

**PENERIMAAN KONSUMEN TERHADAP *FLAKES*
SUBSTITUSI PATI UBI JALAR PUTIH (*Ipomoea batatas*)
(Studi pada Kelompok Remaja di SMPIT Thariq Bin Ziyad Kel.
Jatimulya Kabupaten Bekasi)**



**DISMA ROBYANTO
5515122899**

**Skripsi ini ditulis Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan dalam
Memperoleh Gelar Sarjana**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN VOKASI SENI KULINER
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2018**

**PNERIMAAN KONSUMEN TERHADAP *FLAKES*
SUBSTITUSI PATI UBI JALAR PUTIH (*Ipomoea batatas*)**

**(Studi pada Kelompok Remaja di SMP Thariq Bin Ziyad Kel.
Jatimulya Kabupaten Bekasi)**

DISMA ROBYANTO

Pembimbing : Ari Fadiati dan Ridawati

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerimaan konsumen terhadap produk *flakes* substitusi pati ubi jalar putih. Penelitian dilakukan di SMPIT Thariq Bin Ziyad, Kabupaten Bekasi dari Juli 2016 sampai Januari 2018, dengan jumlah responden 79 orang yang dipilih secara acak. Hasil menunjukkan dari aspek kesadaran dengan sub indikator pengetahuan terdapat 90% responden mengetahui tentang produk, pada sub indikator sikap terdapat 82% responden menyadari produk merupakan varian produk baru, pada sub indikator perilaku terdapat 90% responden pernah mengkonsumsi produk, hasil aspek minat rata-rata 91 siswa memiliki minat untuk mencari informasi produk, hasil aspek evaluasi dengan sub indikator penilaian 93% siswa menjawab setuju terhadap produk tersebut merupakan inovasi baru, hasil aspek percobaan dari rata-rata 90% siswa menjawab setuju pada setiap sub indikator rasa, warna, aroma dan tekstur, hasil aspek penerimaan dengan rata-rata sebanyak 94% responden menyukai rasa, warna, aroma dan tekstur produk, siswa menyatakan ingin membeli dan mengkonsumsi produk. Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa produk *flakes* substitusi pati ubi jalar putih diterima oleh siswa di SMPIT Thariq Bin Ziyad, Bekasi.

Kata Kunci : Penerimaan Konsumen, Flakes Substitusi Pati Ubi Jalar Putih

**CONSUMERS ACCEPTANCE OF *FLAKES* THE
SUBSTITUTION OF SWEET POTATO FLOUR (*Ipomoea
batatas*)**

**(Study of Teenagers in Thariq Bin Ziyad Junior High School,
Bekasi City)**

DISMA ROBYANTO

Advisor : Ari Fadiati and Ridawati

ABSTRACT

The study aims to know the acceptance of the consumers of flakes substitution of sweet potato flour. Research done in Thariq Bin Ziyad Junior High School, Bekasi of July 2016 until January 2018, with a 79 of the respondents who were randomly selected. The results showed from the awareness aspect with sub indicator of knowledge there are the result of 90% of respondents found out about products, on the sub indicator attitude there are 82% of respondents are aware of the product is a variant of new product, on the sub indicator to behavior there are 90% of respondents consume product, The interest aspect, 91% of student have the interest to seek information about the product. The evaluation aspect with sub indicator rating, 93% of student to agree to the product has a sweet nature of sweet potatoes and the product is a new innovation. The results of trial aspect, 90% student answer agree to every statement the trial aspect with sub indicator the taste, color, aroma and texture. The result of acceptance aspect, 94% of students like the taste, color, aroma and texture, student said they want to buy and consume the product. The result of this research can be concluded that the product flakes of substitution of sweet potato flour is received by student in Thariq Bin Ziyad junior high school, Bekasi.

keyword : Consumer Acceptance, Flakes of Substitution of Sweet Potato Flour.

HALAMAN PENGESAHAN

NAMA DOSEN	TANDA TANGAN	TANGGAL
-------------------	---------------------	----------------

<u>Dr. Ari Fadiati, M.Si</u> Dosen Pembimbing Materi
---	-------	-------

<u>Dr. Ir. Ridawati, M.Si</u> Dosen Pembimbing Metodologi
--	-------	-------

PENGESAHAN PANITIA UJIAN SKRIPSI

NAMA DOSEN	TANDA TANGAN	TANGGAL
-------------------	---------------------	----------------

<u>Dr. Guspri Devi Artanti, M.Si</u> Ketua Penguji
---	-------	-------

<u>Dra. Mariani, M.Si</u> Anggota Penguji
--	-------	-------

<u>Cucu Cahyana, S.Pd M.Sc</u> Anggota Penguji
---	-------	-------

Tanggal Lulus: 26 Januari 2018

HALAMAN PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan :

1. Karya tulis skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri dengan arahan dosen pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasi orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, karena karya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, Desember 2017

Yang Membuat Pernyataan

Disma Robyanto
5515122899

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul Penerimaan Konsumen Terhadap *Flakes* Substitusi Pati Ubi Jalar Putih. Skripsi ini disusun sebagai persyaratan sebagai rangkaian proses dari penyelesaian skripsi untuk meraih gelar Sarjana Program Studi Pendidikan Vokasional Seni Kuliner, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Jakarta.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Rusilanti, M.Si selaku Koordinator Program Studi Pendidikan Vokasional Seni Kuliner Fakultas Teknik Universitas Negeri Jakarta
2. Dra. I Gusti Ayu Ngurah S.MM selaku Pembimbing akademik Program Studi Tata Boga Reguler angkatan 2012
3. Dr. Ari Fadiati, M.Si, selaku Dosen Pembimbing Materi dan Dr. Ir. Ridawati, M.Si, selaku Dosen Pembimbing Metodologi yang telah membimbing dan memberi saran yang membangun bagi penulis selama proses pengerjaan skripsi,
4. Seluruh dosen dan staf Program Studi Pendidikan Tata Boga yang berkontribusi dalam memberikan ilmu pengetahuan selama proses belajar penulis di Universitas Negeri Jakarta,
5. Tata Usaha dan Laboran Program Studi S1 Pendidikan Tata Boga, Fakultas Teknik Universitas Negeri Jakarta.

Ucapan terima kasih juga penulis persembahkan untuk kedua orang tua dan adik tercinta, Pak Robby Sudrajat, Ibu Yeyen Noro Heryanti dan Difya Rosyanti. Tak lupa juga teruntuk teman serta sahabat penulis, Thoriq, Mahbub, Isyana, Luthfiyah, Ayi, Rasyid, Wawan, Aries, Bara, Sendy dan teman-teman seperjuangan.

Menyadari adanya keterbatasan pengetahuan dan pengalaman, maka penulis mohon maaf bila skripsi ini belum sempurna. Penulis berharap semoga skripsi yang disusun ini dapat bermanfaat bagi penulis dan seluruh pihak yang membutuhkan. Atas perhatiannya, penulis menyampaikan terima kasih.

Jakarta, Desember 2017

Penulis
Disma Robyanto

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	4
1.3 Pembatasan Masalah	4
1.4 Perumusan Masalah	5
1.5 Tujuan Penelitian	5
1.6 Kegunaan Penelitian	5
BAB II KAJIAN TEORITIS, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS PENELITIAN	
2.1 Kerangka Teoritik	6
2.1.1 Penerimaan Konsumen	6
2.1.2 Flakes Substitusi Pati Ubi Putih	16
2.2 Kerangka Pemikiran	24
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian	26
3.2 Metode Penelitian	26
3.3 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	27
3.3.1. Populasi	27
3.3.2. Sampel	27
3.3.3. Teknik Pengambilan Sampel	28
3.4 Variabel Penelitian	28
3.5 Definisi Operasional Penelitian	28
3.5.1 Flakes Substitusi Pati Ubi Putih	28
3.5.2 Penerimaan Konsumen	29
3.6 Desain Penelitian	30
3.6.1 Penelitian Pendahuluan	30
3.6.2 Hasil Validasi Produk	35
3.6.3 Penelitian Lanjutan	37
3.7 Instrumen Penelitian	37
3.7.1 Validitas dan Realibilitas Instrumen Penelitian	38
3.8 Teknik Pengambilan Data	41
3.9 Teknik Analisis Data	41

BAB 1V HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Hasil Penelitian	41
4.1.1 Identitas Responden	41
4.1.2 Hasil Penelitian Penerimaan Konsumen	43
4.2 Pembahasan Hasil Penelitian Penerimaan Konsumen	51
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	58
5.2 Saran	59
DAFTAR PUSTAKA	60
LAMPIRAN	61

DAFTAR LAMPIRAN

halaman		
Lampiran 1	Uji Coba Flakes	62
Lampiran 2	Uji coba Flakes Substitusi Pati Ubi Jalar Putih	63
Lampiran 3	Tabel Hasil Validitas Kualitas Flakes Substitusi Pati Ubi Jalar Putih	65
Lampiran 4	Hasil Validasi Kualitas Flakes Substistusi Patri Ubi Jalar Putih	67
Lampiran 5	Kuesioner Survei Sebelum Dilkukan Validitas dan Reliabilitas	75
Lampiran 6	Hasil Perhitungan Validitas dan Reliabilitas Kuesioner	82
Lampiran 7	Kuesioner Survei Sesudah Dilakukan Validitas dan Reliabilitas	84
Lampiran 8	Tabel R	89
Lampiran 9	Identitas Responden	90
Lampiran 10	Tabulasi Kuesioner Terhadap Aspek Kesadaran, Minat, Evaluasi, Percobaan dan Penerimaan	92
Lampiran 11	Daftar Gambar	102
Lampiran 12	Daftar Riwayat Hidup	103

DAFTAR TABEL

		Halaman
Tabel 3.1	Kisi-kisi kuesioner	37
Tabel 3.2	Hasil pengujian validitas dan reliabilitas	39
Tabel 4.1	Penilaian Aspek Kesadaran Pada Sub Indikator Pengetahuan	44
Tabel 4.2	Penilaian Aspek Kesadaran pada sub indikator Sikap	44
Tabel 4.3	Penilaian Aspek Kesadaran Pada Sub Indikator Perilaku	45
Tabel 4.4	Penilaian Aspek Minat Pada Sub Indikator Mencari Informasi	45
Tabel 4.5	Penilaian Aspek Evaluasi Pada Sub Indikator Penilaian	46
Tabel 4.6	Penilaian Aspek Percobaan Pada Sub Indikator Rasa	47
Tabel 4.7	Penilaian Aspek Percobaan Pada Sub Indikator Warna	48
Tabel 4.8	Penilaian Aspek Percobaan Pada Sub Indikator Aroma	48
Tabel 4.9	Penilaian Aspek Percobaan Pada Sub Indikator Tekstur	49
Tabel 4.10	Penilaian Aspek Penerimaan Sub Indikator Rasa	49
Tabel 4.11	Penilaian Aspek Penerimaan Sub Indikator Warna	50
Tabel 4.12	Penilaian Aspek Penerimaan Sub Indikator Aroma	50
Tabel 4.13	Penilaian Aspek Penerimaan Sub Indikator Tekstur	50
Tabel 4.14	Penilaian Aspek Penerimaan Sub Indikator Produk Baru	51

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Flakes adalah makanan jenis sereal yang umum dikonsumsi oleh masyarakat negara barat yang disantap bersama susu, biasanya makanan ini dikonsumsi sebagai hidangan untuk *breakfast*. Makanan ini menyebar ke berbagai belahan dunia antara lain Australia, Jepang, Korea, Inggris, Belanda dan Indonesia. Ada yang menyantapnya untuk sarapan pagi, tetapi ada pula yang disantap sebagai *snack*, sambil menunggu makan yang sebenarnya tiba, atau bisa juga sebagai camilan sambil menemani waktu istirahat.

Bahan dasar *flakes* adalah tepung terigu yang ditambah dengan bahan pendukung yaitu telur, gula, air dan baking soda diolah dengan teknik dibakar di dalam oven. Ciri *flakes* adalah berukuran kecil, tipis, bentuk bervariasi, renyah, tidak mudah hancur walau direndam cairan, rasa ada yang manis dan ada juga yang gurih, bahkan ada juga rasa khas dari bahan dasar yang digunakan, contohnya adalah *corn flakes* yang memiliki rasa khas jagung bila dimakan.

Menurut *Food and Agriculture Organization* (FAO) penggunaan gandum di dunia mencapai 702 juta ton/tahun, sedangkan menurut Badan Pusat Statistik (BPS) penggunaan pati terigu di dunia mencapai 207 juta ton/tahun dan 68.200 ton/tahun di Indonesia. Tanaman ini merupakan tanaman subtropis, dengan demikian jika Indonesia menggunakan bahan untuk diolah menjadi *flakes* dan

diproduksi secara pabrikan maka Indonesia harus mengimpor gandum atau pati terigu untuk memenuhi kebutuhan untuk membuat *flakes*.

Maka dengan ini tingkat impor tepung terigu ke Indonesia akan semakin meningkat, apalagi pengkonsumsi *flakes* di Indonesia setiap tahun semakin meningkat. Saat ini jumlah *snack* jenis *flakes* impor maupun produk lokal menurut *Food and Agriculture Organization* (FAO) yang diproduksi mencapai 11,5 juta ton/tahun dan semuanya berbahan dasar tepung terigu, sehingga perlu dicari alternatif bahan pengganti atau bahan substitusi tepung terigu, namun menghasilkan produk yang mirip dengan *flakes* berbahan dasar pati terigu yang memiliki spesifikasi serat kasar, kandungan air dan kandungan abu.

Alternatif yang dapat dijadikan substitusi adalah pati ubi jalar putih, yaitu pati yang diambil dari ubi putih (*Ipomoea Batatas*) yang diolah dengan cara dihancurkan sampai halus untuk diambil patinya lalu dikeringkan dengan cara dijemur atau dioven dan dihaluskan menjadi pati. Alasan pati ubi dipilih karena banyaknya tanaman ubi jalar putih yang tumbuh di Indonesia, menurut Badan Pusat Statistik (BPS) produksi ubi jalar di Indonesia mencapai 1,9 juta ton/tahun. Warna umbi yang putih juga menjadi alasan karena menyerupai dengan tepung terigu. Selain itu kandungan dalam pati ubi jalar putih yang terdiri dari kadar air, kadar serat dan kadar abu yang juga dimiliki tepung terigu sehingga apabila dicampur dengan pati terigu akan menghasilkan kualitas *flakes* yang berkualitas. Pati ubi jalar putih yang berkualitas dapat dilihat dari penelitian dari Wibisono (2010) menjelaskan bahwa kualitas pati ubi jalar putih mempunyai nilai rata-rata yang sedikit lebih tinggi dari tepung ubi jalar ungu dan tepung ubi jalar kuning pada produk *puff pastry*. Dan dapat dilihat dari jurnal yang berjudul Daya Patah

dan Daya Terima *Flakes* Jagung yang Disubstitusi Tepung Jantung Pisang, dijelaskan terdapat pengaruh substitusi tepung jantung pisang terhadap daya terima *flakes* berdasarkan warna, aroma, rasa dan tekstur.

Dengan adanya contoh penelitian yang berhasil dalam mengolah pati ubi jalar putih dan potensi yang ada pada pati ubi jalar putih bila ditambah dengan bahan tambahan seperti telur, garam, gula, air dan baking soda diharapkan hasilnya akan menyerupai *flakes* berbahan dasar tepung terigu. Hasil dari *flakes* yang dibuat dengan bahan dasar substitusi pati ubi jalar putih merupakan produk baru dari jenis *flakes* yang memiliki warna, rasa, aroma dan tekstur hampir sama dengan *flakes* pada umumnya, tentu perlu diuji apakah dapat diterima oleh masyarakat.

Penerimaan suatu produk baru oleh masyarakat adalah tindakan yang menyetujui atau menyambut atas sesuatu yang diberikan. Setiap individu pasti mengalami proses agar bisa memutuskan untuk menerima atau menolak sesuatu atau perlakuan. Proses penerimaan merupakan aktifitas pengambilan keputusan seorang individu yang berkaitan dengan penerimaan sebuah inovasi. Inovasi disini adalah *flakes* dengan substitusi pati ubi jalar putih apakah dapat diterima oleh konsumen,

Umumnya sereal jenis *flakes* ini banyak dikonsumsi anak-anak dan remaja, karena mudah dalam menyiapkannya, selain itu *flakes* juga bisa menjadi sumber energi bagi anak-anak dan remaja karena di dalam *flakes* mengandung karbohidrat yang cukup tinggi. Karena karbohidrat sangat dibutuhkan remaja untuk memberi energi mereka selama beraktifitas.

Atas pertimbangan demikian maka dilakukan penelitian Penerimaan Konsumen Terhadap *Flakes* Substitusi Pati ubi jalar putih. penelitian penerimaan konsumen terhadap *flakes* substitusi pati ubi jalar putih dilakukan pada remaja yang bersekolah di SMP Thariq Bin Ziyad Kab. Bekasi. Dengan dipilihnya sekolah SMP Thariq Bin Ziyad karena di sekolah ini terdapat kegiatan sarapan pagi sebelum belajar dan terdapat *flakes* didalam menu setiap minggunya.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan diatas maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Jenis bahan tambahan apa yang digunakan untuk membuat *flakes*?
2. Apakah pati terigu dapat disubstitusi dengan pati ubi jalar putih?
3. Bagaimana teknik yang digunakan untuk membuat *flakes*?
4. Apakah *flakes* dengan substitusi pati ubi jalar putih disukai oleh konsumen?
5. Apakah *flakes* substitusi pati ubi jalar putih dapat diterima oleh masyarakat khususnya kalangan remaja?

1.3. Pembatasan Masalah

Berdasarkan masalah yang telah diidentifikasi, perlu ada pembatasan masalah agar pembahasan lebih terarah dan karena keterbatasan waktu, tenaga dan biaya, maka penelitian ini hanya membahas penerimaan konsumen dengan substitusi pati ubi jalar putih terhadap *flakes*.

1.4. Perumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah maka perumusan masalah dalam penelitian sebagai berikut:

“Apakah *flakes* dengan substitusi pati ubi jalar putih dapat diterima oleh masyarakat khususnya kalangan remaja di SMPIT Thariq Bin Ziyad Kabupaten Bekasi?”

1.5. Tujuan Penelitian

Tujuan yang dicapai dari penelitian ini adalah untuk mengetahui penerimaan konsumen dari produk *flakes* yang disubstitusi dengan pati ubi jalar putih dikalangan konsumen.

1.6. Kegunaan Penelitian

Hasil yang dicapai dari penulisan penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk:

1. Mengoptimalkan penggunaan ubi sebagai bahan pangan yang memiliki nilai gizi yang baik.
2. Mengoptimalkan penggunaan ubi putih yang diolah menjadi pati sehingga nilai ekonomis dari ubi putih meningkat.
3. Sebagai salah satu usaha untuk menjadi produk pesaing dari berbagai macam *flakes* yang ada.
4. Sebagai usaha menambahkan jenis *flakes* yang dibuat dari bahan-bahan lokal sehingga konsumen dapat memanfaatkan produk dalam negeri.
5. Sebagai salah satu sumber pengetahuan untuk dijadikan bahan referensi bagi mahasiswa Tata Boga Universitas Negeri Jakarta dalam penelitian selanjutnya.

BAB II

KAJIAN TEORITIK DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1. Kajian Teoritik

2.1.1 Penerimaan Konsumen

Konsumen pada prinsipnya terdiri atas pribadi dan masyarakat yang mempunyai kebutuhan dan kemampuan untuk membelanjakan uangnya atas produk tertentu dalam upaya memenuhi kebutuhannya. Bila dilihat secara tata bahasa dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, konsumen merupakan pemakai dari barang-barang hasil produksi dan pemakai jasa.

Menurut Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) pasal 1 angka 2, konsumen adalah seorang pemakai barang ataupun jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan kembali, pengertian konsumen menurut UU Perlindungan Konsumen sesungguhnya dapat terbagi menjadi 3 bagian, terdiri dari:

- 1) Konsumen dalam arti umum yaitu pemakai, pengguna dan pemanfaat barang dan jasa untuk tujuan tertentu.
- 2) Konsumen yaitu pemakai, pengguna dan pemanfaat barang dan jasa untuk diproduksi (produsen) menjadi barang dan jasa untuk memperdagangkannya (distributor), dengan tujuan komersial. Konsumen antara ini sama dengan pelaku usaha.

- 3) Konsumen akhir yaitu pemakai, pengguna atau pemanfaat dari barang dan jasa konsumen untuk memenuhi kebutuhan diri sendiri, keluarga atau rumah tangganya dan tidak untuk di perdagangkan kembali (YLBHI dan AusAID, 2009:261)

Konsumen merupakan pihak-pihak yang mengkonsumsi barang dan jasa yang diproduksi oleh sebuah pergerakan perekonomian untuk memenuhi kebutuhan mereka. Menurut Kamus Istilah Ekonomi Kontemporer “konsumen adalah orang yang menggunakan, memakai, memanfaatkan, menikmati barang dan jasa untuk pemenuhan kebutuhan dan seringkali bersifat konsumtif”.

Dapat disimpulkan konsumen adalah pemakai barang dan jasa, baik memperolehnya melalui pembeli untuk kepentingan diri sendiri, keluarga orang lain dan makhluk hidup lain namun tidak untuk diperdagangkan.

Penerimaan berasal dari kata terima, menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia terima adalah menyambut, mendapatkan, memperoleh sesuatu, sehingga dapat disimpulkan bahwa penerimaan adalah tindakan yang menyetujui atau menyambut atas sesuatu yang diberikan. Setiap individu pasti mengalami proses agar bisa memutuskan untuk menerima atau menolak sesuatu atau perlakuan. Proses ini disebut dengan proses penerimaan (*the adaption process*).

Proses penerimaan merupakan aktivitas pengambilan keputusan seorang individu yang berkaitan dengan penerimaan sebuah inovasi. Pengambilan keputusan oleh konsumen untuk membeli sebuah inovas produk, perlu mempertimbangkan variabel produk seperti harga, kualitas, warna, desain, model, kemanfaatan pasca beli, harga produk pesaing, juga daya beli yang dimiliki, pertimbangan keluarga dan sebagainya semua variabel produk tersebut

bisa jadi merupakan faktor pendorong dan penghambat seorang konsumen untuk membeli suatu produk tertentu. Dikatakan faktor pendorong karena variabel-variabel tersebut dapat mempengaruhi seorang konsumen untuk membeli produk tersebut. Sedangkan, dikatakan faktor penghambat, karena variabel-variabel produk yang akan dibeli dapat menjadi ganjalan untuk tidak membeli. (Sunyoto, 2012:87). Inovasi produk baru (*new product innovation*) merupakan barang, jasa atau ide yang dianggap baru bagi sebagian pelanggan potensial. Produk baru mungkin telah ada untuk beberapa waktu, tetapi inovasi dilakukan terhadap ketertarikan pada bagaimana konsumen mempelajari produk itu untuk pertama kali dan membuat keputusan untuk menerima. Proses adopsi (*adoption process*) didefinisikan sebagai proses mental yang dilalui seseorang dalam mempelajari sebuah inovasi produk untuk pertama kali sampai adopsi akhir dan adopsi merupakan keputusan seseorang untuk menjadi pengguna tetap sebuah produk (Gary dan Armstrong dalam Sabran, 2008:184)

Proses penerimaan konsumen terhadap suatu produk memerlukan waktu. Proses penerimaan ini kemudian diikuti dengan proses kesetiaan konsumen (*consumer loyalty process*). Proses penerimaan konsumen berfokus pada proses mental yang dilalui seseorang mulai dari pertama mendengar informasi tersebut hingga menggunakannya. Proses penerimaan adalah aktivitas pengambilan keputusan individu untuk dapat menerima inovasi. Penerimaan produk baru melalui 5 tahap berikut:

1. Kesadaran (*Awareness*)

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, sadar itu merasa, tahu dan mengerti. Kesadaran menurut KBBI adalah keadaan mengerti, hal yang dialami atau dirasakan oleh seseorang. Kesadaran adalah tahapan dimana individu berkenalan dengan produk inovasi baru. Kesadaran konsumen (*consumer awareness*) atas produk merupakan kunci penting dalam pengambilan keputusan. Apabila menaikkan potensi atau pengetahuan konsumen sebelumnya tentang produk, konsumen dapat melangkah pada tahap selanjutnya yaitu keputusan untuk menerima. Definisi kesadaran dan pengambilan keputusan hampir tidak berada penggunaannya. Proses pengambilan keputusan tidak dapat berjalan baik apabila tidak didahului dengan kesadaran suatu objek atau produk yang dipilih. Proses pengambilan keputusan memerlukan informasi dari lingkungan. Informasi ini membentuk kesadaran yang dapat mengidentifikasi informasi tersebut menjadi relevan dengan adanya kesadaran terhadap objek tertentu (Sumarwan, 2012:273). Kesadaran adalah situasi ketika konsumen menyadari adanya produk baru, tetapi konsumen masih kekurangan informasi tentang produk tersebut. Perkembangan kesadaran terhadap produk ditentukan berdasarkan pengetahuan (*knowledge*), sikap (*attitude*), dan perilaku (*behavior*).

Setelah sadar akan adanya produk baru maka selanjutnya konsumen akan mengetahui bahwa adanya produk baru. Maka dengan itu konsumen akan mencari tahu lagi dengan lebih jelas tentang produk baru dan mendapat pengetahuan dengan produk baru. pengetahuan dibedakan menjadi jenis yaitu pengetahuan tentang karakteristik atau atribut produk, pengetahuan tentang manfaat produk, dan pengetahuan tentang kepuasan yang diberikan produk bagi

konsumen (Sumarwan, 2012:277). Pengetahuan atribut produk adalah pengetahuan tentang berbagai hal atribut produk yang melekat pada produk. Atribut atau spesifikasi melekat pada produk tersebut. Pengetahuan tentang manfaat produk dirasakan oleh konsumen dalam menggunakan atau mengonsumsi produk tersebut.

Setelah konsumen telah tahu dengan produk baru maka konsumen akan bisa memberikan sikap terhadap produk baru. Menurut Laroche, Bergeron dan Barbaror Farleo dalam Sumarwan (2012:279), sikap berlawanan dengan pengetahuan dan perilaku. Pengetahuan dan perilaku merupakan peranan atau pembentuk yang paling signifikan atas kesadaran konsumen untuk meningkatkan kesadaran terhadap produk. Sikap dapat diartikan sebagai evaluasi seseorang. Menurut Walgito (2001) sikap adalah organisasi pendapat, keyakinan seseorang mengenai suatu objek atau produk ataupun situasi yang relevan, yang ditandai adanya perasaan tertentu dan memberikan dasar pada orang tersebut untuk membuat respon atau berperilaku dalam cara tertentu yang dipilihnya.

Kesukaan seseorang terhadap suatu objek adalah suatu bentuk sikap. Para ahli psikologi sosial menganggap bahwa sikap terdiri dari tiga komponen. Komponen pertama adalah komponen kognitif (*cognitive component*) yaitu pengetahuan dan keyakinan seseorang tentang sesuatu yang menjadi objek sikap. Komponen kedua adalah komponen afektif (*affective component*), yaitu berupa perasaan terhadap objek sikap. Komponen ketiga adalah komponen konatif (*conative component*), yaitu kecenderungan melakukan suatu terhadap objek sikap. Ketiga komponen tersebut berada dalam suatu hubungan yang konsisten.

Sikap komponen merupakan faktor penting yang akan mempengaruhi keputusan konsumen. Sikap konsumen selalu ditujukan terhadap konsep yaitu objek dan perilaku.

Engel, Blackwell dan Miniard dalam Sumarwan (2012:280) mengartikan perilaku konsumen sebagai tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi dan menghabiskan produk dan jasa termasuk proses keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan ini, sementara itu, Loudonn dan Bitta lebih menekankan perilaku konsumen sebagai suatu proses pengambilan keputusan yang mensyaratkan aktivitas individu untuk mengevaluasi, memperoleh, menggunakan atau mengatur barang dan jasa. Menurut Schiffman Leon G dan Leslie Lazar Kanuk dalam Sumarwan (2012:280), istilah perilaku konsumen diartikan sebagai perilaku yang diperlihatkan konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, memperoleh, menggunakan dan menghabiskan produk dan jasa yang mereka harapkan akan memuaskan kebutuhan mereka. Oleh konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi dan membuang/tidak menggunakan lagi produk dan jasa yang mereka mengharapkan dapat memuaskan kebutuhannya (Sumarwan 2012:280). Kesadaran akan bergerak seiring dengan sikap positif yang menuju perilaku dan menjadi pendorong menuju perilaku yang diharapkan, dapat disimpulkan bahwa kesadaran konsumen merupakan proses yang dilalui oleh konsumen melalui tahap berupa pengetahuan, sikap dan perilaku yang dapat mempengaruhi konsumen untuk membuat keputusan dalam menerima suatu inovasi baru.

2. Minat (*interest*)

Pada dasarnya minat timbul karena adanya dorongan yang disebut dengan motif. Apabila seseorang menaruh minat pada sesuatu, minatnya ini menjadi motif kuat baginya atau minatnya. Minat terhadap produk merupakan tolak ukur keinginan konsumen yang dipresentasikan dengan sikap atau tingkah laku konsumen. Jika konsumen tertarik akan produk baru, maka konsumen akan termotivasi untuk mencari informasi tentang produk baru dan fakta-fakta umum mengenai produk tersebut (Sumarwan, 2012:117). Jadi dapat disimpulkan bahwa minat konsumen adalah suatu dorongan untuk mencari informasi mengenai produk sehingga menghasilkan keputusan untuk menerima produk baru tersebut.

3. Evaluasi (*Evaluation*)

Evaluasi merupakan suatu tahapan konsumen mulai mempertimbangkan dan mencoba suatu produk. Hal ini dapat menimbulkan perasaan suka atau tidak suka terhadap suatu produk. Proses evaluasi informai biasanya akan menggunakan waktu lebih lama bagi sebuah produk baru dari pada produk yang sudah dikenal. Konsumen mengukur manfaat untuk mencari informasi dengan mempertimbangkan apakah mencoba produk baru itu merupakan tindakan yang masuk akal (Kotler dan Amstrong dalam Sabran, 2008:184). Dapat diartikan evaluasi adalah suatu proses yang menentukan nilai dengan menggunakan patokan tertentu dalam mengambil keputusan untuk menerima produk baru.

4. Percobaan (*Trial*)

Konsumen mencoba produk baru dalam skala kecil untuk meningkatkan estimasinya tentang nilai produk tersebut. Konsumen mencoba inovasi baru untuk memperbaiki perkiraannya atas nilai inovasi tersebut (Kotler, 2008:184).

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia percobaan adalah usaha mencoba sesuatu. Sebelum menerima inovasi maka seorang melakukan percobaan dahulu. Suatu percobaan ditemukan dalam nerapa kondisi. Pertama adalah kalau produk (objek yang dicoba) penting dalam menghabiskan waktu, tenaga dan uang untuk memutuskan pembelian. Kedua, teori percobaan untuk produk pembeliannya melalui suatu seleksi, hasil dari percobaan in adalah sukses atau gagal. Ketiga, teori percobaan ini untuk inovasi-inovasi baru. Teori percobaan tidak relevan untuk produk-produk yang sudah dikenal dipasaran. Dalam mencoba produk baru, konsumen akan membandingkan produk baru dengan produk yang sudah biasa dikonsumsi.

Pada tahapan percobaan ini, konsumen diminta menilai dari segi kualitas produk. Menurut Juhan (1974:25), kualitas adalah kelayakan atau kecocokan dalam penggunaan. Kualitas produk makanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan, sehingga akan lebih baik bila dapat meningkatkan dan mempertahankan kualitas produk makanan sebagai dasar strategi pemasaran. Kualitas merupakan prioritas utama calon konsumen dalam menerima suatu produk. Kualitas bahan dan bumbu yang baik memegang peranan yang sangat penting untuk meningkatkan penerimaan konsumen melalui warna, rasa, aroma dan tekstur.

Aspek percobaan terhadap kualitas dalam penelitian ini adalah aspek warna, rasa, aroma dan tekstur pada pembuatan *flakes* dengan substitusi pati ubi jalar putih.

1) Rasa

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, pengertian dari rasa adalah tanggapan indra terhadap rangsangan saraf, seperti manis, pahit, masam terhadap indra pengecap, atau panas, dingin terhadap indra perasa. Rasa merupakan penilaian utama untuk setiap produk. Apabila warna dan tekstur sudah baik tapi rasa tidak, tetap saja produk tidak bisa dikatakan produk yang baik dan layak untuk dikonsumsi.

2) Warna

Warna adalah kesan kedua setelah bentuk saat kita menilai makanan secara sepintas. Warna makanan dapat dilihat dengan indra penglihatan. Warna yang menarik dan sesuai dengan standar akan menggugah selera bagi konsumen produk tersebut.

3) Aroma

Indera penciuman dapat kita gunakan agar tahu aroma yang dikeluarkan oleh suatu makanan. Aroma *flakes* yang baik tidak tercium bau apek atau bau yang tidak sedap yang keluar dari *flakes*.

4) Tekstur

Produk yang dihasilkan dapat dinilai dari segi tekstur yang penting dalam uji organoleptik setiap produk makanan. Tekstur yang tidak sesuai dengan standar dapat mengurahi penilaian dari produk tersebut. Tekstur makanan memiliki ciri khas yang berbeda-beda, contohnya liat, renyah dan lembut. Pada produk *flakes* konsumen akan menilai dari kerenyahan produk.

5. Penerimaan (*Adoption*)

Penerimaan konsumen merupakan suatu proses menerima. Menerima berarti bersedia untuk mendengarkan tanpa menunjukkan keraguan, namun kepekaan seseorang terhadap rangsangan yang diberikan oleh obyek yang akan menimbulkan kesediaan untuk memperhatikan dan mengamati setiap rangsangan yang timbul. Penerimaan yaitu kecenderungan seseorang dalam menerima suatu obyek berdasarkan hasil penilaian terhadap obyek tersebut. Penerimaan suatu obyek adalah suatu kepekaan terhadap suatu rangsangan yang diberikan oleh suatu obyek supaya menimbulkan ekspresi perasaan tentang keinginan untuk memperhatikan dan mengamati, dan kecenderungan seseorang untuk menilai suatu obyek sehingga menimbulkan perasaan suka atau tidak suka, menerima atau menolak. Konsumen memutuskan untuk memakai produk baru itu secara penuh dan teratur. Penerimaan suatu obyek dapat dilihat dari kualitas produk tersebut. Di dalam suatu penerimaan produk baru, setelah konsumen melewati tahap penerimaan dan melakukan percobaan pada produk. Jika percobaan pada produk baru menyenangkan, maka konsumen dapat menggunakan produk tersebut secara teratur dan tidak lagi secara terbatas. Jika percobaan pada produk baru tidak menyenangkan, maka konsumen berhak menolak dan tidak menerima (Gary dan Armstrong dalam Sabran, 2008:184).

Dapat disimpulkan penerimaan (*adoption*) merupakan tahapan akhir dalam proses keputusan pembelian suatu produk. Konsumen telah sadar dengan keberadaan produk, konsumen telah mencari informasi karena ketertarikan terhadap produk, serta konsumen telah mempertimbangkan tentang kegunaan dan keunggulan produk yang ditawarkan. Pada tahapan akhir ini konsumen

dapat memutuskan menerima atau menolak produk baru yang ditawarkan. Konsumen menerima atau menolak suatu produk dengan segala aspek yang terdapat di dalam produk, contoh rasa, aroma, warna dan tekstur dari *flakes*.

Pada penelitian ini sampel konsumen yang dijadikan panelis adalah kalangan remaja SMP atau konsumen remaja. Konsumen remaja dipilih karena kalangan remaja di usia ini adalah peralihan dari golongan usia anak-anak menuju golongan dewasa yang membuat mereka mulai bisa berpikir secara logis dibandingkan dengan konsumen anak-anak.

2.1.2 *Flakes* Substitusi Pati ubi jalar putih

1. Bahan-bahan Pembuatan *Flakes*

Flakes adalah salah satu makanan pertama yang diberikan kepada anak-anak, dan tetap berada dalam makanan sebagai makanan pokok untuk sarapan. Secara historis, *flakes* digunakan sebagai makanan sarapan yang bergizi. Pemrosesan yang telah mengubah nilai makanannya, tetapi tidak tradisinya. Banyak publikasi tentang kurangnya nilai nutrisi pada pemrosesan *flakes* kering yang dijual di pasaran. Walaupun seorang anak tidak mendapatkan vitamin dan mineral, yang disebutkan dalam pembuatan *flakes*, sebagian besar nutrisi yang didapat dari susu dalam penyajiannya.

Tepung terigu merupakan bahan utama dalam pembuatan *flakes* ini karena terbuat dari golongan sereal yaitu terbuat dari gandum. Tepung terigu yang digunakan dalam pembuatan *flakes* ini menggunakan pati terigu dengan kandungan protein yang rendah. Tepung terigu berprotein rendah ini biasa digunakan dalam pembuatan kue-kue kering. Adapun bahan yang digunakan

dalam pembuatan *flakes* yaitu berasal dari beberapa bahan yang digunakan dalam membuat *corn flakes*.

a. Terigu

Tepung terigu merupakan tepung atau bubuk yang berasal dari biji gandum. Tepung terigu mengandung Gluten, gluten merupakan protein yang hanya dimiliki biji gandum. Gluten mempengaruhi kekenyalan dan keempukan suatu produk. Tepung terigu biasa digunakan dalam pembuatan beberapa produk diantaranya: kue, roti dan mie. Pati terigu adalah hasil dari penggilingan biji gandum. Gandum merupakan salah satu tanaman biji-bijian yang biasa tumbuh di negara seperti Amerika, Kanada, Eropa, dan Australia. Secara umum tepung terigu biasa digunakan untuk membuat aneka macam makanan seperti kue dan roti. Hal ini menjadi salah satu dikonsumsi masyarakat karena dianggap sebagai pengganti karbohidrat dan praktik. Tepung terigu mengandung gluten yang dapat membuat adonan makanan menjadi tipis dan elastis (Syarbini 2013:15).

Dalam pembuatan *flakes* ini menggunakan tepung terigu berprotein rendah karena tepung terigu dengan kandungan protein rendah (*Soft Flour*). tepung terigu dengan kandungan protein 8%-9.5% ini tidak memerlukan tingkat kekenyalan namun tingkat kerenyahan sehingga cocok untuk pembuatan *cookies*, *wafer*, dan aneka gorengan. Dalam pembuatan *flakes* ini tepung terigu yang digunakan sebanyak 50% dari jumlah resep yang dibutuhkan.

b. Air

Air merupakan senyawa kimia hasil dari ikatan dari unsur Hidrogen (H_2) yang bersenyawa dengan unsur oksigen (O) dalam hal ini membentuk senyawa H_2O . Air merupakan senyawa kimia yang sangat penting bagi semua kehidupan

mahluk hidup di muka bumi ini. Fungsi air bagi kehidupan tidak dapat digantikan oleh senyawa lain. Penggunaan air yang utama dan sangat vital bagi kehidupan adalah sebagai air minum. Hal ini terutama untuk mencukupi kebutuhan air di dalam tubuh manusia itu sendiri. Tentunya air yang digunakan untuk konsumsi manusia adalah air bersih dan pengertian dari air bersih itu sendiri adalah air yang digunakan untuk keperluan sehari-hari yang kualitasnya memenuhi syarat kesehatan dan dapat diminum apabila telah dimasak. Air yang digunakan untuk membuat *flakes* ini sebanyak 20% karena air ini berfungsi untuk mengikat semua bahan yang digunakan untuk membuat *flakes*.

c. Gula

Gula adalah karbohidrat yang berfungsi sebagai pemberi rasa manis pada *flakes*. Proses dalam menghasilkan gula mencakup tahapan ekstraksi (pemerasan) lalu melewati tahapan destilasi (penyulingan).

Granulated sugar atau yang dikenal dengan gula pasir ini yang digunakan untuk menambah rasa manis dalam pembuatan *flakes*, gula pasir ini terbuat dari tebu dan memiliki bentuk kristal agak kasar dan sesuai untuk membuat berbagai macam kue kering ataupun cake. Dalam pembuatan *flakes* ini gula pasir yang digunakan sebanyak 15% tidak terlalu banyak karena sudah ada rasa manis yang dihasilkan dari pati ubi jalar putih.

d. Telur ayam

Telur adalah hasil pembuahan dari binatang unggas, ikan dan serangga. Telur unggas merupakan telur yang paling sering dikonsumsi oleh manusia. Telur unggas yang paling sering dikonsumsi manusia adalah telur bebek, telur ayam dan telur puyuh. Komposisi kimia telur berdasarkan pada berat telur 58

gram terdiri dari 11% kulit, 58% putih telur dan 31% kuning telur. Jika dihitung dengan berat bagian dalam telur saja terdiri dari 65% putih telur dan 35% kuning telur (Tien, 2013; 92).

Menurut Sudaryani (2003), telur mempunyai kandungan protein tinggi dan mempunyai susunan protein yang lengkap, akan tetapi lemak yang terkandung didalamnya juga tinggi.

Secara umum telur ayam & telur itik merupakan telur yang paling sering dikonsumsi oleh masyarakat karena mengandung gizi yang melimpah, telur sangat bagus dikonsumsi oleh anak – anak dalam masa pertumbuhan. Dalam pembuatan *flakes* ini telur yang digunakan sebanyak 15% dari jumlah 100% pati terigu yang digunakan.

e. Garam

Garam adalah suatu bumbu yang digunakan sebagai penambah rasa. Garam merupakan mineral yang terdiri dari atas Natrium dan Klor, yang mengkristal dan bersenyawa menjadi Natrium Klorida (NaCl). Garam mengandung kalium, lodat (garam beryodium) yang merupakan zat gizi penting yang harus dikonsumsi (Murdijati, 2011: 65). Garam yang digunakan untuk membuat *flakes* ini sebanyak 2% saja karena untuk menambah sedikit rasa gurih pada *flakes*.

f. Baking soda

Baking soda atau yang sering disebut juga sebagai soda kue adalah sodium bikarbonat murni atau tidak memiliki campuran bahan-bahan lain. Soda kue yang tak lain adalah sodium bikarbonat akan bereaksi dengan asam dan membentuk gelembung-gelembung gas karbon dioksida di dalam adonan kue.

Asam yang dimaksud disini adalah asam yang terkandung dalam bahan pembuat kue atau adonan seperti susu, yoghurt, coklat dan mentega. Reaksi yang terbentuk oleh bahan-bahan tersebut relatif cepat dan tidak membutuhkan waktu yang lama, oleh sebab itu adonan yang sudah diberi baking soda sesegera mungkin harus cepat diproses ke tahapan berikutnya yaitu dipanggang atau dikukus. Jika tidak, pencampuran akan berakhir sia-sia dan kue tidak akan mengembang dengan sempurna. Baking yang digunakan dalam pembuatan *flakes* ini sebanyak 5% karena baking soda ini digunakan untuk membuat *flakes* agak mengembang ketika sudah jadi.

2. Proses Pembuatan *Flakes*

a. Pemilihan bahan

Pemilihan bahan merupakan bagian yang terpenting dalam pembuatan *flakes* ini, karena dalam pembuatan *flakes* ini harus menggunakan bahan-bahan yang sangat baik, agar dapat menghasilkan *flakes* yang bagus dan bernutrisi.

b. Pengadonan

Pengadonan merupakan tahapan utama yang harus dilakukan dari pembuatan *flakes* yang meliputi pencampuran bahan kering lalu diaduk dan dicampur dengan bahan basah, kemudian dicampur rata semuanya hingga menjadi adonan *flakes* yang kalis.

c. Penggilingan dan Pencetakan

Proses penggilingan dilakukan bertujuan untuk mendapatkan ketebalan dari *flakes* yang sesuai dengan apa yang telah ditentukan, jika proses penggilingan ini tidak diperhatikan maka *flakes* yang diproduksi akan jelek atau tidak sesuai, sebagai contoh: jika *flakes* yang dihasilkan terlalu tebal maka *flakes*

yang dihasilkan nanti akan terlalu keras dan apabila adonan yang digiling terlalu tipis maka akan menghasilkan *flakes* yang sangat rapuh. Setelah tahap penggilingan adonan *flakes* akan memasuki tahap pencetakan, cetakan yang digunakan dalam membuat *flakes* ini harus memiliki bentuk yang sesuai tidak terlalu besar dan terlalu kecil dan sesuai dengan standart ukuran *flakes* pada umumnya.

d. Pemanggangan

Proses pemanggangan adalah tahap penentuan *flakes* ini dinyatakan berhasil atau gagal, proses pemanggangan itu ditentukan oleh dua faktor yaitu suhu dan waktu. Waktu yang digunakan dalam pembuatan *flakes* ini selama 35 menit, waktu pemanggangan yang pas akan menghasilkan *flakes* yang sangat sempurna dari segi rasa, aroma, tekstur dan warna. Dan suhu yang digunakan dalam proses pemanggangan *flakes* ini adalah 110°C. Jika suhu yang tidak sesuai yang ditentukan maka akan menghasilkan *flakes* yang tidak bagus atau tidak sesuai standar.

e. Pengemasan

Pengemasan disini harus ditutup dengan rapat agar *flakes* yang telah jadi akan tetap terjaga kerenyahannya agar *flakes* yang dihasilkan kualitasnya tetap terjaga.

3. Pati ubi Jalar Putih

Ubi jalar putih (*sweet potato*) memiliki banyak nama istilah didunia, misalnya: *karaimo* (Jepang), *ubitora* (Malaysia) dan *getica* (Brazil). Disamping itu penggunaan sinonim juga terdapat diwilayah Indonesia, diantaranya: ubi jawa (Sumatera Barat), ketela (Jakarta), watata (Sulawesi Utara), katila (Dayak)

dan sebagainya. Selain itu tanaman ubi jalar putih termasuk jenis tumbuhan yang memiliki susunan tubuh utama yang terdiri dari batang, ubi, daun, bunga, buah dan biji. Jika dilihat dari batang tanamannya berbentuk bulat, tidak berkayu, berkuku-kuku, dan tipe pertumbuhannya merambat.

Dalam pembuatan *flakes* ini ubi jalar putih yang digunakan diolah menjadi pati ubi jalar putih. Pati ubi jalar adalah pati pati yang diperoleh dari proses ekstra pasti secara basah terhadap umbi ubi jalar (Rahmat dan Khastrifah, 2011). Proses pembuatan pati ubi jalar adalah dilakukan pemilihan umbi yang baik, kemudian umbi dicuci dan dikupas. Umbi kemudian diiris tipis atau disawut, dijemur selama 48 jam dibawah terik matahari atau dikeringkan menggunakan alat pengering pada suhu 60 derajat celcius selama 36 jam, setelah kering kemudian digiling dan diayak (Sarwono, 2007). Pati ubi jalar memiliki beberapa jenis, yaitu pati ubi jalar putih, pati ubi jalar kuning dan pati ubi jalar ungu. Varietas yang memiliki kandungan karbohidrat yang lebih tinggi mempunyai rasa yang lebih manis dibandingkan varietas yang kandungan karbohidratnya lebih rendah, contoh varietas yang memiliki kandungan karbohidrat yang tinggi adalah ubi jalar kuning, merah dan ungu. Pati ubi jalar putih memiliki kandungan karbohidrat yang tinggi sehingga baik digunakan untuk menghasilkan aneka produk pangan yang mempunyai nilai gizi. Pati ubi jalar kuning memiliki karakteristik pati yang berwarna kuning, warna kuning pada pati ubi jalar kuning disebabkan karena adanya pigmen karoten. Pati ubi jalar ungu memiliki karakteristik pati berwarna ungu pucat atau ungu kecoklatan, warna ungu pada pati ubi jalar ungu disebabkan karena adanya pigmen anthosianin. Pengaruh pengeringan terhadap sifat fisikokimia ubi jalar adalah

dapat menghilangkan atau merusak nilai gizi dan kandungan anthosianin yang merupakan pigmen pembentuk warna pada ubi jalar ungu menurun atau pudar (Apriliyanti Tina, 2010).

4. Proses Pembuatan *Flakes* Dengan Substitusi Pati ubi jalar putih

Proses pembuatan *flakes* dengan substitusi pati ubi jalar putih melalui 6 tahap, yaitu:

a. Persiapan bahan

Persiapan meliputi peralatan dan sarana yang diperlukan dalam pembuatan *flakes*, bahan yang digunakan harus dalam keadaan baik

b. Pencampuran atau pengadonan

Pencampuran bahan yang dilakukan adalah mencampur semua bahan kering seperti pati terigu, pati ubi jalar putih, gula, garam lalu aduk hingga tercampur rata. Kemudian masukkan kuning telur lalu masukkan baking soda kemudian aduk hingga rata lalu tahap selanjutnya masukkan air dan adon semua bahan hingga tercampur rata.

c. Penggilingan

Adonan *flakes* yang sudah siap kemudian melalui proses penggilingan, dan digiling sesuai ukuran yang ditentukan.

d. Pencetakan

Setelah adonan melewati proses penggilingan adonan *flakes* akan dicetak sesuai bentuk yang telah ditetapkan. Dan disusun rapi di atas loyang dan siap untuk dipanggang.

e. Pemanggangan

Setelah adonan melewati tahap penggilingan dan pencetakan, kemudian adonan akan dipanggang sesuai waktu dan suhu yang sudah ditentukan sehingga akan menghasilkan *flakes* yang bagus dan sesuai standar.

f. Pengemasan

Flakes yang sudah dipanggang dan didinginkan, *flakes* akan dikemas di tempat kedap udara agar kualitas *flakes* tetap terjaga dan dapat dikonsumsi dalam jangka waktu yang panjang.

2.2. Kerangka Pemikiran

Penerimaan adalah tindakan yang menyetujui atau menyambut atas sesuatu yang baru atau yang diberikan, penerimaan merupakan kecenderungan seseorang dalam menerima suatu objek berdasarkan hasil penilaian terhadap objek itu. Objek tersebut adalah suatu inovasi *flakes* dengan substitusi pati ubi jalar putih.

Flakes merupakan salah satu jenis sereal. Produk *flakes* yang paling sering dikonsumsi oleh masyarakat adalah *flakes* yang menggunakan bahan dasar dari pati terigu, karena mudah diperoleh. Hal ini mendorong negara untuk mengimport pati terigu yang semakin banyak yang tentunya berdampak kepada kemampuan negara harus menyediakan bahan tersebut, maka dicari alternatif lain untuk mengurangi ketergantungan terhadap pati terigu, maka perlu dicari alternatif pati lain yang dapat digunakan sebagai pengganti atau substitusi. Potensi yang memungkinkan adalah pati ubi jalar putih. tanaman ini sangat mudah tumbuh di Indonesia dan hasilnya berlimpah. Pati ubi jalar putih memiliki kadar air, kadar serat, kadar abu dan memiliki warna umbi yang hampir sama dengan pati terigu walaupun dalam presentase yang lebih rendah.

Kandungan yang sama pada beberapa komponennya dapat menggantikan sebagian pati terigu yang digunakan pada produk *flakes*. Warna yang tidak terlalu putih, aroma pati ubi jalar putih yang tidak menonjol, rasa yang hampir netral diharapkan menghasilkan *flakes* yang hampir mirip dengan *flakes* yang berbahan dasar pati terigu, sehingga kemungkinan besar dapat diterima oleh masyarakat terutama kelompok remaja baik yang sudah terbiasa mengkonsumsi *flakes* maupun yang belum terbiasa.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Tempat dan Waktu Penelitian

Tempat penelitian untuk pembuatan *flakes* substitusi pati ubi jalar putih adalah di Laboratorium Roti dan Kue di lantai 2 gedung H Fakultas Teknik Universitas Negeri Jakarta, sedangkan pengujian penerimaan konsumen terhadap *flakes* substitusi pati ubi jalar putih dilakukan di SMP Thariq Bin Ziyad Kota Bekasi dari Juli 2016 sampai selesai.

3.2. Metode Penelitian

Perlu adanya metode yang digunakan dalam melakukan penelitian, metode penelitian yang diartikan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu (Sugiyono, 2013:2). Pada penelitian ini peneliti menggunakan metode survei. Riset survei adalah pengumpulan data primer yang mengajukan pertanyaan kepada orang tentang pengetahuan, sikap, referensi dan perilaku pembelian mereka (Kotler dan Armstrong, 2008:131).

Pada penelitian ini metode survei digunakan untuk mengetahui penerimaan konsumen terhadap *flakes* substitusi pati ubi jalar putih. Menurut Soenarto data yang dikumpulkan kemudian digunakan untuk mendeskripsikan karakteristik dari populasi tertentu (Soenarto, 2012:144).

3.3. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel

3.3.1. Populasi

Populasi dapat diartikan sebagai wilayah generalisasi yang terdiri dari dari objek yang mempunyai karakteristik tertentu dan mempunyai kesempatan yang sama untuk dipilih untuk menjadi anggota sampel (Umar, 2005: 145). Suatu populasi sedikitnya memiliki satu karakteristik yang membedakannya dengan dengan kelompok yang lain. Populasi target dalam penelitian ini adalah siswa yang bersekolah di SMP Thariq Bin Ziyad, Kecamatan Jatimulya, Kota Bekasi dengan jumlah siswa sebanyak 359 orang (data sekolah tahun 2016)

3.3.2. Sampel

Sampel adalah segmen populasi yang dipilih untuk riset pemasaran yang menggambarkan populasi secara keseluruhan (Kotler dan Amstrong, 2008:135). Sebagian dari jumlah dari populasi yang dipilih untuk sumber data tersebut disebut dengan sampel. Sampel pada penelitian ini adalah murid SMP Thariq Bin Ziyad kota Bekasi. Pemilihan SMP Thariq Bin Ziyad sebagai sampel dan responden karena sebagian besar murid di sekolah ini mengkonsumsi *flakes* diwaktu pagi. Sampel dalam penelitian ini dihitung dengan menggunakan rumus *Slovin*, dengan taraf keyakinan 90% benar atau taraf signifikansi toleransi kesalahan 0,10 (hanya ada 10% kesalahan, karena “kebetulan benar” terjadi).

Rumus *Slovin* (Umar, 2005: 145)

$$n = N / (1 + Ne^2)$$

$$n = 359 / (1 + 359 \times 0,10 \times 0,10) = 78,2 \text{ orang, dibulatkan menjadi } 79 \text{ orang.}$$

Jadi dapat dihasilkan jumlah sampel sebanyak 79 orang. Sampel yang diambil terdiri dari murid kelas 7,8 dan 9 SMPIT Thariq Bin Ziyad, Kabupaten Bekasi.

3.3.3. Teknik Pengambilan Sampel

Sampel dalam penelitian ini dipilih secara probabilitas sampling dengan memberikan kuesioner yang bersifat tertutup, dimana respondennya adalah siswa sekolah. Teknik pengambilan sampel ini dilakukan secara *Simple Random Sampling*. Teknik ini dipilih oleh peneliti karena pengambilan sampel dari anggota populasi dengan secara acak tanpa memperhatikan tingkatan dalam anggota populasi tersebut. Hal ini dilakukan karena sampel yang diambil sejenis atau homogen yaitu seluruh siswa SMPIT Thariq Bin Ziyad Kota Bekasi

3.4. Variabel Penelitian

Variabel penelitian merupakan karakteristik yang diamati dalam suatu penelitian. Variabel penelitian ini adalah Penerimaan Konsumen Terhadap Flakes substitusi pati ubi jalar putih.

3.5 Definisi Operasional Penelitian

3.5.1 Flakes substitusi pati ubi jalar putih

Flakes substitusi pati ubi jalar putih merupakan makanan yang dibuat dengan bahan dasar pati terigu, pati ubi jalar putih, telur, gula, baking soda dan air. Makanan yang berbentuk kepingan renyah yang disajikan sebagai salah satu makanan yang awalnya dikonsumsi saat *breakfast* di negeri barat yang dikenal dengan sebutan sereal yang disajikan dengan susu/sari buah atau dijadikan sebagai snack. *Flakes* substitusi pati ubi jalar putih merupakan inovasi

baru dari produk *flakes* yang telah disubstitusi dengan pati ubi jalar putih sebanyak 50%.

3.5.2 Penerimaan Konsumen

Penerimaan konsumen terhadap produk *flakes* dalam penelitian ini ialah skor yang diberikan konsumen dan diukur dengan 6 indikator yaitu, 1) indikator kesadaran (*awareness*) dengan sub indikator pengetahuan, sikap dan perilaku; 2) indikator minat (*interest*) dengan sub indikator mencari informasi; 3) indikator evaluasi (*evaluation*) dengan sub indikator penilaian; 4) indikator percobaan (*trial*) dengan sub indikator rasa, warna, tekstur dan aroma; 5) indikator penerimaan (*adoption*) dengan sub indikator rasa, warna, tekstur, aroma dan produk baru.

Untuk mengukur indikator kesadaran, dengan sub indikator pengetahuan menggunakan tes. Skor yang diperoleh responden setelah menjawab instrumen tersebut dengan 2 (dua) alternatif jawaban benar (skor=1) dan salah (skor=0) yang mengungkap penguasaan segenap fakta, prinsip dan kaidah tentang informasi definisi produk dan kegunaan produk. Sub indikator sikap diukur dengan skor yang diperoleh responden setelah mengisi kuesioner tentang adanya varian produk baru dengan 2 (dua) alternatif pilihan yaitu “Ya” dan “Tidak”. Untuk sub indikator perilaku diukur dengan skor yang diperoleh responden setelah mengisi kuesioner tentang menggunakan produk dengan 2 (dua) alternatif pilihan yaitu “Ya” dan “Tidak”, jika menjawab “Ya” mendapat skor 1 dan jika menjawab “Tidak” maka mendapat skor 0.

Untuk mengukur indikator minat dengan sub indikator mencari informasi, dengan mengisi kuesioner tentang keinginan untuk mencari informasi produk

baru. Untuk mengukur indikator percobaan dengan sub indikator, dengan mengisi kuesioner tentang penilaian terhadap produk. Untuk mengukur indikator percobaan dengan sub indikator rasa, warna, aroma dan tekstur dengan mengisi kuesioner tentang penilaian terhadap rasa, warna, aroma dan tekstur produk. Indikator minat, evaluasi dan percobaan dengan masing-masing diberikan 2 (dua) alternatif pilihan yaitu “Setuju” dan ”Tidak Setuju”, jika menjawab setuju akan mendapat skor 1 dan jika menjawab tidak setuju akan mendapat skor 0.

Untuk mengukur indikator penerimaan dengan sub indikator rasa, warna, aroma, tekstur dan produk baru dengan mengisi kuesioner tentang menyukai rasa, warna, aroma, tekstur dan menerima produk baru dengan 2 (dua) alternatif jawaban yaitu “ya” dan ”tidak”. Jika menjawab Ya akan mendapat skor 1 dan jika menjawab Tidak akan mendapat skor 0.

3.6 Desain Penelitian

Penelitian ini dibagi menjadi dua tahapan, yaitu penelitian pendahuluan dan penelitian lanjutan.

3.6.1 Penelitian Pendahuluan

Penelitian ini bertujuan untuk melakukan uji coba produk dengan formula dasar dan formula yang sudah disubstitusi. Peneliti melakukan uji coba pendahuluan sebanyak 8 kali dengan rincian dan hasil sebagai berikut;

1. Uji Coba Formula Pertama

Dalam melakukan uji coba produk formula dasar dengan menggunakan formula *bakers*, yaitu; 100% tepung terigu (100 gr), 20% gula pasir (20 gr), 2% *baking* soda (2 gr), 15% telur (15 gr), 1% garam (1 gr), 30% air (30 gr), semua bahan dicampur dan diaduk sehingga menjadi adonan, dilanjutkan dengan dibuat

sheet dan dibentuk, lalu diolah dengan teknik panggang pada temperatur 150°C selama 25 menit didapatkan hasil dengan tekstur yang renyah, rasa yang agak manis, warna yang putih kecoklatan dan memiliki aroma khas tepung terigu. Kesimpulannya, hasil belum mencapai syarat produk yang baik. Peneliti melakukan perbaikan dalam hal rasa yaitu dengan menambah gula pasir (*granulated sugar*) sebanyak 5% (5 gr) menjadi 25% (25 gr)

2. Uji Coba Formula Kedua

Bahan yang digunakan dan telah ditambahkan gula pasir sebanyak 5% menghasilkan produk yang memiliki rasa yang lebih manis sesuai syarat, tekstur yang renyah, warna yang putih kecoklatan dan menarik dan memiliki aroma yang baik. Dengan menambahkan gula pasir kedalam formula menyempurnakan formula produk yang dapat menghasilkan produk yang sesuai syarat.

3. Uji Coba Formula Ketiga

Peneliti mencoba dengan teknik lain yaitu digoreng dengan tujuan untuk melihat dan membandingkan hasil yang lebih baik. Hal ini dilakukan untuk memperoleh produk *flakes* terbaik. Hasil dari uji coba produk yang mempunyai rasa yang manis, mempunyai warna yang kuning kecoklatan dan mempunyai tekstur yang renyah tetapi penyerapan lemak dalam hasil penggorengan sangat tinggi sehingga membekas ditangan, dengan ini peneliti memutuskan menggunakan uji coba kedua sebagai formula dasar yang belum disubstitusi.

4. Uji Coba Formula Keempat

Uji coba keempat adalah uji coba yang telah menggunakan pati ubi jalar putih dan mulai melakukan substitusi kedalam formula. Pada uji coba ini digunakan formula sebagai berikut; 70% tepung terigu (70 gr), 30% pati ubi jalar

(30 gr), 25% gula pasir (25 gr), 2% baking soda (2 gr), 15% telur (15 gr), 1% garam (1 gr), 30% air (30 gr). Dalam uji coba ini produk yang dihasilkan memiliki rasa yang manis, warna agak kecoklatan dan bertekstur renyah, produk dengan persentase pati ubi jalar 30% tidak dilanjutkan karena masih menggunakan tepung terigu sebanyak 70% menyebabkan aroma produk tidak beraroma ubi.

5. Uji Coba Formula Kelima

Pada uji coba kelima peneliti hanya mengganti persentase substitusi pati ubi jalar putih menjadi 40% (40 gr) dan 60% tepung terigu, produk yang dihasilkan memiliki rasa yang manis, tekstur yang renyah, memiliki warna yang agak kecoklatan, agak menimbulkan aroma ubi. Jadi produk dengan persentase 40% tidak dilanjutkan karena masih menggunakan tepung terigu yang banyak.

6. Uji Coba Formula Keenam

Peneliti hanya mengganti persentase substitusi pati ubi jalar putih pada uji coba keenam sebanyak 50% (50 gr) dan 50% tepung terigu, maka produk yang dihasilkan memiliki rasa yang manis, mempunyai warna putih kecoklatan, mempunyai tekstur yang renyah dan memiliki aroma ubi. Peneliti memutuskan untuk menggunakan produk dengan persentase 50% dilanjutkan untuk dilakukannya validasi.

7. Uji Coba Formula Ketujuh

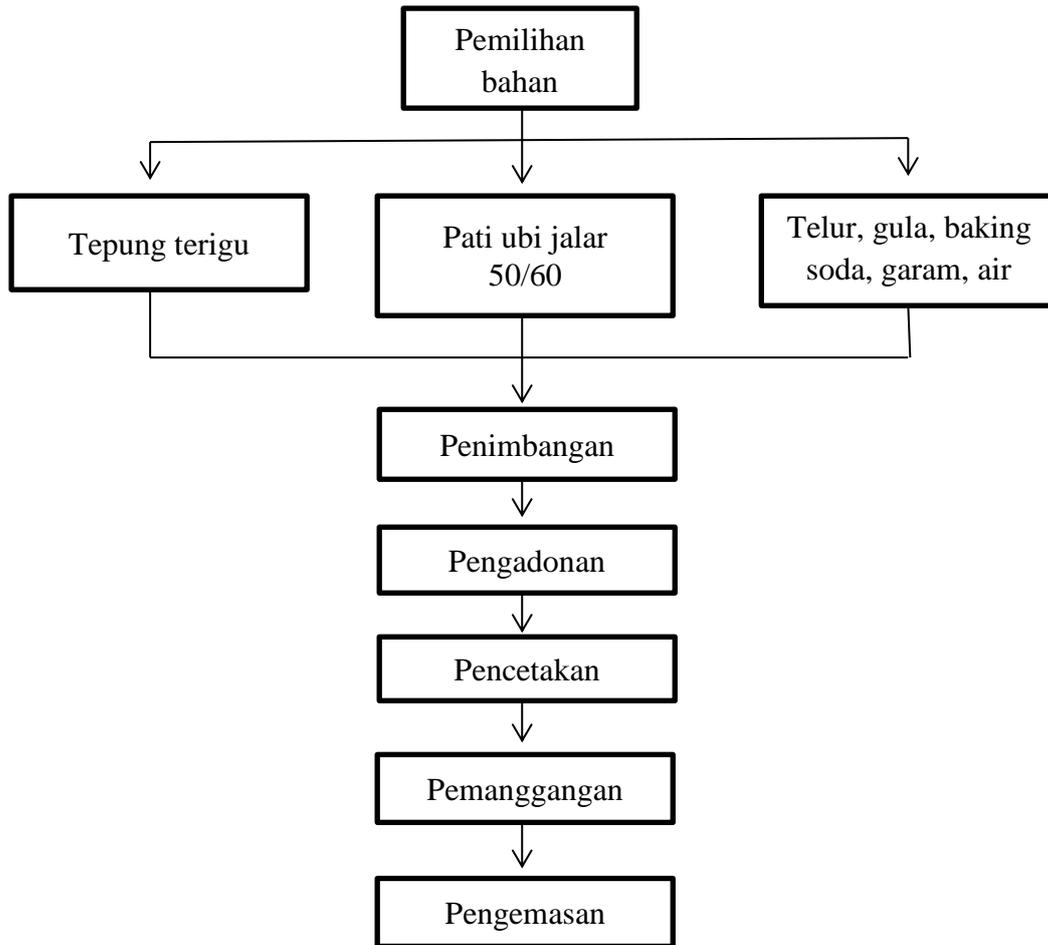
Peneliti melakukan uji coba dengan mengganti kembali persentase substitusi pati ubi jalar menjadi 60% (60 gr) untuk mencari perbandingan dengan produk sebelumnya, pada persentase ini produk yang dihasilkan memiliki rasa yang manis, tekstur yang renyah, memiliki aroma ubi dan berwarna lebih

kecoklatan. Dengan ini produk *flakes* dengan substitusi pati ubi jalar 60% dilanjutkan untuk dilakukan uji validasi.

8. Uji Coba Formula Kedelapan

Pada uji coba kedelapan peneliti kembali mengganti presentase substitusi pati ubi jalar putih menjadi 70% (70 gr) untuk mencari perbandingan dengan produk sebelumnya, ternyata produk yang dihasilkan memiliki rasa yang manis, berwarna lebih kecoklatan, memiliki aroma ubi yang lebih kuat, tetapi menghasilkan tekstur yang keras. Jadi produk dengan uji coba 70% tidak dilanjutkan karena terlalu banyak menggunakan pati ubi jalar menyebabkan tekstur menjadi keras.

Keputusan peneliti terhadap produk yang akan dilakukan validasi adalah *flakes* dengan substitusi pati ubi jalar putih sebanyak 50% dan 60% karena kedua produk memiliki rasa yang manis, warna yang putih kecoklatan sehingga menarik dilihat, tekstur yang renyah dan memiliki aroma ubi.



Gambar 3.1 Bagan Alir Pembuatan *Flakes* Substitusi Pati Ubi Jalar Putih

3.6.2 Hasil Validasi

1. Hasil Validasi Tanpa Rendam

Telah dilakukan uji validasi terhadap *flakes* substistusi pati ubi jalar putih oleh dosen ahli yang hasilnya sebagai berikut; 60% menyatakan produk mempunyai rasa manis untuk produk dengan persentase 50%, 40% menyatakan produk mempunyai rasa manis untuk produk dengan persentase 60%. 40% menyatakan sangat tertarik pada warna produk dengan substitusi 50%, 60% menyatakan agak tertarik pada produk dengan substitusi 60%. 60% menyatakan *flakes* memiliki aroma ubi untuk produk dengan substitusi 50%, 40% menyatakan agak beraroma ubi untuk produk dengan substitusi 60%. 80% menyatakan *flakes* memiliki tekstur yang renyah untuk produk dengan substitusi 50%, 60% menyatakan *flakes* memiliki rasa yang sangat renyah untuk produk dengan substitusi 60%.

2. Hasil Validasi Rendam

Telah dilakukan uji validasi terhadap *flakes* substitusi pati ubi jalar putih dengan rendaman susu oleh dosen ahli yang hasilnya sebagai berikut; 80% menyatakan produk memiliki rasa yang agak manis pada produk dengan substitusi 50%, 40% menyatakan produk memiliki rasa yang agak manis pada produk dengan substitusi 60%. 40% menyatakan menarik terhadap warna *flakes* substitusi pati ubi jalar putih dengan substitusi 50%, 60% menyatakan agak menarik terhadap warna produk dengan substitusi 60%. 60% menyatakan *flakes* kurang memiliki aroma ubi pada produk dengan substitusi 50%, 60% menyatakan produk agak memiliki aroma ubi pada produk dengan substitusi 60%. 60% menyatakan *flakes* yang sudah direndam susu memiliki tekstur

renyah pada produk dengan substitusi 50%, 40% menyatakan *flakes* yang sudah direndam susu memiliki tekstur renyah pada produk dengan substitusi 60%.

Setelah dilakukannya validasi produk, maka produk yang memenuhi syarat *flakes* terbaik adalah *flakes* dengan substitusi pati ubi jalar putih dengan persentase 50%. Setelah mendapatkan formula dari flakes substitusi pati ubi jalar putih yang terbaik, maka dilanjutkan penelitian lanjutan. Penelitian lanjutan dilakukan untuk meneliti penerimaan konsumen terhadap *flakes* substitusi pati ubi jalar putih.

3.6.3 Penelitian Lanjutan

Setelah melakukan uji validasi dan mendapatkan formula terbaik dalam pembuatan *flakes* dengan substitusi pati ubi jalar putih, maka penelitian ini akan dilanjutkan pada uji penerimaan konsumen terhadap *flakes* dengan substitusi pati ubi jalar putih di SMPIT Thariq Bin Ziyad, Kabupaten Bekasi.

3.7. Instrumen Penelitian

Formula terbaik telah diperoleh setelah diuji kualitasnya, maka peneliti akan melakukan uji penerimaan konsumen untuk mengetahui penerimaan konsumen terhadap *flakes* dengan substitusi pati ubi jalar putih di SMPIT Thariq Bin Ziyad.

Peneliti harus menggunakan instrumen yang tertutup untuk mendapatkan data yang maksimal, oleh sebab itu panelis tidak ada kesempatan menjawab jawaban lain melainkan hanya menjawab dengan jawaban yang sudah ditentukan. Kemudian variabel penerimaan konsumen terhadap *flakes* substitusi pati ubi jalar putih akan diurut dari indikator dan kisi-kisi untuk menjadi dasar

instrumen penelitian. Sebagai pengumpul data dalam hal ini akan menggunakan data nominal yang dinyatakan dengan skala Ya dan Tidak.

Tabel 3.1 Kisi-kisi Kuesioner

Indikator	Sub indikator	Kisi-kisi	Butir pernyataan
Kesadaran	Pengetahuan Sikap Perilaku	a. Mengetahui definisi dan kegunaan <i>flakes</i>	1,2,3,4,5
		b. Menyadari adanya <i>flakes</i>	6,7,8
		c. Menggunakan <i>flakes</i>	9,10,11
Minat	Mencari informasi	d. Keinginan untuk mencari informasi tentang <i>flakes</i> substitusi pati ubi jalar putih	12,13,14,15
Evaluasi	Penilaian	e. penilaian terhadap <i>flakes</i> substitusi pati ubi jalar putih	16,17
Percobaan	Rasa Warna Aroma Tekstur	f. Menilai rasa <i>flakes</i> substitusi pati ubi jalar putih	18,19
		g. Menilai rasa <i>flakes</i> substitusi pati ubi jalar putih	20
		h. Menilai aroma <i>flakes</i> substitusi pati ubi jalar putih	21,22 23
		i. Menilai tekstur <i>flakes</i> substitusi pati ubi jalar putih	
Permintaan	Rasa Warna Aroma Tekstur Produk baru	j. Menyukai rasa <i>flakes</i> substitusi pati ubi jalar putih	24 25
		k. menyukai warna <i>flakes</i> substitusi pati ubi jalar putih	26
		l. menyukai aroma <i>flakes</i> substitusi pati ubi jalar putih	27 28,29,30
		m. menyukai tekstur <i>flakes</i> substitusi pati ubi jalar putih	
		n. keputusan menerima atau menolak <i>flakes</i> substitusi pati ubi jalar putih	
		Total	

3.7.1. Validitas dan Realibilitas Instrumen Penelitian

Perlu dilakukan uji instrumen yaitu dengan melakukan uji validasi dan uji reabilitas. Jika hasil uji tersebut sudah valid dan reliabel, maka instrumen tersebut sudah dapat digunakan.

1. Validitas Instrumen Penelitian

Validitas ini dapat menunjukkan tingkat ketetapan sebagai alat ukur penelitian tentang isi sebenarnya dari apa yang diukur (Umar, 2007:58). Uji validitas sebagai alat untuk menguji keshahihan suatu instrumen. Pengujian validitas menggunakan rumus *Product Moment* untuk menguji korelasi item dengan angka kasar:

$$r_{xy} = \frac{\sum N (\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{N(\sum x^2) - (\sum x)^2\}\{N(\sum y^2) - (\sum y)^2\}}}$$

Keterangan:

r_{xy} = Angka indeks korelasi “r” produk momen

$\sum xy$ = Jumlah perkalian antara variabel X dan Y

$\sum x^2$ = Jumlah kuadrat dari nilai X

$\sum y^2$ = Jumlah kuadrat dari nilai Y

$(\sum x)^2$ = Jumlah nilai X kemudian dikuadratkan

$(\sum y)^2$ = Jumlah nilai Y kemudian dikuadratkan

Koefisien korelasi r hitung dibandingkan dengan nilai r tabel *product moment* dengan tingkat signifikansi (angka kritis) sebesar 5%. Kriteria uji validasi adalah:

- a. Bila r hitung $>r$ tabel maka dapat dikatakan item pertanyaan adalah valid
- b. Bila r hitung $<r$ tabel maka dapat dikatakan item pertanyaan adalah tidak valid

Tabel 3.2 Hasil Pengujian Validasi

Indikator	Sub indikator	Butir pernyataan	
		Valid	Tidak Valid
Kesadaran	Pengetahuan	1,2,3,4	5
	Sikap	6	7
	Perilaku	8,9,10	
Minat	Mencari informasi	11,12,13,14,15	16
Evaluasi	Penilaian	17,18	
Percobaan	Rasa	19	20
	Warna	21	
	Tekstur	22	
	Aroma	23	
Penerimaan	Rasa	24	
	Warna	25	
	Tekstur	26	
	Aroma	27	
	Produk baru	28,29,30	
			Total
			26

Dari hasil uji validasi oleh *Expert Judgement* (dosen ahli), maka mendapatkan hasil 30 butir pernyataan mengenai penerimaan konsumen terhadap *Flakes* substitusi pati ubi jalar putih dari 30 butir pernyataan, lalu kuisioner diuji ke 10 responden dengan tingkat signifikansi 5% dan derajat bebas (df) $n-2$ ($10-2=8$), maka diperoleh nilai r_{tabel} sebesar 0,632, dari tabel hasil pengujian validitas diketahui bahwa pernyataan-pernyataan yang

diajukan kepada responden dinyatakan valid sebanyak 26 butir pernyataan sedangkan 4 pernyataan dinyatakan tidak valid karena r_{hitung} lebih rendah dari r_{tabel} . Setelah mendapatkan 26 butir soal valid, maka dilakukan perhitungan korelasi *product moment* antara belaham pertama dan kedua.

$$\begin{aligned}
 r_{xy} &= \frac{N(\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{(N(\sum x^2) - (\sum x)^2)(N(\sum y^2) - (\sum y)^2)}} \\
 &= \frac{10(1295) - (107)(103)}{\sqrt{(10(1371) - (107)^2)(10(1237) - (103)^2)}} \\
 &= \frac{12950 - 11021}{\sqrt{(13710 - 11449)(12370 - 10609)}} \\
 &= \frac{1929}{\sqrt{(12261)(1761)}} \\
 &= \frac{1929}{1995} \\
 &= 0.96
 \end{aligned}$$

Dinyatakan korelasi produk momen kedua belahan tergolong sangat kuat karena berada pada rentangan 0,800-1,000 dan dengan metode ini kuisioner tersebut dinyatakan valid karena $r_{xy} > r_{tabel}$.

2. Realibilitas Instrumen Penelitian

Reabilitas adalah istilah yang dipakai untuk menunjukkan sejauh mana suatu hasil pengukuran relatif konsisten apabila pengukuran diulangi 2 kali atau lebih (Umar, 2007: 59). Setelah nilai r_{xy} didapatkan kemudian untuk mendapatkan hasil realibilitas dengan menggunakan rumus *Spearman Brown* hingga diperoleh besarnya koefisien yang valid dengan teknik uji realibilitas belah-dua (*Split Half Method*) ganjil genap (Supranto, 2011: 59).

$$r_i = \frac{2 \cdot r_{xy}}{1 + r_{xy}}$$

Keterangan:

r_i = realibilitas internal seluruh instrumen

r_{xy} = korelasi produk momen antara belahan pertamadan kedua.

3.8. Teknik Pengambilan Data

Untuk melakukan pengambilan data dengan instrumen yang telah diuji validasi oleh panelis ahli, lalu dilakukan uji coba kepada 10 responden dengan tujuan uji validitas dan reliabilitas terhadap instrumen untuk mengetahui kevalidan instrumen sebelum disebar ke siswa, butir yang valid dan reliabel digunakan untuk mengambil data dalam rangka mengukur penerimaan konsumen.

3.9. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan untuk mengetahui penerimaan konsumen terhadap produk yang diuji adalah dengan menggunakan statistik deskriptif, yaitu statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menjelaskan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiyono, 2013: 147). Data yang sudah terkumpul dari berdasarkan hasil survei dan kuesioner yang dilakukan di lapangan. Jawaban responden tiap butir pernyataan ditabulasi, dipersentasikan dan dianalisis untuk didapatkan gambaran tentang persepsi responde terhadap aspek yang menjadi penilaian. Hasil dari analisis deskriptif ini adalah jumlah persentase atau rata-rata (*mean*), keputusan penerimaan konsumen terhadap produk *flakes* substitusi pati ubi jalar putih.

BAB IV

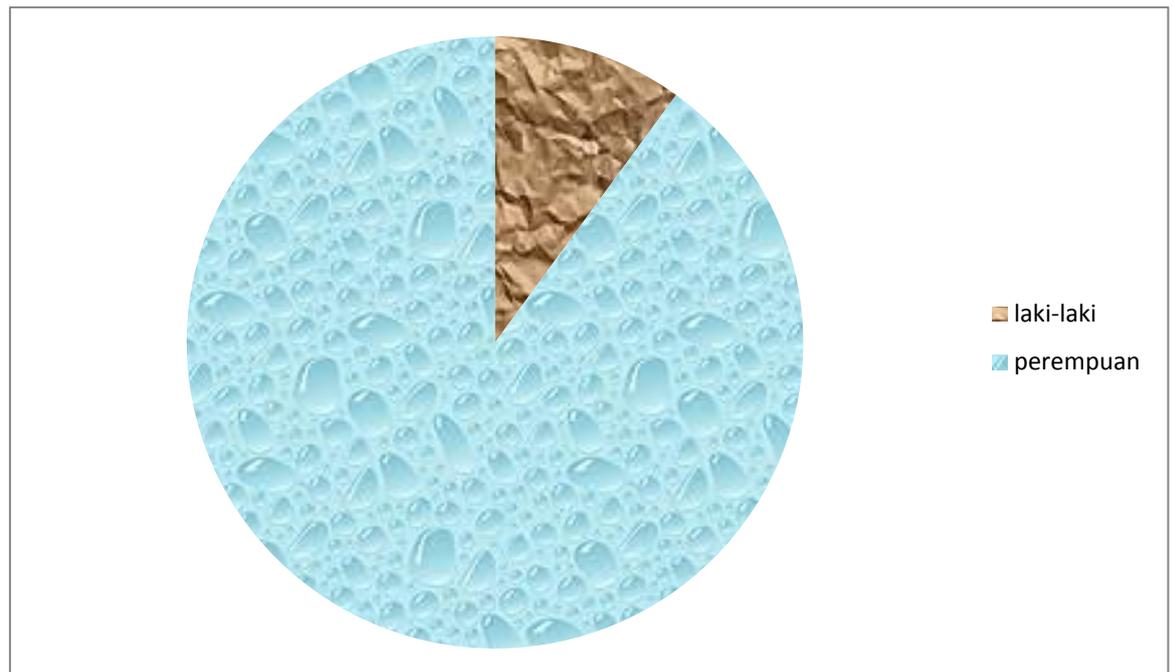
HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian survei dengan teknik analisis deskriptif yang bertujuan untuk mengetahui penerimaan konsumen terhadap produk *Flakes* substitusi pati ubi jalar putih di lingkungan sekolah SMPIT Thariq Bin Ziyad, Kabupaten Bekasi. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan bulan Juli 2016 sampai selesai, diperoleh hasil sebagai berikut:

4.1.1 Identitas Responden

Data diperoleh dengan cara memberikan kuesioner tertutup yang berisikan butir pernyataan kepada siswa SMPIT Thariq Bin Ziyad yang dijadikan responden. Dalam penelitian ini siswa SMPIT Thariq Bin Ziyad dipilih secara acak untuk menjadi responden dan di dapat sebanyak 8 orang siswa laki-laki dan 71 orang siswa perempuan, yang dipilih berasal dari kelas 7 sampai dengan kelas 9 dengan total responden 79 orang.



Gambar 4.1 Presentase Responden Berdasarkan Kelas

4.1.2 Hasil Penelitian Penerimaan Konsumen

Di bawah ini akan dijelaskan hasil penelitian secara deskripsi dari setiap indikator. Untuk mengetahui penerimaan konsumen yang lebih rinci, maka setiap butir pernyataan kuesioner di tabulasi dan dideskripsikan hasil rata-ratanya (*mean*).

1. Data Deskriptif Aspek Kesadaran

Dapat dilihat bahwa hasil penilaian terhadap 79 responden pada aspek kesadaran yang sub indikatornya berupa pengetahuan, perilaku dan sikap. *Consumer awareness* tidak akan didapatkan tanpa adanya pengetahuan konsumen (*consumer knowledge*), sikap konsumen (*consumer attitude*), dan perilaku konsumen (*consumer behavior*). Masing-masing penilaian akan dijelaskan sebagai berikut:

Tabel 4.1 Penilaian Aspek Kesadaran Pada Sub Indikator Pengetahuan

No	Pernyataan	Jawaban responden	Jumlah responden	Persentase (%)
1	<i>Flakes</i> merupakan jenis sereal yang berbentuk pipih, bertekstur renyah dan dikonsumsi dengan susu cair	Benar	76	96
		Salah	3	4
2	<i>flakes</i> merupakan makanan yang mempunyai rasa manis ndan dikonsumsi pada waktu sarapan.	Benar	77	97
		Salah	2	3
3	<i>Flakes</i> adalah makanan yang mempunyai rasa manis dan dikonsumsi pada waktu makan siang.	Benar	63	79
		Salah	16	21
4	<i>Flakes</i> merupakan jenis sereal yang dapat dibuat dengan bahan dasar gandum,beras dan gandum.	Benar	75	94
		Salah	4	6

Pada tabel 4.1 tentang aspek kesadaran yang meliputi pengetahuan. Jika dirinci masing-masing pernyataan tentang definisi *flakes* sebanyak 76 (96%) responden menjawab benar, pernyataan tentang penjelasan *flakes* sebanyak 77 (97%) responden menjawab benar, pernyataan tentang penjelasan negatif sebanyak 63 (79%) responden menjawab benar dan pernyataan tentang bahan dasar *flakes* sebanyak 75 (94%) responden menjawab benar.

Tabel 4.2 Penilaian Aspek Kesadaran pada sub indikator Sikap

No	Pernyataan	Jawaban responden	Jumlah responden	Persentase (%)
1	Saya menyadari <i>flakes</i> substitusi pati ubi jalar putih merupakan varian atau produk baru.	Ya	65	82
		Tidak	14	18

Dijelaskan pada tabel 4.2 tentang aspek sikap terdapat 65 (82%) responden menyatakan *flakes* substitusi pati ubi jalar ubi merupakan produk baru.

Tabel 4.3 Penilaian Aspek Kesadaran Pada Sub Indikator Perilaku

No	Pernyataan	Jawaban responden	Jumlah responden	Persentase (%)
1	Saya pernah mengkonsumsi <i>flakes</i> secara langsung.	Ya	71	89
		Tidak	8	11
2	Saya pernah mengkonsumsi <i>flakes</i> dengan susu cair.	Ya	69	87
		Tidak	10	13
3	Saya pernah mengkonsumsi <i>flakes</i> sebagai <i>snack</i> .	Ya	74	93
		Tidak	5	7

Dapat dilihat pada tabel 4.3 terdapat hasil 89% dari total reponden pernah mengkonsumsi *flakes* secara langsung, 87% dari total responden menyatakan pernah mengkonsumsi *flakes* mencampurnya dengan susu, 93% dari total responden pernah mengkonsumsi sebagai *snack*.

2. Data Deskriptif Aspek Minat

Dapat dilihat bahwa hasil penilaian terhadap 79 responden pada aspek minat sub indikator berupa mencari informasi akan dijelaskan sebagai berikut:

Tabel 4.4 Penilaian Aspek Minat Pada Sub Indikator Mencari Informasi

No	Pernyataan	Jawaban responden	Jumlah responden	Persentase (%)
1	Saya ingin mencoba <i>flakes</i> dengan substitusi pati ubi jalar putih	Setuju	75	94
		Tidak setuju	4	6
2	Saya ingin mengetahui apakah <i>flakes</i> substitusi pati ubi jalar putih sudah ada di pasaran	Setuju	72	91
		Tidak setuju	7	9
3	Saya ingin mengetahui apakah <i>flakes</i> substitusi pati ubi jalar putih sulit dijumpai di pasaran	Setuju	77	97
		Tidak setuju	2	3
4	Saya ingin mengetahui kualitas <i>flakes</i> yang dbuat dengan substitusi	Setuju	70	88
		Tidak	9	12

	pati ubi jalar putih.	setuju		
5	Saya ingin mengetahui keunggulan produk <i>flakes</i> dengan substitusi pati ubi jalar putih.	Setuju	68	86
		Tidak setuju	11	14

Berdasarkan tabel 4.4 diketahui 75 (94%) responden ingin mencoba *flakes* dengan substitusi pati ubi jalar putih, sebanyak 72 (91%) responden ingin mengetahui apakah *flakes* substitusi pati ubi jalar putih sudah ada dipasaran, sebanyak 77 (97%) responden ingin mengetahui apakah *flakes* substitusi pati ubi jalar putih sulit dijumpai dipasaran, terdapat sebanyak 70 (88%) responden ingin mengetahui kualitas *flakes* substitusi pati ubi jalar putih dan sebanyak 68 (86%) responden ingin mengetahui keunggulan produk *flakes* dengan substitusi pati ubi jalar putih.

3. Data Deskriptif Aspek Evaluasi

Pada lampiran dapat dilihat bahwa hasil penilaian terhadap 79 responden pada aspek evaluasi yang sub indikatornya berupa penilaian produk. Masing-masing penilaian akan dijelaskan sebagai berikut:

Tabel 4.5 Penilaian Aspek Evaluasi Pada Sub Indikator Penilaian

No	Pernyataan	Jawaban responden	Jumlah responden	Persentase (%)
1	Produk <i>flakes</i> substitusi pati ubi jalar putih memiliki rasa manis yang alami dari ubi jalar putih.	Setuju	68	86
		Tidak setuju	11	14
2	Produk <i>flakes</i> dengan substitusi pati ubi jalar putih adalah produk inovasi baru.	Setuju	78	98
		Tidak setuju	1	2

Tabel 4.5 pernyataan tentang produk *flakes* substitusi pati ubi jalar putih memiliki rasa manis yang alami dari ubi jalar putih mempunyai hasil sebanyak 68 (86%) responden yang menjawab setuju dan sebanyak 78 (98%) responden menjawab setuju pada pernyataan produk *flakes* dengan substitusi pati ubi jalar putih adalah produk inovasi baru.

4. Data Deskriptif Aspek Percobaan

Dapat dilihat bahwa hasil penilaian terhadap 79 responden pada aspek percobaan sub indikator berupa mencoba dari aspek rasa, warna, aroma dan tekstur, masing-masing penilaian dijelaskan sebagai berikut:

a. Penilaian Aspek Percobaan Pada Sub Indikator Rasa

Rasa merupakan penilaian utama untuk setiap produk. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, pengertian dari rasa adalah tanggapan indera terhadap rangsangan saraf, seperti manis, pahit, masam terhadap indera pengecap, atau panas, dingin, nyeri terhadap indera perasa. Berikut ini disajikan tabel penilaian responden terhadap aspek percobaan pada sub indikator rasa:

Tabel 4.6 Penilaian Aspek Percobaan Pada Sub Indikator Rasa

No	Pernyataan	Jawaban responden	Jumlah responden	Persentase (%)
1	<i>Flakes</i> substitusi pati ubi jalar putih memiliki rasa yang manis	Setuju Tidak setuju	76 3	96 4

Diketahui dari tabel 4.6 terdapat hasil 76 (96%) responden menyatakan setuju bahwa *flakes* yang dihasilkan memiliki rasa yang manis.

b. Penilaian Aspek Percobaan Pada Sub Indikator Warna

Warna makana dapat dilihat dengan indera penglihatan atau bisa dinilai dengan uji organoleptik. Warna adalah kesan kedua setelah bentuk saat kita

menilai makanan dengan sepiantas. Berikutini disajikan tabel penilaian responden terhadap aspek percobaan pada sub indikator warna sebagai berikut:

Tabel 4.7 Penilaian Aspek Percobaan Pada Sub Indikator Warna

No	Pernyataan	Jawaban responden	Jumlah responden	Persentase (%)
1	<i>Flakes</i> substitusi pati ubi jalar putih memiliki warna putih kekuningan	Setuju	69	87
		Tidak setuju	10	13

Tabel 4.7 menjelaskan bahwa sebanyak 69 (87%) responden setuju dengan *flakes* substitusi pati ubi jalar putih memiliki warna putih kekuningan.

c. Penilaian Aspek Percobaan Pada Sub Indikator Aroma

Aroma bisa dirasakan menggunakan indera penciuman. Aroma dapat mempengaruhi tingkat selera seorang konsumen terhadap suatu produk. *Flakes* dengan kualitas yang baik memiliki aroma yang tidak bau dan tidak sedap. Hanya aroma ubi yang terasa. Berikut ini disajikan tabel penilaian dari aspek percobaan pada sub indikator aroma sebagai berikut:

Tabel 4.8 Penilaian Aspek Percobaan Pada Sub Indikator Aroma

No	Pernyataan	Jawaban responden	Jumlah responden	Persentase (%)
1	<i>Flakes</i> substitusi pati ubi jalar putih memiliki aroma ubi	Setuju	66	83
		Tidak setuju	13	17

Pada tabel 4.8 dijelaskan bahwa hasil penilaian terdapat 66 (83%) responden yang menjawab setuju pada pernyataan *flakes* substitusi pati ubi jalar putih memiliki aroma ubi.

d. Penilaian Aspek Percobaan Pada Sub Indikator Tekstur

Tekstur yang dihasilkan produk menjadi salah satu penilaian yang penting saat uji organoleptik setiap produk makanan. Tekstur makanan yang

tidak sesuai dengan seharusnya maka akan mengurangi penilaian dari suatu produk. Pada produk *flakes* ini konsumen akan menilai kerenyahan produk. Berikut ini disajikan tabel penilaian responden berdasarkan aspek percobaan sub indikator tekstur:

Tabel 4.9 Penilaian Aspek Percobaan Pada Sub Indikator Tekstur

No	Pernyataan	Jawaban responden	Jumlah responden	Persentase (%)
1	<i>Flakes</i> substitusi pati ubi jalar putih memiliki tekstur yang renyah.	Setuju	71	89
		Tidak setuju	8	11

Terdapat hasil sebanyak 71 (89%) responden setuju dengan pernyataan *flakes* substitusi pati ubi jalar putih memiliki tekstur yang renyah pada tabel 4.9.

5. Data Deskriptif Aspek Penerimaan

Dapat dilihat hasil penilaian dari 79 responden pada aspek penerimaan sub indikator berupa menilai dari aspek rasa, warna, aroma, tekstur dan produk baru. Berikut ini adalah penjelasan dari penilaian masing-masing sub indikator aspek penerimaan:

a. Penilaian Aspek Penerimaan Dari Sub Indikator Rasa

Tabel 4.10 Penilaian Aspek Penerimaan Sub Indikator Rasa

No	Pernyataan	Jawaban responden	Jumlah responden	Persentase (%)
1	Saya menyukai rasa <i>flakes</i> substitusi pati ubi jalar putih.	Ya	76	96
		Tidak	3	4

Dijelaskan pada tabel 4.10 bahwa hasil yang diperoleh ada sebanyak 76 (96%) responden menyukai rasa *flakes* yang disubstitusi dengan pati ubi jalar putih.

b. Penilaian Aspek Penerimaan Sub Indikator Warna

Tabel 4.11 Penilaian Aspek Penerimaan Sub Indikator Warna

No	Pernyataan	Jawaban responden	Jumlah responden	Persentase (%)
1	Saya menyukai warna <i>flakes</i> substitusi pati ubi jalar putih.	Ya	74	93
		Tidak	5	7

Berdasarkan tabel 4.11 dapat dijelaskan hasil penilaian dari aspek penerimaan pada sub indikator warna ada sebanyak 74 (93%) responden menyukai warna dari *flakes* substitusi pati ubi jalar putih.

c. Penilaian Aspek Penerimaan Sub Indikator Aroma

Tabel 4.12 Penilaian Aspek Penerimaan Sub Indikator Aroma

No	Pernyataan	Jawaban responden	Jumlah responden	Persentase (%)
1	Saya menyukai aroma <i>flakes</i> substitusi pati ubi jalar putih.	Ya	75	94
		Tidak	4	6

Dapat dilihat dari tabel 4.12 terdapat 75 (94%) responden menyukai aroma dari *flakes* substitusi dengan pati ubi jalar putih.

d. Penerimaan Aspek Penerimaan Sub Indikator Tekstur

Tabel 4.13 Penilaian Aspek Penerimaan Sub Indikator Tekstur

No	Pernyataan	Jawaban responden	Jumlah responden	Persentase (%)
1	Saya menyukai tekstur <i>flakes</i> substitusi pati ubi jalar putih.	Ya	76	96
		Tidak	3	4

Dijelaskan pada tabel 4.13 hasil penilaian terdapat 76 (96%) responden yang menyukai tekstur *flakes* yang dibuat dengan substitusi pati ubi jalar putih.

e. Penerimaan Aspek Penerimaan Sub Indikator Produk Baru

Tabel 4.14 Penilaian Aspek Penerimaan Sub Indikator Produk Baru

No	Pernyataan	Jawaban responden	Jumlah responden	Persentase (%)
1	Saya menyukai produk <i>flakes</i> dengan substitusi pati ubi jalar putih.	Ya	75	94
		Tidak	4	6
2	Saya ingin membeli produk <i>flakes</i> dengan substitusi pati ubi jalar putih.	Ya	73	92
		Tidak	6	8
3	Saya ingin mengonsumsi produk <i>flakes</i> dengan substitusi pati ubi jalar putih.	Ya	74	93
		Tidak	5	7

Dilihat dari tabel 4.14 terdapat 75 (94%) responden menyukai produk *flakes* dengan substitusi pati ubi jalar putih, sebanyak 73 (92%) responden ingin membeli produk *flakes* dengan substitusi pati ubi jalar putih, dan terdapat 74 (93%) responden ingin mengonsumsi produk *flakes* dengan substitusi pati ubi jalar putih.

4.2 Pembahasan Hasil Penelitian Penerimaan Konsumen

4.2.1. Penerimaan *Flakes* Substitusi Pati Ubi Jalar Putih Terhadap Aspek

Kesadaran

Dilihat dari hasil penelitian terhadap 79 responden pada aspek kesadaran yang sub indikatornya berupa pengetahuan, perilaku dan sikap. Kesadaran konsumen tidak akan didapatkan tanpa adanya pengetahuan konsumen, sikap konsumen, dan perilaku konsumen. Masing-masing pembahasan akan dijelaskan sebagai berikut:

1. Pembahasan Sub Indikator Pengetahuan

Lebih dari 90% responden mengetahui bahwa *flakes* merupakan jenis sereal yang mempunyai bentuk pipih, bertekstur renyah dan dikonsumsi dengan susu cair. Sebagian besar responden menyatakan bahwa *flakes* memiliki rasa yang manis dan dapat dikonsumsi pada waktu sarapan tetapi ada beberapa responden yang menyatakan bahwa *flakes* dapat dikonsumsi pada waktu makan siang. Responden mengetahui *flakes* merupakan jenis sereal yang dapat dibuat dengan bahan dasar gandum, beras dan jagung. Hal tersebut selaras dengan teori tentang pengertian pengetahuan dari suatu produk. Sumarwan (2012) responden akan mencari tahu dengan jelas tentang produk dan dapat mengetahui dengan karakteristik, atribut produk, manfaat produk dan kepuasan dari produk bagi konsumen. Dapat disimpulkan responden akan lebih mencari tahu lagi tentang produk dengan mengetahui bahan dasar yang digunakan dalam membuat *flakes*, apakah *flakes* substitusi pati ubi jalar putih memiliki rasa yang manis, dan *flakes* dapat dimakan untuk dijadikan sarapan pagi atau makan siang. Dimakan secara langsung atau bisa mencampurnya dengan susu cair.

2. Pembahasan Sub Indikator Sikap

Flakes merupakan salah satu jenis sereal yang terbuat dari bahan gandum, beras dan jagung. Pada penelitian ini *flakes* yang dibuat dengan substitusi pati ubi jalar putih merupakan sebuah varian baru dari *flakes*, sekitar 82% responden mengetahui bahwa *flakes* substitusi pati ubi jalar putih merupakan produk baru. Selaras dengan teori tentang sikap menurut Walgito (2001) yang menyatakan bahwa sikap adalah keyakinan seseorang mengenai suatu objek, produk ataupun situasi yang relevan, yang ditandai adanya perasaan

tertentu dengan mengetahui suatu objek, produk atau situasi untuk memberikan respon dengan cara tertentu yang telah dipilih. Dapat disimpulkan objek pada penelitian ini yang berupa *flakes* substitusi pati ubi jalar putih merupakan varian baru berdasarkan responden yang telah meyakini dan mengetahui tentang *flakes* substitusi pati ubi jalar putih.

3. Pembahasan Sub Indikator Perilaku

Menurut teori istilah perilaku konsumen diartikan sebagai perilaku yang diperlihatkan konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, memperoleh, dan menghabiskan produk dan jasa yang mereka harapkan akan memuaskan kebutuhan mereka. Oleh konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi dan membuang/tidak menggunakan lagi produk dan jasa yang mereka mengharapakan dapat memuaskan kebutuhannya (Sumarwan 2012:280). Ada beberapa cara yang bisa dilakukan untuk mengkonsumsi *flakes* diantaranya dicampur dengan susu cair atau sari buah serta dapat dikonsumsi secara langsung tanpa mencampurnya dengan susu. Pada penelitian ini sekitar 89% responden menyatakan bahwa mereka pernah mengkonsumsi *flakes* secara langsung, 87% menyatakan pernah mencampurnya dengan susu cair 93% responden menyatakan pernah mengkonsumsi *flakes* sebagai camilan.

4.2.2 Penerimaan *Flakes* Substitusi Pati Ubi Jalar Putih Terhadap Aspek Minat

Pada hasil penelitian untuk aspek minat didapatkan lebih dari 90% responden ingin mencicipi *flakes* yang dibuat dengan dengan substitusi pati ubi jalar putih dan ingin mengetahui keunggulan serta kualitas dari produk *flakes*

dengan substitusi pati ubi jalar putih, hal tersebut selaras dengan teori tentang pengertian minat terhadap suatu produk. dapat disimpulkan bahwa responden berminat dengan cara mencari informasi produk *flakes* substitusi pati ubi jalar putih berdasarkan keinginan mencoba produk sehingga ingin mengetahui apakah produk *flakes* substitusi pati ubi jalar putih sudah ada dipasaran bahkan sulit dijumpai dipasaran. Tahapan minat adalah konsumen mulai mencaai informasi mengenai produk baru. Kesadaran menyebabkan timbulnya perhatian yang disebut minat (Kotler, 2002:183)

4.2.3 Penerimaan *Flakes* Substitusi Pati Ubi Jalar Putih Terhadap Aspek Evaluasi

Berdasarkan hasil penelitian untuk aspek evaluasi didapatkan hasil bahwa lebih dari 90% responden menilai produk *flakes* dengan substitusi pati ubi jalar putih memiliki manfaat mengurangi penggunaan dari pati terigu dan gula, maka dari itu *flakes* substitusi pati ubi jalar putih memiliki rasa manis yang alami dari ubi jalar putih dan produk ini merupakan produk inovasi baru. Dapat disimpulkan bahwa responden mengevaluasi cara menilai *flakes* substitusi pati ubi jalar putih berdasarkan manfaat produk dan keberadaan produk *flakes* substitusi pati ubi jalar putih sebagai produk inovasi baru, hal ini selaras dengan teori evaluasi. Evaluasi merupakan tahapan konsumen mulai mencoba dan menimbang suatu produk. Konsumen mempertimbangkan apakah masuk akal untuk mencoba produk baru (Kotler, 2002:183). Evaluasi merupakan sebuah proses bukan suatu hasil (produk).

4.2.4 Penerimaan *Flakes* Substitusi Pati Ubi Jalar Putih Terhadap Aspek Percobaan

Konsumen mencoba *flakes* substitusi pati ubi jalar putih untuk meningkatkan estimasinya tentang nilai produk tersebut. Konsumen mencoba untuk memperbaiki perkiraannya atas nilai inovasi tersebut (Kotler, 2008:184). Hasil dari penelitian dari aspek percobaan dari 79 responden terdapat sub indikator yaitu rasa, warna aroma dan tekstur. Masing-masing pembahasan akan dijelaskan sebagai berikut:

1. Sub Indikator Rasa

Terdapat 96% responden menilai bahwa produk *flakes* ubi jalar putih memiliki rasa yang manis, karena rasa merupakan penilaian utama untuk setiap produk, apa bila warna dan tekstur sudah baik tapi rasa tidak, maka produk tetap saja tidak bisa dikatakan produk yang baik dan layak konsumsi.

2. Sub Indikator Warna

Warna merupakan kesan kedua setelah bentuk saat menilai makanan secara sepintas. Warna makanan dapat dilihat dengan indera penglihatan. Terdapat 87% responden menilai bahwa produk *flakes* substitusi pati ubi jalar putih memiliki warna yang putih kekuningan, menandakan bahwa responden tertarik dengan warna *flakes* substitusi pati ubi jalar putih.

3. Sub Indikator Aroma

Indera penciuman kita dapat digunakan agar tahu aroma yang dikeluarkan oleh suatu makanan, pada penelitian ini sebanyak 83% responden menilai produk *flakes* substitusi pati ubi jalar putih memiliki aroma ubi yang menandakan bahwa *flakes* memiliki aroma yang baik.

4. Sub Indikator Tekstur

Hasil penelitian menjelaskan terdapat 89% responden menilai produk *flakes* dengan substansi pati ubi jalar putih memiliki tekstur yang renyah. Menandakan bahwa tekstur *flakes* yang sesuai standar karena produk yang dihasilkan dapat dinilai dari segi tekstur yang penting dalam uji organoleptik setiap produk makanan, bila tekstur tidak sesuai dengan standar maka akan mengurangi penilaian dari produk tersebut.

Dapat disimpulkan pada aspek percobaan, seorang konsumen menilai produk dengan cara pemakaian langsung. Aspek percobaan yang dinilai yaitu dari kualitas *flakes* substitusi pati ubi jalar putih. Kualitas yang ditentukan sensori menjadi faktor penentu dari keberhasilan industri pangan untuk memperluas segmentasi produk yang akan dipasarkan. Setelah melakukan percobaan terhadap kualitas suatu produk jika mendapatkan hasil positif.

4.2.5 Penerimaan *Flakes* Substitusi Pati Ubi jalar Putih terhadap Aspek Penerimaan

Berdasarkan hasil penelitian dari aspek penerimaan terdapat hasil sebanyak 98% responden menyukai rasa dari produk *flakes* dengan substitusi pati ubi jalar putih, 93% responden menyukai warna dari produk *flakes* dengan substitusi pati ubi jalar putih, terdapat 94% responden yang menyukai aroma dari produk *flakes* substitusi pati ubi jalar putih dan 96% responden yang menyukai tekstur produk *flakes* dengan substitusi pati ubi jalar putih.

Pada sub indikator produk baru mendapatkan hasil penelitian sebanyak 94% responden menyukai produk *flakes* substitusi pati ubi jalar putih, 92% responden yang menyatakan ingin membeli produk *flakes* substitusi pati ubi jalar

putih dan terdapat 93% responden menyatakan ingin mengonsumsi produk *flakes* yang dibuat dengan substitusi pati ubi jalar putih.

Dapat disimpulkan bahwa tahapan penerimaan (*adoption*) merupakan tahapan akhir dalam proses keputusan pembelian produk. Selaras dengan teori Kotler tentang konsumen memutuskan untuk menjadi pengguna tetap dan berkala atas produk tersebut (Kotler, 2002:183). Konsumen sudah menyadari keberadaan produk, konsumen telah mencari informasi karena ketertarikan pada produk, kemudian konsumen sudah melewati tahap menimbang kegunaan dan keunggulan suatu produk yang ditawarkan. Konsumen dapat menolak atau menerima dengan segala apa yang ada dalam suatu produk, contoh konsumen menyukai rasa, warna, aroma dan tekstur *flakes*.

Kelemahan dari penelitian ini adalah kekeliruan dalam melakukan pengambilan data dengan memberikan produk bersamaan dengan instrumen, yang seharusnya produk diberikan setelah responden mengerjakan tes pada sub indikator pengetahuan.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis penerimaan konsumen terhadap *flakes* substitusi pati ubi jalar putih. Penerimaan konsumen pada penelitian ini meliputi aspek kesadaran, minat, evaluasi, percobaan dan penerimaan yang diujikan pada siswa SMPIT Thariq Bin Ziyad, Kecamatan Jati Mulya, Kabupaten Bekasi.

Berdasarkan data dari hasil deskriptif proses penerimaan konsumen terhadap *flakes* substitusi pati ubi jalar putih dapat disimpulkan:

Siswa SMPIT Thariq Bin Ziyad menyadari tentang pengetahuan produk *flakes* substitusi pati ubi jalar putih. dapat dilihat dari rata-rata 92% siswa menjawab benar pada sub indikator pengetahuan. Dilihat lebih dari 82% siswa menunjukkan sikap menyadari bahwa *flakes* substitusi pati ubi jalar putih merupakan varian atau produk baru. Rata-rata 90% responden menyatakan pernah mengonsumsi *flakes* secara langsung, baik dengan dicampurkannya dengan susu atau dimakan sebagai snack.

Minat siswa SMPIT Thariq Bin Ziyad terhadap produk *flakes* substitusi pati ubi jalar putih dengan cara ingin mengetahui informasi terhadap produk *flakes* substitusi pati ubi jalar putih dengan persentase 91%.

Siswa SMPIT Thariq Bin Ziyad menjawab setuju terhadap produk *flakes* substitusi pati ubi jalar putih memiliki rasa manis yang alami dari ubi jalar putih dan produk tersebut merupakan inovasi baru dengan persentase 93%.

Siswa SMPIT Thariq Bin Ziyad sudah bisa dapat menilai dengan baik kualitas dari produk *flakes* substitusi pati ubi jalar putih yang dapat dilihat dari rata-rata 90% siswa menjawab setuju pada setiap pernyataan aspek percobaan terhadap sub indikator rasa, warna, aroma dan tekstur.

Terakhir, produk *flakes* substitui pati ubi jalar putih diterima oleh siswa di SMPIT Thariq Bin Ziyad, Kecamatan Jatimulya, Kabupaten Bekasi dengan rata-rata sebanyak 94% siswa menyukai rasa, warna, aroma dan tekstur produk *flakes* substitusi pati ubi jalar putih dan siswa menyatakan ingin membeli dan mengkonsumsi *flakes* sbstitusi pati ubi jalar putih.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, penulis menyarankan untuk dapat dilakukan penelitian lanjutan mengenai:

1. Penelitian pemasaran *flakes* substitusi pati ubi jalar putih sebagai usaha meningkatkan minat masyarakat terhadap bahan lokal.
2. Penelitian mengenai kandungan gizi *flakes* substitusi pati ubi jalar putih.
3. Penelitian tentang keawetan dari produk *flakes* substitusi pati ubi jalar putih.
4. Dilakukan sosialisasi kepada masyarakatr khususnya remaja awal tentang adanya produk baru *flakes* substitusi pati ubi jalar putih melalui iklan layanan masyarakat, agar mereka beralih pada makanan yang banyak menggunakan konten lokal.

DAFTAR PUSTAKA

- Amstrong, Gary dan Philip, Kotler. 2002. *Dasar-dasar Pemasaran*. Jilid 1 alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit Prehalindo.
- _____. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, jilid 2. Jakarta: Erlangga.
- _____. 2015. *Marketing An Instration* 12E. New Jersey: Person.
- Fakultas Teknik. 2015. *Pedoman Skripsi / Komperhensif / karta inovatif Program Sarjana*. Jakarta: Fakultas Teknik, Universitas Negeri Jakarta.
- Kotler, Keller. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Prenhallindo.
- Lansky. Vicki. 2007. *101 Resep Lezat Dan Sehat Untuk Si Buah Hati*. Yogyakarta: PT Bentang Pustaka.
- Sabran, B. 2010. *Statistik untuk Bisnis dan Ekonomi*, jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- _____. 2010. *Metode Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia Pusaka Utama.
- Sarwono. B. 2007. *Cara Budi Daya yang Tepat, Efisien dan Ekonomis Ubi Jalar*. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Sumarwan, Ujang. 2012. *Riset Pemasaran dan Konsumen*. Bogor. PT. Penerbit IPB Press.
- Sunnara, Rahmat, Khastrifah. 2011. *Sukses Mengolah Ubi Jalar*. Banten: Penerbit Talenta Pustaka Indonesia.
- Supranto, J. 2011. *Statistik Teori dan Aplikasi*. Jakarta. Erlangga.
- Tien R. Muchtadi, Sugiono, Fitriono Ayustaningwarno. 2013. *Ilmu Pengetahuan Bahan Pangan*. Bandung: CV Alavabeta.
- Umar, Husein. 2007. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Wibisono, Prasetyo. 2014, *Pengaruh Substitusi Aneka Varietas Tepung Ubi Jalar Terhadap Kualitas Puff Pastry*. [skripsi]. Jakarta: Fakultas Teknik, Universitas Negeri Jakarta.

LAMPIRAN

Lampiran 1

Uji Coba *Flakes*

Tabel Uji Coba Formula *Flakes*

Formula	Berat	
	Gr	100%
1. Tepung terigu	100	100
2. Gula	25	25
3. Garam	1	1
4. Kuning telur	15	15
5. Air	30	30
6. Baking soda	2	2
Catatan penting	Proses pemanggangan 25 menit	
Hasil	Rasa yang dihasilkan sudah manis, warna agak kecoklatan, tekstur renyah.	
Gambar		
Revisi	Tidak ada revisi	

Lampiran 2

Uji Coba *Flakes* Sustitusi Pati Ubi PutihTabel Uji Coba I, II, III Pembuatan *Flakes* Substitusi Pati Ubi Putih

Formula	Uji Coba					
	I		II		III	
	Gr	%	Gr	%	Gr	%
Tepung terigu	70	70	60	60	50	50
Pati ubi putih	30	30	40	40	50	50
Gula	25	25	25	25	25	25
Garam	1	1	1	1	1	1
Kuning telur	15	15	15	15	15	15
Baking soda	2	2	2	2	2	2
Air	30	30	30	30	30	39
Hasil	Produk yang dihasilkan rasanya manis, warna agak kecoklatan dan tekstur renyah		Rasa yang dihasilkan manis, berwarna agak kecoklatan dan bertekstur renyah.		Rasa yang dihasilkan manis, warna kecoklatan dan tektstur lebih renyah	
Gambar						
Revisi	Persentase 30% tidak dilanjutkan karena masih menggunakan tepung terigu 70%.		Persentase 40% tidak dilanjutkan karena masih menggunakan tepung terigu 60% dan melakukan uji coba dengan presentase 50%, 60% dan 70%.		Melakukan uji coba dengan persentase pati ubi jalar putih yang berbeda yaitu 30%, 40% dan 50%	

Tabel Uji Coba IV, V, VI Pembuatan *Flakes* Substitusi Pati Ubi Putih

Formula	Uji Coba					
	IV		V		VI	
	Gr	%	Gr	%	Gr	%
Tepung terigu	50	50	40	40	30	30
Pati ubi putih	50	50	60	60	70	70
Gula	25	25	25	25	25	25
Garam	1	1	1	1	1	1
Kuning telur	15	15	15	15	15	15
Baking soda	2	2	2	2	2	2
Air	30	30	30	30	30	30
Hasil	Rasa yang dihasilkan manis, warna kecoklatan dan tektstur lebih renyah		Produk yang dihasilkan rasanya manis, warna lebih kecoklatan dan tektstur renyah		Rasa yang dihasilkan manis, berwarna lebih kecoklatan dan bertekstur menjadi keras	
Gambar						
Revisi	Tidak ada revisi dan siap untuk dilakukan uji validasi		Tidak ada revisi dan siap untuk dilakukan uji validasi		Persentase 70% tidak dilanjutkan karena banyak menggunakan tepung ubi sehingga tektstur menjadi keras	

Lampiran 3

Tabel Hasil Uji Validasi *flakes* Substitusi Pati Ubi Jalar Putih

HASIL UJI VALIDASI DOSEN AHLI
(KERING)

NO	ASPEK	SKALA	KODE 283					Σ	%	KODE 692					Σ	%
			1	2	3	4	5			1	2	3	4	5		
1	Warna	Sangat menarik		✓			✓	2	40						0	0
		Menarik						0	0						0	0
		Agak menarik	✓		✓			2	40	✓	✓	✓			3	60
		Kurang menarik				✓		1	20				✓	✓	2	40
		Tidak menarik						0	0						0	0
2	Rasa	Sangat manis						0	0						0	0
		Manis	✓		✓		✓	3	60	✓		✓			2	40
		Agak manis				✓		1	20					✓	1	20
		Kurang manis		✓				1	20		✓		✓		2	40
		Tidak manis						0	0						0	0
3	Aroma	Sangat beraroma ubi						0	0		✓				1	20
		Beraroma ubi	✓	✓			✓	3	60	✓					1	20
		Agak beraroma ubi						0	0			✓		✓	2	40
		Kurang beraroma ubi			✓	✓		2	40				✓		1	20
		Tidak beraroma ubi						0	0						0	0
4	Tekstur	Sangat renyah						0	0		✓	✓		✓	3	60
		Renyah	✓	✓		✓	✓	4	80	✓			✓		2	40
		Agak renyah						0	0						0	0
		Kurang renyah						0	0						0	0
		Tidak renyah			✓			1	20						0	0

**HASIL UJI VALIDASI DOSEN AHLI
(RENDAM)**

NO	ASPEK	SKALA	KODE 283					Σ	%	KODE 692					Σ	%
			1	2	3	4	5			1	2	3	4	5		
1	Warna	Sangat menarik					0	0						0	0	
		Menarik		✓			2	40						0	0	
		Agak menarik	✓		✓		2	40	✓	✓	✓			3	60	
		Kurang menarik				✓	1	10				✓		1	20	
		Tidak menarik					0	0					✓	1	20	
2	Rasa	Sangat manis					0	0			✓			1	20	
		Manis					0	0						0	0	
		Agak manis	✓		✓	✓	4	80	✓				✓	2	40	
		Kurang manis		✓			1	20		✓		✓		2	40	
		Tidak manis					0	0						0	0	
3	Aroma	Sangat beraroma ubi					0	0						0	0	
		Beraroma ubi	✓				2	40						0	0	
		Agak beraroma ubi					0	0	✓	✓	✓			3	60	
		Kurang beraroma ubi		✓	✓	✓	3	60				✓	✓	2	40	
		Tidak beraroma ubi					0	0						0	0	
4	Tekstur	Sangat renyah					0	0						0	0	
		Renyah	✓	✓		✓	3	60		✓		✓		2	40	
		Agak renyah					1	20	✓		✓			2	40	
		Kurang renyah			✓		1	20					✓	1	20	
		Tidak renyah					0	0						0	0	

Lampiran 4

Hasil Validasi *Flakes* Substitusi Pati Ubi Jalar Putih

Berikut ini adalah hasil uji validasi dari pembuatan *flakes* dengan substitusi pati ubi putih, hasilnya yaitu:

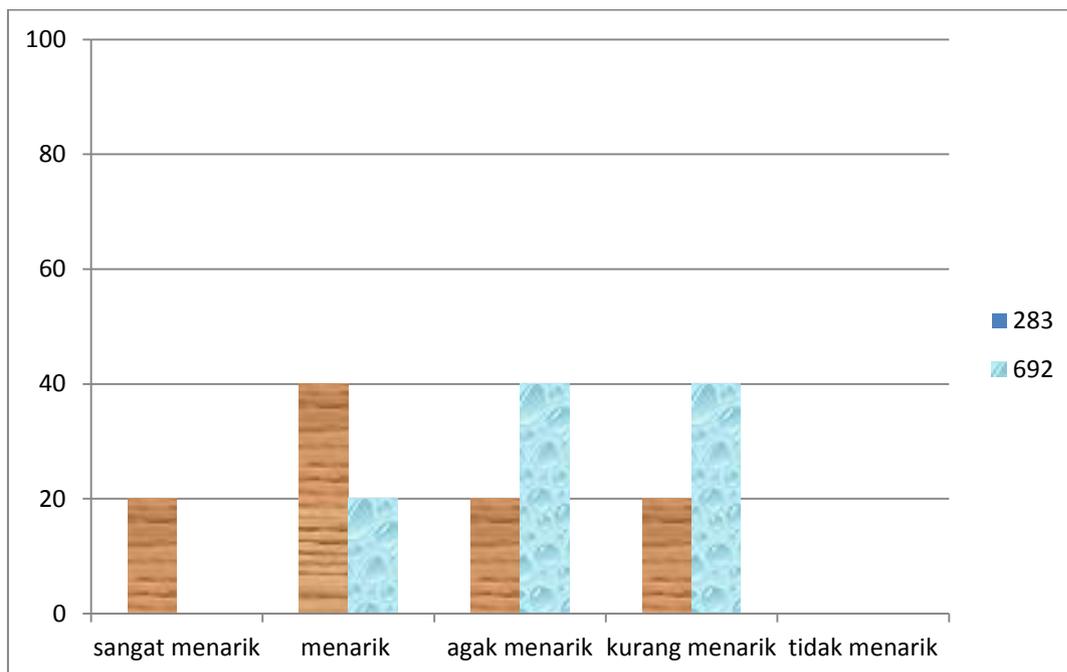
Keterangan:

283: *Flakes* dengan substitusi pati ubi jalar putih sebanyak 50%

692: *Flakes* dengan substitusi pati ubi jalar putih sebanyak 60%

1. Aspek Warna

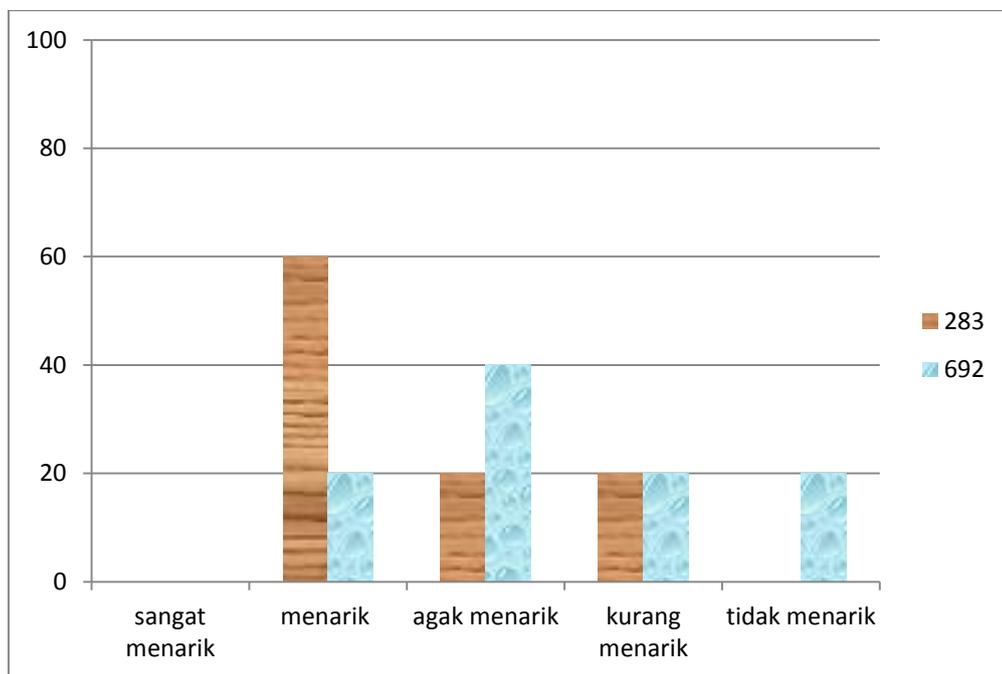
Kering



Telah dilakukan uji validasi oleh responden ahli yaitu dosen dari jurusan Tata Boga Universitas Negeri Jakarta yang dapat dijelaskan dari hasil uji validasi sebagai

berikut: produk dengan kode sampel 283 dengan jumlah presentase 20% responden memilih sangat menarik, 40% memilih menarik, 20% memilih agak menarik dan 20% memilih kurang. Sedangkan dengan kode sampel 283 dapat dijelaskan bahwa 20% responden memilih menarik, 40% memilih agak menarik, 40% memilih kurang menarik..

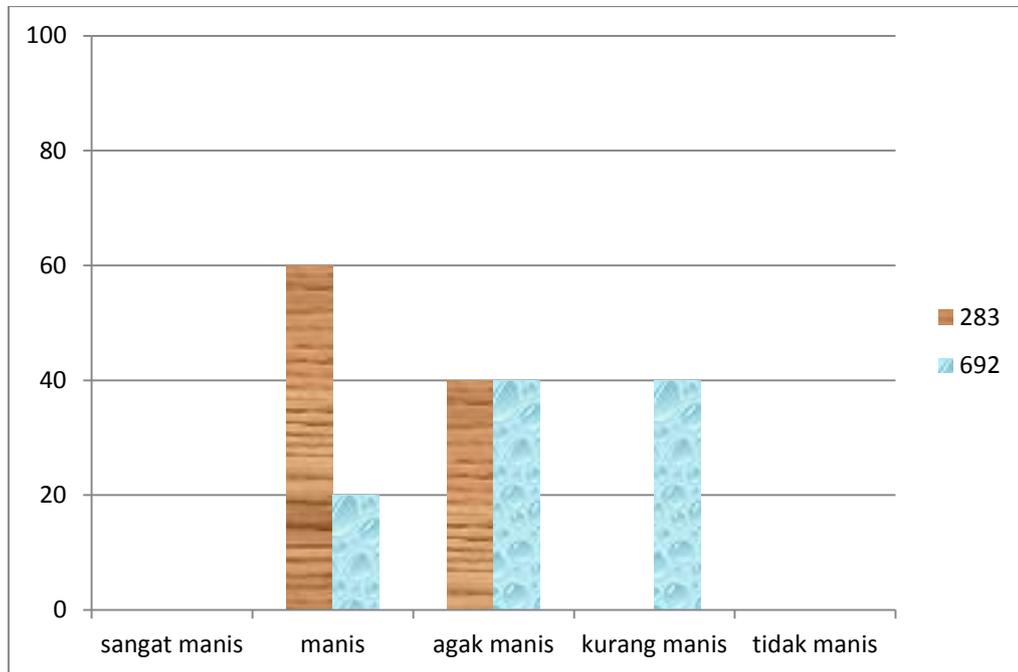
Rendam



Telah didapatkan grafik dari hasil uji validasi *flakes* yang sudah direndam susu selama 5 menit, hasil dari produk dengan kode 283 telah didapat 60% responden memilih menarik, 20% memilih agak menarik dan 20% kurang menarik. Sedangkan hasil presentase dari kode 692 sebesar 20% memilih menarik, 40% memilih agak menarik, 20% memilih kurang menarik dan 20% memilih tidak menarik.

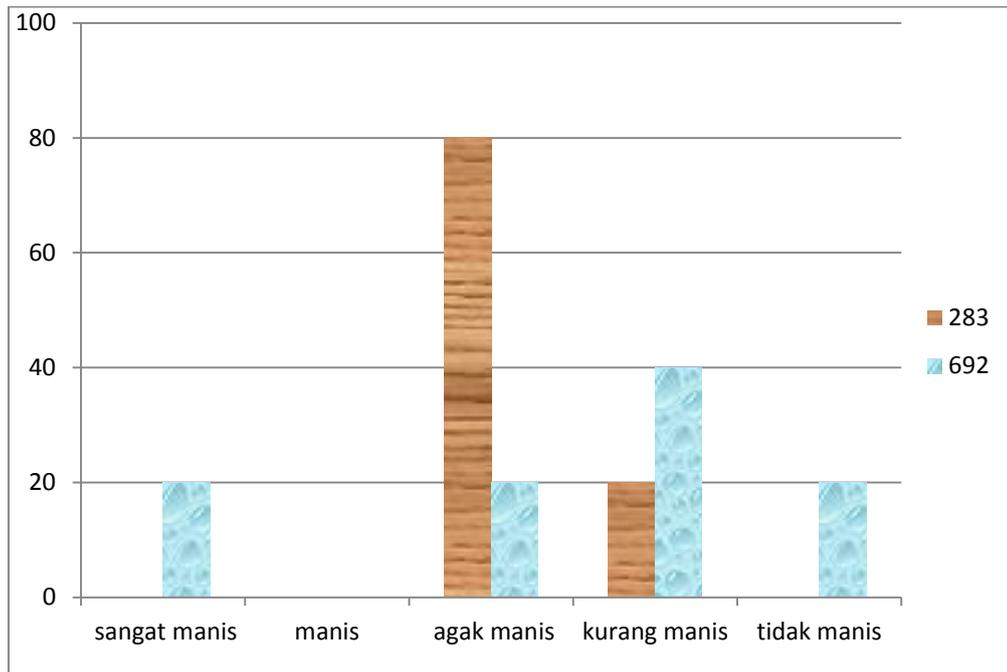
2. Aspek Rasa

Kering



Persentase dari uji validasi dari aspek rasa *flakes* substitusi ubi putih dalam keadaan kering dengan kode 283 yaitu, 60% responden memilih manis dan 40% responden memilih agak manis. Sedangkan persentase dengan kode 692 sebesar 20% responden memilih manis, 40% memilih agak manis dan 40% memilih kurang manis.

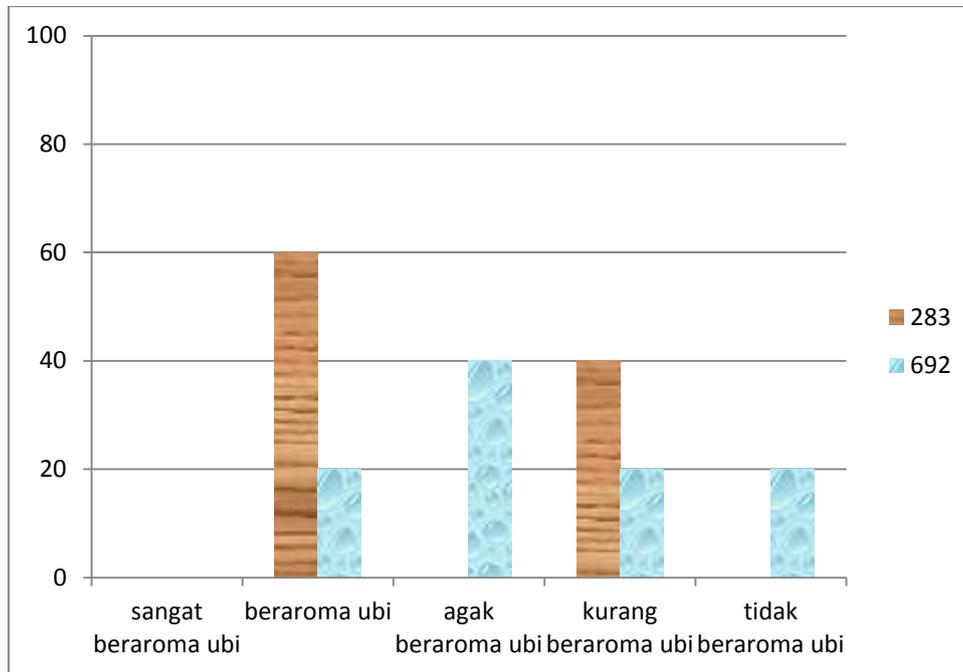
Rendam



Hasil uji validasi *flakes* substitusi pati ubi putih dalam keadaan rendam dari aspek rasa dengan kode 283 dapat dijelaskan bahwa 80% responden memilih agak manis dan 20% memilih kurang manis. Sedangkan kode 692 menghasilkan 20% responden memilih sangat manis, 20% memilih agak manis, 40% memilih kurang manis dan 20% memilih tidak manis.

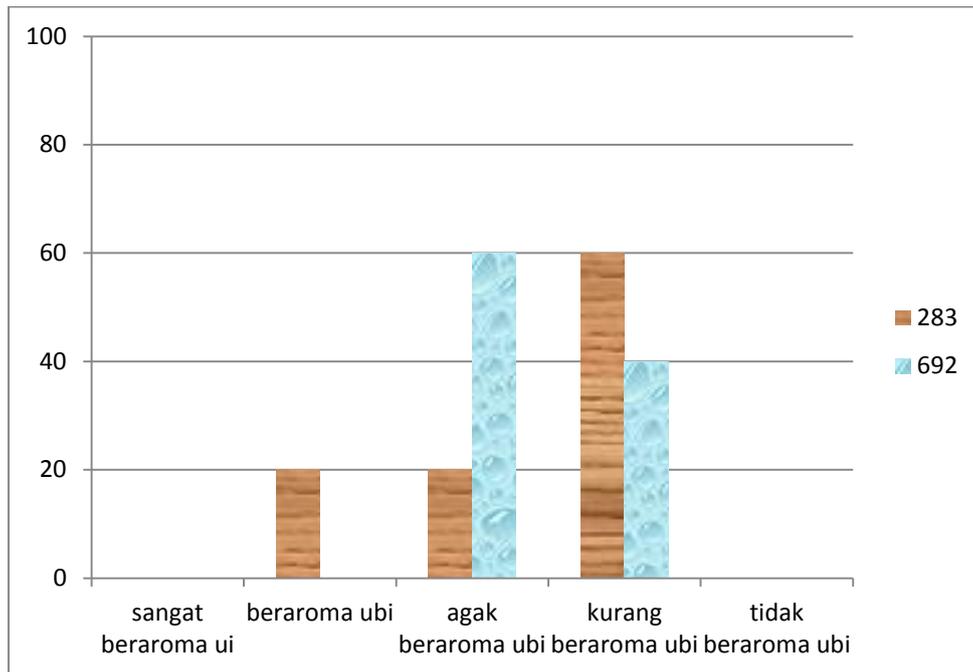
3. Aspek Aroma

Kering



Dapat dijelaskan grafik dari hasil uji validasi dengan aspek aroma dari *flakes* substitusi pati ubi putih dalam keadaan kering dengan kode 283 adalah 60% responden memilih beraroma ubi dan 40% memilih kurang beraroma ubi, sedangkan dengan kode 692 adalah 20% responden memilih beraroma ubi, 40% memilih agak beraroma ubi, 20% memilih kurang beraroma ubi dan 20% memilih tidak beraroma ubi.

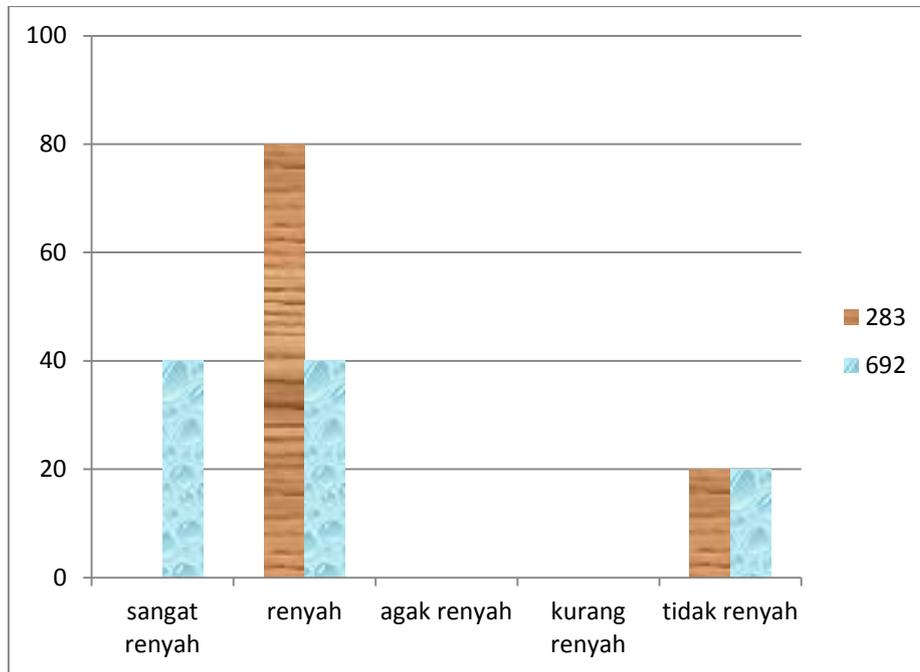
Rendam



Dan hasil yang didapat dari uji validasi *flakes* dalam keadaan rendam dengan kode 283 adalah 20% responden memilih beraroma ubi, 20% memilih agak beraroma ubi dan 60% memilih kurang beraroma ubi, sedangkan hasil dengan kode 692 adalah 60% responden memilih agak beraroma ubi dan 40% responden memilih kurang beraroma ubi.

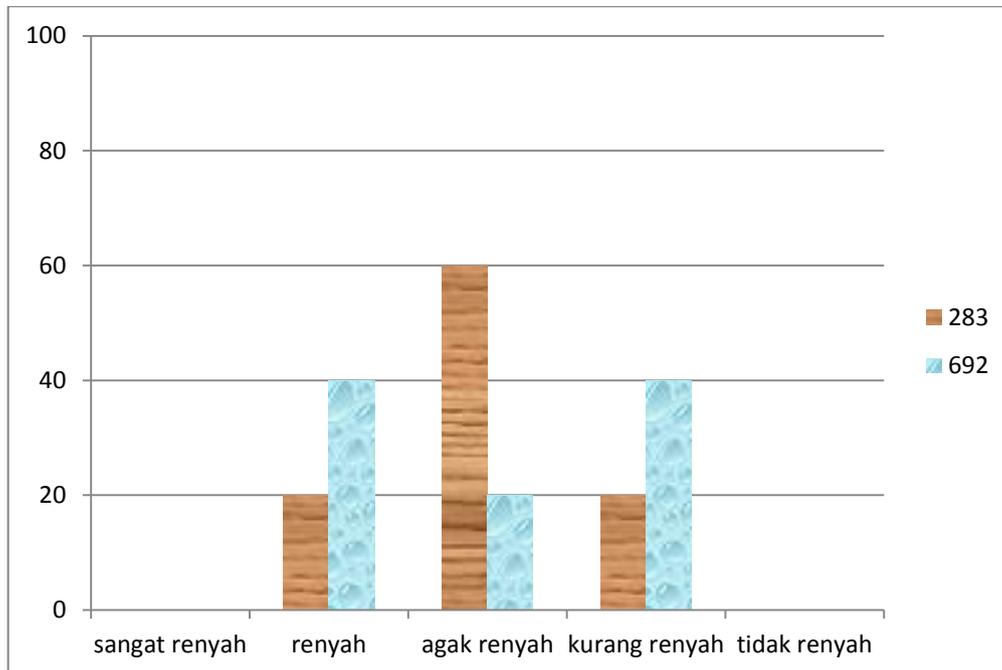
4. Aspek Tekstur

Kering



Telah didapat hasil uji validasi dari produk *flakes* substitusi pati ubi putih dengan aspek tekstur pada sampel 283 dengan presentase 80% responden memilih renyah dan 20% memilih tidak renyah sedangkan hasil yang diperoleh dari kode 692 adalah 40% responden memilih sangat renyah, 40% memilih renyah dan 20% memilih tidak renyah.

Rendam



Dapat dilihat dari grafik hasil uji validasi *flakes* substitusi pati ubi putih dalam keadaan rendam dengan aspek tekstur yaitu hasil dari dari kode sampel 283 adalah 20% responden memilih renyah, 60% responden memilih agak renyah dan 20% responden memilih kurang renyah. Sedangkan hasil uji validasi dengan kode 692 adalah 40% responden memilih renyah, 20% memilih agak renyah dan 40% responden memilih kurang renyah.

Dari hasil uji validasi ini responden telah memilih produk yang mereka sukai, dan produk *flakes* dengan substitusi pati ubi putih yang paling disukai adalah *flakes* dengan kode 283, dimana *flakes* dengan kode sampel 283 adalah *flakes* dengan substitusi pati ubi jalar putih sebanyak 50%.

Lampiran 5

Kuesioner Survei Sebelum dilakukan Validitas dan Reliabilitas

KUESIONER PENERIMAAN KONSUMEN TERHADAP *FLAKES* SUBSTITUSI PATI UBI JALAR PUTIH

PRTUNJUK PENGISIAN:

1. Bacalah pernyataan baik-baik dalam kuesioner sebelum mengisinya.
2. Pilihlah pernyataan yang sesuai dengan mencoba *flakes* substitusi pati ubi jalar putih yang berkaitan dengan daya terima produk makanan, dengan memberi tanda (\checkmark) pada tabel yang telah disediakan.

IDENTITAS RESPONDEN

Nama :.....

Kelas :.....

Indikator	Sub Indikator	Kisi-kisi	Butir Pernyataan	pernyataan	jawaban	
Kesadaran	pengetahuan	a. mengetahui definisi dan kegunaan produk	1,2,3,4,5	<p>1. <i>flakes</i> merupakan jenis sereal yang berbentuk pipih, bertekstur renyah dan dikonsumsi dengan susu cair.</p> <p>2. <i>flakes</i> merupakan makanan yang mempunyai rasa manis dan dikonsumsi pada waktu sarapan.</p> <p>3. <i>flakes</i> adalah makanan yang kaya akan gizi dan sering dikonsumsi pada waktu makan siang.</p> <p>4. <i>Flakes</i> merupakan jenis sereal yang terbuat dari bahan dasar gandum, beras dan jagung.</p> <p>5. <i>flakes</i> merupakan makanan yang terbuat dari bahan dasar kacang-kacangan dan sereal.</p>	<p>Benar <input type="checkbox"/></p>	<p>Salah <input type="checkbox"/></p>
	Sikap	b. menyadari adanya varian produk.	6,7	<p>6. Saya menyadari <i>Flakes</i> substitusi pati ubi jalar putih merupakan varian atau produk baru.</p> <p>7. Saya menyadari <i>Flakes</i> pati ubi putih merupakan varian atau produk baru.</p>	<p>Ya <input type="checkbox"/></p> <p>Ya <input type="checkbox"/></p>	<p>Tidak <input type="checkbox"/></p> <p>Tidak <input type="checkbox"/></p>

	Perilaku	c. menggunakan produk.	8,9,10	<p>8. Saya pernah mengonsumsi <i>flakes</i> secara langsung.</p> <p>9. Saya pernah mengonsumsi <i>flakes</i> dengan susu cair.</p> <p>10. Saya pernah mengonsumsi <i>flakes</i> sebagai <i>snack</i>.</p>	<p>Ya <input type="checkbox"/></p> <p>Ya <input type="checkbox"/></p> <p>Ya <input type="checkbox"/></p>	<p>Tidak <input type="checkbox"/></p> <p>Tidak <input type="checkbox"/></p> <p>Tidak <input type="checkbox"/></p>
Minat	Mencari informasi	d. keinginan untuk mencari informasi produk baru	11,12,13,14,15,16,	<p>11. Saya ingin mencoba <i>flakes</i> dengan substitusi pati ubi jalar putih.</p> <p>12. Saya ingin mengetahui apakah produk <i>flakes</i> dengan substitusi pati ubi jalar putih sudah ada dipasaran.</p> <p>13. Saya ingin mengetahui apakah produk <i>flakes</i> dengan substitusi pati ubi jalar putih sulit dijumpai dipasaran.</p> <p>14. Saya ingin mengetahui kualitas <i>flakes</i> yang dibuat dengan substitusi pati ubi jalar putih</p> <p>15. saya ingin mengetahui keunggulan produk <i>flakes</i> substitusi pati ubi jalar putih.</p>	<p>Setuju <input type="checkbox"/></p>	<p>Tidak Setuju <input type="checkbox"/></p>

				16. saya tidak ingin mengatui keunggulan produk <i>flakes</i> substituis pati ubi jalar putih.	Setuju <input type="checkbox"/>	Tidak Setuju <input type="checkbox"/>
Evaluasi	penilaian	e. Penilaian terhadap produk baru	17,18	17. produk <i>flakes</i> substitusi pati ubi jalar putih memiliki nrasa manasi yang alami dari ubi jlar putih.	Setuju <input type="checkbox"/>	Tidak Setuju <input type="checkbox"/>
				18. Produk <i>flakes</i> substitusi pati ubi jalar putih adalah produk inovasi baru.	Setuju <input type="checkbox"/>	Tidak Setuju <input type="checkbox"/>
Percobaan	Rasa	f. mengetahui rasa produk baru	19	19. <i>flakes</i> substitusi pati ubi jalar putih memiliki rasa yang manis.	Setuju <input type="checkbox"/>	Tidak Setuju <input type="checkbox"/>
	Warna	g. menilai warna produk baru	20	20. <i>flakes</i> substitusi pati jalar ubi putih memiliki warna putih kekuningan.	Setuju <input type="checkbox"/>	Tidak Setuju <input type="checkbox"/>
	Aroma	h. menilai aroma peroduk baru	21	21. <i>flakes</i> substitusi pati ubi jalar putih yang dihasilkan memiliki aroma ubi.	Setuju <input type="checkbox"/>	Tidak Setuju <input type="checkbox"/>
	Tekstur	i. menilai tekstur produk baru.	22	22. <i>flakes</i> substitusi pati ubi jalar putih memiliki tekstur yang renyah.	Setuiju <input type="checkbox"/>	Tidak Setuju <input type="checkbox"/>
Penerimaan	Rasa	j. menyukai rasa produk baru.	23	23. Saya menyukai rasa <i>flakes</i> substitusi pati ubi jalar putih.	Ya <input type="checkbox"/>	Tidak <input type="checkbox"/>
	Warna	k. menyukai warna produk	24	24. Saya menyukai warna <i>flakes</i>	Ya <input type="checkbox"/>	Tidak <input type="checkbox"/>

		baru.		substitusi pati ubi jalar putih.		
	Aroma	l. menyukai aroma produk baru.	25	25. Saya menyukai aroma <i>flakes</i> substitusi pati ubi jalar putih.	Ya <input type="checkbox"/>	Tidak <input type="checkbox"/>
	Tekstur	m. menyukai tekstur produk baru.	26	26. Saya menyukai tekstur <i>flakes</i> substitusi pati ubi jalar putih.	Ya <input type="checkbox"/>	Tidak <input type="checkbox"/>
	Produk Baru	n. Keputusan menerima atau menolak produk baru.	27,28,29,30	27. Saya menyukai produk <i>flakes</i> dengan substitusi pati ubi jalar putih. 28. Saya ingin membeli produk <i>flakes</i> dengan substitusi pati ubi jalar putih. 29. Saya ingin mengonsumsi produk <i>flakes</i> dengan substitusi pati ubi jalar putih. 30. Saya ingin menjual produk <i>flakes</i> dengan substitusi pati ubi jalar putih.	Ya <input type="checkbox"/> Ya <input type="checkbox"/> Ya <input type="checkbox"/> Ya <input type="checkbox"/>	Tidak <input type="checkbox"/> Tidak <input type="checkbox"/> Tidak <input type="checkbox"/> Tidak <input type="checkbox"/>
			30			

nama	X																														Y	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30		
Hasia	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	29	
Amalia	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	29	
Davinna	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	1	0	1	0	0	1	0	1	1	0	0	1	0	10	
Naura	1	1	1	1	1	1	0	1	1	0	1	1	0	0	1	0	0	1	0	1	1	0	1	0	1	1	1	0	1	1	20	
Fatimah	1	0	0	1	1	0	0	1	0	0	0	1	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	7	
Attaya	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	28
Nayla	1	1	1	1	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	26
Chalysi	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	7	
Ayu	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	27	
Ayumi	1	1	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	27	
rx _y	0,704	0,789	0,76	0,704	0,492	0,789	0,338	0,704	0,704	0,766	0,704	0,704	0,639	0,713	0,789	0,000	0,920	0,789	0,766	0,049	0,704	0,721	0,789	0,721	0,789	0,789	0,704	0,743	0,789	0,782	210	
	valid	valid	valid	valid	tidak valid	valid	tidak valid	tidak valid	valid	valid	valid	valid	tidak valid																			

x	y	xy	x ²	y ²
15	14	210	225	196
15	14	210	225	196
4	6	24	16	36
11	9	99	121	81
3	4	12	9	16
15	13	195	225	169
13	13	169	169	169
4	3	12	16	9
14	13	182	196	169
13	14	182	169	196
107	103	1295	1371	1237

Lampiran 6

Hasil Perhitungan Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Dari hasil uji validasi oleh *Expert Judgement* (dosen ahli), maka mendapatkan hasil 30 butir pernyataan mengenai penerimaan konsumen terhadap *Flakes* substitusi tepung ubi jalar putih dari 30 butir pernyataan, lalu kuisioner diuji ke 10 responden dengan tingkat signifikansi 5% dan derajat bebas (df) $n-2$ ($10-2=8$), maka diperoleh nilai r_{tabel} sebesar 0,632, dari tabel hasil pengujian validitas diketahui bahwa pernyataan-pernyataan yang diajukan kepada nresponden dinyatakan valid sebanyak 26 butir pernyataan sedangkan 4 pernyataan dinyatakan tidak valid karena r_{hitung} lebih rendah dari r_{tabel} . Setelah mendapatkan 26 butir soal valid, maka dilakukan perhitungan korelasi *product moment* antara belahan pertama dan kedua.

Validasi Korelasi Product Moment Antara Belahan Pertama dan Kedua

$$\begin{aligned}
 r_{xy} &= \frac{N(\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{(N(\sum x^2) - (\sum x)^2)(N(\sum y^2) - (\sum y)^2)}} \\
 &= \frac{10(1295) - (107)(103)}{\sqrt{(10(1371) - (107)^2)(10(1237) - (103)^2)}} \\
 &= \frac{12950 - 11021}{\sqrt{(13710 - 11449)(12370 - 10609)}} \\
 &= \frac{1929}{\sqrt{(12261)(1761)}} \\
 &= \frac{1929}{1995} \\
 &= 0.96
 \end{aligned}$$

Dinyatakan korelasi produk momen kedua belahan tergolong sangat kuat karena berada pada rentangan 0,800-1,000 dan dengan metode ini kuisioner tersebut dinyatakan valid karena $r_{xy} > r_{\text{tabel}}$.

Reliabilitas

$$r_i = \frac{2.n}{1+n} = \frac{1.92}{1.96}$$

$$= \frac{2.0,96}{1+0.96} = 0,97$$

Dengan metode ini kuisisioner tersebut reliabel dan dinyatakan memiliki hubungan yang sangat erat atau reliabilitas sempurna terhadap variabel yang diukur karena berada pada rentangan $0,90 < 1,00$

Untuk analisis validitas dan realibitas dilakukan dua tahap yang melihat apakah item valid dan reliabel terhadap dimensi, kemudian melihat apakah item-item tersebut valid dan reliabel terhadap variabel yang diukur.

Hasil Perhitungan Uji Validitas Pernyataan Nomor 1 (satu)

$$r_{xy} = \frac{1930-1680}{\sqrt{(10(8) - (8)^2)(10(5198) - (210)^2)}}$$

$$= \frac{1930-1680}{\sqrt{(80 - 64)(51980 - 44100)}}$$

$$= \frac{250}{\sqrt{(16)(7880)}}$$

$$= \frac{250}{355}$$

$$= 0.704$$

Hasil perhitungan validitas pernyataan nomor 1 (satu) dinyatakan Valid, karena hasil $r_{xy} = 0.704$ lebih besar dari nilai tabel r ($\alpha = 0,05$) sebesar 0.632 . Untuk butir pernyataan selanjutnya, dilakukan perhitungan menggunakan microsoft excel dengan uji *product moment*.

Lampiran 7

Kuesioner Survei Sesudah dilakukan Validitas dan Reliabilitas

KUESIONER PENERIMAAN KONSUMEN TERHADAP *FLAKES* SUBSTITUSI PATI UBI JALAR PUTIH

PRTUNJUK PENGISIAN:

3. Bacalah pernyataan baik-baik dalam kuesioner sebelum mengisinya.
4. Pilihlah pernyataan yang sesuai dengan mencoba *flakes* substitusi pati ubi jalar putih yang berkaitan dengan daya terima produk makanan, dengan memberi tanda (√) pada tabel yang telah disediakan.

IDENTITAS RESPONDEN

Nama :.....

Kelas :.....

Indikator	Sub Indikator	Kisi-kisi	Butir Pernyataan	Pernyataan	jawaban	
Kesadaran	Pengetahuan	a. mengetahui definisi dan kegunaan produk	1,2,3,4	1. <i>Flakes</i> merupakan jenis sereal yang berbentuk pipih, bertekstur renyah dan dikonsumsi dengan susu cair.	Benar <input type="checkbox"/>	Salah <input type="checkbox"/>
				2. <i>Flakes</i> merupakan makanan yang mempunyai rasa manis dan dikonsumsi pada waktu sarapan.	Benar <input type="checkbox"/>	Salah <input type="checkbox"/>
				3. <i>Flakes</i> adalah makanan yang mempunyai rasa manis dan dikonsumsi pada waktu makan siang.	Benar <input type="checkbox"/>	Salah <input type="checkbox"/>
				4. <i>Flakes</i> merupakan jenis sereal yang dapat dibuat dengan bahan dasar gandum, beras atau jagung.	Benar <input type="checkbox"/>	Salah <input type="checkbox"/>
	Sikap	b. menyadari adanya varian produk baru.	5	5.Saya menyadari <i>Flakes</i> substitusi pati ubi jalar putih merupakan varian atau produk baru.	Ya <input type="checkbox"/>	Tidak <input type="checkbox"/>
	Perilaku	c. menggunakan produk.	6,7,8	6. Saya pernah mengonsumsi <i>Flakes</i> secara langsung.	Ya <input type="checkbox"/>	Tidak <input type="checkbox"/>

				7. Saya pernah mengonsumsi <i>Flakes</i> dengan susu cair.	Ya <input type="checkbox"/>	Tidak <input type="checkbox"/>
				8. Saya pernah mengonsumsi <i>Flakes</i> sebagai <i>snack</i> .	Ya <input type="checkbox"/>	Tidak <input type="checkbox"/>
Minat	Mencari informasi	d. keinginan untuk mencari informasi produk baru	9,10,11,12,13	9. Saya ingin mencoba <i>Flakes</i> dengan substitusi pati ubi jalar putih.	Setuju <input type="checkbox"/>	Tidak Setuju <input type="checkbox"/>
				10. Saya ingin mengetahui apakah <i>Flakes</i> substitusi pati ubi putih sudah ada di pasaran.	Setuju <input type="checkbox"/>	Tidak Setuju <input type="checkbox"/>
				11. Saya ingin mengetahui apakah <i>Flakes</i> substitusi pati ubi jalar putih sulit dijumpai di pasaran.	Setuju <input type="checkbox"/>	Tidak Setuju <input type="checkbox"/>
				12. Saya ingin mengetahui kualitas <i>Flakes</i> yang dibuat dengan substitusi pati ubi jalar putih.	Setuju <input type="checkbox"/>	Tidak Setuju <input type="checkbox"/>
				13. Saya ingin mengetahui keunggulan produk <i>Flakes</i> dengan substitusi pati ubi jalar putih.	Setuju <input type="checkbox"/>	Tidak Setuju <input type="checkbox"/>
Evaluasi	penilaian	e. Penilaian terhadap produk baru	14,15	14. Produk <i>Flakes</i> substitusi pati ubi jalar putih memiliki rasa manis yang alami dari ubi jalar putih.	Setuju <input type="checkbox"/>	Tidak Setuju <input type="checkbox"/>

				15. Produk <i>Flakes</i> substitusi pati ubi jalar putih adalah produk inovasi baru.	Setuju <input type="checkbox"/>	Tidak Setuju <input type="checkbox"/>
Percobaan	Rasa	f. mengetahui rasa produk baru	16	16. <i>Flakes</i> substitusi pati ubi jalar putih memiliki rasa yang manis.	Setuju <input type="checkbox"/>	Tidak Setuju <input type="checkbox"/>
	Warna	g. menilai warna produk baru	17	17. <i>Flakes</i> substitusi pati jalar ubi putih memiliki warna putih kekuningan.	Setuju <input type="checkbox"/>	Tidak Setuju <input type="checkbox"/>
	Aroma	h. menilai aroma peroduk baru	18	18. <i>Flakes</i> substitusi pati ubi jalar putih yang dihasilkan memiliki aroma ubi.	Setuiu <input type="checkbox"/>	Tidak Setuju <input type="checkbox"/>
	Tekstur	i. menilai tekstur produk baru.	19	19. <i>Flakes</i> substitusi pati ubi jalar putih memiliki tekstur yang renyah.	Setuiu <input type="checkbox"/>	Tidak Setuju <input type="checkbox"/>
Penerimaan	Rasa	j. menyukai rasa produk baru.	20	20. Saya menyukai rasa <i>Flakes</i> substitusi pati ubi jalar putih.	Ya <input type="checkbox"/>	Tidak <input type="checkbox"/>
	Warna	k. menyukai warna produk baru.	21	21. Saya menyukai warna <i>Flakes</i> substitusi pati ubi jalar putih.	Ya <input type="checkbox"/>	Tidak <input type="checkbox"/>
	Aroma	l. menyukai aroma produk baru.	22	22. Saya menyukai aroma <i>Flakes</i> substitusi pati ubi jalar putih.	Ya <input type="checkbox"/>	Tidak <input type="checkbox"/>
	Tekstur	m. menyukai tekstur produk baru.	23.	23. Saya menyukai tekstur <i>Flakes</i> substitusi pati ubi jalar putih.	Ya <input type="checkbox"/>	Tidak <input type="checkbox"/>

	Produk Baru	n. Keputusan menerima atau menolak produk baru.	24,25,26	<p>24. Saya menyukai produk <i>Flakes</i> dengan substitusi pati ubi jalar putih.</p> <p>25. Saya ingin membeli produk <i>Flakes</i> dengan substitusi pati ubi jalar putih.</p> <p>26. Saya ingin mengonsumsi produk <i>Flakes</i> dengan substitusi pati ubi jalar putih.</p>	<p>Ya <input type="checkbox"/></p> <p>Ya <input type="checkbox"/></p> <p>Ya <input type="checkbox"/></p>	<p>Tidak <input type="checkbox"/></p> <p>Tidak <input type="checkbox"/></p> <p>Tidak <input type="checkbox"/></p>
--	-------------	---	----------	---	--	---

Lampiran 8

Tabel r untuk df = 1-40

Nilai Koefisien Korelasi (r) taraf signifikan untuk dua arah

df= N-2	0.10	0.05	0.02	0.01
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6226
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6055
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.5897
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5751
17	0.3887	0.4555	0.5258	0.5614
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5487
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5368
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5256
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5151
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5052
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.4958
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4869
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4785
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4705
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4629
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4556
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4487
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4421
31	0.2913	0.3440	0.4032	0.4357
32	0.2869	0.3388	0.3972	0.4296
33	0.2826	0.3338	0.3916	0.4238
34	0.2785	0.3291	0.3862	0.4182
35	0.2746	0.3246	0.3810	0.4128
36	0.2709	0.3202	0.3760	0.4076
37	0.2673	0.3160	0.3712	0.4026
38	0.2638	0.3120	0.3665	0.3978
39	0.2605	0.3081	0.3621	0.3932
40	0.2573	0.3044	0.3578	0.3888

Lampiran 9**Identitas Responden**

No	Kelas
1	Kelas 9
2	Kelas 9
3	Kelas 9
4	Kelas 9
5	Kelas 9
6	Kelas 9
7	Kelas 9
8	Kelas 9
9	Kelas 9
10	Kelas 9
11	Kelas 9
12	Kelas 9
13	Kelas 9
14	Kelas 9
15	Kelas 9
16	Kelas 9
17	Kelas 9
18	Kelas 9
19	Kelas 9
20	Kelas 9
21	Kelas 9
22	Kelas 9
23	Kelas 9
24	Kelas 9
25	Kelas 9
26	Kelas 9
27	Kelas 9
28	Kelas 9
29	Kelas 9
30	Kelas 9
31	Kelas 9
32	Kelas 9
33	Kelas 9
34	Kelas 9
35	Kelas 9
36	Kelas 9
37	Kelas 9
38	Kelas 9
39	Kelas 9
40	Kelas 9
41	Kelas 8
42	Kelas 8
43	Kelas 8

44	Kelas 8
45	Kelas 8
46	Kelas 8
47	Kelas 8
48	Kelas 8
49	Kelas 8
50	Kelas 8
51	Kelas 8
52	Kelas 8
53	Kelas 8
54	Kelas 8
55	Kelas 8
56	Kelas 8
57	Kelas 8
58	Kelas 8
59	Kelas 8
60	Kelas 8
61	Kelas 8
62	Kelas 8
63	Kelas 8
64	Kelas 8
65	Kelas 8
66	Kelas 7
67	Kelas 7
68	Kelas 7
69	Kelas 7
70	Kelas 7
71	Kelas 7
72	Kelas 7
73	Kelas 7
74	Kelas 7
75	Kelas 7
76	Kelas 7
77	Kelas 7
78	Kelas 7
79	Kelas 7

32	1	1	1	1	1	1	1	1
33	1	1	1	1	1	1	1	1
34	1	1	1	1	1	1	0	0
35	1	1	0	1	0	1	1	1
36	1	1	1	1	1	0	1	1
37	1	1	1	1	1	1	1	1
38	1	1	0	0	1	1	1	1
39	1	1	1	1	1	1	1	1
40	1	1	0	1	0	1	1	1
41	1	1	1	1	1	1	1	1
42	1	1	0	1	1	1	0	1
43	1	1	1	1	1	1	1	1
44	0	1	0	1	1	1	1	1
45	1	1	1	1	1	1	1	1
46	1	1	1	1	1	1	1	1
47	1	1	0	1	1	0	1	1
48	1	1	1	1	1	1	0	1
49	1	1	1	1	1	1	1	1
50	1	1	0	1	1	1	1	1
51	1	1	1	0	1	1	1	1
52	1	1	1	1	0	1	1	1
53	1	1	1	1	1	1	0	1
54	1	0	0	1	1	1	1	0
55	1	1	1	1	1	1	1	1
56	1	1	1	1	1	0	1	1
57	1	1	1	1	1	1	1	1
58	1	1	0	1	1	1	1	1
59	1	1	1	1	1	1	1	1
60	1	1	1	0	1	1	1	1
61	1	1	1	1	1	1	1	1
62	1	1	1	1	1	1	0	1
63	1	1	1	1	1	1	1	1
64	1	1	0	1	0	0	1	1
65	1	1	1	1	1	1	0	1
66	0	1	1	1	1	1	1	1
67	1	1	1	0	1	1	1	1
68	1	1	1	1	0	1	1	1
69	1	1	1	1	1	1	1	1
70	1	1	1	1	1	1	1	1
71	1	1	1	1	1	1	1	1
72	1	1	0	1	0	1	1	0
73	1	1	1	1	1	1	1	1
74	1	0	1	1	1	0	1	1
75	1	1	1	1	1	1	1	1
76	1	1	1	1	0	1	1	1
77	1	1	0	1	1	1	1	1
78	1	1	1	1	1	1	1	0
79	1	1	1	1	0	1	1	1

1	76	77	63	75	65	71	69	74
0	3	2	16	4	14	8	10	5
Mod	1							
jumlah	76	77	63	75	65	71	69	74

2. Tabulasi Kuesioner Terhadap Aspek Minat

Kriteria	skor
Setuju	1
Tidak setuju	0

No responden	Pernyataan				
	1	2	3	4	5
1	1	1	1	1	1
2	1	1	1	1	1
3	1	1	1	1	1
4	1	1	1	1	1
5	1	1	1	1	1
6	1	1	1	1	1
7	1	1	1	1	1
8	1	1	1	1	1
9	1	1	1	1	1
10	1	1	1	1	0
11	1	1	1	1	1
12	1	1	1	1	1
13	1	1	1	1	1
14	1	1	1	1	1
15	1	1	1	1	1
16	1	1	1	1	1
17	1	1	1	1	1
18	1	1	1	1	1
19	1	1	1	0	1
20	1	0	1	1	1
21	1	1	1	1	1
22	0	1	1	1	0
23	1	1	1	1	1
24	1	1	1	1	1
25	1	1	1	1	1
26	1	1	1	1	1
27	1	1	1	1	1
28	1	1	1	0	1
29	1	1	1	1	0
30	1	1	1	1	1
31	1	1	1	1	1
32	1	1	1	1	1
33	1	0	1	0	0
34	1	1	0	1	1
35	1	1	1	1	1
36	1	1	1	1	1

37	1	1	1	1	1
38	1	1	1	1	1
39	1	0	1	0	0
40	0	1	1	1	1
41	1	1	1	1	1
42	1	1	1	0	1
43	1	1	1	1	0
44	1	1	1	1	1
45	1	0	1	1	1
46	1	1	1	1	1
47	1	1	1	1	1
48	1	1	1	0	0
49	1	1	1	1	1
50	1	1	1	1	1
51	1	1	1	1	0
52	1	1	1	1	1
53	1	1	1	1	1
54	0	0	1	1	1
55	1	1	1	1	1
56	1	1	1	0	1
57	1	1	0	1	1
58	1	1	1	1	0
59	1	1	1	1	1
60	1	1	1	1	1
61	1	1	1	1	1
62	1	1	1	1	1
63	1	1	1	1	1
64	1	1	1	0	1
65	1	1	1	1	1
66	0	1	1	1	1
67	1	1	1	1	1
68	1	1	1	1	1
69	1	1	1	1	1
70	1	0	1	1	0
71	1	1	1	1	1
72	1	1	1	1	1
73	1	1	1	0	1
74	1	1	1	1	1
75	1	1	1	1	1
76	1	1	1	1	1
77	1	1	1	1	0
78	1	0	1	1	1
79	1	1	1	1	1
1	75	72	77	70	68
0	4	7	2	9	11
Mod	1	1	1	1	1
Jumlah	75	72	77	70	68

3. Tabulasi Kuesioner Terhadap Aspek Evaluasi

Kriteria Penilaian Skala Guttman

Kriteria	Skor
Setuju	1
Tidak setuju	0

No responden	Pernyataan	
	1	2
1	1	1
2	1	1
3	1	1
4	1	1
5	1	1
6	1	1
7	1	1
8	1	1
9	1	1
10	1	1
11	1	1
12	1	1
13	1	1
14	1	1
15	1	1
16	1	1
17	1	1
18	0	1
19	1	1
20	1	1
21	1	1
22	1	1
23	1	1
24	0	1
25	1	1
26	1	1
27	1	1
28	0	1
29	1	1
30	1	1
31	1	1
32	1	1
33	1	1
34	0	1
35	1	1
36	1	1

37	1	1
38	0	1
39	1	1
40	1	1
41	1	1
42	0	1
43	1	1
44	1	1
45	1	1
46	1	0
47	1	1
48	1	1
49	0	1
50	1	1
51	1	1
52	1	1
53	1	1
54	0	1
55	1	1
56	1	1
57	1	1
58	1	1
59	1	1
60	1	1
61	1	1
62	1	1
63	1	1
64	1	1
65	0	1
66	1	1
67	1	1
68	0	1
69	1	1
70	0	1
71	1	1
72	1	1
73	1	1
74	1	1
75	1	1
76	1	1
77	1	1
78	1	1
79	1	1
1	68	78
0	11	1
Mod	1	1
Jumlah	68	78

4. Tabulasi Kuesioner Terhadap Aspek Percobaan

Kriteria Penilaian Skala Guttman

No responden	Pernyataan			
	1	2	3	4
1	1	1	1	1
2	1	1	0	1
3	1	1	1	1
4	1	1	1	1
5	1	1	1	1
6	1	1	1	1
7	1	1	1	0
8	1	1	1	1
9	1	1	1	1
10	1	1	0	1
11	0	1	1	1
12	1	1	1	1
13	1	1	0	1
14	1	1	1	1
15	1	1	1	1
16	1	1	1	0
17	1	1	0	1
18	1	1	1	1
19	1	1	1	1
20	1	1	1	1
21	1	1	1	1
22	1	1	1	1
23	1	1	0	1
24	1	1	1	0
25	1	1	1	1
26	1	1	1	1
27	1	0	1	1
28	1	1	1	1
29	1	1	1	1
30	1	1	1	1
31	1	1	0	1
32	1	1	1	1
33	1	1	1	0
34	1	1	1	1
35	1	1	1	1
36	1	1	0	1
37	1	1	1	1
38	1	0	1	1
39	1	1	1	1
40	1	1	1	0

41	1	1	1	1
42	1	0	1	1
43	0	1	0	1
44	1	1	1	1
45	1	0	1	1
46	1	1	1	1
47	1	0	1	1
48	1	1	1	1
49	1	1	1	1
50	1	1	1	1
51	1	1	0	1
52	1	0	1	0
53	1	1	1	1
54	1	1	1	1
55	1	1	1	1
56	1	1	1	1
57	1	0	1	1
58	1	1	0	1
59	1	1	1	1
60	1	1	1	1
61	1	1	1	1
62	1	1	1	1
63	1	0	1	0
64	0	1	1	1
65	1	1	1	1
66	1	1	1	1
67	1	1	1	1
68	1	0	1	1
69	1	1	1	1
70	1	1	1	1
71	1	1	0	1
72	1	1	1	1
73	1	1	1	1
74	1	1	1	1
75	1	0	0	1
76	1	1	1	0
77	1	1	1	1
78	1	1	1	1
79	1	1	0	1
1	76	69	66	71
0	3	10	13	8
Mod	1	1	1	1
Jumlah	76	69	66	71

5. Tabulasi Kuesioner Terhadap Aspek Penerimaan

Kriteria Penilaian Skala Guttman

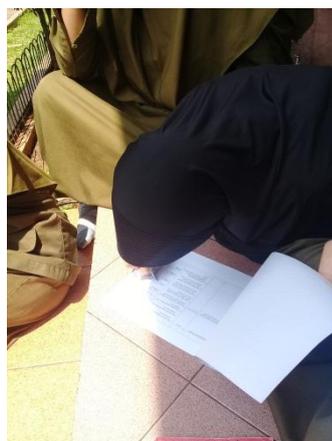
Kriteria	Skor
Ya	1
Tidak	0

No responden	Pernyataan						
	1	2	3	4	5	6	7
1	1	1	0	1	1	1	1
2	1	1	1	1	1	1	1
3	0	1	1	1	1	1	1
4	1	1	1	1	1	1	1
5	1	1	1	1	0	1	1
6	1	1	1	1	1	1	1
7	1	1	1	0	1	1	1
8	1	1	1	1	1	1	1
9	1	1	1	1	1	1	1
10	1	1	1	1	1	1	1
11	1	0	1	1	1	1	1
12	1	1	1	1	1	1	1
13	1	1	1	1	1	1	1
14	1	1	1	1	1	1	1
15	1	1	1	1	1	1	1
16	1	1	1	1	1	1	1
17	1	1	0	1	1	1	1
18	1	1	1	1	1	1	1
19	1	1	1	1	1	1	1
20	1	1	1	1	1	1	1
21	1	1	1	1	1	1	1
22	1	1	1	1	1	1	1
23	1	1	1	1	1	0	1
24	1	1	1	1	1	1	1
25	1	1	1	1	1	1	1
26	1	1	1	0	1	1	1
27	1	1	1	1	1	1	1
28	0	1	1	1	1	1	1
29	1	1	1	1	1	1	1
30	1	1	1	1	1	0	1
31	1	1	1	1	0	1	0
32	1	1	1	1	1	1	1
33	1	1	1	1	1	1	1
34	1	0	0	1	1	1	1
35	1	1	1	1	1	1	1
36	1	1	1	1	1	1	1

37	1	1	1	1	1	1	1
38	1	1	1	1	1	1	1
39	1	1	1	1	1	1	1
40	1	1	1	1	1	1	1
41	1	1	1	1	1	1	1
42	1	1	1	1	1	1	1
43	1	1	1	1	1	1	1
44	1	1	1	1	1	1	1
45	1	1	1	1	1	1	1
46	1	1	1	1	1	0	1
47	1	1	1	1	1	1	1
48	1	1	1	1	1	1	1
49	1	1	1	1	1	1	0
50	1	1	1	1	1	1	1
51	1	0	1	1	1	1	1
52	1	1	1	1	1	1	1
53	1	1	1	1	1	1	1
54	0	1	1	1	1	1	1
55	1	1	1	1	1	1	1
56	1	1	1	1	1	1	1
57	1	1	1	0	0	1	1
58	1	1	1	1	1	0	1
59	1	1	1	1	1	1	1
60	1	1	1	1	1	1	1
61	1	1	1	1	1	1	1
62	1	0	1	1	1	1	1
63	1	1	1	1	1	1	0
64	1	1	1	1	1	1	1
65	1	1	1	1	1	1	1
66	1	1	1	1	1	1	1
67	1	1	1	1	1	1	1
68	1	1	1	1	1	0	1
69	1	1	1	1	1	1	1
70	1	1	1	1	1	1	0
71	1	1	1	1	1	1	1
72	1	1	1	1	1	1	1
73	1	1	1	1	1	1	1
74	1	0	1	1	1	1	1
75	1	1	1	1	0	1	1
76	1	1	1	1	1	1	1
77	1	1	1	1	1	0	0
78	1	1	1	1	1	1	1
79	1	1	0	1	1	1	1
1	76	74	75	76	75	73	74
0	3	5	4	3	4	6	5
Mod	1						
Jumlah	76	74	75	76	75	73	74

Lampiran 11

Daftar Gambar



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DATA PRIBADI

Nama : Disma Robyanto
TTL : Jakarta, 28 Desember 1994
Alamat : Bekasi Timur Regensi, Jl Rajawali 6, Blok R9 No 25, RT 06 RW 07, Kel. Burangkeng, Kec. Setu, Kabupaten Bekasi
Kewarganegaraan : Indonesia
Agama : Islam
Telepon/HP : 085694352539
Email : robyantodisma@yahoo.com



RIWAYAT PENDIDIKAN

No	Sekolah	Kota	Tahun
1	SD Negeri Kranji 2	Bekasi	2001-2006
2	SMP Daya Utama	Bekasi	2006-2009
3	SMA Negeri 15 Kota Bekasi	Bekasi	2009-2012