

V. HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1 Karakteristik Konsumen

Karakteristik konsumen dalam penelitian ini terdiri dari, umur, jenis kelamin, pendidikan, pendapatan, pekerjaan dan suku/asal daerah. Karakteristik responden pada penelitian ini dapat disajikan sebagai berikut :

5.1.1 Umur

Umur merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan seorang dalam melakukan pembelian suatu produk maupun jasa. Seorang akan mengalami perubahan jenis maupun jumlah barang atau jasa yang dikonsumsi seiring dengan bertambahnya umur. Hal ini dikarenakan perbedaan umur pada setiap konsumen atau secara khususnya masing-masing responden akan mempengaruhi pengetahuan dan sikap dalam melakukan pembelian atau lebih ke perbedaan selera atau kesukaan konsumen terhadap suatu produk. Tabel 8. Memperlihatkan jumlah responden coto kuda di Warung Coto Kuda Turatea menurut kelompok umurnya.

Tabel 9. Karakteristik Responden Coto Kuda Berdasarkan Tingkat Umur Pada Warung Coto Kuda Turatea Kecamatan Binamu, Kabupaten Jeneponto.

No.	Kelompok Umur (Tahun)	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1.	17-29	55	55
2.	30-42	25	25
3.	43-56	20	20
Total		100	100
Umur minimum		17	
Umur Maksimum		56	
Umur rata-rata		25	

Sumber : Lampiran 2

Berdasarkan Tabel 9. karakteristik responden berdasarkan umur dibagi menjadi 3 kelompok, yaitu 17-29 tahun, 30-42 tahun, 43-56 tahun. Umur responden yang mendominasi pada penelitian ini berada pada kelompok umur 17-29 tahun yaitu sebanyak 55 orang atau 55%. Rata-rata umur responden adalah 25 tahun. Berdasarkan data pada Tabel 9 memperlihatkan bahwa umur konsumen yang dominan adalah berumur muda 17-29 tahun (remaja sampai dengan dewasa).

5.1.2 Jenis Kelamin

Jenis kelamin merupakan salah satu karakteristik yang sangat berpengaruh terhadap preferensi coto kuda. Data mengenai jenis kelamin responden dapat dilihat pada tabel 19 di bawah ini.

Tabel 10. Karakteristik Responden Coto Kuda Berdasarkan Jenis Kelamin Pada Warung Coto Kuda Turatea Kecamatan Binamu, Kabupaten Jeneponto.

No.	Jenis Kelamin	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1.	Laki-laki	54	54
2.	Perempuan	46	46
Total		100	100

Sumber : Lampiran 2

Berdasarkan Tabel 10. menunjukkan bahwa responden laki-laki sebanyak 54 orang (54%) dan responden perempuan sebanyak 46 orang (46%). Hal ini menunjukkan bahwa yang mendominasi pembelian coto kuda di warung coto kuda turatea adalah yang berjenis kelamin laki-laki. Hal ini menunjukkan bahwa laki-laki lebih memiliki keinginan kuliner yang lebih besar. Selain itu, daging kuda memiliki khasiat tersendiri dan dipercaya dapat meningkatkan stamina kaum laki-laki.

5.1.3 Pendidikan

Tingkat pendidikan sangat berpengaruh terhadap perilaku serta selera konsumen dalam melakukan pembelian suatu produk. Tingkat pendidikan menentukan tingkat penerimaan pengetahuan dan informasi seseorang. Semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang, maka pengetahuan serta informasi yang dimiliki orang tersebut juga semakin besar. Hal ini akan mempengaruhi respon /tanggapan orang tersebut dalam mempertimbangkan sesuatu hal dan mengambil keputusan. Pada penelitian ini, diperoleh data responden dengan latar belakang pendidikan yang beraneka ragam sebagai berikut:

Tabel 11. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Terhadap Pembelian Coto Kuda Pada Warung Coto Kuda Turatea Kecamatan Binamu, Kabupaten Jeneponto

No.	Pendidikan	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1.	SD	0	0
2.	SMP	0	0
3.	SMA	43	43
4.	Perguruan tinggi	57	57
Total		100	100

Sumber : Lampiran 2

Berdasarkan Tabel 11. menunjukkan bahwa dari tingkat pendidikan SMA berjumlah 43 orang dengan persentase (43%) dan tingkat perguruan tinggi sebanyak 57 orang dengan persentase (57%). Tingkat pendidikan responden dengan persentase tertinggi adalah tingkat pendidikan perguruan tinggi status adalah mahasiswa berumur 17-29 tahun.

5.1.4 Pekerjaan

Pendidikan dan pekerjaan adalah dua karakteristik konsumen yang saling berhubungan. Pendidikan akan menentukan pekerjaan yang dilakukan oleh seorang konsumen. Selanjutnya profesi dan pekerjaan seseorang akan

mempengaruhi pendapatan yang diterimanya. Pekerjaan dapat memberikan pengaruh dalam proses keputusan dan pola konsumsi seseorang. Hal ini sesuai dengan pendapat Setiadi (2003) dalam Saiful (2013). pada penelitian ini, didapatkan responden dengan latar belakang pekerjaan sebagai berikut:

Tabel 12. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan Terhadap Pembelian Coto Kuda Pada Warung Coto Kuda Turatea Kecamatan Binamu, Kabupaten Jeneponto.

No.	Pekerjaan	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1.	Mahasiswa/pelajar	35	35
2.	PNS	22	22
3.	Karyawan	6	6
4.	Wiraswasta	25	25
5.	Ibu rumah tangga	12	12
Total		100	100

Sumber : Lampiran 2

Berdasarkan Tabel 12. menunjukkan bahwa jenis pekerjaan tertinggi yaitu Mahasiswa/pelajar sebanyak 35 orang (35%), dan PNS sebanyak 22 orang (22%), Karyawan sebanyak 6 orang (6%), wiraswasta sebanyak 25 orang (25%) dan ibu rumah tangga sebanyak 12 orang (12%).

5.1.5 Tingkat Pendapatan

Pendapatan memiliki peranan penting dalam mempengaruhi suatu pembelian. Keadaan ekonomi seseorang dapat dilihat dari jumlah pendapatannya setiap bulannya. Pendapatan adalah sumber daya yang paling penting untuk memenuhi kebutuhan hidup. Pendapatan konsumen dapat mempengaruhi pola pembelian suatu produk. Semakin tinggi pendapatan maka akan semakin tinggi juga kemampuan seseorang untuk melakukan pembelian atau dapat dikatakan sesuai dengan kemampuan. Keadaan responden berdasarkan pendapatan yang

melakukan pembelian pada Warung Coto Kuda Turatea dapat dilihat pada Tabel 13.

Tabel 13. Karakteristik Konsumen Coto Kuda Berdasarkan Tingkat Pendapatan Pada Warung Coto Kuda Turatea Kecamatan Binamu, Kabupaten Jeneponto.

No.	Tingkat Pendapatan (Rp)	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1.	<3.000.000	76	76
2.	3.000.000 - 5.000.000	18	18
3.	>5.000.000	6	6
Total		100	100

Sumber : Lampiran 2

Berdasarkan Tabel 13. menunjukkan bahwa konsumen yang membeli coto kuda terbanyak dengan tingkat pendapatan berkisar antara Rp 1.000.000 – Rp. 3.000.000 yaitu sebanyak 39 orang dengan persentase (39%) dan yang paling sedikit membeli coto kuda dengan pendapatan yang berkisar >Rp. 5.000.000 yaitu sebanyak 6 orang dengan persentase (6%).

5.1.6 Suku/Asal Daerah

Suku adalah sekelompok masyarakat yang tinggal di daerah tertentu dengan memiliki keunikan tersendiri sesuai dengan adat istiadat serta kebudayaan yang berlaku di daerah tersebut. Konsumen yang membeli coto kuda di Warung Coto Kuda Turatea bukan hanya dari daerah Jeneponto saja, namun ada beberapa dari luar daerah. Karakteristik konsumen berdasarkan suku/asal daerah dapat dilihat pada Tabel 14.

Tabel 14. Karakteristik Konsumen Coto Kuda Berdasarkan Suku/Asal Daerah Pada Warung Coto Kuda Turatea Kecamatan Binamu, Kabupaten Jeneponto

No.	Suku/Asal Daerah	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1.	Jeneponto	70	70
2.	Bantaeng	14	14
3.	Bulukumba	6	6
4.	Makassar	5	5
5.	Pinrang	4	4
6.	Luwu	1	1
Total		100	100

Sumber : Lampiran 2

Berdasarkan Tabel 14. menunjukkan bahwa suku/asal daerah yang datang membeli coto kuda di Warung Coto Kuda Turatea yaitu berasal dari daerah Jeneponto sebanyak 70 orang dengan persentase (70%) lalu disusul dari daerah bantaeng sebanyak 14 orang dengan persentase (14%), daerah Bulukumba sebanyak 6 orang dengan persentase (6%), kota Makassar sebanyak 5 orang dengan persentase (5%), daerah Pinrang sebanyak 4 orang (4%) serta dari Luwu sebanyak 1 orang dengan persentase (1%).

Rekapitulasi karakteristik konsumen pangan lokal “Coto Kuda” pada warung Coto Kuda Turatea dapat ditunjukkan pada Tabel 15 berikut ini.

Tabel 15. Rekapitulasi Karakteristik Responden Konsumen Coto Kuda “Turatea” di Kecamatan Binamu, Kabupaten Jeneponto

No.	Uraian	Nilai Rata-rata
1.	Umur	25 tahun
2.	Jenis kelamin	Laki-laki (54%)
3.	Pendidikan	Perguruan tinggi (57%)
4.	Pekerjaan/aktivitas	Mahasiswa/pelajar (35%)
5.	Pendapatan	< Rp 3.000.000/bulan (76%)
6.	Suku/Asal daerah	Jeneponto (70%)

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2023

Tabel 15. Menyimpulkan bahwa karakteristik responden konsumen coto kuda “Turatea” di Kecamatan Binamu, Kabupaten Jeneponto, rata-rata umur

responden 25 tahun termasuk usia produktif, jenis kelamin laki-laki sebanyak 54 orang (54%), berpendidikan rata-rata sarjana dan sedang kuliah sebanyak 57 orang (57%). Memiliki aktivitas sebagai mahasiswa dan pelajar sebanyak 35 orang (35%). Memiliki pendapatan atau uang saku rata-rata kurang dari Rp. 3.000.000, yaitu sebanyak 76 orang (76%). Selanjutnya responden pada umumnya berasal dari suku Jeneponto sebanyak 70 orang (70%).

5.2 Preferensi Konsumen

Preferensi Konsumen terhadap coto kuda merupakan pilihan suka atau tidak suka oleh seseorang terhadap coto kuda yang dikonsumsi. Pilihan tersebut berbeda-beda antara responden satu dengan responden yang lain. Preferensi konsumen coto kuda pada warung Coto Kuda Turatea dapat diketahui dari preferensi konsumen yang memilih atribut-atribut dari coto kuda yang diteliti. Atribut-atribut coto kuda yang diteliti adalah merek/*brand*, kualitas produk, harga (*price*), cita rasa dan kualitas pelayanan.

5.2.1 Merek/*Brand*

Merek atau *brand*, dalam suatu perusahaan merupakan sebuah pengenal. Merek/*brand* merupakan persepsi, fikiran dan rasa dari konsumen saat mendengar dan mengingat sebuah merek. Preferensi konsumen berdasarkan atribut merek/*brand* dapat dilihat pada Tabel 16.

Tabel 16. Preferensi Konsumen Warung Coto Kuda Turatea Berdasarkan Atribut Merek/*Brand* yang Terkenal

No.	Jawaban Responden	Skor	Jumlah Responden (Orang)	Total Skor
1.	Tidak penting (TP)	1	0	0
2.	Kurang penting (KP)	2	0	0
3.	Cukup penting (CP)	3	0	0
4.	Penting (P)	4	37	148
5.	Sangat penting (SP)	5	63	315
Jumlah			100	463
Kategori			Sangat Penting	

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2023

Berdasarkan Tabel 16. menunjukkan bahwa preferensi konsumen berdasarkan atribut merek/*brand* coto yang terkenal, terdapat 63 orang (63%) menjawab sangat penting. Tingkat kepentingan atribut merek/*brand* yang terkenal memperoleh total skor 463, termasuk kedalam kategori sangat penting. Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa konsumen sangat penting mempertimbangkan atribut merek/*brand* coto yang terkenal pada coto kuda “Turatea”. Menurut Riadi (2018), Konsumen akan memandang merek sebagai bagian penting dari produk, dan penetapan merek bisa menambah nilai bagi suatu produk.

Tabel 17. Preferensi Konsumen Warung Coto Kuda Turatea Berdasarkan Atribut Merek/*Brand* Lokal

No.	Jawaban Responden	Skor	Jumlah Responden (Orang)	Total Skor
1.	Tidak penting (TP)	1	0	0
2.	Kurang penting (KP)	2	0	0
3.	Cukup penting (CP)	3	37	111
4.	Penting (P)	4	23	92
5.	Sangat penting (SP)	5	40	200
Jumlah			100	403
Kategori			Penting	

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2023

Berdasarkan Tabel 17. menunjukkan bahwa sebanyak 40 orang (40%) menjawab sangat penting untuk atribut merek/*brand* lokal. Menunjukkan bahwa konsumen penting untuk mempertimbangkan atribut merek/*brand* lokal coto kuda “Turatea”, karena hasil dari total skor jawaban responden termasuk kedalam kategori penting dengan total skor 403.

5.2.2 Kualitas Produk

Menurut Kotler dan Keller (2016) dalam Sahara, dkk (2020), kualitas produk adalah kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil atau kinerja yang sesuai bahkan melebihi dari apa yang diinginkan pelanggan. Produk menjadi salah satu komponen utama atau yang paling dibutuhkan dalam sebuah transaksi perusahaan baik secara offline maupun online (Sahara, dkk, 2020). Preferensi konsumen kualitas produk dapat dilihat pada Tabel 18.

Tabel 18. Preferensi Konsumen Warung Coto Kuda Turatea Berdasarkan Atribut Kualitas Kesegaran Daging Kuda

No.	Jawaban Responden	Skor	Jumlah Responden (Orang)	Total Skor
1.	Tidak penting (TP)	1	0	0
2.	Kurang penting (KP)	2	0	0
3.	Cukup penting (CP)	3	14	42
4.	Penting (P)	4	38	152
5.	Sangat penting (SP)	5	48	240
Jumlah			100	434
Kategori				Sangat Penting

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2023

Berdasarkan Tabel 18. menunjukkan bahwa sebanyak 48 orang (48%) menjawab sangat penting untuk kualitas kesegaran daging kuda. Tingkat kepentingan atribut kualitas kesegaran daging kuda memperoleh total skor 434 dan masuk kategori sangat penting. Menunjukkan bahwa konsumen sangat

penting mempertimbangkan atribut kualitas kesegaran daging kuda pada coto kuda “Turatea”.

Tabel 19. Preferensi Konsumen Warung Coto Kuda Turatea Berdasarkan atribut Kualitas Tektstur Daging Kuda

No.	Jawaban Responden	Skor	Jumlah Responden (Orang)	Total Skor
1.	Tidak penting (TP)	1	0	0
2.	Kurang penting (KP)	2	0	0
3.	Cukup penting (CP)	3	0	0
4.	Penting (P)	4	54	216
5.	Sangat penting (SP)	5	46	230
Jumlah			100	446
Kategori				Sangat Penting

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2023

Berdasarkan Tabel 19. menunjukkan bahwa sebanyak 54 orang (54%) menjawab penting untuk atribut kualitas tekstur daging kuda. Tingkat kepentingan atribut kualitas tekstur daging kuda memperoleh total skor 446 dan masuk kategori sangat penting. Menunjukkan bahwa konsumen sangat penting mempertimbangkan kualitas tekstur daging kuda pada coto kuda “Turatea”.

5.2.3 Harga (*Price*)

Menurut Kurniawan (2012) dalam Sahara, dkk (2020), harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan akan memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa, harga dapat diartikan sebagai jumlah satuan uang (satuan moneter) dan atau asoek lain yang digunakan untuk mendapatkan suatu produk. Preferensi konsumen terkait harga (*price*) dapat dilihat pada Tabel 20.

Tabel 20. Preferensi Konsumen Warung Coto Kuda Turatea Berdasarkan Atribut Harga yang Sesuai Kualitasnya

No.	Jawaban Responden	Skor	Jumlah Responden (Orang)	Total Skor
1.	Tidak penting (TP)	1	0	0
2.	Kurang penting (KP)	2	0	0
3.	Cukup penting (CP)	3	28	84
4.	Penting (P)	4	25	100
5.	Sangat penting (SP)	5	47	235
Jumlah			100	419
Kategori			Penting	

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2023

Berdasarkan Tabel 20. menunjukkan bahwa sebanyak 47 orang (47%) menjawab sangat penting untuk atribut harga yang sesuai kualitas. Tingkat kepentingan atribut harga yang sesuai kualitas memperoleh total skor 419 dan masuk kategori penting. Menunjukkan bahwa konsumen penting untuk mempertimbangkan atribut harga yang sesuai kualitas pada coto kuda “Turatea”.

Tabel 21. Preferensi Konsumen Warung Coto Kuda Turatea Berdasarkan Atribut Harga Pesaing

No.	Jawaban Responden	Skor	Jumlah Responden (Orang)	Total Skor
1.	Tidak penting (TP)	1	0	0
2.	Kurang penting (KP)	2	14	28
3.	Cukup penting (CP)	3	38	114
4.	Penting (P)	4	19	76
5.	Sangat penting (SP)	5	29	145
Jumlah			100	363
Kategori			Penting	

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2023

Berdasarkan Tabel 21. menunjukkan bahwa sebanyak 38 orang (38%) menjawab cukup penting untuk atribut harga pesaing. Tingkat kepentingan atribut harga pesaing memperoleh total skor 363 dan masuk kategori penting. Menunjukkan bahwa konsumen penting mempertimbangkan atribut harga pesaing coto kuda “Turatea”.

5.2.4 Cita Rasa

Cita rasa adalah atribut makanan yang harus dibedakan dari rasa makanan tersebut. cita rasa merupakan atribut makanan yang meliputi penampakan, bau, rasa, tekstur dan suhu. Preferensi konsumen berdasarkan cita rasa dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 22. Preferensi Konsumen Warung Coto Kuda Turatea Berdasarkan Atribut Cita Rasa/Aroma

No.	Jawaban Responden	Skor	Jumlah Responden (Orang)	Total Skor
1.	Tidak penting (TP)	1	0	0
2.	Kurang penting (KP)	2	0	0
3.	Cukup penting (CP)	3	11	33
4.	Penting (P)	4	37	148
5.	Sangat penting (SP)	5	52	260
Jumlah			100	441
Kategori				Sangat Penting

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2023

Berdasarkan Tabel 22. menunjukkan bahwa sebanyak 52 orang (52%) menjawab sangat penting untuk atribut cita rasa/aroma. Tingkat kepentingan atribut cita rasa/aroma memperoleh total skor 441 dan masuk kategori sangat penting. Menunjukkan bahwa konsumen sangat penting mempertimbangkan atribut cita rasa/aroma pada coto kuda “Turatea”.

Tabel 23. Preferensi Konsumen Warung Coto Kuda Turatea Berdasarkan Atribut Cita Rasa Kuah dan Daging Coto Kuda yang Khas

No.	Jawaban Responden	Skor	Jumlah Responden (Orang)	Total Skor
1.	Tidak penting (TP)	1	0	0
2.	Kurang penting (KP)	2	0	0
3.	Cukup penting (CP)	3	40	120
4.	Penting (P)	4	27	108
5.	Sangat penting (SP)	5	33	165
Jumlah			100	393
Kategori				Penting

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2023

Berdasarkan Tabel 23. menunjukkan bahwa sebanyak 40 orang (40%) menjawab cukup penting untuk atribut cita rasa kuah dan daging coto kuda yang khas. Tingkat kepentingan atribut cita rasa kuah dan daging coto kuda yang khas memperoleh total skor 393 dan masuk kategori penting. Menunjukkan bahwa konsumen penting mempertimbangkan atribut cita rasa kuah dan daging coto kuda yang khas pada coto kuda “Turatea”.

5.2.5 Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah sesuatu tingkat layanan yang berhubungan dengan terpenuhinya harapan dan kebutuhan pelanggan atau penggunaannya (Armaniah, dkk, 2019). Preferensi konsumen terkait kualitas pelayanan dapat dilihat pada Tabel 24.

Tabel 24. Preferensi Konsumen Warung Coto Kuda Turatea Terhadap Atribut Kualitas Pelayanan Berdasarkan Kebersihan dan Penataan Tempat

No.	Jawaban Responden	Skor	Jumlah Responden (Orang)	Total Skor
1.	Tidak penting (TP)	1	0	0
2.	Kurang penting (KP)	2	0	0
3.	Cukup penting (CP)	3	52	156
4.	Penting (P)	4	13	52
5.	Sangat penting (SP)	5	35	175
Jumlah			100	384
Kategori				Penting

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2023

Berdasarkan Tabel 24. menunjukkan bahwa sebanyak 52 orang (52%) menjawab cukup penting untuk atribut kualitas pelayanan berdasarkan kebersihan dan penataan tempat. Tingkat kepentingan atribut kualitas pelayanan berdasarkan kebersihan dan penataan tempat memperoleh total skor 384 dan masuk kategori penting. Menunjukkan bahwa konsumen penting mempertimbangkan atribut

kualitas pelayanan berdasarkan kebersihan dan penataan tempat pada Warung coto kuda “Turatea”.

Tabel 25. Preferensi Konsumen Warung Coto Kuda Turatea Terhadap Atribut Kualitas Pelayanan yang Cepat

No.	Jawaban Responden	Skor	Jumlah Responden (Orang)	Total Skor
1.	Tidak penting (TP)	1	0	0
2.	Kurang penting (KP)	2	0	0
3.	Cukup penting (CP)	3	50	150
4.	Penting (P)	4	10	40
5.	Sangat penting (SP)	5	40	200
Jumlah			100	390
Kategori				Penting

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2023

Berdasarkan Tabel 25. menunjukkan bahwa sebanyak 50 orang (50%) menjawab sangat penting untuk atribut kualitas pelayanan yang cepat. Tingkat kepentingan atribut kualitas pelayanan yang cepat memperoleh total skor 390 dan masuk kategori penting. Menunjukkan bahwa konsumen penting mempertimbangkan atribut kualitas pelayanan yang cepat pada Warung coto kuda “Turatea”.

Preferensi konsumen terhadap coto kuda di Warung Coto Kuda Turatea Kecamatan Binamu, Kabupaten Jeneponto dapat diketahui dengan melihat kategori atau kriteria atribut yang paling banyak dipilih oleh konsumen. Preferensi konsumen terhadap coto kuda di Warung Coto Kuda Turatea Kecamatan Binamu, Kabupaten Jeneponto tersebut dapat dilihat pada Tabel 24.

Tabel 26. Rekapitulasi Preferensi Konsumen Terhadap Atribut Coto Kuda di Warung Coto Kuda Turatea Kecamatan Binamu, Kabupaten Jeneponto

No.	Atribut Coto Kuda	Indikator	Total Skor	Kategori
1.	Merek/ <i>Brand</i>	a. Brand terkenal	463	Sangat penting
		b. Brand lokal	403	
		Rata-rata	433	
2.	Kualitas Produk	a. Kesegaran daging	434	Sangat Penting
		b. Tekstur daging	446	
		Rata-rata	440	
3.	Harga/ <i>Price</i>	a. Harga sesuai kualitas	419	Penting
		b. Harga pesaing	363	
		Rata-rata	391	
4.	Cita rasa	a. Aroma	441	Penting
		b. Rasa khas	393	
		Rata-rata	417	
5.	Kualitas Pelayanan	a. Bersih dan rapih	384	Penting
		b. Cepat dan ramah	390	
		Rata-rata	387	

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2023

Berdasarkan Tabel 26. dapat diketahui atribut coto kuda pada Warung Coto Kuda Turatea yang sangat penting adalah kualitas produk dan merek/*brand*. Rata-rata skor dari atribut kualitas produk yaitu 440 termasuk kedalam kategori sangat penting. Rata-rata skor dari atribut merek/*brand* yaitu 433 termasuk kedalam kategori sangat penting.

Hasil dari Tabel 26. menunjukkan bahwa hipotesis pertama yaitu preferensi konsumen berdasarkan atribut produk pangan lokal “Coto Kuda” pada Warung Coto Kuda Turatea di Kecamatan Binamu, Kabupaten Jeneponto yang paling penting adalah Cita Rasa, Harga dan Pelayanan “ditolak”, karena atribut produk coto kuda yang paling penting adalah merek/*brand* dan kualitas produk.

5.3 Tingkat Pembelian Konsumen

5.3.1 Frekuensi Pembelian

Frekuensi pembelian (berapa kali dalam sebulan) konsumen membeli dan mengkonsumsi coto kuda, dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 27. Tingkat Pembelian Konsumen Berdasarkan Frekuensi Pembelian Coto Kuda pada Warung Coto Kuda Turatea Kecamatan Binamu, Kabupaten Jeneponto

No.	Frekuensi Pembelian (berapa kali/bulan)	Jumlah Responden (orang)	Persentase (%)
1.	1-3	56	56
2.	4-6	22	22
3.	7-9	22	22
	Total	100	100
	Maksimum	9	
	Minimum	1	
	Rata-rata	3	

Sumber : Lampiran 6

Berdasarkan Tabel 27. Menunjukkan bahwa jumlah pembelian coto kuda oleh konsumen yang paling banyak adalah 1-3 kali dalam sebulan yaitu sebanyak 56 orang (56%), dengan rata-rata frekuensi pembelian (berapa kali/bulan) yaitu 3 kali.

5.3.2 Jumlah Pembelian

Jumlah pembelian di warung coto kuda turatea adalah rata-rata jumlah mangkok setiap frekuensi pembelian.

Tabel 28. Tingkat Pembelian Konsumen Berdasarkan Jumlah Pembelian Coto Kuda pada Warung Coto Kuda Turatea Kecamatan Binamu, Kabupaten Jeneponto

No.	Jumlah Pembelian (Mangkok/Frekuensi)	Jumlah Responden (orang)	Persentase (%)
1.	1	98	98
2.	2	2	2
Total		100	100
Pembelian Maksimum		9	
Pembelian Minimum		1	
Rata-rata		1	

Sumber : Lampiran 6

Berdasarkan Tabel 28. menunjukkan bahwa jumlah pembelian mangkok/frekuensi yang paling dominan adalah 1 mangkok/frekuensi yaitu sebanyak 98 orang (98%) responden dengan rata-rata jumlah pembelian 1 mangkok/frekuensi.

5.3.3 Total Pembelian

Total pembelian di Warung Coto Kuda Turatea adalah jumlah pembelian selama satu bulan. Total pembelian coto kuda pada Warung Coto Kuda Turatea Kecamatan Binamu, Kabupaten Jeneponto dapat di lihat pada Tabel 29.

Tabel 29. Tingkat Pembelian Konsumen Berdasarkan Total Pembelian Coto Kuda pada Warung Coto Kuda Turatea, Kecamatan Binamu, Kabupaten Jeneponto

No.	Total Pembelian (Mangkok/bulan)	Jumlah Responden (orang)	Persentase (%)
1.	1-3	56	84
2.	4-6	22	11
3.	7-9	22	5
Total		100	100
Pembelian Maksimum		9	
Pembelian Minimum		1	
Rata-rata		3	

Sumber : Lampiran 6

Berdasarkan Tabel 29. menunjukkan bahwa total pembelian mangkok/bulan yang paling dominan adalah 1-3 mangkok/bulan yaitu sebanyak 56 orang (56%) responden dengan rata-rata total pembelian mangkok/bulan adalah 3 mangkok.

5.3.4 Nilai Pembelian

Nilai pembelian coto kuda pada Warung Coto Kuda Turatea dihitung berdasarkan jumlah pembelian dengan harga Rp 35.000 permangkok dapat dilihat pada Tabel 30 berikut ini.

Tabel 30. Nilai Pembelian Konsumen Coto Kuda pada Warung Coto Kuda Turatea Kecamatan Binamu, Kabupaten Jeneponto

No.	Nilai Pembelian (Rp/bulan)	Kategori	Jumlah Responden (orang)	Persentase (%)
1.	35.000 – 125.000	Rendah	56	56
2.	126.000 – 216.000	Sedang	22	22
3.	217.000 – 315.000	Tinggi	22	22
Total			100	100
Pembelian Maksimum			Rp 35.000	
Pembelian Minimum			Rp 315.000	
Rata-rata			Rp 105.000	

Sumber : Lampiran 6

Berdasarkan Tabel 30. menunjukkan bahwa nilai pembelian yang paling dominan adalah Rp 35.000 – 125.000 sebanyak 56 orang (56%). Rata-rata nilai pembelian yaitu sebanyak Rp. 105.000/bulan.

5.4 Analisis Korelasi

Analisis korelasi atau uji Chi-Square digunakan untuk mengetahui korelasi antara preferensi konsumen dengan nilai pembelian produk pangan lokal “Coto Kuda” pada Warung Coto Kuda Turatea Kecamatan Binamu, Kabupaten Jeneponto.

5.4.1 Korelasi Antara Merek/Brand yang Terkenal dengan Nilai Pembelian Coto Kuda

Korelasi antara atribut merek/brand yang terkenal dengan nilai pembelian dianalisis menggunakan uji chi-square. Atribut merek/brand dikelompokkan pada penting dan sangat penting sedangkan nilai pembelian dikelompokkan menjadi rendah, sedang dan tinggi. Korelasi antara merek/brand yang terkenal dengan nilai pembelian dapat dilihat pada Tabel 31.

Tabel 31. Korelasi Antara Merek/Brand yang Terkenal Dengan Nilai Pembelian Coto Kuda Pada Warung Coto Kuda Turatea

Atribut Merek/Brand Terkenal	Nilai Pembelian			Total	P
	Rendah	Sedang	Tinggi		
Penting	17	4	16	37	0.000
Sangat penting	39	18	6	63	
Total	56	22	22	100	

Sumber : Lampiran 7

Tabel 31. menunjukkan hasil setelah dilakukan uji chi-square mendapatkan nilai P sebesar 0.000 dimana nilai ini lebih kecil dari alpha 5% sehingga nilai $P < 0.05$ atau signifikan. Hasil dari uji statistik tersebut dapat

disimpulkan bahwa terdapat hubungan signifikan antara merek/*brand* terkenal dengan nilai pembelian produk pangan lokal coto kuda.

5.4.2 Korelasi Antara Merek/*Brand* Lokal dengan Nilai Pembelian Coto Kuda

Korelasi antara atribut merek/*brand* lokal dengan nilai pembelian dianalisis menggunakan uji chi-square. Atribut merek/*brand* lokal dikelompokkan pada cukup penting, penting dan sangat penting sedangkan nilai pembelian dikelompokkan menjadi rendah, sedang dan tinggi. Korelasi antara merek/*brand* lokal dengan nilai pembelian dapat dilihat pada Tabel 32.

Tabel 32. Korelasi Antara Merek/*Brand* Lokal dengan Nilai Pembelian Coto Kuda Pada Warung Coto Kuda Turatea

Atribut Merek/ <i>Brand</i> Lokal	Nilai Pembelian			Total	P
	Rendah	Sedang	Tinggi		
Cukup penting	8	14	15	37	0.000
Penting	14	3	6	23	
Sangat penting	34	5	1	40	
Total	56	22	22	100	

Sumber : Lampiran 8

Pada Tabel 32. menunjukkan hasil setelah dilakukan uji chi-square mendapatkan nilai P sebesar 0.000 sehingga nilai $P < 0.05$ atau signifikan. Berdasarkan uji statistik dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan signifikan antara merek/*brand* lokal dengan nilai pembelian produk pangan lokal coto kuda.

5.4.3 Korelasi Antara Kualitas Kesegaran Daging Kuda dengan Nilai Pembelian

Korelasi antara atribut kualitas kesegaran daging coto kuda yang dengan nilai pembelian dianalisis menggunakan uji chi-square. Atribut kualitas kesegaran daging kuda dikelompokkan pada cukup penting, penting dan sangat penting sedangkan nilai pembelian dikelompokkan menjadi rendah, sedang dan tinggi.

Korelasi antara kualitas kesegaran daging kuda dengan nilai pembelian dapat dilihat pada Tabel 33.

Tabel 33. Korelasi Antara Kualitas Kesegaran Daging Kuda dengan Nilai Pembelian Coto Kuda Pada Warung Coto Kuda Turatea

Atribut Kualitas Kesegaran Daging Kuda	Nilai Pembelian			Total	P
	Rendah	Sedang	Tinggi		
Cukup penting	5	3	6	14	
Penting	18	5	15	38	
Sangat penting	33	14	1	48	0.000
Total	56	22	22	100	

Sumber : Lampiran 9

Pada Tabel 33. menunjukkan hasil setelah dilakukan uji chi-square mendapatkan nilai P sebesar 0.000 sehingga nilai $P < 0.05$ atau signifikan. Berdasarkan uji statistik dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan signifikan antara kualitas kesegaran daging kuda dengan nilai pembelian produk pangan lokal coto kuda.

5.4.4 Korelasi Antara Kualitas Tekstur Daging Kuda dengan Nilai Pembelian

Korelasi antara atribut kualitas tekstur daging kuda dengan nilai pembelian dianalisis menggunakan uji chi-square. Atribut kualitas tekstur daging kuda dikelompokkan pada penting dan sangat penting sedangkan nilai pembelian dikelompokkan menjadi rendah, sedang dan tinggi. Korelasi antara kualitas tekstur daging kuda dengan nilai pembelian dapat dilihat pada Tabel 34.

Tabel 34. Korelasi Antara Kualitas Tekstur Daging Kuda dengan Nilai Pembelian Coto Kuda Pada Warung Coto Kuda Turatea

Atribut Kualitas Tekstur Daging Kuda	Nilai Pembelian			Total	P
	Rendah	Sedang	Tinggi		
Penting	24	8	22	54	
Sangat penting	32	14	6	46	0.000
Total	56	22	22	100	

Sumber : Lampiran 10

Pada Tabel 34. menunjukkan hasil setelah dilakukan uji chi-square mendapatkan nilai P sebesar 0.000 sehingga nilai $P < 0.05$ atau signifikan. Berdasarkan uji statistik dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan signifikan antara kualitas tekstur daging kuda dengan nilai pembelian produk pangan lokal.

5.4.5 Korelasi Antara Harga Sesuai Kualitas dengan Nilai Pembelian

Korelasi antara atribut harga sesuai kualitas dengan nilai pembelian dianalisis menggunakan uji chi-square. Atribut harga sesuai kualitas dikelompokkan pada cukup penting, penting dan sangat penting sedangkan nilai pembelian dikelompokkan menjadi rendah, sedang dan tinggi. Korelasi antara harga sesuai kualitas dengan nilai pembelian dapat dilihat pada Tabel 35.

Tabel 35. Korelasi Antara Harga Sesuai Kualitas dengan Nilai Pembelian Coto Kuda Pada Warung Coto Kuda Turatea

Atribut Harga Sesuai Kualitas	Nilai Pembelian			Total	P
	Rendah	Sedang	Tinggi		
Cukup penting	9	4	15	28	0.000
Penting	14	11	0	25	
Sangat penting	33	7	7	47	
Total	56	22	22	100	

Sumber : Lampiran 11

Pada Tabel 35. menunjukkan hasil setelah dilakukan uji chi-square mendapatkan nilai P sebesar 0.000 sehingga nilai $P < 0.05$ atau signifikan. Berdasarkan uji statistik dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan signifikan antara harga sesuai kualitas dengan nilai pembelian produk pangan lokal coto kuda.

5.4.6 Korelasi Antara Harga Pesaing dengan Nilai Pembelian

Korelasi antara atribut harga pesaing dengan nilai pembelian dianalisis menggunakan uji chi-square. Atribut harga pesaing dikelompokkan pada kurang penting, cukup penting, penting dan sangat penting sedangkan nilai pembelian dikelompokkan menjadi rendah, sedang dan tinggi. Korelasi antara harga pesaing dengan nilai pembelian dapat dilihat pada Tabel 36.

Tabel 36. Korelasi Antara Harga Pesaing dengan Nilai Pembelian Coto Kuda Pada Warung Coto Kuda Turatea

Atribut Harga Pesaing	Nilai Pembelian			Total	P
	Rendah	Sedang	Tinggi		
Kurang Penting	5	3	6	14	
Cukup Penting	9	14	15	38	
Penting	16	3	0	19	
Sangat penting	26	2	1	29	0.000
Total	56	22	22	100	

Sumber : Lampiran 12

Tabel 36. menunjukkan hasil setelah dilakukan uji chi-square mendapatkan nilai P sebesar 0.000 sehingga nilai $P < 0.05$ atau signifikan. Berdasarkan uji statistik dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan signifikan antara harga pesaing dengan nilai pembelian produk pangan lokal coto kuda.

5.4.7 Korelasi Antara Cita Rasa/Aroma dengan Nilai Pembelian

Korelasi antara atribut cita rasa/aroma dengan nilai pembelian dianalisis menggunakan uji chi-square. Atribut cita rasa/aroma dikelompokkan pada cukup penting, penting dan sangat penting sedangkan nilai pembelian dikelompokkan menjadi rendah, sedang dan tinggi. Korelasi antara cita rasa/aroma dengan nilai pembelian dapat dilihat pada Tabel 37.

Tabel 37. Korelasi Antara Cita Rasa/Aroma dengan Nilai Pembelian Coto Kuda Pada Warung Coto Kuda Turatea

Atribut Merek Cita Rasa Aroma	Nilai Pembelian			Total	P
	Rendah	Sedang	Tinggi		
Cukup penting	1	10	0	11	
Penting	18	4	15	37	
Sangat penting	37	8	7	52	0.000
Total	56	22	22	100	

Sumber : Lampiran 13

Tabel 37. menunjukkan hasil setelah dilakukan uji chi-square mendapatkan nilai P sebesar 0.000 sehingga nilai $P < 0.05$ atau signifikan. Berdasarkan uji statistik dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan signifikan antara cita rasa/aroma dengan nilai pembelian produk pangan lokal coto kuda.

5.4.8 Korelasi Antara Cita Rasa Kuah dengan Nilai Pembelian

Korelasi antara atribut cita rasa kuah dengan nilai pembelian dianalisis menggunakan uji chi-square. Atribut cita rasa kuah dikelompokkan pada cukup penting, penting dan sangat penting sedangkan nilai pembelian dikelompokkan menjadi rendah, sedang dan tinggi. Korelasi antara cita rasa kuah dengan nilai pembelian dapat dilihat pada Tabel 38.

Tabel 38. Korelasi Antara Cita Rasa Kuah dengan Nilai Pembelian Coto Kuda Pada Warung Coto Kuda Turatea

Atribut Cita Rasa Kuah	Nilai Pembelian			Total	P
	Rendah	Sedang	Tinggi		
Cukup penting	12	7	21	40	
Penting	16	11	0	27	
Sangat penting	28	4	1	33	0.000
Total	56	22	22	100	

Sumber : Lampiran 14

Pada Tabel 38. menunjukkan hasil setelah dilakukan uji chi-square mendapatkan nilai P sebesar 0.000 sehingga nilai $P < 0.05$ atau signifikan.

Berdasarkan uji statistik dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan signifikan antara Cita Rasa Kuah dengan nilai pembelian coto kuda.

5.4.9 Korelasi Antara Kualitas Pelayanan Bersih dan Penataan Tempat dengan Nilai Pembelian

Korelasi antara atribut kualitas pelayanan bersih dan penataan tempat dengan nilai pembelian dianalisis menggunakan uji chi-square. Atribut kualitas pelayanan bersih dan penataan tempat dikelompokkan pada cukup penting, penting dan sangat penting sedangkan nilai pembelian dikelompokkan menjadi rendah, sedang dan tinggi. Korelasi antara kualitas pelayanan bersih dan penataan tempat dengan nilai pembelian dapat dilihat pada Tabel 39.

Tabel 39. Korelasi Antara Kualitas Pelayanan yang Bersih dan Penataan Tempat dengan Nilai Pembelian Coto Kuda Pada Warung Coto Kuda Turatea

Atribut Kualitas Pelayanan Bersih dan Rapih	Nilai Pembelian			Total	P
	Rendah	Sedang	Tinggi		
Cukup penting	39	6	16	52	0.000
Penting	12	1	0	13	
Sangat penting	14	15	6	35	
Total	56	22	22	100	

Sumber : Lampiran 15

Tabel 39. menunjukkan hasil setelah dilakukan uji chi-square mendapatkan nilai P sebesar 0.000 sehingga nilai $P < 0.05$ atau signifikan. Berdasarkan uji statistik dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan signifikan antara kualitas pelayanan yang bersih dan penataan tempat yang rapih dengan nilai pembelian produk pangan lokal coto kuda.

5.4.10 Korelasi Antara Kualitas Pelayanan yang Cepat dengan Nilai Pembelian

Korelasi antara atribut kualitas pelayanan yang cepat dengan nilai pembelian dianalisis menggunakan uji chi-square. Atribut kualitas pelayanan yang cepat dikelompokkan pada cukup penting, penting dan sangat penting sedangkan nilai pembelian dikelompokkan menjadi rendah, sedang dan tinggi. Korelasi antara kualitas pelayanan yang cepat dengan nilai pembelian dapat dilihat pada Tabel 40.

Tabel 40. Korelasi Antara Kualitas Pelayanan yang Cepat dengan Nilai pembelian

Atribut Kualitas Pelayanan yang Cepat	Nilai Pembelian			Total	P
	Rendah	Sedang	Tinggi		
Cukup penting	12	17	21	50	
Penting	8	1	1	10	
Sangat penting	36	4	0	40	0.000
Total	56	22	22	100	

Sumber : Lampiran 16

Tabel 40. menunjukkan hasil setelah dilakukan uji chi-square mendapatkan nilai P sebesar 0.000 sehingga nilai $P < 0.05$ atau signifikan. Berdasarkan uji statistik dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan signifikan antara kualitas pelayanan yang cepat dengan nilai pembelian produk pangan lokal coto kuda.

Berikut ini disajikan rekapitulasi analisis korelasi antara preferensi konsumen dengan nilai pembelian pangan lokal “Coto Kuda” pada Warung Coto Kuda Turatea, Kecamatan Binamu, Kabupaten Jeneponto dapat dilihat pada Tabel 41.

Tabel 41. Rekapitulasi Analisis Korelasi Antara Preferensi Konsumen dengan Nilai Pembelian Pangan Lokal “Coto Kuda”

No.	Korelasi Antara Preferensi Konsumen dengan Nilai Pembelian	Tingkat Signifikan ($\alpha = 0,05$)	Keterangan
1.	Merek/ <i>Brand</i> Terkenal	0.000	Signifikan
2.	Merek/ <i>Brand</i> Lokal	0.000	Signifikan
3.	Kualitas Kesegaran Daging Kuda	0.000	Signifikan
4.	Kualitas tekstur daging kuda	0.000	Signifikan
5.	Harga sesuai kualitas	0.000	Signifikan
6.	Harga pesaing	0.000	Signifikan
7.	Cita rasa/aroma	0.000	Signifikan
8.	Cita rasa kuah	0.000	Signifikan
9.	Kualitas pelayanan bersih dan penataan tempat	0.000	Signifikan
10.	Kualitas pelayanan yang cepat	0.000	Signifikan

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2023

Berdasarkan hasil penelitian hubungan antara preferensi konsumen dengan nilai pembelian produk pangan lokal “Coto Kuda” pada Warung Coto Kuda Turatea dari semua variabel, terdapat hubungan yang nyata dan positif. Dengan demikian hipotesis kedua “Terdapat korelasi nyata antara preferensi konsumen dengan nilai pembelian produk pangan lokal “Coto Kuda” pada Warung Coto Kuda Turatea di Kecamatan Binamu, Kabupaten Jeneponto, diterima.