

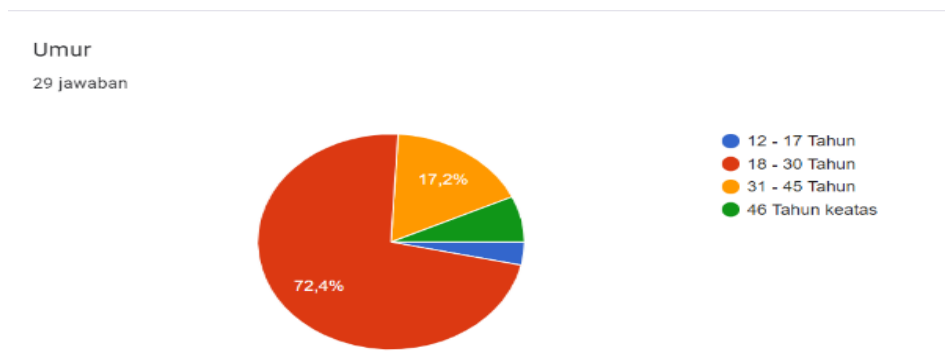
BAB IV HASIL PENELITIAN

4.1 Hasil Penelitian

Hasil penelitian ini melalui proses kuisioner yang disebarakan kepada dua puluh sembilan responden yang merupakan konsumen *gluten free* di Surabaya. Penulis mendapatkan responden melalui testimoni yang terdapat pada akun *Instagram café/bakery gluten free* yang ada di Surabaya lalu dikontak mereka satu per satu. Kuisioner ini berisikan dua belas butir pertanyaan.

4.1.1 Karakteristik responden

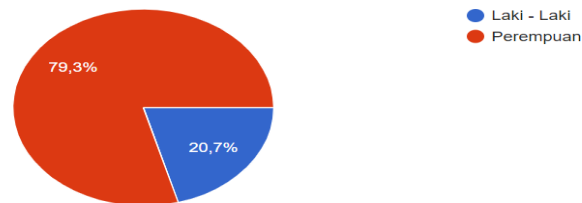
Karakteristik responden yang tertera pada sub-bab 4.1.1 merupakan profil yang terdiri dari usia dan jenis kelamin para narasumber yang menjawab kuisioner.



Gambar 4.1 Presentase Umur Responden

Dalam kuisioner ini dibagi menjadi empat golongan usia, pada gambar 4.1 tertera berapa presentase umur yang menjawab kuisioner. Pertama, yang usia 12 – 17 tahun tercatat paling sedikit dimana hanya 3,4% atau sebanyak satu orang responden. Kedua, usia 18 – 30 tahun responden paling banyak berpartisipasi tercatat 72,4% atau sebanyak dua puluh satu orang. Ketiga, usia 31 – 45 tahun tercatat sebanyak 17,2% atau lima orang responden. Terakhir, golongan usia 46 tahun keatas tercatat sebanyak 6,9% atau sebanyak dua orang. Dapat disimpulkan bahwa kebanyakan orang yang minat untuk konsumsi *gluten free* adalah golongan usia 18 – 30 tahun.

Jenis Kelamin
29 jawaban



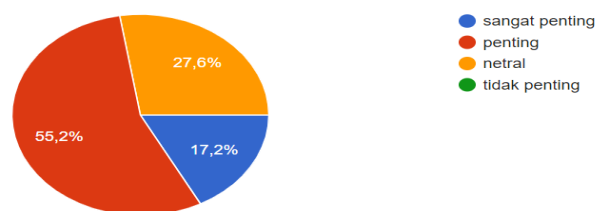
Gambar 4.2 Presentase Jenis Kelamin Responden

Pada **Gambar 4.2** terkait dengan jenis kelamin responden yang menjawab kuisisioner ini. Dalam penelitian ini responden/narasumber terbanyak yaitu yang berjenis kelamin Perempuan sebanyak 79,3% atau dua puluh tiga responden dan sisanya 20,7% atau enam responden berjenis kelamin laki-laki. Dapat disimpulkan bahwa sebagian besar konsumen *gluten free* di Surabaya adalah Perempuan.

4.2 Persepsi Konsumen terhadap Makanan Olahan *Gluten Free*

Sub-bab ini berisikan pertanyaan-pertanyaan tentang penafsiran atau persepsi konsumen terhadap makanan olahan *gluten free*

Menurut anda apakah *gluten free* penting untuk kesehatan?
29 jawaban

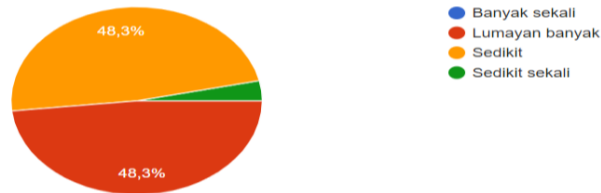


Gambar 4.3 Persepsi Konsumen terhadap *Gluten Free* Untuk Kesehatan

Pada **Gambar 4.3** terdapat empat pilihan terkait tentang persepsi konsumen terhadap penting atau tidaknya makanan olahan *gluten free*. Sebanyak 55,2% atau enam belas responden memilih penting, 27,6% atau delapan responden memilih netral, 17,2% atau lima responden memilih sangat penting, dan tidak ada responden yang memilih tidak penting. Disimpulkan bahwa

sebagian besar persepsi konsumen yaitu produk olahan *gluten free* penting untuk Kesehatan tubuh.

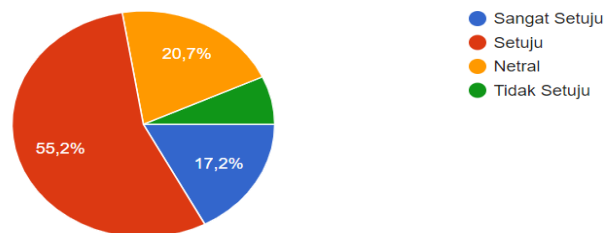
Menurut anda sebagai konsumen apakah banyak cafe atau bakery yang menjual produk gluten free di Surabaya?
29 jawaban



Gambar 4.4 Persepsi Konsumen tentang Akses Untuk Membeli *Gluten Free*

Pada **Gambar 4.4** terkait dengan persepsi konsumen mengenai pembelian produk gluten free di Surabaya apakah sudah mudah ditemui di *café* maupun *bakery*. Dari hasil kuisisioner tersebut tercatat sebanyak 48,3% atau empat belas responden memilih sedikit, 48,3% atau empat belas responden memilih lumayan banyak, dan 3,4% atau satu responden memilih sedikit sekali. Dapat disimpulkan bahwa mencari produk gluten di Surabaya belum terlalu banyak hanya beberapa saja yang menawarkan produk tersebut.

Produk gluten free lebih sehat bagi tubuh dibandingkan dengan produk gluten
29 jawaban



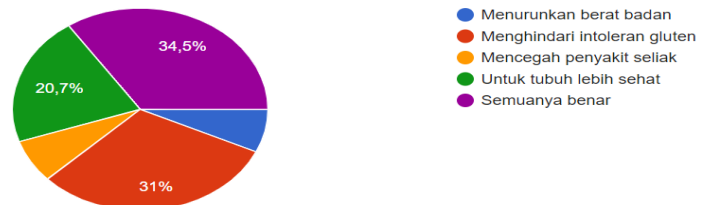
Gambar 4.5 Persepsi Konsumen Perbandingan *Gluten Free* dan Gluten

Gambar 4.5 terkait tentang persepsi konsumen tentang perbandingan *gluten free* dan gluten dari sisi manfaat produk untuk kesehatan tubuh. Tercatat 55,2% atau enam belas responden memilih setuju, 20,7% atau enam responden memilih netral, 17,2% atau lima responden memilih sangat setuju, dan 6,9% atau dua responden memilih tidak setuju. Hal tersebut mengindikasikan konsumen

memiliki penafsiran bahwa produk *gluten free* berdampak lebih sehat untuk tubuh dibandingkan produk gluten.

Sepengetahuan anda apa manfaat mengkonsumsi produk gluten free?

29 jawaban

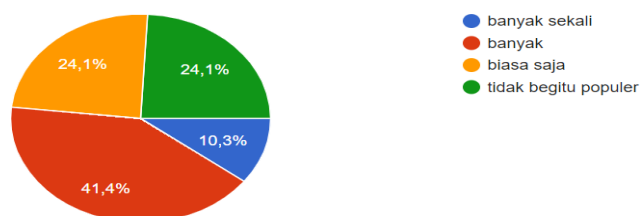


Gambar 4.6 Persepsi Konsumen terhadap Manfaat *Gluten Free*

Pertanyaan pada **Gambar 4.6** mengenai tentang persepsi responden ketika mereka mengkonsumsi *gluten free* atau apa yang pertama kali muncul dibenaknya ketika mendengar produk *gluten free*. Hasilnya tercatat 31% atau sembilan responden memilih menghindari intoleran gluten, 20,7% atau enam responden memilih untuk tubuh lebih sehat, 6,9% atau dua responden memilih mencegah penyakit seliak, 6,9% atau dua responden memilih untuk menurunkan berat badan, dan 34,5% atau sepuluh responden memilih semuanya benar. Kesimpulannya adalah dimata konsumen produk berlabel *gluten free* dianggap memiliki manfaat untuk menghindari intoleran gluten dan bagi konsumen lainnya *gluten free* memiliki banyak manfaat seperti menurunkan berat badan, menghindari intoleran gluten, mencegah penyakit seliak, dan untuk tubuh lebih sehat.

Menurut anda apakah konsumen gluten free sudah banyak peminatnya di Surabaya?

29 jawaban

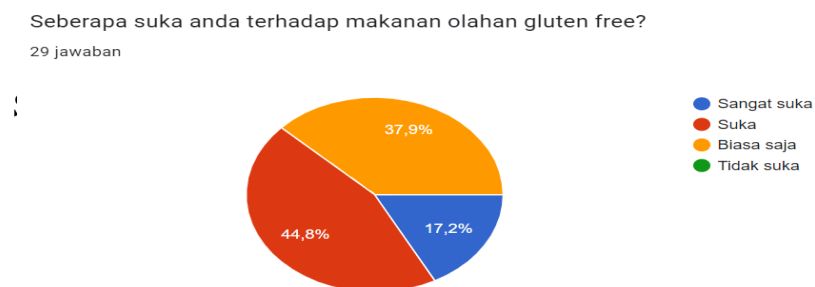


Gambar 4.7 Persepsi Konsumen tentang Minat Orang Surabaya terhadap *Gluten Free*

Gambar 4.7 menjelaskan tentang persepsi responden tentang produk gluten free apakah sudah banyak diminati di Surabaya atau belum banyak peminatnya. Hasilnya tercatat 41,4% atau dua belas responden memilih ‘banyak’, 24,1% atau tujuh responden memilih ‘biasa saja’, 24,1% atau tujuh responden memilih ‘tidak begitu populer’, dan 10,3 atau tiga responden memilih ‘banyak sekali’. Maka kesimpulannya adalah menurut para narasumber konsumen produk *gluten free* di Surabaya sudah cukup banyak dan cukup populer.

Dari pertanyaan-pertanyaan diatas maka dapat disimpulkan bahwa konsumen di Surabaya memiliki persepsi bahwa produk olahan gluten free di Surabaya ini sudah cukup banyak peminatnya, penting bagi kesehatan tubuh, dan produk *gluten free* juga dipercaya lebih sehat dibandingkan dengan produk gluten yang berguna untuk menghindari intoleran gluten serta memberi manfaat lainnya bagi tubuh.

4.3 Preferensi Konsumen terhadap Makanan *Gluten Free*



ertimbangan kons

Gambar 4.8 Presentase Minat terhadap Makanan *Gluten Free*

Presentase yang tertera untuk mengetahui pendapat responden yang telah konsumsi gluten free apakah mereka suka atau tidak dengan produk tersebut. Sebanyak tiga belas orang atau 44,8% responden yang memilih suka, sebelas responden atau 37,9% yang menjawab biasa saja dan lima responden atau 17,2% yang sangat suka, sedangkan tidak ada yang memilih tidak suka. Dapat

disimpulkan bahwa rata-rata nasumber menyukai produk *gluten free* dan tidak ada nasumber yang tidak menyukai produk *gluten free*.

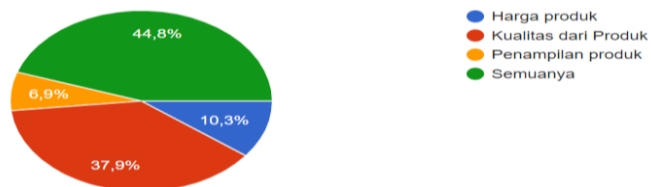
Sebagai konsumen apa alasan anda berminat mengkonsumsi produk *gluten free*?
29 jawaban



Gambar 4.9 Presentase Alasan Konsumen Minat Konsumsi *Gluten Free*

Pada **Gambar 4.9** terkait dengan alasan konsumen mengkonsumsi *gluten free*. Sebanyak 44,8% atau tiga belas responden menjawab untuk kesehatan, 37,9% atau sebelas responden menjawab penasaran saja, dan 17,2% atau lima responden menjawab gaya hidup sehari-hari. Disimpulkan bahwa hampir setengah responden konsumsi *gluten free* karena alasan untuk Kesehatan tubuh mereka.

Sebagai konsumen apa yang lebih anda pertimbangkan ketika membeli makanan olahan *gluten free*?
29 jawaban



Gambar 4.10 Presentase Pertimbangan Konsumen Membeli *Gluten Free*

Pada **Gambar 4.10** terkait tentang kenapa konsumen mau membeli produk *gluten free*. Sebanyak 37,9% atau sebelas responden menjawab kualitas dari produk, 10,3% atau tiga responden menjawab harga produk, 6,9% atau dua responden menjawab penampilan produk, dan 44,8% atau tiga belas responden menjawab semuanya. Maka dapat disimpulkan bahwa kebanyakan orang memiliki preferensi dengan mempertimbangkan semua aspek dalam membeli makanan olahan *gluten free* baik dari harga, kualitas, maupun dari penampilan produk yang ditawarkan.

Dimanakah biasanya anda membeli produk olahan gluten free?

29 jawaban



Gambar 4.11 Preferensi Pemilihan Tempat Membeli *Gluten Free*

Gambar 4.11 terkait dengan preferensi konsumen dimana biasa mereka membeli produk gluten free. Sebanyak 37,9% atau sebelas responden memilih lokal bakery, 41,4% atau dua belas responden memilih e-commerce, 17,2% atau lima responden memilih sosial media, dan 3,4% atau satu responden memilih brand bakery terkenal. Disimpulkan bahwa Sebagian besar konsumen lebih memilih membeli produk *gluten free* melalui *e-commerce* karena lebih mudah dan praktis, dan juga terbanyak kedua memilih lokal *bakery*.

Dari pertanyaan-pertanyaan diatas yang telah dijawab oleh responden, maka dapat disimpulkan preferensi orang Surabaya terhadap makanan olahan *gluten free* pada umumnya mereka membeli karena suka dengan produk olahan *gluten free* dengan alasan untuk kepentingan kesehatan tubuh mereka. Mereka juga memiliki preferensi untuk membeli produk *gluten free* melalui *e-commerce* karena lebih mudah diakses dan juga di *local bakery*, dengan dengan mempertimbangan secara berturut-turut: harga produk, kualitas produk, dan penampilan produk *gluten free* yang ditawarkan.

4.4 Faktor yang Mempengaruhi Penerimaan atau Penolakan Konsumen terhadap Produk *Gluten Free*

Pertanyaan-pertanyaan tertera berisikan alasan kenapa mereka mau mengkonsumsi dan alasan kenapa mereka menolak produk olahan *gluten free*.

Jika anda memilih tidak begitu populer, menurut anda apakah alasan produk gluten free tidak populer di Surabaya?



8 jawaban



Gambar 4.12 Diagram Lanjutan Bagi yang Memilih Tidak Begitu Populer

Gambar 4.12 adalah pertanyaan lanjutan dari pertanyaan pada gambar 4.11 yang bertujuan untuk mengetahui mengapa *gluten free* tidak begitu populer di Surabaya. Tercatat 62,5% atau lima responden memilih ‘banyak yang tidak tahu apa itu produk gluten free dan kegunaannya’, 25% atau dua responden memilih ‘kurangnya promosi tentang produk-produk gluten free’, dan 12,5% atau satu responden memilih ‘banyak orang yang tidak tertarik’. Dapat disimpulkan alasan produk *gluten free* tidak begitu populer menurut narasumber adalah karena banyak masyarakat Surabaya yang tidak tahu apa itu produk *gluten free* dan manfaat apa yang diberikan.

Menurut anda sebagai konsumen apa faktor yang membuat anda tidak membeli produk gluten free?

29 jawaban



Gambar 4.13 Faktor Konsumen Tidak Membeli Produk *Gluten Free*

Pada **Gambar 4.13** terkait dengan alasan konsumen tidak mau membeli produk *gluten free*. Tercatat sebanyak 44,8% atau tiga belas responden memilih karena variasi produk yang sedikit, 41,4% atau dua belas responden memilih karena harga yang mahal, 10,3% atau tiga responden memilih karena rasa yang

tidak enak, dan 3,4% atau satu responden memilih karena tekstur makanan yang aneh. Kesimpulannya, konsumen tidak tertarik membeli produk *gluten free* karena variasi yang ditawarkan oleh toko F&B relatif sedikit dan harga produk *gluten free* cenderung mahal menurut para narasumber.

Apa faktor yang membuat anda mau membeli produk olahan gluten free?



29 jawaban



Gambar 4.14 Faktor Penerimaan Produk Olahan *Gluten Free*

Pada **Gambar 4.14** terkait dengan faktor konsumen menerima atau mau mengonsumsi produk *gluten free*. Tercatat sebanyak 72,4% atau dua puluh satu responden memilih karena ingin mencoba sesuatu hal yang baru, 17,2% atau limat responden memilih karena produk yang menarik, dan 10,3% atau tiga responden memilih karena rasa yang enak. Hasil ini mengindikasikan bahwa Sebagian besar narasumber menerima produk *gluten free* karena hanya ingin mencoba sesuatu hal yang baru yang mereka belum ketahui.

Dari pertanyaan yang tertera pada Sub-bab 4.4 dapat disimpulkan bahwa konsumen menolak atau tidak tertarik terhadap makanan *gluten free* karena faktor harga yang mahal dan variasi yang cenderung sedikit dan juga sebagian besar penduduk Surabaya belum tahu *gluten free* dan manfaatnya bagi tubuh, maka dari itu untuk mengatasi hal tersebut alangkah lebih baik untuk para penjual *gluten free* untuk lebih mempromosikan produk dan mengedukasi konsumen tentang manfaat *gluten free* bagian kepentingan Kesehatan mereka. Sedangkan alasan responden menerima produk *gluten free* karena hanya ingin mencoba sesuatu yang baru saja, hal ini membuktikan jenis perilaku konsumen yaitu *variety seeking behavior* dimana konsumen yang memiliki kebiasaan untuk mencoba atau membeli produk yang baru.