

## BAB IV

### HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan dibahas mengenai hasil analisis dan pembahasan berdasarkan pada hasil penyebaran kuesioner penelitian ini.

#### 4.1. Profil Dum Thai Tea



Gambar 4.1. Produk Dum Tea

Dum thai tea berdiri pada tahun 2015 dari sebuah garasi kecil yang digunakan menjadi outlet Thaite, dum tea berasal dari Kota Surakarta. Untuk menjaga kualitas, dum thai tea sangat jeli dalam pemilihan bahan baku teh. Perkembangan usaha thaitea sangat pesat sehingga Agustus 2016 membuat usaha

Dum Tea dengan harga yang terjangkau dan produk dum tea dapat bersaing dipasaran. Menu dum tea yaitu original, chocolate, greentea, coffee dan taro serta ada varian rasa terbaru yaitu ovomaltine, manggo yakult dan red velvet juga bisa ditambahkan topping boba, cheese dan regal. Berikut ini adalah gambar menu Thai Tea :



Gambar 4.2. Menu Dum Tea

#### **4.2. Inovasi Produk Minuman Pada Dum Thai Tea Semarang**

Berikut adalah hasil wawancara dengan pemilik Dum Thai tea terkait dengan inovasi produk minumannya:

**Tabel 4.1. Hasil Wawancara Terhadap Pemilik Tahap Idea Generation**

No	Pertanyaan	Jawaban
1	Bagaimana menurut anda variasi rasa dan topping Dum Thai Tea dalam memenuhi keinginan konsumen?	Kalau menurut saya sendiri rasa dan topping nya masih kurang banyak, karena varian rasa disini hanya 5 dan tanpa topping, jadi takutnya kalau konsumen ingin mencoba varian rasa dan topping yang lainnya pasti bakal mencari tempat lain. Kalaupun mau disinipun bisa cepat bosan kalau tipikal konsumen yang suka mencoba rasa lainnya
2	Bagaimana bila dilakukan inovasi terhadap varian rasa dan topping Dum Thai Tea?	Boleh saja, malah saya merasa senang karena bisa mengembangkan usaha minuman thai tea saya, juga agar usaha ini dapat lebih bersaing dengan minuman kekinian yang sedang tren di masa sekarang. Tentunya inovasi yang dilakukan harus sesuai dengan keinginan konsumen juga, karena kalau tidak sesuai resikonya saya bisa kehilangan pelanggan tetap.

Berdasarkan pada tabel diatas diketahui bahwa pada tahap ini idea generation merupakan tahap awal dalam penelitian untuk melakukan sebuah inovasi. Idea generation pada penelitian ini yaitu proses penggalian ide-ide mengenai varian rasa dan topping pada produk inovasi dum thai tea semarang yang bertujuan untuk mendapatkan bermacam-macam ide untuk menciptakan produk

inovasi dum thai tea yang unggul dan kompetitif. Setelah melakukan wawancara kepada pemilik dum thai tea maka selanjutnya dipilih ide yang dianggap mewakili konsumen yaitu menambah varian rasa dan topping yang lebih banyak lagi.

**Tabel 4.2. Hasil Wawancara Terhadap Pemilik *Opportunity Recognition***

No	Pertanyaan	Jawaban
1	Apakah varian rasa dan topping yang anda ketahui dalam berbagai jenis produk minuman?	Selain dari 5 varian rasa asli produk thai tea saya, yang saya tahu ada rasa kacang-kacangan(almond, hazelnut), ovomaltine, buah-buahan(lemon, jeruk, leci), brown sugar, caramel.
2	Apakah varian rasa dan topping yang anda ketahui cocok dalam minuman Thai Tea?	Kalau untuk tehnya sendiri sih, mungkin buah-buahan masih lumayan cocok, kalau yang lainnya saya kurang tahu. Tapi kalau untuk toppingnya jelas harus sesuai dengan varian rasanya, kalau buah-buahan dicampur boba nanti cuma manis-manis saja orang pasti juga tidak suka ya, jadi menurut saya harus disesuaikan saja dengan mencoba campurkan terlebih dahulu.
3	Mengapa anda belum mengimplementasikan varian rasa dan topping yang anda ketahui tersebut?	Karena saya kurang tahu banyak cara melakukan inovasi rasa yang cocok dengan konsumen. Saya juga sibuk, jadi belum sempat mencoba mengembangkan varian rasa maupun topping untuk minuman di Dum Thai Tea ini

Berdasarkan pada wawancara yang telah dilakukan pada tahap *opportunity recognition* merupakan tahap kedua dari proses inovasi. *Opportunity recognition*

pada penelitian *dum thai tea* yaitu dengan melihat peluang eksternal dan internal yang ada guna menghasilkan sebuah produk inovasi *dum thai tea*.

Kemudian setelah inovasi, Adapun menu tambahan inovasinya adalah:

- a. Topping 3 macam: yaitu Boba, Cheese, Regal
- b. Varian rasa baru: Ovomaltine, Manggo Yakult, Red Velvet



Gambar 4.3. Ovomaltine, Manggo Yakult



Gambar 4.4. Red Velvet





Gambar 4.4. Topping Regal

### 4.3. Identitas Responden

Responden pada penelitian ini adalah 30 orang konsumen yang pernah mengonsumsi *Dum Thai Tea* dan berada di kota Semarang, dengan karakteristik responden adalah:

**Tabel 4.3. Karakteristik Responden**

No	Keterangan	Orang	%
	Jenis kelamin:		
1	Laki-laki	19	63.3%
2	Perempuan	11	36.7%
	Jumlah:	30	100%
	Usia:		
1	20-30 th	15	50%
2	31-40 th	8	26.7%
3	41-50 th	3	10%
4	51-60 th	4	13.3%
	Jumlah:	30	100%

Berdasarkan pada tabel diatas diketahui bahwa mayoritas responden pada penelitian ini berjenis kelamin laki-laki (63.3%) dan berusia antara 20-30 tahun yaitu 50%.

**Tabel 4.4. Crosstabb antara Jenis Kelamin dan Usia**

			Usia				Total
			20-30 th	31-40 th	41-50 th	51-60 th	
JenisKelamin	Laki-laki	Count	11	4	2	2	19
		% of Total	36.7%	13.3%	6.7%	6.7%	63.3%
	Perempuan	Count	4	4	1	2	11
		% of Total	13.3%	13.3%	3.3%	6.7%	36.7%
Total		Count	15	8	3	4	30
		% of Total	50.0%	26.7%	10.0%	13.3%	100.0%

Berdasarkan pada tabel diatas diketahui bahwa ternyata mayoritas responden pada penelitian ini berjenis kelamin laki-laki dengan usia antara 20-30 tahun yaitu 11 orang atau 36.7%.

#### 4.4. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

##### 4.4.1. Hasil Uji Validitas

**Tabel 4.5. Hasil Uji Validitas**

Item pertanyaan	R hitung	R tabel	Hasil
X1	0,558	0.296	Valid
X2	0,383	0.296	Valid
X3	0,534	0.296	Valid
X4	0,535	0.296	Valid
X5	0,691	0.296	Valid
X6	0,734	0.296	Valid

X7	0,474	0.296	Valid
X8	0,707	0.296	Valid
X9	0,574	0.296	Valid
X10	0,606	0.296	Valid
X11	0,659	0.296	Valid
X12	0,856	0.296	Valid
X13	0,324	0.296	Valid
X14	0,817	0.296	Valid
X15	0,518	0.296	Valid

Berdasarkan tabel diatas, hasil uji validitas variabel persepsi kegunaan pada ovo diketahui bahwa  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel maka semua item dinyatakan valid.

#### 4.4.2. Hasil Uji Reliabilitas

**Tabel 4.6. Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Alpha Cronbach	Keterangan
<i>Inovasi Produk</i>	0.904	Reliabel

Dilihat dari tabel 4.6. dapat diketahui bahwa untuk masing-masing variabel pada penelitian ini memiliki nilai yang lebih besar daripada 0,6 sehingga dikatakan reliabel.

#### 4.5. Tanggapan Responden

Berikut adalah tabel mengenai tanggapan responden sebanyak 30 responden:



**Tabel 4.7. Tanggapan responden tentang inovasi produk Dimensi Kesenangan (S)**

No.	Pernyataan	Jawaban										Rata-rata Skor
		Skor 5		Skor 4		Skor 3		Skor 2		Skor 1		
		F	S	F	S	F	S	F	S	F	S	
1	Saya senang dengan adanya inovasi minuman Dum Thai Tea. (S)	12	60	15	60	1	3	1	2	1	1	4,2
2	Minuman Dum Thai Tea dapat dinikmati oleh saya. (S)	24	120	3	12	3	9	0	0	0	0	4,7
3	Inovasi Dum Thai Tea sudah sesuai keinginan saya. (S)	19	95	9	36	2	6	0	0	0	0	4,6
RATA-RATA											<b>4,5</b>	

Sumber: Data Primer diolah (2020)

Berdasarkan indeks tanggapan responden dari 3 (tiga) pernyataan diperoleh rata-rata skor (indeks) sebesar 4.5 dan termasuk dalam kategori setuju. Berdasarkan pengklasifikasian ini maka dapat diartikan bahwa responden setuju untuk seluruh pernyataan pada kuesioner inovasi produk dimensi Kesenangan (S).

**Tabel 4.8. Tanggapan responden tentang inovasi produk Dimensi Kepuasan (P)**

No.	Pernyataan	Jawaban										Rata-rata Skor
		Skor 5		Skor 4		Skor 3		Skor 2		Skor 1		
		F	S	F	S	F	S	F	S	F	S	
4	Varian rasa lebih banyak membuat saya tertarik. (T)	9	45	8	32	9	27	3	6	1	1	3,7
5	Saya merasa bosan dengan rasa yang sedikit.(T)	6	30	11	44	10	30	2	4	1	1	3,6
6	Variasi menu yang banyak dapat memenuhi	11	55	12	48	7	21	0	0	0	0	4,1

	ragam kebutuhan saya.(T)												
	RATA-RATA												<b>3,8</b>

Sumber: Data Primer diolah (2020)

Berdasarkan indeks tanggapan responden dari 3 (tiga) pernyataan diperoleh rata-rata skor (indeks) sebesar 3.8 dan termasuk dalam kategori cukup setuju. Berdasarkan pengklasifikasian ini maka dapat diartikan bahwa responden sangat setuju untuk seluruh pernyataan pada kuesioner inovasi produk dimensi kepuasan (P).

**Tabel 4.9. Tanggapan responden tentang inovasi produk Dimensi Ketertarikan (T)**

No.	Pernyataan	Jawaban										Rata-rata Skor
		Skor 5		Skor 4		Skor 3		Skor 2		Skor 1		
		F	S	F	S	F	S	F	S	F	S	
7	Saya puas setelah adanya perubahan minuman Dum Thai Tea. (P)	19	95	9	36	9	27	2	4	0	0	4,5
8	Inovasi minuman Dum Thai Tea sangat cocok setelah adanya perubahan. (P)	12	60	9	36	7	21	1	2	1	1	4,0
9	Dum Thai Tea memiliki varian yang kekinian.(P)	14	70	13	52	3	9	0	0	0	0	4,4
	RATA-RATA											<b>4,3</b>

Sumber: Data Primer diolah (2020)

Berdasarkan indeks tanggapan responden dari 3 (tiga) pernyataan diperoleh rata-rata skor (indeks) sebesar 4.3 dan termasuk dalam kategori setuju. Berdasarkan pengklasifikasian ini maka dapat diartikan bahwa responden sangat setuju untuk seluruh pernyataan pada kuesioner inovasi produk dimensi ketertarikan (T).

**Tabel 4.10. Tanggapan responden tentang inovasi produk Dimensi Harga (H)**

No.	Pernyataan	Jawaban										Rata-rata Skor
		Skor 5		Skor 4		Skor 3		Skor 2		Skor 1		
		F	S	F	S	F	S	F	S	F	S	
10	Perubahan harga untuk tambahan varian dan topping sesuai keinginan saya.(H)	8	40	8	32	14	42	0	0	0	0	3,8
11	Harga minuman Dum Thai Tea terjangkau.(H)	11	55	8	32	11	33	0	0	0	0	4,0
12	Saya tidak masalah dengan adanya perubahan harga untuk menunjang kepuasan terhadap produk.(H)	16	80	11	44	3	9	0	0	0	0	4,4
RATA-RATA											<b>4,1</b>	

Sumber: Data Primer diolah (2020)

Berdasarkan indeks tanggapan responden dari 3 (tiga) pernyataan diperoleh rata-rata skor (indeks) sebesar 4.1 dan termasuk dalam kategori setuju. Berdasarkan pengklasifikasian ini maka dapat diartikan bahwa responden setuju untuk seluruh pernyataan pada kuesioner inovasi produk dimensi harga.

**Tabel 4.11. Tanggapan responden tentang inovasi produk Dimensi**

**Intensi (I)**

No.	Pernyataan	Jawaban										Rata-rata Skor
		Skor 5		Skor 4		Skor 3		Skor 2		Skor 1		
		F	S	F	S	F	S	F	S	F	S	
13	Saya berencana akan mengkonsumsi Kembali minuman Dum Thai Tea. (I)	14	70	12	48	4	12	0	0	0	0	4,3
14	Saya berencana merekomendasikan teman saya untuk membeli Dum Thai Tea.(I)	12	60	11	44	7	21	0	0	0	0	4,2
15	Saya berencana untuk terus membeli minuman Dum Thai Tea.(I)	22	110	7	28	1	3	0	0	0	0	4,7
RATA-RATA											<b>4,4</b>	

Sumber: Data Primer diolah (2020)

Berdasarkan indeks tanggapan responden dari 3 (tiga) pernyataan diperoleh rata-rata skor (indeks) sebesar 4.4 dan termasuk dalam kategori setuju. Berdasarkan pengklasifikasian ini maka dapat diartikan bahwa responden setuju untuk seluruh pernyataan pada kuesioner inovasi produk dimensi intensi.