

BAB 4

PENGOLAHAN DAN ANALISA DATA

4.1. Sejarah Singkat Perusahaan

Industri mie instan di Indonesia diawali dengan berdirinya PT Lima Satu Sankyu pada bulan April 1968, pada tahun 1977 perusahaan ini berganti nama menjadi PT Lima Satu Sankyu Indonesia yang kemudian berubah lagi menjadi PT Supermie Indonesia, sesuai dengan merek mie instan andalannya yaitu Supermie. Pada tahun 1970, pasar mie instan diramaikan lagi dengan berdirinya PT Sanmaru Food Manufacturing, salah satu anak perusahaan Jangkar Jati Group yang memproduksi mie instan Indomie, yang kemudian disusul dengan berdirinya PT Sarimi Asli Jaya (Salim Group) tahun 1982 di Tangerang yang memproduksi mie instan Sarimi.

Sejak itu perkembangan pasar mie instan mulai ditandai dengan persaingan antar group yang ketat, terutama setelah Indofood (Salim Group) bergabung dengan Jangkar Jati Group (1984) dengan membentuk PT Indofood Interna Corporation. Tahun 1986, PT Indofood Interna Corporation melalui anak perusahaannya PT Lambang Insan Makmur mengambil alih PT Supermie Indonesia. Tahun 1992 Salim Group mengambil alih seluruh saham Jangkar Jati Group. Dan puncaknya adalah ketika Indofood mencabut produknya dari jaringan distributor PT Wicaksana Overseas dan dialihkan ke Indomarco (Pebapan), sejak saat itulah dominasi Indofood dengan mie instan merek Indomie, Supermie, dan Sarimi mulai menguasai pasar domestik.

Pada tanggal 5 Februari 1994 Indofood merubah nama menjadi PT Indofood Sukses Makmur, dimana perusahaan ini sendiri pada awalnya bernama PT Panganjaya Intikusuma yang didirikan tanggal 14 Agustus 1990. Pendiri dan pemegang saham semula adalah Mr. Soetojo Koerniawan dan Mr. Herryjanto Setiadi. Pada bulan Juni 1992, sebesar 51% saham perusahaan ini diambil alih oleh PT Indocement Tunggal Prakarsa. (Indocommercial, No.188 – 26 Oktober 1997).

4.2. Pembahasan Analisa Deskriptif Hasil Penelitian

Deskripsi karakteristik responden yang dibahas dibawah ini meliputi : jenis kelamin dan jenis pekerjaan.

4.2.1. Pembahasan Analisa Deskriptif Hasil Penelitian

4.2.1.1. Analisa Output Frekuensi Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.1

JKL

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Pria	164	46.9	46.9	46.9
Wanita	186	53.1	53.1	100.0
Total	350	100.0	100.0	

Sumber : diolah oleh penulis

Dilihat dari tabel 4.1, jenis kelamin konsumen mie instan yang paling banyak adalah wanita yaitu sebesar 53,1%, dan tidak beda jauh dengan jenis kelamin pria yaitu sebesar 46,9% sehingga dari data di atas dapat disimpulkan bahwa mie instan tidak tersegmentasi berdasarkan gender.

4.2.1.2. Analisa Output Frekuensi Berdasarkan Pekerjaan

Tabel 4.2

KERJA

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Mahasiswa / Pelajar	106	30.3	30.3	30.3
Wiraswasta	109	31.1	31.1	61.4
Karyawan / Pegawai	122	34.9	34.9	96.3
Lain - Lain	13	3.7	3.7	100.0
Total	350	100.0	100.0	

Sumber : diolah oleh penulis

Dilihat dari tabel 4.2, sebanyak 106 responden (30,3%) konsumen mie instan berprofesi sebagai mahasiswa / pelajar. 109 responden (31,1%) berprofesi sebagai wiraswasta dan 122 responden (34,9%) berprofesi sebagai karyawan/pegawai, dari data ini dapat dikatakan bahwa konsumen mie instan

hampir dikonsumsi di semua kalangan masyarakat dan merupakan produk yang tidak terdifferensiasi (tidak tersegmentasi).

4.2.2. Analisa Crosstab berdasarkan Jenis Kelamin dengan merk mie dan 9 atribut pembentuknya

4.2.2.1. Analisa Crosstab Jenis Kelamin dengan merk mie dan atribut rasa sesuai dengan selera

Tabel 4.3

rasa sesuai selera * merek mie * jenis kelamin Crosstabulation

jenis kelamin				merek mie			Total
				Indomie	Supermie	Sarimi	
Pria	rasa sesuai selera	1,00	Count	13	14	16	43
			% within merek mie	7,9%	8,5%	9,8%	8,7%
		2,00	Count	26	30	37	93
			% within merek mie	15,9%	18,3%	22,6%	18,9%
		3,00	Count	24	48	60	132
			% within merek mie	14,6%	29,3%	36,6%	26,8%
		4,00	Count	58	42	41	141
			% within merek mie	35,4%	25,6%	25,0%	28,7%
		5,00	Count	43	30	10	83
			% within merek mie	26,2%	18,3%	6,1%	16,9%
		Total	Count	164	164	164	492
			% within merek mie	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Wanita	rasa sesuai selera	1,00	Count	20	14	19	53
			% within merek mie	10,8%	7,5%	10,2%	9,5%
		2,00	Count	19	26	39	84
			% within merek mie	10,2%	14,0%	21,0%	15,1%
		3,00	Count	29	46	73	148
			% within merek mie	15,6%	24,7%	39,2%	26,5%
		4,00	Count	62	60	34	156
			% within merek mie	33,3%	32,3%	18,3%	28,0%
		5,00	Count	56	40	21	117
			% within merek mie	30,1%	21,5%	11,3%	21,0%
		Total	Count	186	186	186	558
			% within merek mie	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Dalam analisa ini menunjukkan bahwa :

- 61,6% responden pria dan 63,4% responden wanita setuju bahwa Indomie memiliki rasa yang sesuai dengan selera.
- 43,9% responden pria dan 53,8% responden wanita setuju bahwa Supermie memiliki rasa yang sesuai dengan selera.
- 31,1% responden pria dan 29,6% responden wanita setuju bahwa Sarimi memiliki rasa yang sesuai dengan selera.

Dari informasi di atas :

Konsumen pria dan wanita memiliki perbedaan yang cukup signifikan dalam memilih mie instan, namun konsumen pria dan wanita tersebut cenderung memilih Indomie berdasarkan atribut rasa yang sesuai dengan selera.

4.2.2.2. Analisa Crosstab Jenis Kelamin dengan merk mie dan atribut karakteristik rasa tersendiri

Tabel 4.4

karakteristik rasa * merek mie * jenis kelamin Crosstabulation

jenis kelamin				merek mie			Total	
				Indomie	Supermie	Sarimi		
Pria	karakteristik rasa	1,00	Count	2	1	8	11	
			% within merek mie	1,2%	,6%	4,9%	2,2%	
		2,00	Count	31	7	48	86	
			% within merek mie	18,9%	4,3%	29,3%	17,5%	
		3,00	Count	53	27	45	125	
			% within merek mie	32,3%	16,5%	27,4%	25,4%	
		4,00	Count	37	56	38	131	
			% within merek mie	22,6%	34,1%	23,2%	26,6%	
		5,00	Count	41	73	25	139	
			% within merek mie	25,0%	44,5%	15,2%	28,3%	
		Total		Count	164	164	164	492
			% within merek mie	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
Wanita	karakteristik rasa	1,00	Count	5	1	5	11	
			% within merek mie	2,7%	,5%	2,7%	2,0%	
		2,00	Count	40	10	43	93	
			% within merek mie	21,5%	5,4%	23,1%	16,7%	
		3,00	Count	53	22	56	131	
			% within merek mie	28,5%	11,8%	30,1%	23,5%	
		4,00	Count	49	65	48	162	
			% within merek mie	26,3%	34,9%	25,8%	29,0%	
		5,00	Count	39	88	34	161	
			% within merek mie	21,0%	47,3%	18,3%	28,9%	
		Total		Count	186	186	186	558
			% within merek mie	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

Dalam analisa ini menunjukkan bahwa :

- 47,6% responden pria dan 47,3% responden wanita setuju bahwa Indomie memiliki karakteristik rasa tersendiri.
- 78,6% responden pria dan 82,2% responden wanita setuju bahwa Supermie memiliki karakteristik tersendiri.
- 38,4% responden pria dan 44,1% responden wanita setuju bahwa Sarimi memiliki karakteristik rasa tersendiri.

Dari informasi di atas :

Konsumen pria dan wanita memiliki perbedaan yang cukup signifikan dalam memilih mie instan, namun kecenderungan konsumen pria dan wanita memilih Supermie berdasarkan atribut karakteristik rasa tersendiri tidak memiliki perbedaan yang signifikan.

4.2.2.3. Analisa Crosstab Jenis Kelamin dengan merk mie dan atribut aroma yang khas

Tabel 4.5

aroma yang khas * merek mie * jenis kelamin Crosstabulation

jenis kelamin				merek mie			Total
				Indomie	Supermie	Sarimi	
Pria	aroma yang khas	1,00	Count	12	20	2	34
			% within merek mie	7,3%	12,2%	1,2%	6,9%
		2,00	Count	23	35	21	79
			% within merek mie	14,0%	21,3%	12,8%	16,1%
		3,00	Count	45	48	30	123
			% within merek mie	27,4%	29,3%	18,3%	25,0%
		4,00	Count	45	41	82	168
			% within merek mie	27,4%	25,0%	50,0%	34,1%
		5,00	Count	39	20	29	88
			% within merek mie	23,8%	12,2%	17,7%	17,9%
		Total	Count	164	164	164	492
			% within merek mie	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Wanita	aroma yang khas	1,00	Count	7	25	4	36
			% within merek mie	3,8%	13,4%	2,2%	6,5%
		2,00	Count	35	47	19	101
			% within merek mie	18,8%	25,3%	10,2%	18,1%
		3,00	Count	46	52	29	127
			% within merek mie	24,7%	28,0%	15,6%	22,8%
		4,00	Count	52	22	97	171
			% within merek mie	28,0%	11,8%	52,2%	30,6%
		5,00	Count	46	40	37	123
			% within merek mie	24,7%	21,5%	19,9%	22,0%
		Total	Count	186	186	186	558
			% within merek mie	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Dalam analisa ini menunjukkan bahwa :

- 51,2% responden pria dan 52,7% responden wanita setuju bahwa Indomie memiliki aroma yang khas..
- 37,2% responden pria dan 33,3% responden wanita setuju bahwa Supermie memiliki aroma yang khas.
- 67,7% responden pria dan 72,1% responden wanita setuju bahwa Sarimi memiliki aroma yang khas.

Dari informasi di atas :

Konsumen wanita memiliki perbedaan yang cukup signifikan dalam memilih mie instan dibandingkan dengan konsumen pria, namun kecenderungan konsumen pria dan wanita dalam memilih Sarimi berdasarkan atribut aroma yang khas tidak memiliki perbedaan yang signifikan.

4.2.2.4. Analisa Crosstab Jenis Kelamin dengan merk mie dan atribut aroma yang dapat menambah selera makan

Tabel 4.6

aroma yang dapat menambah selera makan * merek mie * jenis kelamin Crosstabulation

jenis kelamin				merek mie			Total
				Indomie	Supermie	Sarimi	
Pria	aroma yang dapat menambah selera makan	1,00	Count	1	0	2	3
			% within merek mie	,6%	,0%	1,2%	,6%
		2,00	Count	10	14	2	26
			% within merek mie	6,1%	8,5%	1,2%	5,3%
		3,00	Count	29	9	4	42
			% within merek mie	17,7%	5,5%	2,4%	8,5%
		4,00	Count	49	14	13	76
			% within merek mie	29,9%	8,5%	7,9%	15,4%
		5,00	Count	75	127	143	345
			% within merek mie	45,7%	77,4%	87,2%	70,1%
Total		Count	164	164	164	492	
		% within merek mie	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
Wanita	aroma yang dapat menambah selera makan	1,00	Count	4	3	2	9
			% within merek mie	2,2%	1,6%	1,1%	1,6%
		2,00	Count	23	4	3	30
			% within merek mie	12,4%	2,2%	1,6%	5,4%
		3,00	Count	25	9	9	43
			% within merek mie	13,4%	4,8%	4,8%	7,7%
		4,00	Count	67	32	21	120
			% within merek mie	36,0%	17,2%	11,3%	21,5%
		5,00	Count	67	138	151	356
			% within merek mie	36,0%	74,2%	81,2%	63,8%
Total		Count	186	186	186	558	
		% within merek mie	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

Dalam analisa ini menunjukkan bahwa :

- 75,6% responden pria dan 72% responden wanita setuju bahwa Indomie memiliki aroma yang dapat menambah selera makan.
- 85,9% responden pria dan 91,4% responden wanita setuju bahwa Supermie memiliki aroma yang dapat menambah selera makan.
- 95,1% responden pria dan 92,5% responden wanita setuju bahwa Sarimi memiliki aroma yang dapat menambah selera makan.

Dari informasi di atas :

Konsumen pria dan wanita tidak memiliki perbedaan yang signifikan dalam memilih mie instan dan cenderung memilih Sarimi berdasarkan atribut aroma yang dapat menambah selera makan.

4.2.2.5. Analisa Crosstab Jenis Kelamin dengan merk mie dan atribut aroma yang harum

Tabel 4.7

aroma yang harum * merk mie * jenis kelamin Crosstabulation

jenis kelamin				merek mie			Total
				Indomie	Supermie	Sarimi	
Pria	aroma yang harum	1,00	Count	2	19	11	32
			% within merek mie	1,2%	11,6%	6,7%	6,5%
		2,00	Count	22	32	27	81
			% within merek mie	13,4%	19,5%	16,5%	16,5%
		3,00	Count	29	56	42	127
			% within merek mie	17,7%	34,1%	25,6%	25,8%
		4,00	Count	68	42	54	164
			% within merek mie	41,5%	25,6%	32,9%	33,3%
		5,00	Count	43	15	30	88
			% within merek mie	26,2%	9,1%	18,3%	17,9%
Total		Count	164	164	164	492	
		% within merek mie	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
Wanita	aroma yang harum	1,00	Count	12	17	10	39
			% within merek mie	6,5%	9,1%	5,4%	7,0%
		2,00	Count	21	49	31	101
			% within merek mie	11,3%	26,3%	16,7%	18,1%
		3,00	Count	29	63	52	144
			% within merek mie	15,6%	33,9%	28,0%	25,8%
		4,00	Count	73	41	47	161
			% within merek mie	39,2%	22,0%	25,3%	28,9%
		5,00	Count	51	16	46	113
			% within merek mie	27,4%	8,6%	24,7%	20,3%
Total		Count	186	186	186	558	
		% within merek mie	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

Dalam analisa ini menunjukkan bahwa :

- 67,7% responden pria dan 66.6% responden wanita setuju bahwa Indomie memiliki aroma yang harum.
- 34,7% responden pria dan 30,6% responden wanita setuju bahwa Supermie memiliki aroma yang harum.

- 51,2% responden pria dan 50% responden wanita setuju bahwa Sarimi memiliki aroma yang harum.

Dari informasi di atas :

Konsumen pria dan wanita tidak memiliki perbedaan yang signifikan dalam memilih mie instan dan cenderung memilih Indomie berdasarkan atribut aroma yang harum.

4.2.2.6. Analisa Crosstab Jenis Kelamin dengan merk mie dan atribut kekenyalan mie

Tabel 4.8

kekenyalan mie * merek mie * jenis kelamin Crosstabulation

jenis kelamin				merek mie			Total
				Indomie	Supermie	Sarimi	
Pria	kekenyalan mie	1,00	Count	5	1	15	21
			% within merek mie	3,0%	,6%	9,1%	4,3%
		2,00	Count	24	21	23	68
			% within merek mie	14,6%	12,8%	14,0%	13,8%
		3,00	Count	29	32	44	105
			% within merek mie	17,7%	19,5%	26,8%	21,3%
		4,00	Count	55	48	50	153
			% within merek mie	33,5%	29,3%	30,5%	31,1%
		5,00	Count	51	62	32	145
			% within merek mie	31,1%	37,8%	19,5%	29,5%
Wanita	kekenyalan mie	Total	Count	164	164	164	492
			% within merek mie	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
		1,00	Count	9	6	22	37
			% within merek mie	4,8%	3,2%	11,8%	6,6%
		2,00	Count	24	32	24	80
			% within merek mie	12,9%	17,2%	12,9%	14,3%
		3,00	Count	42	24	38	104
			% within merek mie	22,6%	12,9%	20,4%	18,6%
		4,00	Count	70	56	60	186
			% within merek mie	37,6%	30,1%	32,3%	33,3%
		5,00	Count	41	68	42	151
			% within merek mie	22,0%	36,6%	22,6%	27,1%
		Total	Count	186	186	186	558
			% within merek mie	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Dalam analisa ini menunjukkan bahwa :

- 64,6% responden pria dan 59.6% responden wanita setuju bahwa Indomie memiliki mie yang kenyal.
- 67,1% responden pria dan 66,6% responden wanita setuju bahwa Supermie memiliki mie yang kenyal.
- 50% responden pria dan 54,9% responden wanita setuju bahwa Sarimi memiliki mie yang kenyal.

Dari informasi di atas :

Konsumen pria dan wanita tidak memiliki perbedaan yang signifikan dalam memilih mie instan dan cenderung memilih Supermie berdasarkan atribut kekenyalan mie.

4.2.2.7. Analisa Crosstab Jenis Kelamin dengan merk mie dan atribut kehalusan mie

Tabel 4.9

kehalusan mie * merek mie * jenis kelamin Crosstabulation

jenis kelamin				merek mie			Total
				Indomie	Supermie	Sarimi	
Pria	kehalusan mie	1,00	Count	10	9	11	30
			% within merek mie	6,1%	5,5%	6,7%	6,1%
		2,00	Count	27	28	20	75
			% within merek mie	16,5%	17,1%	12,2%	15,2%
		3,00	Count	38	29	25	92
			% within merek mie	23,2%	17,7%	15,2%	18,7%
		4,00	Count	46	66	66	178
			% within merek mie	28,0%	40,2%	40,2%	36,2%
		5,00	Count	43	32	42	117
			% within merek mie	26,2%	19,5%	25,6%	23,8%
Wanita	kehalusan mie	Total	Count	164	164	164	492
			% within merek mie	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
		1,00	Count	11	13	5	29
			% within merek mie	5,9%	7,0%	2,7%	5,2%
		2,00	Count	25	21	36	82
			% within merek mie	13,4%	11,3%	19,4%	14,7%
		3,00	Count	48	21	52	121
			% within merek mie	25,8%	11,3%	28,0%	21,7%
		4,00	Count	59	75	70	204
			% within merek mie	31,7%	40,3%	37,6%	36,6%
		5,00	Count	43	56	23	122
			% within merek mie	23,1%	30,1%	12,4%	21,9%
		Total	Count	186	186	186	558
			% within merek mie	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Dalam analisa ini menunjukkan bahwa :

- 54,2% responden pria dan 54,8% responden wanita setuju bahwa Indomie memiliki mie yang halus.
- 59,7% responden pria dan 70,4% responden wanita setuju bahwa Supermie memiliki mie yang halus.
- 65,8% responden pria dan 50% responden wanita setuju bahwa Sarimi memiliki mie yang halus.

Dari informasi di atas :

Konsumen wanita cenderung memilih Supermie berdasarkan atribut kehalusan mie, sedangkan konsumen pria cenderung memilih Sarimi berdasarkan atribut kehalusan mie.

4.2.2.8. Analisa Crosstab Jenis Kelamin dengan merk mie dan atribut kelengkapan bumbu

Tabel 4.10

kelengkapan bumbu * merek mie * jenis kelamin Crosstabulation

jenis kelamin				merek mie			Total
				Indomie	Supermie	Sarimi	
Pria	kelengkapan bumbu	1,00	Count	3	20	2	25
			% within merek mie	1,8%	12,2%	1,2%	5,1%
		2,00	Count	30	31	8	69
			% within merek mie	18,3%	18,9%	4,9%	14,0%
		3,00	Count	39	44	28	111
			% within merek mie	23,8%	26,8%	17,1%	22,6%
		4,00	Count	47	39	77	163
			% within merek mie	28,7%	23,8%	47,0%	33,1%
		5,00	Count	45	30	49	124
			% within merek mie	27,4%	18,3%	29,9%	25,2%
Total		Count	164	164	164	492	
		% within merek mie	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
Wanita	kelengkapan bumbu	1,00	Count	15	15	3	33
			% within merek mie	8,1%	8,1%	1,6%	5,9%
		2,00	Count	18	37	19	74
			% within merek mie	9,7%	19,9%	10,2%	13,3%
		3,00	Count	37	40	20	97
			% within merek mie	19,9%	21,5%	10,8%	17,4%
		4,00	Count	60	52	75	187
			% within merek mie	32,3%	28,0%	40,3%	33,5%
		5,00	Count	56	42	69	167
			% within merek mie	30,1%	22,6%	37,1%	29,9%
Total		Count	186	186	186	558	
		% within merek mie	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

Dalam analisa ini menunjukkan bahwa :

- 56,1% responden pria dan 62,4% responden wanita setuju bahwa Indomie memiliki bumbu yang lengkap.
- 42,1% responden pria dan 50,6% responden wanita setuju bahwa Supermie memiliki bumbu yang lengkap.
- 76,9% responden pria dan 77,4% responden wanita setuju bahwa Sarimi memiliki bumbu yang lengkap.

Dari informasi di atas :

Konsumen pria memiliki perbedaan yang cukup signifikan dalam memilih mie instan dibandingkan dengan konsumen wanita, namun konsumen pria dan wanita cenderung memilih Sarimi berdasarkan atribut kelengkapan bumbu.

4.2.2.9. Analisa Crosstab Jenis Kelamin dengan merk mie dan atribut kualitas bumbu

Tabel 4.11

kualitas bumbu * merek mie * jenis kelamin Crosstabulation

jenis kelamin				merek mie			Total
				Indomie	Supermie	Sarimi	
Pria	kualitas bumbu	1,00	Count	1	8	4	13
			% within merek mie	,6%	4,9%	2,4%	2,6%
		2,00	Count	22	33	16	71
			% within merek mie	13,4%	20,1%	9,8%	14,4%
		3,00	Count	22	41	39	102
			% within merek mie	13,4%	25,0%	23,8%	20,7%
		4,00	Count	54	43	45	142
			% within merek mie	32,9%	26,2%	27,4%	28,9%
	5,00	Count	65	39	60	164	
		% within merek mie	39,6%	23,8%	36,6%	33,3%	
Total		Count	164	164	164	492	
		% within merek mie	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
Wanita	kualitas bumbu	1,00	Count	0	6	3	9
			% within merek mie	,0%	3,2%	1,6%	1,6%
		2,00	Count	18	34	13	65
			% within merek mie	9,7%	18,3%	7,0%	11,6%
		3,00	Count	36	39	28	103
			% within merek mie	19,4%	21,0%	15,1%	18,5%
		4,00	Count	62	57	57	176
			% within merek mie	33,3%	30,6%	30,6%	31,5%
	5,00	Count	70	50	85	205	
		% within merek mie	37,6%	26,9%	45,7%	36,7%	
Total		Count	186	186	186	558	
		% within merek mie	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

Dalam analisa ini menunjukkan bahwa :

- 72,5% responden pria dan 70,9% responden wanita setuju bahwa Indomie memiliki kualitas bumbu yang berkarakteristik tersendiri.
- 50% responden pria dan 57,5% responden wanita setuju bahwa Supermie memiliki kualitas bumbu yang berkarakteristik tersendiri.
- 64% responden pria dan 76,3% responden wanita setuju bahwa Sarimi memiliki kualitas bumbu yang berkarakteristik tersendiri.

Dari informasi di atas :

Konsumen pria dan wanita memiliki perbedaan yang cukup signifikan dalam memilih mie, namun konsumen pria dan wanita cenderung memilih Indomie berdasarkan atribut kualitas bumbu yang berkarakteristik.

Jadi kesimpulan analisa crosstab jenis kelamin dengan merk mie dan 9 atributnya adalah sebagai berikut :

No	Atribut	Pria			Wanita		
		Indomie	Supermie	Sarimi	Indomie	Supermie	Sarimi
1	Rasa yang sesuai dengan selera	•			•		
2	Karakteristik rasa tersendiri		•			•	
3	Aroma yang khas			•			•
4	Aroma yang dapat menambah selera makan			•			•
5	Aroma yang harum	•			•		
6	Kekenyalan mie		•			•	
7	Kehalusan mie			•		•	
8	Kelengkapan bumbu			•			•
9	Kualitas bumbu	•			•		

4.2.3. Analisa Crosstab berdasarkan Jenis Pekerjaan dengan merk mie dan 9 atribut pembentuknya

4.2.3.1. Analisa Crosstab Jenis Pekerjaan dengan merk mie dan atribut rasa sesuai dengan selera

Tabel 4.12

rasa sesuai selera * merk mie * jenis pekerjaan Crosstabulation

jenis pekerjaan				merek mie			Total
				Indomie	Supermie	Sarimi	
Mahasiswa / Pelajar	rasa sesuai selera	1,00	Count	11	4	2	17
			% within merek mie	10,4%	3,8%	1,9%	5,3%
		2,00	Count	14	33	21	68
			% within merek mie	13,2%	31,1%	19,8%	21,4%
		3,00	Count	26	34	46	106
			% within merek mie	24,5%	32,1%	43,4%	33,3%
		4,00	Count	24	24	32	80
		% within merek mie	22,6%	22,6%	30,2%	25,2%	
		5,00	Count	31	11	5	47
		% within merek mie	29,2%	10,4%	4,7%	14,8%	
	Total	Count	106	106	106	318	
		% within merek mie	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
Wiraswasta	rasa sesuai selera	1,00	Count	11	13	15	39
			% within merek mie	10,1%	11,9%	13,8%	11,9%
		2,00	Count	10	13	21	44
			% within merek mie	9,2%	11,9%	19,3%	13,5%
		3,00	Count	10	39	36	85
			% within merek mie	9,2%	35,8%	33,0%	26,0%
		4,00	Count	46	22	27	95
		% within merek mie	42,2%	20,2%	24,8%	29,1%	
		5,00	Count	32	22	10	64
		% within merek mie	29,4%	20,2%	9,2%	19,6%	
	Total	Count	109	109	109	327	
		% within merek mie	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
Karyawan / Pegawai	rasa sesuai selera	1,00	Count	10	11	18	39
			% within merek mie	8,2%	9,0%	14,8%	10,7%
		2,00	Count	18	10	27	55
			% within merek mie	14,8%	8,2%	22,1%	15,0%
		3,00	Count	14	14	47	75
			% within merek mie	11,5%	11,5%	38,5%	20,5%
		4,00	Count	47	51	14	112
		% within merek mie	38,5%	41,8%	11,5%	30,6%	
		5,00	Count	33	36	16	85
		% within merek mie	27,0%	29,5%	13,1%	23,2%	
	Total	Count	122	122	122	366	
		% within merek mie	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
Lain - Lain	rasa sesuai selera	1,00	Count	1	0	0	1
			% within merek mie	7,7%	,0%	,0%	2,6%
		2,00	Count	3	0	7	10
			% within merek mie	23,1%	,0%	53,8%	25,6%
		3,00	Count	3	7	4	14
			% within merek mie	23,1%	53,8%	30,8%	35,9%
		4,00	Count	3	5	2	10
		% within merek mie	23,1%	38,5%	15,4%	25,6%	
		5,00	Count	3	1	0	4
		% within merek mie	23,1%	7,7%	,0%	10,3%	
	Total	Count	13	13	13	39	
		% within merek mie	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

Dalam analisa ini menunjukkan :

- 51,8% mahasiswa/pelajar menyatakan setuju memilih Indomie berdasarkan atribut rasa yang sesuai dengan selera.
- 71,6% wiraswasta menyatakan setuju memilih Indomie berdasarkan atribut rasa yang sesuai dengan selera.
- 71,3% karyawan/pegawai menyatakan setuju memilih Supermie berdasarkan atribut rasa yang sesuai dengan selera.
- 46,2% lain-lain (ibu rumah tangga) menyatakan setuju memilih Indomie dan Supermie berdasarkan atribut rasa yang sesuai dengan selera.

Berdasarkan atribut rasa yang sesuai dengan selera, Indomie cenderung dipilih oleh konsumen yang berprofesi sebagai mahasiswa/pelajar, wiraswasta dan lain-lain dan tidak ada perbedaan yang signifikan.

4.2.3.2 Analisa Crosstab Jenis Pekerjaan dengan merk mie dan atribut karakteristik rasa tersendiri

Tabel 4.13

karakteristik rasa * merek mie * jenis pekerjaan Crosstabulation

jenis pekerjaan				merek mie			Total
				Indomie	Supermie	Sarimi	
Mahasiswa / Pelajar	karakteristik rasa	1,00	Count	4	1	0	5
			% within merek mie	3,8%	,9%	,0%	1,6%
		2,00	Count	16	4	31	51
			% within merek mie	15,1%	3,8%	29,2%	16,0%
		3,00	Count	35	21	35	91
			% within merek mie	33,0%	19,8%	33,0%	28,6%
		4,00	Count	22	35	26	83
		% within merek mie	20,8%	33,0%	24,5%	26,1%	
		5,00	Count	29	45	14	88
		% within merek mie	27,4%	42,5%	13,2%	27,7%	
	Total	Count	106	106	106	318	
		% within merek mie	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
Wiraswasta	karakteristik rasa	1,00	Count	2	1	6	9
			% within merek mie	1,8%	,9%	5,5%	2,8%
		2,00	Count	14	7	17	38
			% within merek mie	12,8%	6,4%	15,6%	11,6%
		3,00	Count	47	16	26	89
			% within merek mie	43,1%	14,7%	23,9%	27,2%
		4,00	Count	24	37	34	95
		% within merek mie	22,0%	33,9%	31,2%	29,1%	
		5,00	Count	22	48	26	96
		% within merek mie	20,2%	44,0%	23,9%	29,4%	
	Total	Count	109	109	109	327	
		% within merek mie	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
Karyawan / Pegawai	karakteristik rasa	1,00	Count	1	0	7	8
			% within merek mie	,8%	,0%	5,7%	2,2%
		2,00	Count	36	6	37	79
			% within merek mie	29,5%	4,9%	30,3%	21,6%
		3,00	Count	23	7	38	68
			% within merek mie	18,9%	5,7%	31,1%	18,6%
		4,00	Count	34	44	21	99
		% within merek mie	27,9%	36,1%	17,2%	27,0%	
		5,00	Count	28	65	19	112
		% within merek mie	23,0%	53,3%	15,6%	30,6%	
	Total	Count	122	122	122	366	
		% within merek mie	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
Lain - Lain	karakteristik rasa	2,00	Count	5	0	6	11
			% within merek mie	38,5%	,0%	46,2%	28,2%
		3,00	Count	1	5	2	8
			% within merek mie	7,7%	38,5%	15,4%	20,5%
		4,00	Count	6	5	5	16
		% within merek mie	46,2%	38,5%	38,5%	41,0%	
		5,00	Count	1	3	0	4
		% within merek mie	7,7%	23,1%	,0%	10,3%	
	Total	Count	13	13	13	39	
		% within merek mie	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

Dalam analisa ini menunjukkan :

- 75,5% mahasiswa/pelajar menyatakan setuju memilih Supermie berdasarkan atribut karakteristik rasa tersendiri.
- 77,9% wiraswasta menyatakan setuju memilih Supermie berdasarkan atribut karakteristik rasa tersendiri.
- 89,4% karyawan/pegawai menyatakan setuju memilih Supermie berdasarkan atribut karakteristik rasa tersendiri.
- 61,6% lain-lain (ibu rumah tangga) menyatakan setuju memilih Supermie berdasarkan atribut karakteristik rasa tersendiri.

Berdasarkan atribut karakteristik rasa tersendiri tidak ada perbedaan yang signifikan antara kelompok konsumen, namun Supermie cenderung disukai oleh konsumen yang berprofesi sebagai karyawan/pegawai.

4.2.3.3. Analisa Crosstab Jenis Pekerjaan dengan merk mie dan atribut aroma yang khas

Tabel 4.14

aroma yang khas * merk mie * jenis pekerjaan Crosstabulation

jenis pekerjaan				merek mie			Total
				Indomie	Supermie	Sarimi	
Mahasiswa / Pelajar	aroma yang khas	1,00	Count	7	14	0	21
			% within merek mie	6,6%	13,2%	,0%	6,6%
		2,00	Count	10	12	7	29
			% within merek mie	9,4%	11,3%	6,6%	9,1%
		3,00	Count	32	46	26	104
			% within merek mie	30,2%	43,4%	24,5%	32,7%
		4,00	Count	30	17	58	105
		% within merek mie	28,3%	16,0%	54,7%	33,0%	
		5,00	Count	27	17	15	59
		% within merek mie	25,5%	16,0%	14,2%	18,6%	
	Total	Count	106	106	106	318	
		% within merek mie	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
Wiraswasta	aroma yang khas	1,00	Count	8	12	3	23
			% within merek mie	7,3%	11,0%	2,8%	7,0%
		2,00	Count	18	31	21	70
			% within merek mie	16,5%	28,4%	19,3%	21,4%
		3,00	Count	35	17	22	74
			% within merek mie	32,1%	15,6%	20,2%	22,6%
		4,00	Count	21	26	45	92
		% within merek mie	19,3%	23,9%	41,3%	28,1%	
		5,00	Count	27	23	18	68
		% within merek mie	24,8%	21,1%	16,5%	20,8%	
	Total	Count	109	109	109	327	
		% within merek mie	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
Karyawan / Pegawai	aroma yang khas	1,00	Count	3	19	3	25
			% within merek mie	2,5%	15,6%	2,5%	6,8%
		2,00	Count	27	31	12	70
			% within merek mie	22,1%	25,4%	9,8%	19,1%
		3,00	Count	21	35	9	65
			% within merek mie	17,2%	28,7%	7,4%	17,8%
		4,00	Count	42	19	66	127
		% within merek mie	34,4%	15,6%	54,1%	34,7%	
		5,00	Count	29	18	32	79
		% within merek mie	23,8%	14,8%	26,2%	21,6%	
	Total	Count	122	122	122	366	
		% within merek mie	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
Lain - Lain	aroma yang khas	1,00	Count	1	0	0	1
			% within merek mie	7,7%	,0%	,0%	2,6%
		2,00	Count	3	8	0	11
			% within merek mie	23,1%	61,5%	,0%	28,2%
		3,00	Count	3	2	2	7
			% within merek mie	23,1%	15,4%	15,4%	17,9%
		4,00	Count	4	1	10	15
		% within merek mie	30,8%	7,7%	76,9%	38,5%	
		5,00	Count	2	2	1	5
		% within merek mie	15,4%	15,4%	7,7%	12,8%	
	Total	Count	13	13	13	39	
		% within merek mie	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

Dalam analisa ini menunjukkan :

- 68,9% mahasiswa/pelajar menyatakan setuju memilih Sarimi berdasarkan atribut aroma yang khas.
- 57,8% wiraswasta menyatakan setuju memilih Sarimi berdasarkan atribut aroma yang khas.
- 80,3% karyawan/pegawai menyatakan setuju memilih Sarimi berdasarkan atribut aroma yang khas.
- 84,6% lain-lain (ibu rumah tangga) menyatakan setuju memilih Sarimi berdasarkan atribut aroma yang khas.

Berdasarkan atribut aroma yang khas ada perbedaan yang signifikan antara kelompok konsumen. Sarimi cenderung lebih disukai oleh konsumen yang berprofesi sebagai karyawan/pegawai dan lain-lain (ibu rumah tangga).

4.2.3.4. Analisa Crosstab Jenis Pekerjaan dengan merk mie dan atribut aroma yang dapat menambah selera makan

Tabel 4.15

aroma yang dapat menambah selera makan * merek mie * jenis pekerjaan Crosstabulation

jenis pekerjaan				merek mie			Total
				Indomie	Supermie	Sarimi	
Mahasiswa / Pelajar	aroma yang dapat menambah selera makan	1,00	Count	1	1	1	3
			% within merek mie	,9%	,9%	,9%	,9%
		2,00	Count	7	8	1	16
			% within merek mie	6,6%	7,5%	,9%	5,0%
		3,00	Count	16	10	5	31
			% within merek mie	15,1%	9,4%	4,7%	9,7%
		4,00	Count	31	10	7	48
		% within merek mie	29,2%	9,4%	6,6%	15,1%	
		5,00	Count	51	77	92	220
		% within merek mie	48,1%	72,6%	86,8%	69,2%	
Total		Count	106	106	106	318	
		% within merek mie	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
Wiraswasta	aroma yang dapat menambah selera makan	1,00	Count	2	1	2	5
			% within merek mie	1,8%	,9%	1,8%	1,5%
		2,00	Count	6	3	2	11
			% within merek mie	5,5%	2,8%	1,8%	3,4%
		3,00	Count	32	3	3	38
			% within merek mie	29,4%	2,8%	2,8%	11,6%
		4,00	Count	24	20	5	49
		% within merek mie	22,0%	18,3%	4,6%	15,0%	
	5,00	Count	45	82	97	224	
	% within merek mie	41,3%	75,2%	89,0%	68,5%		
Total		Count	109	109	109	327	
		% within merek mie	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
Karyawan / Pegawai	aroma yang dapat menambah selera makan	1,00	Count	2	1	0	3
			% within merek mie	1,6%	,8%	,0%	,8%
		2,00	Count	17	7	2	26
			% within merek mie	13,9%	5,7%	1,6%	7,1%
		3,00	Count	6	5	5	16
			% within merek mie	4,9%	4,1%	4,1%	4,4%
		4,00	Count	54	13	19	86
		% within merek mie	44,3%	10,7%	15,6%	23,5%	
	5,00	Count	43	96	96	235	
	% within merek mie	35,2%	78,7%	78,7%	64,2%		
Total		Count	122	122	122	366	
		% within merek mie	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
Lain - Lain	aroma yang dapat menambah selera makan	1,00	Count	0	0	1	1
			% within merek mie	,0%	,0%	7,7%	2,6%
		2,00	Count	3	0	0	3
			% within merek mie	23,1%	,0%	,0%	7,7%
		4,00	Count	7	3	3	13
		% within merek mie	53,8%	23,1%	23,1%	33,3%	
		5,00	Count	3	10	9	22
	% within merek mie	23,1%	76,9%	69,2%	56,4%		
Total		Count	13	13	13	39	
		% within merek mie	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

Dalam analisa ini menunjukkan :

- 93,4% mahasiswa/pelajar menyatakan setuju memilih Sarimi berdasarkan atribut aroma yang dapat menambah selera makan.
- 93,6% wiraswasta menyatakan setuju memilih Sarimi berdasarkan atribut aroma yang dapat menambah selera makan.
- 94,3% karyawan/pegawai menyatakan setuju memilih Sarimi berdasarkan atribut aroma yang dapat menambah selera makan.
- 100% lain-lain (ibu rumah tangga) menyatakan setuju memilih Supermie berdasarkan atribut aroma yang dapat menambah selera makan.

Berdasarkan data di atas tidak ada perbedaan yang signifikan, artinya konsumen memilih Sarimi karena aromanya dapat menambah selera makan.

4.2.3.5. Analisa Crosstab Jenis Pekerjaan dengan merk mie dan atribut aroma yang harum

Tabel 4.16

aroma yang harum * merek mie * jenis pekerjaan Crosstabulation

jenis pekerjaan				merek mie			Total
				Indomie	Supermie	Sarimi	
Mahasiswa / Pelajar	aroma yang harum	1,00	Count	5	8	7	20
			% within merek mie	4,7%	7,5%	6,6%	6,3%
		2,00	Count	7	32	16	55
			% within merek mie	6,6%	30,2%	15,1%	17,3%
		3,00	Count	24	34	31	89
			% within merek mie	22,6%	32,1%	29,2%	28,0%
		4,00	Count	37	24	23	84
		% within merek mie	34,9%	22,6%	21,7%	26,4%	
		5,00	Count	33	8	29	70
		% within merek mie	31,1%	7,5%	27,4%	22,0%	
	Total	Count	106	106	106	318	
		% within merek mie	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
Wiraswasta	aroma yang harum	1,00	Count	4	18	9	31
			% within merek mie	3,7%	16,5%	8,3%	9,5%
		2,00	Count	23	19	16	58
			% within merek mie	21,1%	17,4%	14,7%	17,7%
		3,00	Count	11	40	24	75
			% within merek mie	10,1%	36,7%	22,0%	22,9%
		4,00	Count	47	26	35	108
		% within merek mie	43,1%	23,9%	32,1%	33,0%	
		5,00	Count	24	6	25	55
		% within merek mie	22,0%	5,5%	22,9%	16,8%	
	Total	Count	109	109	109	327	
		% within merek mie	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
Karyawan / Pegawai	aroma yang harum	1,00	Count	4	10	4	18
			% within merek mie	3,3%	8,2%	3,3%	4,9%
		2,00	Count	10	24	25	59
			% within merek mie	8,2%	19,7%	20,5%	16,1%
		3,00	Count	22	42	38	102
			% within merek mie	18,0%	34,4%	31,1%	27,9%
		4,00	Count	54	29	34	117
		% within merek mie	44,3%	23,8%	27,9%	32,0%	
		5,00	Count	32	17	21	70
		% within merek mie	26,2%	13,9%	17,2%	19,1%	
	Total	Count	122	122	122	366	
		% within merek mie	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
Lain - Lain	aroma yang harum	1,00	Count	1	0	1	2
			% within merek mie	7,7%	,0%	7,7%	5,1%
		2,00	Count	3	6	1	10
			% within merek mie	23,1%	46,2%	7,7%	25,6%
		3,00	Count	1	3	1	5
			% within merek mie	7,7%	23,1%	7,7%	12,8%
		4,00	Count	3	4	9	16
		% within merek mie	23,1%	30,8%	69,2%	41,0%	
		5,00	Count	5	0	1	6
		% within merek mie	38,5%	,0%	7,7%	15,4%	
	Total	Count	13	13	13	39	
		% within merek mie	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

Dalam analisa ini menunjukkan :

- 66% mahasiswa/pelajar menyatakan setuju memilih Indomie berdasarkan atribut aroma yang harum.
- 65,1% wiraswasta menyatakan setuju memilih Indomie berdasarkan atribut aroma yang harum.
- 70,5% karyawan/pegawai menyatakan setuju memilih Indomie berdasarkan atribut aroma yang harum.
- 76,9% lain-lain (ibu rumah tangga) menyatakan setuju memilih Sarimi berdasarkan atribut aroma yang harum.

Berdasarkan data di atas, tidak ada perbedaan signifikan pada setiap kelompok konsumen, namun konsumen yang berprofesi sebagai karyawan/pegawai dan ibu rumah tangga cenderung memilih Indomie berdasarkan atribut aroma yang harum.

4.2.3.6. Analisa Crosstab Jenis Pekerjaan dengan merk mie dan atribut kekenyalan mie

Tabel 4.17

kekenyalan mie * merek mie * jenis pekerjaan Crosstabulation

jenis pekerjaan				merek mie			Total	
				Indomie	Supermie	Sarimi		
Mahasiswa / Pelajar	kekenyalan mie	1,00	Count % within merek mie	1 ,9%	3 2,8%	15 14,2%	19 6,0%	
		2,00	Count % within merek mie	9 8,5%	14 13,2%	12 11,3%	35 11,0%	
		3,00	Count % within merek mie	33 31,1%	17 16,0%	25 23,6%	75 23,6%	
		4,00	Count % within merek mie	32 30,2%	22 20,8%	25 23,6%	79 24,8%	
		5,00	Count % within merek mie	31 29,2%	50 47,2%	29 27,4%	110 34,6%	
		Total	Count % within merek mie	106 100,0%	106 100,0%	106 100,0%	318 100,0%	
	Wiraswasta	kekenyalan mie	1,00	Count % within merek mie	12 11,0%	2 1,8%	9 8,3%	23 7,0%
			2,00	Count % within merek mie	15 13,8%	28 25,7%	9 8,3%	52 15,9%
			3,00	Count % within merek mie	17 15,6%	8 7,3%	21 19,3%	46 14,1%
			4,00	Count % within merek mie	34 31,2%	37 33,9%	47 43,1%	118 36,1%
5,00			Count % within merek mie	31 28,4%	34 31,2%	23 21,1%	88 26,9%	
Total			Count % within merek mie	109 100,0%	109 100,0%	109 100,0%	327 100,0%	
Karyawan / Pegawai	kekenyalan mie	1,00	Count % within merek mie	0 ,0%	2 1,6%	10 8,2%	12 3,3%	
		2,00	Count % within merek mie	24 19,7%	9 7,4%	25 20,5%	58 15,8%	
		3,00	Count % within merek mie	21 17,2%	25 20,5%	34 27,9%	80 21,9%	
		4,00	Count % within merek mie	53 43,4%	43 35,2%	33 27,0%	129 35,2%	
		5,00	Count % within merek mie	24 19,7%	43 35,2%	20 16,4%	87 23,8%	
		Total	Count % within merek mie	122 100,0%	122 100,0%	122 100,0%	366 100,0%	
Lain - Lain	kekenyalan mie	1,00	Count % within merek mie	1 7,7%	0 ,0%	3 23,1%	4 10,3%	
		2,00	Count % within merek mie	0 ,0%	2 15,4%	1 7,7%	3 7,7%	
		3,00	Count % within merek mie	0 ,0%	6 46,2%	2 15,4%	8 20,5%	
		4,00	Count % within merek mie	6 46,2%	2 15,4%	5 38,5%	13 33,3%	
		5,00	Count % within merek mie	6 46,2%	3 23,1%	2 15,4%	11 28,2%	
		Total	Count % within merek mie	13 100,0%	13 100,0%	13 100,0%	39 100,0%	

Dalam analisa ini menunjukkan :

- 68% mahasiswa/pelajar menyatakan setuju memilih Supermie berdasarkan atribut kekenyalan mie.
- 65,1% wiraswasta menyatakan setuju memilih Supermie berdasarkan atribut kekenyalan mie.
- 70,4% karyawan/pegawai menyatakan setuju memilih Supermie berdasarkan atribut kekenyalan mie.
- 92,4% lain-lain (ibu rumah tangga) menyatakan setuju memilih Indomie berdasarkan atribut kekenyalan mie.

Berdasarkan data di atas, konsumen yang berprofesi sebagai ibu rumah tangga cenderung memilih Supermie berdasarkan atribut kekenyalan mie

4.2.3.7. Analisa Crosstab Jenis Pekerjaan dengan merk mie dan atribut kehalusan mie

Tabel 4.18

kehalusan mie * merek mie * jenis pekerjaan Crosstabulation

jenis pekerjaan				merek mie			Total
				Indomie	Supermie	Sarimi	
Mahasiswa / Pelajar	kehalusan mie	1,00	Count	8	6	7	21
			% within merek mie	7,5%	5,7%	6,6%	6,6%
		2,00	Count	10	18	13	41
			% within merek mie	9,4%	17,0%	12,3%	12,9%
		3,00	Count	23	10	31	64
			% within merek mie	21,7%	9,4%	29,2%	20,1%
	4,00	Count	31	40	29	100	
		% within merek mie	29,2%	37,7%	27,4%	31,4%	
	5,00	Count	34	32	26	92	
		% within merek mie	32,1%	30,2%	24,5%	28,9%	
Total		Count	106	106	106	318	
		% within merek mie	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
Wiraswasta	kehalusan mie	1,00	Count	6	8	8	22
			% within merek mie	5,5%	7,3%	7,3%	6,7%
		2,00	Count	16	11	33	60
			% within merek mie	14,7%	10,1%	30,3%	18,3%
		3,00	Count	28	19	22	69
			% within merek mie	25,7%	17,4%	20,2%	21,1%
	4,00	Count	28	55	38	121	
		% within merek mie	25,7%	50,5%	34,9%	37,0%	
	5,00	Count	31	16	8	55	
		% within merek mie	28,4%	14,7%	7,3%	16,8%	
Total		Count	109	109	109	327	
		% within merek mie	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
Karyawan / Pegawai	kehalusan mie	1,00	Count	7	6	1	14
			% within merek mie	5,7%	4,9%	,8%	3,8%
		2,00	Count	26	16	9	51
			% within merek mie	21,3%	13,1%	7,4%	13,9%
		3,00	Count	33	21	18	72
			% within merek mie	27,0%	17,2%	14,8%	19,7%
	4,00	Count	36	46	68	150	
		% within merek mie	29,5%	37,7%	55,7%	41,0%	
	5,00	Count	20	33	26	79	
		% within merek mie	16,4%	27,0%	21,3%	21,6%	
Total		Count	122	122	122	366	
		% within merek mie	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
Lain - Lain	kehalusan mie	1,00	Count	0	2	0	2
			% within merek mie	,0%	15,4%	,0%	5,1%
		2,00	Count	0	4	1	5
			% within merek mie	,0%	30,8%	7,7%	12,8%
		3,00	Count	2	0	6	8
			% within merek mie	15,4%	,0%	46,2%	20,5%
	4,00	Count	10	0	1	11	
		% within merek mie	76,9%	,0%	7,7%	28,2%	
	5,00	Count	1	7	5	13	
		% within merek mie	7,7%	53,8%	38,5%	33,3%	
Total		Count	13	13	13	39	
		% within merek mie	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

Dalam analisa ini menunjukkan :

- 67,9% mahasiswa/pelajar menyatakan setuju memilih Supermie berdasarkan atribut kehalusan mie.
- 45,2% wiraswasta menyatakan setuju memilih Supermie berdasarkan atribut kehalusan mie.
- 77% karyawan/pegawai menyatakan setuju memilih Sarimi berdasarkan atribut kehalusan mie.
- 84,6% lain-lain (ibu rumah tangga) menyatakan setuju memilih Indomie berdasarkan atribut kehalusan mie.

Dari informasi di atas maka atribut kehalusan mie tidak tersegmentasi.

4.2.3.8. Analisa Crosstab Jenis Pekerjaan dengan merk mie dan atribut kelengkapan bumbu

Tabel 4.19

kelengkapan bumbu * merek mie * jenis pekerjaan Crosstabulation

jenis pekerjaan				merek mie			Total
				Indomie	Supermie	Sarimi	
Mahasiswa / Pelajar	kelengkapan bumbu	1,00	Count	10	16	2	28
			% within merek mie	9,4%	15,1%	1,9%	8,8%
		2,00	Count	4	29	9	42
			% within merek mie	3,8%	27,4%	8,5%	13,2%
		3,00	Count	20	23	12	55
			% within merek mie	18,9%	21,7%	11,3%	17,3%
		4,00	Count	38	20	38	96
			% within merek mie	35,8%	18,9%	35,8%	30,2%
		5,00	Count	34	18	45	97
			% within merek mie	32,1%	17,0%	42,5%	30,5%
	Total		Count	106	106	106	318
			% within merek mie	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Wiraswasta	kelengkapan bumbu	1,00	Count	8	12	1	21
			% within merek mie	7,3%	11,0%	,9%	6,4%
		2,00	Count	23	29	8	60
			% within merek mie	21,1%	26,6%	7,3%	18,3%
		3,00	Count	31	41	17	89
			% within merek mie	28,4%	37,6%	15,6%	27,2%
		4,00	Count	23	18	53	94
			% within merek mie	21,1%	16,5%	48,6%	28,7%
		5,00	Count	24	9	30	63
			% within merek mie	22,0%	8,3%	27,5%	19,3%
	Total		Count	109	109	109	327
			% within merek mie	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Karyawan / Pegawai	kelengkapan bumbu	1,00	Count	0	7	2	9
			% within merek mie	,0%	5,7%	1,6%	2,5%
		2,00	Count	19	10	8	37
			% within merek mie	15,6%	8,2%	6,6%	10,1%
		3,00	Count	18	14	19	51
			% within merek mie	14,8%	11,5%	15,6%	13,9%
		4,00	Count	43	46	55	144
			% within merek mie	35,2%	37,7%	45,1%	39,3%
		5,00	Count	42	45	38	125
			% within merek mie	34,4%	36,9%	31,1%	34,2%
	Total		Count	122	122	122	366
			% within merek mie	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Lain - Lain	kelengkapan bumbu	2,00	Count	2	0	2	4
			% within merek mie	15,4%	,0%	15,4%	10,3%
		3,00	Count	7	6	0	13
			% within merek mie	53,8%	46,2%	,0%	33,3%
		4,00	Count	3	7	6	16
			% within merek mie	23,1%	53,8%	46,2%	41,0%
		5,00	Count	1	0	5	6
			% within merek mie	7,7%	,0%	38,5%	15,4%
	Total		Count	13	13	13	39
			% within merek mie	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Dalam analisa ini menunjukkan :

- 78,3% mahasiswa/pelajar menyatakan setuju memilih Sarimi berdasarkan atribut kelengkapan bumbu.
- 76,1% wiraswasta menyatakan setuju memilih Sarimi berdasarkan atribut kelengkapan bumbu.
- 76,2% karyawan/pegawai menyatakan setuju memilih Sarimi berdasarkan atribut kelengkapan bumbu.
- 84,7% lain-lain (ibu rumah tangga) menyatakan setuju memilih Sarimi berdasarkan atribut kelengkapan bumbu.

Berdasarkan data di atas, tidak ada perbedaan signifikan pada setiap kelompok konsumen dalam memilih Sarimi berdasarkan atribut kelengkapan bumbu.

4.2.3.9. Analisa Crosstab Jenis Pekerjaan dengan merk mie dan atribut kualitas bumbu

Tabel 4.20

kualitas bumbu * merek mie * jenis pekerjaan Crosstabulation

jenis pekerjaan				merek mie			Total	
				Indomie	Supermie	Sarimi		
Mahasiswa / Pelajar	kualitas bumbu	1,00	Count	0	6	3	9	
			% within merek mie	,0%	5,7%	2,8%	2,8%	
		2,00	Count	6	12	12	30	
			% within merek mie	5,7%	11,3%	11,3%	9,4%	
		3,00	Count	17	24	20	61	
			% within merek mie	16,0%	22,6%	18,9%	19,2%	
		4,00	Count	28	41	32	101	
			% within merek mie	26,4%	38,7%	30,2%	31,8%	
		5,00	Count	55	23	39	117	
			% within merek mie	51,9%	21,7%	36,8%	36,8%	
Total		Count	106	106	106	318		
		% within merek mie	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%		
Wiraswasta	kualitas bumbu	1,00	Count	1	2	2	5	
			% within merek mie	,9%	1,8%	1,8%	1,5%	
		2,00	Count	23	32	13	68	
			% within merek mie	21,1%	29,4%	11,9%	20,8%	
		3,00	Count	10	29	31	70	
			% within merek mie	9,2%	26,6%	28,4%	21,4%	
		4,00	Count	40	22	28	90	
			% within merek mie	36,7%	20,2%	25,7%	27,5%	
		5,00	Count	35	24	35	94	
			% within merek mie	32,1%	22,0%	32,1%	28,7%	
Total		Count	109	109	109	327		
		% within merek mie	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%		
Karyawan / Pegawai	kualitas bumbu	1,00	Count	0	6	2	8	
			% within merek mie	,0%	4,9%	1,6%	2,2%	
		2,00	Count	9	18	4	31	
			% within merek mie	7,4%	14,8%	3,3%	8,5%	
		3,00	Count	31	26	12	69	
			% within merek mie	25,4%	21,3%	9,8%	18,9%	
		4,00	Count	41	34	37	112	
			% within merek mie	33,6%	27,9%	30,3%	30,6%	
		5,00	Count	41	38	67	146	
			% within merek mie	33,6%	31,1%	54,9%	39,9%	
Total		Count	122	122	122	366		
		% within merek mie	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%		
Lain - Lain	kualitas bumbu	2,00	Count	2	5	0	7	
			% within merek mie	15,4%	38,5%	,0%	17,9%	
		3,00	Count	0	1	4	5	
			% within merek mie	,0%	7,7%	30,8%	12,8%	
		4,00	Count	7	3	5	15	
			% within merek mie	53,8%	23,1%	38,5%	38,5%	
		5,00	Count	4	4	4	12	
			% within merek mie	30,8%	30,8%	30,8%	30,8%	
		Total		Count	13	13	13	39
				% within merek mie	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Dalam analisa ini menunjukkan :

- 78,3% mahasiswa/pelajar menyatakan setuju memilih Indomie berdasarkan atribut kualitas bumbu yang berkarakteristik.
- 68,8% wiraswasta menyatakan setuju memilih Indomie berdasarkan atribut kualitas bumbu yang berkarakteristik.
- 85,2% karyawan/pegawai menyatakan setuju memilih Sarimi berdasarkan atribut kualitas bumbu yang berkarakteristik.
- 84,6% lain-lain (ibu rumah tangga) menyatakan setuju memilih Indomie berdasarkan atribut kualitas bumbu yang berkarakteristik.

Berdasarkan atribut kualitas bumbu yang berkarakteristik, tidak ada perbedaan signifikan antara kelompok konsumen , namun Indomie cenderung disukai oleh konsumen yang berprofesi sebagai mahasiswa/pelajar, wiraswasta dan lain – lain (ibu rumah tangga).

Jadi kesimpulan analisa crosstab jenis pekerjaan dengan merk mie dan 9 atributnya adalah sebagai berikut :

No	Atribut	Mahasiswa		
		Indomie	Supermie	Sarimi
1	Rasa yang sesuai dengan selera	•		
2	Karakteristik rasa tersendiri		•	
3	Aroma yang khas			•
4	Aroma yang dapat menambah selera makan			•
5	Aroma yang harum	•		
6	Kekenyalan mie		•	
7	Kehalusan mie		•	
8	Kelengkapan bumbu			•
9	Kualitas bumbu	•		

No	Atribut	Wiraswasta		
		Indomie	Supermie	Sarimi
1	Rasa yang sesuai dengan selera	•		
2	Karakteristik rasa tersendiri			
3	Aroma yang khas			•
4	Aroma yang dapat menambah selera makan			•
5	Aroma yang harum	•		
6	Kekenyalan mie		•	
7	Kehalusan mie		•	
8	Kelengkapan bumbu			•
9	Kualitas bumbu	•		

No	Atribut	Karyawan		
		Indomie	Supermie	Sarimi
1	Rasa yang sesuai dengan selera		•	
2	Karakteristik rasa tersendiri		•	
3	Aroma yang khas			•
4	Aroma yang dapat menambah selera makan			•
5	Aroma yang harum	•		
6	Kekenyalan mie		•	
7	Kehalusan mie			•
8	Kelengkapan bumbu			•
9	Kualitas bumbu			•

No	Atribut	Lain - lain (ibu rumah tangga)		
		Indomie	Supermie	Sarimi
1	Rasa yang sesuai dengan selera	•		
2	Karakteristik rasa tersendiri		•	
3	Aroma yang khas			•
4	Aroma yang dapat menambah selera makan		•	
5	Aroma yang harum			•
6	Kekenyalan mie	•		
7	Kehalusan mie	•		
8	Kelengkapan bumbu			•
9	Kualitas bumbu	•		

4.3. Uji Validitas dan Reliabilitas

Tabel 4.21 Reliability Rasa Indomie

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,869	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
irsl	10,0857	11,752	,747	,843
ikrt	10,1857	12,324	,728	,865
totrasalndo	6,7571	5,141	1,000	,635

Sumber : diolah oleh penulis

Untuk menguji reliabilitas harus dibandingkan dengan tabel r yang menggunakan bantuan program SPSS 12.0 *for windows* sehingga diperoleh nilai reliabilitas untuk setiap atribut pada tabel :

1. Tingkat signifikan yang digunakan 0,05
2. Dengan df sebesar (jumlah responden – 2) = 350 – 2 = 348
3. Dari tabel r didapat angka 0,0687

Dari butir-butir pertanyaan yang telah dirata-rata, semua mempunyai R hasil (*corrected item-total correlation*) diatas R tabel (0,0687), dan semua R adalah positif dengan perincian sebagai berikut :

1. Indomie memiliki rasa sesuai dengan selera : 0,747 > 0,0687
2. Indomie memiliki rasa yang berkarakteristik : 0,728 > 0,0687

Jadi dapat disimpulkan bahwa nilai atribut di atas adalah valid. Cronbach Alpha hasil mempunyai nilai lebih besar dari 0,6 dan pernyataan tersebut dikatakan reliabel.

Tabel 4.22 Reliability Aroma Indomie

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,843	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
iakh	16,2886	33,553	,750	,809
iamslm	16,1086	32,470	,769	,797
iahr	15,9457	32,860	,776	,799
totaromaIndo	9,6686	11,672	1,000	,793

Sumber : diolah oleh penulis

Untuk menguji reliabilitas harus dibandingkan dengan tabel r yang menggunakan bantuan program SPSS 12.0 *for windows* sehingga diperoleh nilai reliabilitas untuk setiap atribut pada tabel :

1. Tingkat signifikan yang digunakan 0,05
2. Dengan df sebesar (jumlah responden – 2) = 350 – 2 = 348
3. Dari tabel r didapat angka 0,0687

Dari butir-butir pertanyaan yang telah dirata-rata, semua mempunyai R hasil (*corrected item-total correlation*) diatas R tabel (0,0687), dan semua R adalah positif dengan perincian sebagai berikut :

1. Indomie beraroma yang khas : $0,750 > 0,0687$
2. Indomie beraroma dapat menambah selera makan : $0,769 > 0,0687$
3. Indomie beraroma yang harum : $0,776 > 0,0687$

Jadi dapat disimpulkan bahwa nilai atribut di atas adalah valid. Cronbach Alpha hasil mempunyai nilai lebih besar dari 0,6 dan pernyataan tersebut dikatakan reliabel.

Tabel 4.23 Reliability Kualitas Mie Indomie

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,856	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
ikyl	9,5514	11,274	,689	,858
imhls	9,4943	10,801	,708	,837
totkmiIndo	6,3486	4,680	1,000	,567

Sumber : diolah oleh penulis

Untuk menguji reliabilitas harus dibandingkan dengan tabel r yang menggunakan bantuan program SPSS 12.0 *for windows* sehingga diperoleh nilai reliabilitas untuk setiap atribut pada tabel :

1. Tingkat signifikan yang digunakan 0,05
2. Dengan df sebesar (jumlah responden – 2) = $350 - 2 = 348$
3. Dari tabel r didapat angka 0,0687

Dari butir-butir pertanyaan yang telah dirata-rata, semua mempunyai R hasil (*corrected item-total correlation*) diatas R tabel (0,0687), dan semua R adalah positif dengan perincian sebagai berikut :

1. Indomie memiliki mie yang kenyal : $0,689 > 0,0687$
2. Indomie memiliki mie yang halus : $0,708 > 0,0687$

Jadi dapat disimpulkan bahwa nilai atribut di atas adalah valid. Cronbach Alpha hasil mempunyai nilai lebih besar dari 0,6 dan pernyataan tersebut dikatakan reliabel.

Tabel 4.24 Reliability Bumbu Indomie

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,892	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
ibl	9,7886	11,325	,820	,854
ikb	10,0200	11,876	,806	,876
totkbumbuIndo	6,6029	5,019	1,000	,756

Sumber : diolah oleh penulis

Untuk menguji reliabilitas harus dibandingkan dengan tabel r yang menggunakan bantuan program SPSS 12.0 *for windows* sehingga diperoleh nilai reliabilitas untuk setiap atribut pada tabel :

1. Tingkat signifikan yang digunakan 0,05
2. Dengan df sebesar (jumlah responden – 2) = $350 - 2 = 348$
3. Dari tabel r didapat angka 0,0687

Dari butir-butir pertanyaan yang telah dirata-rata, semua mempunyai R hasil (*corrected item-total correlation*) diatas R tabel (0,0687), dan semua R adalah positif dengan perincian sebagai berikut :

1. Indomie memiliki bumbu yang lengkap : $0,820 > 0,0687$
2. Indomie memiliki bumbu yang berkualitas : $0,806 > 0,0687$

Jadi dapat disimpulkan bahwa nilai atribut di atas adalah valid. Cronbach Alpha hasil mempunyai nilai lebih besar dari 0,6 dan pernyataan tersebut dikatakan reliabel.

Tabel 4.25 Reliability Rasa Supermie**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,868	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
srs1	10,4029	7,204	,734	,855
skrt	10,4514	7,160	,736	,852
totrasaSuper	6,9514	3,066	1,000	,632

Sumber : diolah oleh penulis

Untuk menguji reliabilitas harus dibandingkan dengan tabel r yang menggunakan bantuan program SPSS 12.0 *for windows* sehingga diperoleh nilai reliabilitas untuk setiap atribut pada tabel :

1. Tingkat signifikan yang digunakan 0,05
2. Dengan df sebesar (jumlah responden – 2) = 350 – 2 = 348
3. Dari tabel r didapat angka 0,0687

Dari butir-butir pertanyaan yang telah dirata-rata, semua mempunyai R hasil (*corrected item-total correlation*) diatas R tabel (0,0687), dan semua R adalah positif dengan perincian sebagai berikut :

1. Supermie memiliki rasa sesuai dengan selera : $0,734 > 0,0687$
2. Supermie memiliki rasa yang berkarakteristik : $0,736 > 0,0687$

Jadi dapat disimpulkan bahwa nilai atribut di atas adalah valid. Cronbach Alpha hasil mempunyai nilai lebih besar dari 0,6 dan pernyataan tersebut dikatakan reliabel.

Tabel 4.26 Reliability Aroma Supermie**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,842	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
sakh	15,5800	28,634	,759	,806
samslm	15,7314	28,272	,761	,802
sahr	15,8171	27,628	,766	,795
totaromaSuper	9,4257	9,976	1,000	,789

Sumber : diolah oleh penulis

Untuk menguji reliabilitas harus dibandingkan dengan tabel r yang menggunakan bantuan program SPSS 12.0 *for windows* sehingga diperoleh nilai reliabilitas untuk setiap atribut pada tabel :

1. Tingkat signifikan yang digunakan 0,05
2. Dengan df sebesar (jumlah responden – 2) = 350 – 2 = 348
3. Dari tabel r didapat angka 0,0687

Dari butir-butir pertanyaan yang telah dirata-rata, semua mempunyai R hasil (*corrected item-total correlation*) diatas R tabel (0,0687), dan semua R adalah positif dengan perincian sebagai berikut :

1. Supermie beraroma yang khas : $0,759 > 0,0687$
2. Supermie beraroma dapat menambah selera makan : $0,76 > 0,0687$
3. Supermie beraroma yang harum : $0,766 > 0,0687$

Jadi dapat disimpulkan bahwa nilai atribut di atas adalah valid. Cronbach Alpha hasil mempunyai nilai lebih besar dari 0,6 dan pernyataan tersebut dikatakan reliabel.

Tabel 4.27 Reliability Kualitas Mie Supermie**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,894	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
skyl	9,3400	12,317	,814	,880
smhls	9,4571	11,596	,832	,852
totkmieSuper	6,2657	5,181	1,000	,770

Sumber : diolah oleh penulis

Untuk menguji reliabilitas harus dibandingkan dengan tabel r yang menggunakan bantuan program SPSS 12.0 *for windows* sehingga diperoleh nilai reliabilitas untuk setiap atribut pada tabel :

1. Tingkat signifikan yang digunakan 0,05
2. Dengan df sebesar (jumlah responden – 2) = 350 – 2 = 348
3. Dari tabel r didapat angka 0,0687

Dari butir-butir pertanyaan yang telah dirata-rata, semua mempunyai R hasil (*corrected item-total correlation*) diatas R tabel (0,0687), dan semua R adalah positif dengan perincian sebagai berikut :

1. Supermie memiliki mie yang kenyal : $0,814 > 0,0687$
2. Supermie memiliki mie yang halus : $0,832 > 0,0687$

Jadi dapat disimpulkan bahwa nilai atribut di atas adalah valid. Cronbach Alpha hasil mempunyai nilai lebih besar dari 0,6 dan pernyataan tersebut dikatakan reliabel.

Tabel 4.28 Reliability Bumbu Supermie**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,904	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
sbl	8,5114	13,483	,856	,876
skb	8,2971	13,235	,860	,867
totkbumbuSuper	5,6029	5,822	1,000	,821

Sumber : diolah oleh penulis

Untuk menguji reliabilitas harus dibandingkan dengan tabel r yang menggunakan bantuan program SPSS 12.0 *for windows* sehingga diperoleh nilai reliabilitas untuk setiap atribut pada tabel :

1. Tingkat signifikan yang digunakan 0,05
2. Dengan df sebesar (jumlah responden – 2) = 350 – 2 = 348
3. Dari tabel r didapat angka 0,0687

Dari butir-butir pertanyaan yang telah dirata-rata, semua mempunyai R hasil (*corrected item-total correlation*) diatas R tabel (0,0687), dan semua R adalah positif dengan perincian sebagai berikut :

1. Indomie memiliki bumbu yang lengkap : $0,856 > 0,0687$
2. Indomie memiliki bumbu yang berkualitas : $0,860 > 0,0687$

Jadi dapat disimpulkan bahwa nilai atribut di atas adalah valid. Cronbach Alpha hasil mempunyai nilai lebih besar dari 0,6 dan pernyataan tersebut dikatakan reliabel.

Tabel 4.29 Reliability Rasa Sarimi**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,908	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
sarsl	8,5543	11,766	,870	,878
sakrt	8,6057	11,517	,875	,869
totrasaSari	5,7200	5,085	1,000	,842

Sumber : diolah oleh penulis

Untuk menguji reliabilitas harus dibandingkan dengan tabel r yang menggunakan bantuan program SPSS 12.0 *for windows* sehingga diperoleh nilai reliabilitas untuk setiap atribut pada tabel :

1. Tingkat signifikan yang digunakan 0,05
2. Dengan df sebesar (jumlah responden – 2) = 350 – 2 = 348
3. Dari tabel r didapat angka 0,0687

Dari butir-butir pertanyaan yang telah dirata-rata, semua mempunyai R hasil (*corrected item-total correlation*) diatas R tabel (0,0687), dan semua R adalah positif dengan perincian sebagai berikut :

1. Sarimi memiliki rasa yang sesuai dengan selera : $0,870 > 0,0687$
2. Sarimi memiliki rasa yang berkarakteristik : $0,875 > 0,0687$

Jadi dapat disimpulkan bahwa nilai atribut di atas adalah valid. Cronbach Alpha hasil mempunyai nilai lebih besar dari 0,6 dan pernyataan tersebut dikatakan reliabel.

Tabel 4.30 Reliability Aroma Saimi**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,856	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
saakh	13,3286	35,270	,786	,827
saamslm	13,3886	33,768	,886	,800
saahr	13,4829	33,534	,800	,811
totaromaSari	8,0400	12,165	1,000	,852

Sumber : diolah oleh penulis

Untuk menguji reliabilitas harus dibandingkan dengan tabel r yang menggunakan bantuan program SPSS 12.0 *for windows* sehingga diperoleh nilai reliabilitas untuk setiap atribut pada tabel :

1. Tingkat signifikan yang digunakan 0,05
2. Dengan df sebesar (jumlah responden – 2) = 350 – 2 = 348
3. Dari tabel r didapat angka 0,0687

Dari butir-butir pertanyaan yang telah dirata-rata, semua mempunyai R hasil (*corrected item-total correlation*) diatas R tabel (0,0687), dan semua R adalah positif dengan perincian sebagai berikut :

1. Sarimi beraroma yang khas : $0,786 > 0,0687$
2. Sarimi beraroma yang dapat menambah selera makan : $0,886 > 0,0687$
3. Sarimi beraroma yang harum : $0,800 > 0,0687$

Jadi dapat disimpulkan bahwa nilai atribut di atas adalah valid. Cronbach Alpha hasil mempunyai nilai lebih besar dari 0,6 dan pernyataan tersebut dikatakan reliabel.

Tabel 4.31 Reliability Kualitas Mie Sarimi**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,908	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
sakyl	7,8971	12,156	,884	,852
samhls	7,9000	13,305	,864	,893
totkmieSari	5,2657	5,560	1,000	,841

Sumber : diolah oleh penulis

Untuk menguji reliabilitas harus dibandingkan dengan tabel r yang menggunakan bantuan program SPSS 12.0 *for windows* sehingga diperoleh nilai reliabilitas untuk setiap atribut pada tabel :

1. Tingkat signifikan yang digunakan 0,05
2. Dengan df sebesar (jumlah responden – 2) = 350 – 2 = 348
3. Dari tabel r didapat angka 0,0687

Dari butir-butir pertanyaan yang telah dirata-rata, semua mempunyai R hasil (*corrected item-total correlation*) diatas R tabel (0,0687), dan semua R adalah positif dengan perincian sebagai berikut :

1. Sarimi memiliki mie yang kenyal : $0,884 > 0,0687$
2. Sarimi memiliki mie yang halus : $0,864 > 0,0687$

Jadi dapat disimpulkan bahwa nilai atribut di atas adalah valid. Cronbach Alpha hasil mempunyai nilai lebih besar dari 0,6 dan pernyataan tersebut dikatakan reliabel.

Tabel 4.32 Reliability Bumbu Sarimi**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,905	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
sabl	7,6114	12,651	,857	,881
sakb	7,8343	12,139	,867	,862
totkbumbuSari	5,1486	5,405	1,000	,827

Sumber : diolah oleh penulis

Untuk menguji reliabilitas harus dibandingkan dengan tabel r yang menggunakan bantuan program SPSS 12.0 *for windows* sehingga diperoleh nilai reliabilitas untuk setiap atribut pada tabel :

1. Tingkat signifikan yang digunakan 0,05
2. Dengan df sebesar (jumlah responden – 2) = 350 – 2 = 348
3. Dari tabel r didapat angka 0,0687

Dari butir-butir pertanyaan yang telah dirata-rata, semua mempunyai R hasil (*corrected item-total correlation*) diatas R tabel (0,0687), dan semua R adalah positif dengan perincian sebagai berikut :

1. Sarimi memiliki bumbu yang lengkap : $0,857 > 0,0687$
2. Sarimi memiliki bumbu yang berkualitas : $0,867 > 0,0687$

Jadi dapat disimpulkan bahwa nilai atribut di atas adalah valid. Cronbach Alpha hasil mempunyai nilai lebih besar dari 0,6 dan pernyataan tersebut dikatakan reliabel.

Untuk menguji reliabilitas harus dibandingkan dengan tabel r yang menggunakan bantuan program SPSS 10.0 *for windows* sehingga diperoleh nilai reliabilitas untuk setiap atribut pada tabel :

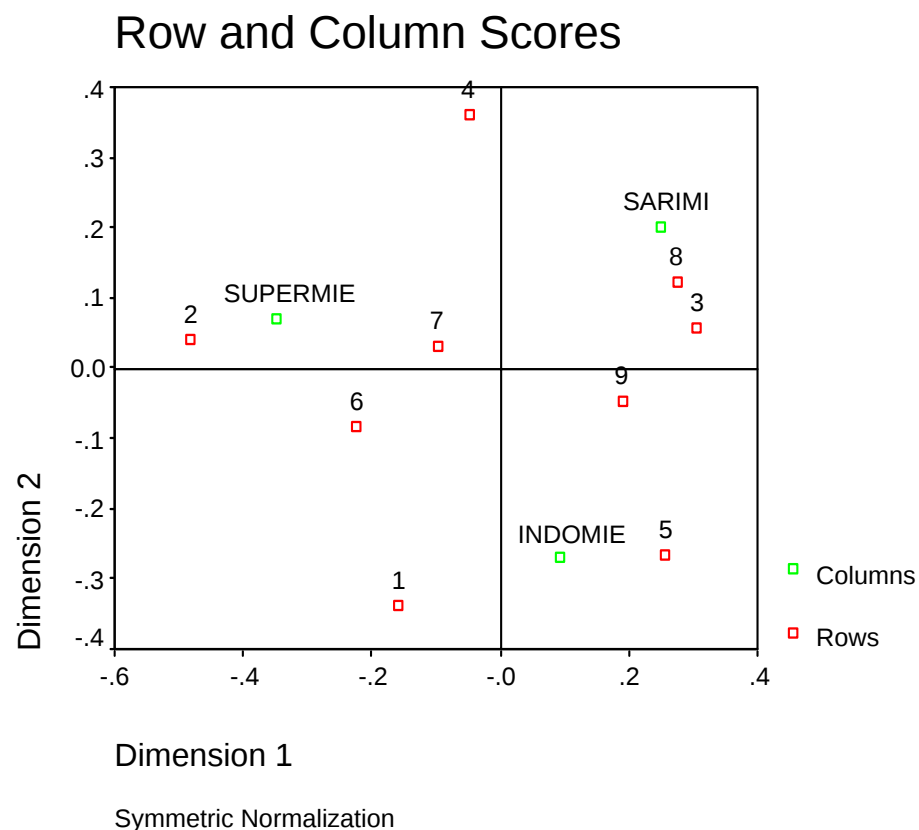
- Tingkat signifikan yang digunakan 0,05
- Dengan df sebesar (jumlah responden – 2) = 350 – 2 = 348
- Dari tabel r didapat angka 0,0687

Dari butir-butir pertanyaan yang telah dirata-rata, semua mempunyai R hasil (*corrected item total correlation*) diatas R tabel (0,0687), dan semua R adalah positif dengan perincian sebagai berikut :

1. Indomie : 0,6163 > 0,0687
2. Supermie : 0,3845 > 0,0687
3. Sarimi : 0,5545 > 0,0687

Jadi dapat disimpulkan bahwa nilai Indomie, Supermie dan Sarimi adalah valid. Conbach Alpha hasil mempunyai nilai lebih besar dari 0,6 dan pernyataan tersebut dikatakan reliabel.

4.4 Correspondence Analysis



Sumber : diolah oleh penulis

Gambar 4.1 Correspondence Analysis

Dari penelitian yang dilakukan di atas mengenai pemetaan persepsi konsumen dilihat sebaran variabel : rasa, aroma, kualitas mie dan bumbu, dilakukan pengujian dengan *Correspondence Analysis* (CA) dimana akan tampak suatu pemetaan persepsi konsumen bagi ketiga merek mie instan (Indomie, Supermie dan Sarimi) yang mana mempunyai keunggulan dan kelemahan berbeda untuk masing-masing merek.

Atribut nomor 4, 6 dan 9 pemetaannya kurang jelas. Oleh karena itu penggolongannya dengan menggunakan penghitungan jarak antara atribut yang bersangkutan dengan mie yang terdekat, yaitu dengan melihat selisih sumbu x (mendatar). Penghitungannya dilakukan sebagai berikut :

atribut 4	Merk Mie		atribut 6	Merk Mie		atribut 9	Merk Mie	
	Supermie	Sarimi		Supermie	Indomie		Indomie	Sarimi
-0.049	-0.350	0.250	-0.223	-0.350	0.094	0.191	0.094	0.250
Selisih jarak	0.301	0.299	Selisih jarak	0.127	0.317	Selisih jarak	0.097	0.059

Sedangkan untuk atribut yang lain pemetaannya sudah cukup jelas.

Hasil pemetaan persepsi konsumen pada gambar 4.1 dapat dianalisa dalam peta persepsi konsumen sebagai berikut :

1. Indomie goreng memiliki keunggulan dari gambar sebaran atribut yang diperoleh sebagai berikut :

Nomor 1 = Rasa sesuai selera

Nomor 5 = Aroma yang harum

Maka dapat disimpulkan bahwa Indomie goreng dikategorikan sebagai mie dengan aroma yang harum dan rasa yang dapat memenuhi selera konsumen.

2. Supermie goreng memiliki keunggulan dari gambaran sebaran atribut yang diperoleh sebagai berikut :

Nomor 2 = Karakteristik rasa tersendiri

Nomor 6 = Mie yang kenyal saat dimakan

Nomor 7 = Mie yang halus

Maka dapat disimpulkan bahwa Supermie goreng dikategorikan sebagai mie dengan rasa berkarakter dan memiliki kualitas mie yang halus dan kenyal.

3. Sarimi goreng memiliki keunggulan dari gambaran sebaran atribut yang diperoleh sebagai berikut :

Nomor 3 = Aroma yang khas

Nomor 4 = Aroma yang dapat menambah selera makan

Nomor 8 = Bumbu yang lengkap

Nomor 9 = Bumbu terasa beda

Maka dapat disimpulkan bahwa Sarimi goreng dikategorikan sebagai mie yang memiliki aroma yang khas dan yang dapat menambah selera makan serta bumbu yang lengkap.