konsumen jadi tidak tertarik untuk membelinya. Oleh karena itu, perlu dilakukan penelitian untuk mengetahui keinginan konsumen dalam memilih produk kue Bhoi yang akan dikonsumsi.

Metode untuk mengetahui keinginan konsumen salah satunya yaitu preferensi. Preferensi konsumen adalah suatu pilihan suka ataupun tidak suka terhadap beberapa pilihan produk yang ada (Kotler, 2000). Dengan mengkaji preferensi konsumen maka diharapkan dapat diketahui segala informasi yang dibutuhkan maupun yang

 Yusriana, Novia Mehra Erfiza*, Jainuddin, Cut Nilda
 Jurusan teknologi Hasil Pertanian, Fakultas Pertanian, Universitas
 Syiah Kuala
 Banda Aceh
 Email: erfiza_nm@unsyiah.ac.id

diinginkan oleh konsumen sehingga dapat memudahkan produsen dalam meningkatkan mutu, yang diharapkan dapat meningkatkan penjualan kue Bhoi.

2. MATERIAL DAN METODE

Bahan dan Alat

Bahan yang digunakan pada penelitian ini yaitu produk kue Bhoi yang diperoleh dari 3 (tiga) produsen dengan kriteria mempunyai surat izin usaha dari DISPERINDAG kota Banda Aceh. Bahan lainnya adalah bahan untuk analisis proksimat K_2SO_4 , HgO , H_2SO_4 , $NaOH$, $Na_2S_2O_3$, H_3BO_3 , indikator, HCl , dietil eter, aquades, serta air minum yang digunakan sebagai penetralisir pada uji organoleptik yang dilakukan oleh panelis. Adapun peralatan yang digunakan pada penelitian yaitu labu kjeldahl, alat destilasi kjeldahl, cawan, desikator, pipet tetes, peralatan gelas, erlenmeyer, kertas saring, kapas, labu lemak, alat soxhlet, pemanas listrik, oven, timbangan analitik, corong, alat tulis, kuesioner, piring saji, komputer serta alat-alat lain yang diperlukan sesuai kepentingan pada saat pelaksanaan penelitian.

Metode Pengumpulan Data

Pada penelitian ini, pengumpulan data yang digunakan meliputi data primer dan data sekunder. Data primer yaitu dilakukan survei kepada produsen dengan metode wawancara, penyebaran kuesioner, uji organoleptik dan analisis proksimat. Data sekunder yaitu diperoleh dari studi kepustakaan.

Metode Penentuan Responden

Pada penelitian ini menggunakan metode *Non Probability Sampling*, yaitu seleksi unsur populasi berdasarkan pertimbangan peneliti. Metode untuk penelitian ini adalah metode *purposive sampling*, responden yang dipilih yaitu wanita berumur antara 30-50 tahun yang pernah membeli dan mengonsumsi kue Bhoi. Pemilihan jenis kelamin dan usia tersebut, diharapkan dapat mewakili konsumen dalam menentukan atribut-atribut yang mempengaruhi konsumen dalam memilih kue Bhoi, karena biasanya yang sering membeli kue Bhoi di Banda Aceh adalah wanita yang sudah dewasa. Jumlah populasi wanita yang berumur antara 30-50 tahun yang tinggal di Banda Aceh yang berkisar 31.844 jiwa (Banda Aceh dalam Angka, 2015). Jumlah populasi tersebut juga dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Jumlah penduduk yang tinggal di Banda Aceh

Kelompok Umur	Laki-laki	Wanita	Jumlah
30-34	11.601	10.072	21.673
35-39	9.283	8.483	17.766
40-44	7.937	7.431	15.368
45-49	6.626	5.858	12.484
Jumlah	35.447	31.844	67.291

Metode Pengolahan dan Analisis Data Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Uji validitas menurut Suliyanto (2005), yaitu sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsinya. Pengujian validitas dilakukan dengan penyebaran kuesioner kepada 30 responden awal, selanjutnya di uji validitasnya dengan program SPSS dengan rumus product moment yaitu:

$$r = \frac{N(\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{n\sum x^2 - (\sum x)^2} \cdot \sqrt{n\sum y^2 - (\sum y)^2}} \dots\dots\dots (1)$$

Keterangan:

R = Korelasi antara X dan Y

n = Banyaknya butir pertanyaan

x = Skor masing-masing pertanyaan

Y = Skor total pertanyaan

Setelah kuesioner dinyatakan valid, kemudian dilakukan uji reliabilitas. Reliabilitas merupakan suatu nilai yang menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur dalam mengukur gejala yang sama (Umar, 2003). Untuk menguji tingkat reliabilitas kuesioner digunakan analisis Conbach's Alpha dengan program SPSS. Rumus Cronbach's Alpha adalah sebagai berikut:

$$r1 = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \delta b^2}{\delta_{t^2}} \right) \dots\dots\dots (2)$$

Keterangan:

r1 = Reliabilitas instrumen

k = Banyak butir pertanyaan

δ_{t^2} = Jumlah ragam total

$\sum \delta b^2$ = Jumlah varian butir

Analisis Chi-square

Untuk mengetahui preferensi konsumen terhadap produk kue Bhoi, digunakan analisis Chi-Square. Chi-Square merupakan alat analisa statistik yang digunakan untuk mengetahui perbedaan yang signifikan antara variabel dengan preferensi konsumen (Hariyani, 2005). Chi-Square dinyatakan dengan rumus:

$$X^2 = \sum_{i=1}^k \frac{(O_i - E_i)^2}{E_i}$$

Keterangan :

X_2 = Nilai angka yang memberikan keterangan hasil observasi

O_i = Frekuensi observasi dari setiap kategori ke-i

E_i = Frekuensi observasi yang diharapkan dari setiap kategori

$\sum_{i=1}^k$ = Penjumlahan semua kategori

k = Kategori

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji awal yang dilakukan adalah uji validitas dan reliabilitas kuesioner yang telah disebar kepada 30 orang responden awal ($N=30$) yang menjadi konsumen kue Bhoi. Uji validitas dilakukan dengan menggunakan *software* SPSS pada tingkat kepercayaan 95% ($\alpha = 0,05$). Butir pertanyaan dikatakan valid jika nilai r hitung lebih besar dari nilai r tabel (0,361). Hasil pengujian tingkat validitas menunjukkan bahwa nilai r hitung pada masing-masing pertanyaan memiliki nilai korelasi atau r hitung yaitu dari 0,369 sampai dengan 0,795. Nilai tersebut menunjukkan bahwa pertanyaan-pertanyaan pada kuesioner dinyatakan valid. Setelah dinyatakan valid kuesioner disebar kembali kepada 100 responden.

Setelah kuesioner dinyatakan valid maka dilanjutkan dengan uji reliabilitas. Metode yang digunakan untuk menguji reliabilitas kuesioner yaitu dengan rumus (2) yaitu untuk mencari reliabilitas dengan menggunakan *software* SPSS. Berdasarkan hasil pengujian tersebut bahwa nilai alpha sebesar 0,827 hal ini menunjukkan bahwa kuesioner dinyatakan reliabel karena nilai alpha (r hitung) lebih besar dari r tabel (0,361).

Karakteristik Konsumen

Karakteristik merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi preferensi konsumen. Karakteristik konsumen kue Bhoi dapat dilihat dari segi demografinya. Demografi dapat menggambarkan atau menjelaskan suatu populasi penduduk disuatu daerah atau tempat (Rahmawati, 2004). Karakteristik konsumen hasil survei dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Karakteristik Konsumen Kue Bhoi

No	Demografi Konsumen	Persentase (%)
1.	Usia ☐ 30-34 tahun ☐ 35-39 tahun ☐ 40-44 tahun ☐ 44-50 tahun	44 19 18 19
2.	Pendidikan terakhir ☐ SD ☐ SMP ☐ SMA ☐ lainnya (Diploma, Sarjana, dll)	27 26 35 12
3.	Pekerjaan ☐ Ibu rumah tangga ☐ Wirasaha ☐ Buruh ☐ PNS	51 17 18 14
4.	Jumlah anggota keluarga ☐ Kurang dari 3 orang ☐ 3 - 4 orang ☐ 5 - 6 orang ☐ lebih dari 7	28 40 20 12
5.	Rata-rata pengeluaran perbulan ☐ Rp. 0 - Rp. 1 juta ☐ Rp. 1 juta - Rp. 2 juta ☐ Rp. 2 juta - Rp. 4 juta ☐ lebih dari Rp. 4 juta	39 30 21 10

Keterangan : Hasil survei bulan maret 2016

Preferensi Konsumen

Konsumen dalam menggunakan barang ataupun jasa sering dihadapkan pada beberapa pilihan sebelum akhirnya mereka mengambil suatu keputusan artinya, sejumlah alternatif pilihan produk yang ada konsumen lebih cenderung memilih sesuatu yang dapat memaksimalkan kebutuhannya. Oleh karena itu preferensi konsumen dapat diartikan sebagai pilihan suka maupun tidak suka seseorang terhadap suatu produk.

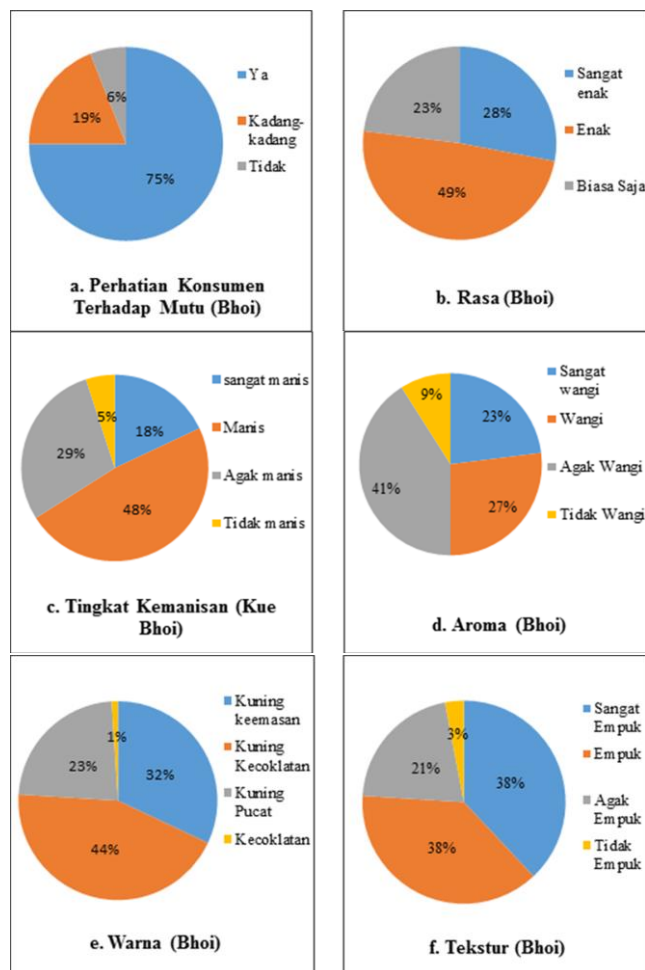
Perhatian Konsumen Terhadap Mutu

Mutu produk merupakan salah satu yang diinginkan oleh pelanggan atau konsumen. Dari 100 responden, sebanyak 75% menyatakan memperhatikan kualitas mutu dari kue Bhoi ketika mengkonsumsi dan 19% responden menyatakan kadang-kadang saja memperhatikan kualitas mutunya. Sedangkan 6% responden tidak memperhatikan kualitas mutu dari kue Bhoi ketika mengkonsumsinya. Data tersebut menunjukkan bahwa mayoritas konsumen memperhatikan mutu produk sebelum mereka membelinya. Persentase hasil survei juga dapat dilihat pada Gambar 1a.

Rasa

Rasa produk kue Bhoi dipengaruhi oleh komposisi atau bahan yang ditambahkan pada proses pengolahan. Setiap produsen kue Bhoi memiliki resep yang berbeda, sehingga rasa dari produk yang dihasilkan oleh beberapa produsen juga berbeda. Dari hasil survei 100 responden, 28% responden mengatakan bahwa kue Bhoi memiliki rasa yang sangat enak dan 49% responden mengatakan bahwa kue Bhoi memiliki rasa yang enak, serta hanya 23% responden yang mengatakan kue Bhoi memiliki rasa yang biasa

saja. Data tersebut menunjukkan bahwa rata-rata konsumen menyukai produk kue Bhoi. Persentase rasa kue Bhoi yang disukai konsumen juga dapat dilihat pada Gambar 1b.



Gambar 1. Persentase Preferensi Konsumen Terhadap Produk Kue Bhoi

Tingkat Kemanisan

Tingkat kemanisan diperoleh dari seberapa banyak gula yang ditambahkan pada saat proses pembuatan produk kue Bhoi. Hasil dari survei 100 responden diketahui bahwa 18% responden menyukai produk kue Bhoi dengan tingkat kemanisan sangat manis. Sebanyak 48% responden menyukai produk kue Bhoi dengan rasa manis, 29 % responden menyukai kue Bhoi dengan rasa yang agak manis dan 5% responden menyukai kue Bhoi dengan rasa yang tidak manis. Data tersebut menunjukkan bahwa selera atau tingkat kemanisan seseorang berbeda apalagi konsumen dengan usia yang lebih tua mereka biasanya tidak suka suatu produk dengan rasa yang terlalu manis karena alasan kesehatan berbeda dengan usia yang lebih muda. Persentase tingkat kemanisan kue Bhoi yang disukai konsumen juga dapat dilihat pada Gambar 1c.

Aroma

Dari 100 responden, 23% diataranya menyukai aroma kue Bhoi yang sangat wangi. 27% responden menyukai aroma kue Bhoi yang wangi. Sedangkan 41% responden lebih menyukai aroma kue yang agak wangi dan sisanya 9% responden lebih menyukai kue Bhoi yang tidak harum. Hal tersebut menunjukkan bahwa setiap konsumen memiliki selera terhadap aroma yang berbeda-beda tetapi kebanyakan konsumen lebih memilih produk kue Bhoi dengan aroma yang agak wangi. Persentase tingkat aroma kue Bhoi yang disukai konsumen juga dapat dilihat pada Gambar 1d.

Warna

Warna merupakan atribut yang mungkin akan dilihat pertama kali oleh konsumen dalam memilih suatu produk atau makanan, warna juga menentukan tingkat penerimaan suatu produk (Rahmayuni dkk., 2012). Dari hasil survei 100 responden diketahui bahwa 32 % responden lebih menyukai kue Bhoi dengan warna kuning keemasan dan 44% responden menyatakan menyukai produk kue Bhoi dengan warna kuning kecoklatan. Sedangkan 23% menyukai warna kue Bhoi dengan warna kuning pucat dan 1% menyukai produk kue Bhoi dengan warna kecoklatan. Data tersebut menunjukkan bahwa mayoritas konsumen lebih menyukai produk kue Bhoi dengan warna kuning kecoklatan. Persentase warna kue Bhoi yang disukai konsumen juga dapat dilihat pada Gambar 1e.

Tekstur

Tekstur suatu produk pangan berperan penting dalam proses penerimaan produk oleh konsumen, sehingga tekstur menjadi salah satu kriteria utama yang digunakan konsumen untuk menilai mutu suatu produk (Lawless dan Heyman, 2010). Dari hasil survei 100 responden tekstur yang disukai oleh konsumen yaitu produk dengan tekstur dari empuk/lembut sampai sangat empuk/lembut dengan persentase sebesar 38%.S elanjutnya 21% responden lainnya lebih menyukai produk kue Bhoi dengan tekstur yang agak lembut dan hanya 3% responden memilih kue Bhoi dengan tekstur yang tidak empuk (agak renyah). Data tersebut menunjukkan bahwa tekstur yang disukai konsumen adalah tekstur yang lembut dan sangat lembut. Apalagi konsumen dengan usia yang lebih tua (lanjut usia) mereka pasti akan mempertimbangkan tekstur terlebih dahulu dalam membeli dan mengonsumsi produk makanan. Persentase tingkat keempukan kue Bhoi yang disukai konsumen juga dapat dilihat pada Gambar 1f.

Hubungan Faktor Demografi dengan Preferensi Konsumen Produk Kue Bhoi

Usia

Menurut Sanjur didalam Rahmawati (2004), preferensi terhadap pangan bersifat plastis pada orang yang lebih muda, dan akan bersifat permanen bagi orang yang sudah berumur dan kemudian akan menjadi gaya hidup. Dari hasil analisis chi-square (X^2) diketahui bahwa nilai *chi-square* (X^2) tabel lebih besar dari pada nilai *chi-square* (X^2) hitung atau nilai signifikansinya lebih tinggi dari 0.05 (5%) (Tabel 3) atau tidak ada hubungan antara usia dengan preferensi konsumen produk kue Bhoi. Hal tersebut dikarenakan tingkat usia memiliki peluang yang sama dalam memilih produk kue Bhoi yang akan dibeli berdasarkan atribut yang melekat pada produk (Rahmawati, 2004).

Tabel 3. Hubungan Faktor Usia dengan Preferensi Konsumen Kue Bhoi

No	Preferensi Konsumen	X^2 Hitung	X^2 Tabel	df	Asymp.Sig. (2-sided)	Hubungan
1	Perhatian konsumen terhadap mutu	11.133	12.592	6	0.084	Tidak
2	Rasa	4.022	12.592	6	0.674	Tidak
3	Tingkat kemanisan	5.329	16.919	9	0.805	Tidak
4	Aroma	10.080	16.919	9	0.344	Tidak
5	Warna	13.286	16.919	9	0.150	Tidak
6	Tekstur	3.670	16.919	9	0.932	Tidak

Ket. X^2 = Chi-square; df = Derajat Kebebasan ;Asymp.Sig. = Signifikansi

Tingkat Pendidikan

Tingkat pendidikan konsumen bisa mempengaruhi preferensi terhadap suatu produk (Rahmawati, 2004), tetapi dari hasil tabulasi silang diperoleh data bahwa secara keseluruhan tingkat pendidikan tidak ada hubungannya dengan preferensi konsumen. Tidak terdapat hubungan karena nilai *chi-square* tabel lebih besar dari nilai *chi-square* hitung atau dapat dilihat juga nilai signifikansinya yaitu lebih besar dari 0.05 (5%) (Tabel 4). Hal ini diduga karena peluang untuk membeli dan mengkonsumsi produk kue Bhoi sama besarnya antara konsumen yang berpendidikan SD sampai perguruan tinggi.

Pekerjaan

Pekerjaan seseorang akan mempengaruhi sikap, perilaku dan preferensi konsumsi seseorang terhadap suatu produk (Rahmawati, 2004). Dari hasil *chi-square* (X^2) diketahui bahwa hanya ada satu hubungan antara pekerjaan terhadap preferensi yaitu pada atribut rasa. Hubungan tersebut karena nilai *chi-square* (X^2) hitung lebih besar dari nilai *chi-square* (X^2) tabel pada df 6 (Tabel 5). Hasil analisis menunjukkan bahwa responden dengan pekerjaan ibu rumah tangga,

buruh dan wiraswasta menyatakan bahwa kue Bhoi yang mereka konsumsi memiliki rasa yang enak, sedangkan responden dengan pekerjaan PNS menurut mereka kue Bhoi memiliki rasa yang sangat enak. Semakin sering seseorang mengkonsumsi suatu produk maka akan berkurang tingkat kesukaannya (bosan). Setiap konsumen memiliki persepsi berbeda terhadap suatu produk hal ini bisa disebabkan oleh pekerjaan seseorang, pada pekerjaan ibu rumah tangga mereka lebih banyak memiliki waktu luang sehingga lebih leluasa dalam mengkonsumsi suatu produk dari pada dengan konsumen dengan pekerjaan PNS, sehingga terdapat perbedaan rasa (kesukaan).

Tabel 4. Hubungan Faktor Tingkat Pendidikan dengan Preferensi Konsumen Kue Bhoi

No	Preferensi Konsumen	X^2 Hitung	X^2 Tabel	df	Asymp.Sig. (2-sided)	Hubungan
1	Perhatian konsumen terhadap mutu	1.713	12.592	6	0.944	Tidak
2	Rasa	7.569	12.592	6	0.271	Tidak
3	Tingkat kemanisan	3.445	16.919	9	0.944	Tidak
4	Aroma	12.781	16.919	9	0.173	Tidak
5	Warna	11.766	16.919	9	0.227	Tidak
6	Tekstur	9.567	16.919	9	0.387	Tidak

Ket. X^2 = Chi-square; df = Derajat Kebebasan ;Asymp.Sig. = Signifikansi

Tabel 5. Hubungan Pekerjaan dengan Preferensi Konsumen Kue Bhoi

No	Preferensi Konsumen	X^2 Hitung	X^2 Tabel	df	Asymp.Sig. (2-sided)	Hubungan
1	Perhatian konsumen terhadap mutu	4.415	12.592	6	0.621	Tidak
2	Rasa	14.382	12.592	6	0.026	Ada
3	Tingkat kemanisan	9.540	16.919	9	0.389	Tidak
4	Aroma	6.872	16.919	9	0.650	Tidak
5	Warna	10.615	16.919	9	0.303	Tidak
6	Tekstur	15.933	16.919	9	0.068	Tidak

Ket. X^2 = Chi-square; df = Derajat Kebebasan ;Asymp.Sig. = Signifikansi

Jumlah Anggota Keluarga

Preferensi dapat terbentuk dari kebiasaan keluarga ataupun kerabat lainnya (Kotler, 2000). Hasil analisis *chi-square* jumlah anggota keluarga tidak ada hubungan sama sekali terhadap preferensi konsumen produk kue Bhoi. Hal ini dapat dilihat nilai *chi-square* (X^2) tabel lebih besar dari nilai *chi-square* (X^2) hitung atau nilai signifikansinya lebih besar dari 0.05 (5%) (Tabel 6). Hal ini disebabkan peluang dalam membeli dan mengkonsumsi produk kue Bhoi sama besarnya pada tiap-tiap keluarga.

Tabel 6. Hubungan Jumlah Anggota Keluarga dengan Preferensi Konsumen Kue Bhoi

No	Preferensi Konsumen	X ² Hitung	X ² Tabel	df	Asymp.Sig. (2-sided)	Hubungan
1	Perhatian konsumen terhadap mutu	3.422	12.592	6	0.754	Tidak
2	Rasa	8.806	12.592	6	0.185	Tidak
3	Tingkat kemanisan	6.230	16.919	9	0.717	Tidak
4	Aroma	15.337	16.919	9	0.082	Tidak
5	Warna	10.256	16.919	9	0.330	Tidak
6	Tekstur	12.126	16.919	9	0.206	Tidak

Ket. X²= Chi-square; df = Derajat Kebebasan ;Asymp.Sig. = Signifikansi

Tingkat Ekonomi

Tingkat ekonomi dalam penelitian ini dapat diketahui dari besarnya pengeluaran konsumen dalam satu bulan. Tingkat ekonomi terdapat hubungan dengan tingkat kemanisan dan warna yang disukai oleh konsumen. Hubungan tersebut karena nilai *chi-square* (X₂) hitung lebih besar dari nilai *chi-square* (X₂) tabel (Tabel 7). Konsumen dengan pengeluaran 0-4 juta atau rata-rata konsumen lebih menyukai produk kue Bhoi dengan rasa manis. Konsumen dengan pengeluaran 0-1 juta menyukai produk dengan warna kuning keemasan, sedangkan konsumen lainnya atau dengan pengeluaran 1-4 juta lebih menyukai kue Bhoi dengan warna kuning kecoklatan.

Tabel 7. Hubungan Tingkat Ekonomi dengan Preferensi Konsumen Kue Bhoi

No	Preferensi Konsumen	X ² Hitung	X ² Tabel	df	Asymp.Sig. (2-sided)	Hubungan
1	Perhatian konsumen terhadap mutu	8.305	12.592	6	0.217	Tidak
2	Rasa	8.608	12.592	6	0.197	Tidak
3	Tingkat kemanisan	18.663	16.919	9	0.028	Ada
4	Aroma	13.389	16.919	9	0.146	Tidak
5	Warna	18.236	16.919	9	0.033	Ada
6	Tekstur	4.532	16.919	9	0.873	Tidak

Ket. X²= Chi-square; df = Derajat Kebebasan ;Asymp.Sig. = Signifikansi

KESIMPULAN

Karakteristik konsumen kue Bhoi yaitu wanita dengan umur 30 sampai 34 tahun (44%), pada tingkat pendidikan akhir SMA (35%) dengan pekerjaan mayoritas ibu rumah tangga (51%) dengan anggota keluarga 3-4 orang (40%). Konsumen sebagian besar memiliki pengeluaran rata-rata 0 sampai 1 juta (39%). Faktor yang mempengaruhi preferensi konsumen produk kue Bhoi yaitu faktor tingkat ekonomi (tingkat kemanisan dan warna) dan pekerjaan (rasa). Semakin rendah tingkat ekonomi konsumen, semakin cenderung memilih kue Bhoi pada level manis yang diduga karena konsumen terbiasa dengan panganan khas Aceh yang manis. Selain itu, semakin rendah tingkat ekonomi konsumen, semakin menyukai warna kue yang cerah.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik Kota Banda Aceh. 2015. Banda Aceh Dalam Angka 2015.
- Hariyani, A. L. 2005. Analisis preferensi konsumen terhadap sayuran bebas residu pestisida (studi kasus di PT. Hero Supermarket, Surakarta). Skripsi. Fakultas Pertanian. Universitas Sebelas Maret, Surakarta.
- Kotler, P. 2000. Manajemen Pemasaran. Edisi Milenium. PT. Indeks, Jakarta.
- Lawless, L. T dan H. Heymann. 2010. Sensory Evaluation of Food Springer, New York.
- Rahmawati, D. 2004. Analisa Preferensi dan Perilaku Konsumen Terhadap Produk Chicken Nugget. Skripsi. Fakultas Teknologi Pertanian. IPB, Bogor.
- Rahmayuni, Usman P., S.J. Vonny dan M.S. Atep. 2012. Substitusi Tepung Terigu Dengan Pati Sagu Dalam Proses Pembuatan Cake. Jurnal Sagu, Volume 11, Nomor 2.
- Suliyanto. 2005. Analisis Data Dalam Aplikasi Pemasaran. Ghalia Indonesia, Bogor.
- Umar, H. 2003. Metode Riset Bisnis. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.