

SKRIPSI

**ANALISIS KARAKTERISTIK DAN PREFERENSI KONSUMEN SEBAGAI
DASAR PENENTU TARGET PASAR PADA UMKM KEDAI SERBU**



**DISUSUN OLEH :
BAGAS RIZQI SETIAWAN
NPM 22230003**

**PROGRAM STUDI TEKNOLOGI INDUSTRI PERTANIAN
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA
SURABAYA
2026**

SKRIPSI

**ANALISIS KARAKTERISTIK DAN PREFERENSI KONSUMEN SEBAGAI
DASAR PENENTU TARGET PASAR PADA UMKM KEDAI SERBU**

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Teknologi Pertanian
Program Studi Teknologi Industri Pertanian
Fakultas Teknik
Universitas Wijaya Kusuma Surabaya
Surabaya

BAGAS RIZQI SETIAWAN

NPM 22230003

**PROGRAM STUDI TEKNOLOGI INDUSTRI PERTANIAN
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA
SURABAYA**

2026

LEMBAR PENGESAHAN

Tugas Akhir Disusun Untuk Memenuhi Salah Satu

Syarat Memperoleh Gelar

Sarjana Teknologi Pertanian (S.TP)

Di

Universitas Wijaya Kusuma Surabaya

Oleh :

BAGAS RIZQI SETIAWAN

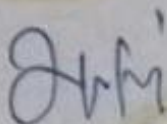
22230003

Hari / Tanggal Sidang : Selasa, 14 Juli 2026

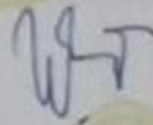
Menyetujui,

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II



Diana Puspitasari, S.TP., M.T.
NIDN. 0730067301



Dr. Ir. Endang Retno Wedowati, M.T.
NIDN. 0738026091

Ketua Program Studi
Teknologi Industri Pertanian



Dr. Eng. Ir. H. Mujiyanto, M.P.
NIDN. 0706076703

Dekan
Fakultas Teknik



Dr. Ir. Anang Kukuh Adisusilo, ST., MT.
NIP 197802152015041001

LEMBAR PENGESAHAN REVISI

Judul : Analisis Karakteristik dan Preferensi Konsumen sebagai Dasar
Penentu Target Pasar pada UMKM Kedai Serbu
Nama : Bagas Rizqi Setiawan
NPM : 22210003

Telah di uji pada :

Hari : Selasa
Tanggal : 14 Juli 2026
Tempat : Ruang Meeting, Universitas Wijaya Kusuma Surabaya

Disetujui Oleh,

Dosen Penguji I

Prof. Dr. Ir. Fungki Sri Rejeki, M.P.
NIDN. 0722076301

Dosen Penguji II

Marina Revitriani, S.T.P., M.P.
NIDN. 0706088101

Mengetahui,

Dosen Pembimbing I

Diana Puspitasari, S.T.P., M.T.
NIDN 0730067301

Dosen Pembimbing II

Dr. Ir. Endang Retno Wedowati, M.T.
NIDN 0738026091

LEMBAR KEASLIAN PENULISAN

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, di dalam naskah SKRIPSI ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain kecuali yang tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber daftar pustaka.

Apabila ternyata dalam naskah SKRIPSI ini dapat dibuktikan mendapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia SKRIPSI ini digugurkan dan gelar akademik SARJANA yang telah saya peroleh dibatalkan, serta proses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Surabaya, 21 juli 2026



Nama	: Bagas Rizqi Setawan
NPM	: 222030003
Program Studi	: Teknologi Industri Pertanian
Fakultas	: Teknik
Universitas	: Wijaya Kusuma Surabaya

KATA PENGANTAR

Puji serta syukur, Alhamdulillah penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul ”Analisis Karakteristik dan Preferensi Konsumen Sebagai Dasar Penentu Target Pasar Pada UMKM Kedai Serbu di Kota Surabaya” tepat pada waktunya.

Dengan terselesaikannya penyusunan proposal skripsi ini, penulis menyampaikan rasa terima kasih dan rasa hormat kepada semua pihak atas dukungan, bimbingan, serta jasa yang diberikan. Penulis menyampaikan ucapan rasa terima kasih yang sebesar- besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Ir. Anang Kukuh Adisusilo, S.T., M.T., selaku Dekan Fakultas Teknik Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
2. Bapak Dr. Eng. Ir. H. Mujiyanto, M.P selaku Ketua Program Studi Teknologi Industri Pertanian Universitas Wijaya Kusuma Surabaya
3. Ibu Diana Puspitasari, S.TP., MT. selaku Dosen Pembimbing I dan dosen wali yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan serta masukan yang membangun semangat penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan menyeluruh.
4. Ibu Dr. Ir. Endang Retno Wedowati, MT selaku pembimbing II, yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan serta masukan yang membangun semangat penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan menyeluruh.
5. Kedua orang tua saya yang selalu memberikan segala dukungan, materi, ketulusan doa, dan kasih sayangnya untuk penulis.

Penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat dan informasi yang berguna bagi semua pihak. Demikian skripsi ini dibuat dan penulis sampaikan terima kasih kepada yang terlibat.

Surabaya, 21 Juli 2026

Penulis

Bagas Rizqi Setiawan. 22230003. **ANALISIS KARAKTERISTIK DAN PREFERENSI KONSUMEN SEBAGAI DASAR PENENTU TARGET PASAR PADA UMKM KEDAI SERBU DI KOTA SURABAYA.** Dibimbing oleh: Diana Puspitasari, S.TP., M.T. dan Dr. Ir. Endang Retno Wedowati.M.T

RINGKASAN

Semakin meningkatnya persaingan usaha kuliner menuntut pelaku UMKM untuk memahami karakteristik dan preferensi konsumennya. Kedai Serbu merupakan salah satu UMKM kuliner di Surabaya yang menawarkan produk wonton dan dimsum. Konsumen Kedai Serbu berasal dari berbagai latar belakang usia, pekerjaan, dan tingkat pendapatan. Namun hingga saat ini belum diketahui secara jelas karakteristik konsumen yang dominan, preferensi konsumen terhadap produk, serta target pasar yang paling potensial. Oleh karena itu, diperlukan penelitian untuk membantu UMKM Kedai Serbu menentukan target pasar yang lebih tepat. Tujuan penelitian ini adalah mengidentifikasi karakteristik konsumen, menganalisis preferensi konsumen, serta menentukan target pasar potensial UMKM Kedai Serbu. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada konsumen UMKM Kedai Serbu yang pernah melakukan pembelian produk. Responden dipilih menggunakan teknik *Accidental Sampling*. Data penelitian dianalisis menggunakan IBM SPSS Statistics melalui uji validitas, uji reliabilitas, analisis deskriptif, dan analisis *Crosstab*. Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan karakteristik dan preferensi konsumen, sedangkan *Crosstab* digunakan untuk mengidentifikasi segmen konsumen yang dominan sebagai dasar penentuan target pasar. Output yang diharapkan dari penelitian ini adalah diperolehnya profil karakteristik konsumen, preferensi konsumen terhadap produk Kedai Serbu, serta rekomendasi target pasar potensial yang dapat digunakan sebagai dasar penyusunan strategi pemasaran UMKM Kedai Serbu. Hasil penelitian kuesioner dari 100 responden menunjukkan bahwa mayoritas konsumen UMKM Kedai Serbu adalah perempuan sebanyak 62%, berusia 20–25 tahun sebesar 46%, berstatus pelajar/mahasiswa sebesar 55%, dan belum berpenghasilan sebesar 47%. Dari segmentasi perilaku diketahui bahwa 94% responden telah mengenal produk Wonton, 97% telah mengenal produk Dimsum, serta 63% responden bersedia melakukan pembelian kembali, yang menunjukkan adanya minat pembelian ulang terhadap

produk UMKM Kedai Serbu. Diambil dari hasil Analisis Deskriptif Karakteristik Responden. Hasil analisis preferensi menunjukkan bahwa konsumen lebih menyukai produk dengan rasa yang enak, harga yang terjangkau, kualitas produk yang baik, variasi menu yang beragam, lokasi yang mudah dijangkau, serta pelayanan yang ramah dan cepat. Produk yang paling banyak dipilih adalah Dimsum Ayam Isi 8. Diambil dari hasil Analisis Deskriptif Preferensi Konsumen. Berdasarkan analisis *Crosstab*, kelompok perempuan (62%), usia 20–25 tahun (46%), pelajar/mahasiswa (55%), dan belum berpenghasilan (47%) merupakan segmen konsumen yang paling dominan serta memiliki preferensi tertinggi terhadap produk UMKM Kedai Serbu. Dengan demikian, target pasar yang paling potensial bagi UMKM Kedai Serbu adalah perempuan usia 20–25 tahun yang berstatus pelajar/mahasiswa dan belum berpenghasilan. Hasil penelitian ini diharapkan menjadi dasar dalam penyusunan strategi pemasaran yang lebih efektif dan tepat sasaran. Diambil dari Analisis *Crosstab*.

Kata Kunci: Karakteristik Konsumen, Preferensi Konsumen, Segmentasi Demografis, Segmentasi Perilaku, Target Pasar.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN REVISI.....	iii
LEMBAR KEASLIAN PENULISAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
RINGKASAN	vii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	3
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
1.4.1 Manfaat Teoritis	4
1.4.2 Manfaat Praktis	4
1.5 Ruang Lingkup.....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1 Pemasaran	6
2.1.1 Pengertian Pemasaran	6
2.1.2 Tujuan Pemasaran	6
2.2 Strategi Pemasaran	8
2.3 Segmentasi Pasar.....	8
2.4 Tujuan, Manfaat, dan Syarat <i>Segmentation</i> Pasar	9
2.4.1 Tujuan <i>Segmentation</i> Pasar	9
2.4.2 Manfaat <i>Segmentation</i> Pasar	10
2.5 Jenis Jenis Segmentasi Pasar	11
2.5.1 Segmentasi <i>Geografis</i>	12
2.5.2 Segmentasi <i>Demografis</i>	12
2.5.3 Segmentasi Psikografis	13
2.5.4 Segmentasi Perilaku	14
2.6 <i>Targeting</i>	15

2.6.1	Pengertian <i>Targeting</i>	15
2.6.2	Tujuan <i>Targeting</i>	16
2.7	Preferensi Konsumen	17
2.7.1	Pengertian Preferensi Konsumen	17
2.7.2	Faktor Faktor yang Memengaruhi Preferensi Konsumen	18
2.7.3	Indikator Preferensi Konsumen.....	20
2.8	Penelitian Terdahulu	21
2.9	Kerangka Pemikiran.....	22
BAB III METODE PENELITIAN		24
3.1	Waktu dan Tempat Penelitian.....	24
3.2	Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	24
3.3.1	Metode Penelitian.....	24
3.3.2	Sumber Data.....	25
3.3	Populasi.....	26
3.4	Sampel.....	26
3.5	Teknik Pengumpulan Sampel.....	27
3.6	Teknik Pengumpulan Data	28
3.7	Operasional Variabel.....	29
3.8	Tahapan Penelitian	30
3.7.1	Identifikasi Masalah	31
3.7.2	Perumusan Masalah	31
3.7.3	Studi Pustaka.....	32
3.7.4	Tahapan Pengumpulan Data.....	32
3.9	Analisis Data	35
3.8.1	Uji Validitas	36
3.8.2	Uji Reliabilitas	37
3.8.3	Analisis Deskriptif.....	37
3.8.4	Metode <i>Crosstab</i> (Tabung Silang)	38
3.8.5	Target Pasar	38
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		39
4.1	Gambaran Umum UMKM Kedai Serbu	39
4.2	Uji Validitas dan Reabilitas	40
4.3	Analisis Deskriptif.....	43

4.3.1	Analisis Deskriptif Berdasarkan Karakteristik Responden	44
4.3.2	Analisis Deskriptif Berdasarkan Preferensi Konsumen	47
4.3.3	Preferensi Konsumen terhadap Atribut Produk.....	56
4.4	Analisis Tabulasi Silang (<i>Crosstab</i>).....	57
4.4.1	Analisis <i>Crosstab</i> Jenis Kelamin dengan Varian Produk	57
4.4.2	Analisis <i>Crosstab</i> Jenis Kelamin dengan Varian Dimsum	57
4.4.3	Analisis <i>Crosstab</i> Jenis Kelamin dengan Varian Wonton	58
4.4.4	Analisis <i>Crosstab</i> Jenis Kelamin Dengan Level Pedas	59
4.4.5	Analisis <i>Crosstab</i> Jenis Kelamin dengan Varian Topping Wonton.....	60
4.4.6	Analisis <i>Crosstab</i> Jenis Kelamin dengan Varian Saus Dimsum	61
4.4.7	Analisis <i>Crosstab</i> Usia dengan Produk yang sering Dibeli	61
4.4.8	Analisis <i>Crosstab</i> Usia dengan Varian Dimsum	62
4.4.9	Analisis <i>Crosstab</i> Usia dengan Varian Wonton	63
4.4.10	Analisis <i>Crosstab</i> Usia dengan Level Pedas Wonton	64
4.4.11	Analisis <i>Crosstab</i> Usia dengan Varian Topping Wonton	65
4.4.12	Analisis <i>Crosstab</i> Usia dengan Pilihan Varian Saus Dimsum.....	65
4.4.13	Analisis <i>Crosstab</i> Pekerjaan dengan Varian Produk	66
4.4.14	Analisis <i>Crosstab</i> Pekerjaan dengan Varian Dimsum	67
4.4.15	Analisis <i>Crosstab</i> Pekerjaan dengan Varian Wonton	68
4.4.16	Analisis <i>Crosstab</i> Pekerjaan dengan Tingkat Kepedasan	69
4.4.17	Analisis <i>Crosstab</i> Pekerjaan dengan Varian Topping Wonton	70
4.4.18	Analisis <i>Crosstab</i> Pekerjaan dengan Varian Saus	71
4.4.19	Analisis <i>Crosstab</i> Pendapatan dengan Varian Produk	71
4.4.20	Analisis <i>Crosstab</i> Pendapatan dengan Varian Dimsum	72
4.4.21	Analisis <i>Crosstab</i> Pendapatan dengan Varian Wonton	73
4.4.22	Analisis <i>Crosstab</i> Pendapatan dengan Varian Produk	74
4.4.23	Analisis <i>Crosstab</i> Pendapatan dengan Topping Wonton	74
4.4.24	Analisis <i>Crosstab</i> Pendapatan dengan Varian Saus.....	75
4.5	Implikasi Hasil Analisis terhadap Penentuan Target Pasar	76
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		79
5.1	Kesimpulan	79
5.2	Saran	80
DAFTAR PUSTAKA		81

DAFTAR TABEL

Nomor	Teks	Halaman
Tabel 2. 1	Penelitian Terdahulu.....	21
Tabel 3. 1	Operasional Variabel.....	30
Tabel 4. 1	Hasil Uji Validitas 10 Responden.....	41
Tabel 4. 2	Hasil Uji Reliabilitas 10 Responden	42
Tabel 4. 3	Uji validitas untuk 100 responden.....	42
Tabel 4. 4	Uji reabilitas untuk 100 responden.....	43
Tabel 4. 5	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	44
Tabel 4. 6	Distribusi Responden Berdasarkan Usia	45
Tabel 4. 7	Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	46
Tabel 4. 8	Distribusi Responden Berdasarkan Pendapatan.	47
Tabel 4. 9	Distribusi Pengetahuan Konsumen Terhadap Produk Wonton	47
Tabel 4. 10	Distribusi Pengetahuan Konsumen terhadap Produk Dimsum	48
Tabel 4. 11	Distribusi Pernah Mengkonsumsi Wonton.....	49
Tabel 4. 12	Distribusi Frekuensi Pernah Mengkonsumsi Dimsum.	49
Tabel 4. 13	Distribusi Frekuensi Loyalitas Konsumen	50
Tabel 4. 14	Distribusi Frekuensi Produk Yang Sering Dibeli.	50
Tabel 4. 15	Distribusi Frekuensi Varian Dimsum Yang Sering Dibeli.....	51
Tabel 4. 16	Distribusi Frekuensi Varian Wonton Yang Sering Dibeli.	52
Tabel 4. 17	Distribusi Frekuensi Pilihan Level Kepedasan.....	53
Tabel 4. 18	Distribusi Frekuensi Pilihan Topping Tambahan pada Produk Wonton .	54
Tabel 4. 19	Distribusi Frekuensi Pilihan Saus Tambahan pada Produk Dimsum.	55
Tabel 4. 20	Preferensi Konsumen terhadap Atribut Produk.....	56
Tabel 4. 21	Analisis <i>Crosstab</i> Jenis Kelamin dengan Varaiian Produk.....	57
Tabel 4. 22	Analisis <i>Crosstab</i> Jenis Kelamin dengan Varian Dimsum.	58
Tabel 4. 23	Analisis <i>Crosstab</i> Jenis Kelamin dengan Varian wonton	59
Tabel 4. 24	Analisis <i>Crosstab</i> Jenis Kelamin dengan Level Pedas.	59
Tabel 4. 25	Analisis <i>Crosstab</i> Jenis Kelamin dengan Topping Wonton.....	60
Tabel 4. 26	Analisis <i>Crosstab</i> Jenis Kelamin dengan Varian Saus.....	61
Tabel 4. 27	Analisis <i>Crosstab</i> Usia dengan Produk Yang sering Dibeli	62

Tabel 4. 28 Analisis <i>Crosstab</i> Usia Dengan Varian Dimsum.....	63
Tabel 4. 29 Analisis <i>Crosstab</i> Usia Dengan Varian Dimsum.....	63
Tabel 4. 30 Analisis <i>Crosstab</i> Usia Dengan Level Pedas Wonton.....	64
Tabel 4. 31 Analisis <i>Crosstab</i> Usia Dengan Varian Topping Wonton.....	65
Tabel 4. 32 Analisis <i>Crosstab</i> Usia Dengan Varian Saus.	66
Tabel 4. 33 Analisis <i>Crosstab</i> Pekerjaan dengan Varian Produk.....	67
Tabel 4. 34 Analisis <i>Crosstab</i> Pekerjaan dengan Varian Dimsum	67
Tabel 4. 35 Analisis <i>Crosstab</i> Pekerjaan dengan Varian Wonton.	68
Tabel 4. 36 Analisis <i>Crosstab</i> Pekerjaan dengan Tingkat Kepedasan.	69
Tabel 4. 37 Analisis <i>Crosstab</i> Pekerjaan dengan <i>Topping</i> Wonton.....	70
Tabel 4. 38 Analisis <i>Crosstab</i> Pekerjaan Dengan Varian Saus.....	71
Tabel 4. 39 Analisis <i>Crosstab</i> Pendapatan Dengan Varian Produk	72
Tabel 4. 40 Analisis <i>Crosstab</i> Pendapatan Dengan Varian Dimsum.	72
Tabel 4. 41 Analisis <i>Crosstab</i> Pendapatan Dengan Varian Produk	73
Tabel 4. 42 Analisis <i>Crosstab</i> Pendapatan Dengan Varian Produk	74
Tabel 4. 43 Analisis <i>Crosstab</i> Pendapatan Dengan Topping Wonton.	75
Tabel 4. 44 Analisis <i>Crosstab</i> Pendapatan Dengan Varian saus.....	76

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Teks	Halaman
	Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	23
	Gambar 3. 1 Diagram Tahapan Penelitian.....	31
	Gambar 4. 1 Daftar Menu UMKM Kedai Serbu.....	40

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Teks	Halaman
	Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	85
	Lampiran 2 Dokumentasi Kedai Serbu.....	89
	Lampiran 3 Uji Validitas dan Reliabilitas.	91
	Lampiran 4 Analisis Deskriptif Karakteristik Konsumen.	93
	Lampiran 5 Analisis Deskriptif Berdasarkan Referensi Konsumen	94
	Lampiran 6 Analisis Crosstab	98
	Lampiran 7 Tabulasi Data	105