

**ANALISIS SIKAP DAN PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP
PEMBELIAN CIMORY *YOGURT* DI PASAR SWALAYAN KOTA
SEMARANG**

SKRIPSI

Oleh:

ELSA YULIANTIKA



**PROGRAM STUDI S1 AGRIBISNIS
FAKULTAS PETERNAKAN DAN PERTANIAN
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2023**

ANALISIS SIKAP DAN PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP
PEMBELIAN CIMORY YOGURT DI PASAR SWALAYAN KOTA
SEMARANG

Oleh:

ELSA YULIANTIKA
NIM: 23020319130043

Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
gelar Sarjana Pertanian pada Program Studi S1 Agribisnis
Fakultas Peternakan dan Pertanian Universitas Diponegoro

PROGRAM STUDI S1 AGRIBISNIS
FAKULTAS PETERNAKAN DAN PERTANIAN
UNIVERSITAS DIPONEGORO
S E M A R A N G
2023

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Elsa Yuliantika
N I M : 23020319130043
Program Studi : S1 Agribisnis

Dengan ini menyatakan sebagai berikut:

1. Skripsi yang berjudul:
Analisis Sikap Dan Preferensi Konsumen Terhadap Pembelian Cimory Yogurt Di Swalayan Kota Semarang, dan penelitian yang terkait dengan skripsi ini adalah hasil kerja saya sendiri.
2. Setiap ide atau kutipan dari orang lain berupa publikasi atau bentuk lainnya dalam skripsi ini, telah diakui sesuai dengan standar prosedur disiplin ilmu.
3. Saya juga mengakui bahwa skripsi ini dapat dihasilkan berkat bimbingan dan dukungan penuh pembimbing saya, yaitu: **Dr. Ir. Titik Ekowati, M.Sc** dan **Dr. Ir. Edy Prasetyo, M.S**

Apabila di kemudian hari dalam skripsi ini ditemukan hal-hal yang menunjukkan telah dilakukannya kecurangan akademik maka penulis bersedia gelar sarjana yang telah penulis dapatkan ditarik sesuai dengan ketentuan dari Program Studi S1 Agribisnis, Fakultas Peternakan dan Pertanian, Universitas Diponegoro.

Semarang, Juni 2023

Penulis



Elsa Yuliantika

Mengetahui

Pembimbing Utama

Dr. Ir. Titik Ekowati, M.Sc.

Pembimbing Anggota

Dr. Ir. Edy Prasetyo, M. S

Judul Skripsi : ANALISIS SIKAP DAN PREFERENSI
KONSUMEN TERHADAP PEMBELIAN
CIMORY YOGURT DI SWALAYAN KOTA
SEMARANG

Nama Mahasiswa : ELSA YULIANTIKA

Nomor Induk Mahasiswa : 23020319130043

Program Studi/Departemen : AGRIBISNIS/PERTANIAN

Fakultas : PETERNAKAN DAN PERTANIAN

Telah disidangkan di hadapan Tim Penguji
dan dinyatakan lulus pada tanggal ..2.3..JUN..2023

Pembimbing Utama



Dr. Ir. Titik Ekowati, M.Sc.

Pembimbing Anggota



Dr. Ir. Edy Prasetyo, M.S.

Ketua Program Studi



Ir. Kustopo Budiraharjo, M.P.

Ketua Panitia Ujian Akhir Program



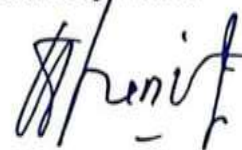
Ir. Joko Mariyono, M.P., Ph.D

Dekan



Prof. Dr. Ir. Bambang W.H.E.P., M.S., M.Agr., IPU.

Ketua Departemen



Dr. Ir. Heni Rizqiyati, S.Pt., M.Si.

ANALISIS SIKAP DAN PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP PEMBELIAN CIMORY *YOGURT* DI PASAR SWALAYAN KOTA SEMARANG

**Oleh:
Elsa Yuliantika**

ABSTRAK

Masyarakat Indonesia saat ini menyukai untuk mengkonsumsi produk kesehatan, salah satu diantaranya adalah minuman *yogurt*. Tujuan penelitian yaitu mengidentifikasi karakteristik konsumen Cimory *yogurt* dan perilaku pembelian konsumen, menganalisis sikap konsumen terhadap atribut yang digunakan dalam pengambilan keputusan, dan menganalisis preferensi konsumen terhadap atribut produk Cimory *yogurt* di Kota Semarang. Penelitian dilaksanakan pada Desember 2022 sampai Januari 2023. Lokasi penelitian dilakukan di Gelael Mall Citraland, Gelael Jl. Sultan Agung Gajahmungkur, Superindo Istana Majapahit, dan Superindo Siliwangi. Metode penentuan sampel dengan *quota sampling* sebanyak 120 responden dan pengambilan sampel menggunakan *accidental sampling*. Analisis data menggunakan analisis deskriptif, analisis *Multiatribut Fishbein*, dan analisis Konjoin. Hasil penelitian menemukan bahwa 74,20% responden merupakan wanita, 56,67% berusia antara 15-24 tahun, 55,00% responden dengan tingkat pendidikan S1, 33,40% responden dengan pekerjaan pegawai swasta, dan 49,20% responden dengan pendapatan satu bulan sebesar Rp 1.500.000 – Rp 2.500.000 dan rata-rata pendapatan sebesar Rp 3.384.000. Jenis dan varian cimory *yogurt* yang banyak dibeli oleh konsumen adalah cimory *squeeze blueberry*. Atribut yang dipertimbangkan konsumen dalam keputusan pembelian cimory *yogurt* berdasarkan nilai sikap konsumen berturut-turut adalah atribut harga, informasi kadaluarsa, rasa, kemasan, label kemasan, dan volume. Konsumen lebih menyukai cimory *yogurt* dengan harga Rp 5.500, rasa asam manis, kemasan *pouch*, volume sebanyak 250 ml, label kemasan lengkap, dan memiliki informasi kadaluarsa yang jelas. Berdasarkan, *importance values*, atribut yang paling diprioritaskan konsumen berturut-turut adalah informasi kadaluarsa, label kemasan, harga, volume, kemasan, dan rasa.

Kata kunci: atribut, cimory *yogurt*, konsumen, Konjoin, sikap konsumen

ANALYSIS OF CONSUMER ATTITUDES AND PREFERENCES TOWARDS PURCHASING CIMORY YOGURT IN SEMARANG CITY SUPERMARKETS

ABSTRACT

Indonesian people currently like to consume health products, one of which is yogurt drinks. The purpose of the study was to identify the characteristics of Cimory yogurt consumers and consumer purchasing behavior, analyze consumer attitudes towards attributes used in decision making, and analyze consumer preferences for Cimory yogurt product attributes in Semarang City. The research was conducted from December 2022 to January 2023. The research locations were Gelael Mall Citraland, Gelael Jl. Sultan Agung Gajahmungkur, Superindo Majapahit Palace, and Superindo Siliwangi. The method of determining the sample with quota sampling of 120 respondents and sampling using accidental sampling. Data analysis using descriptive analysis, Fishbein Multiatribut analysis, and Conjoin analysis. The results found that 74.20% of respondents were female, 56.67% were between 15-24 years old, 55.00% of respondents with a bachelor's degree, 33.40% of respondents with private employee jobs, and 49.20% of respondents with a monthly income of IDR 1,500,000 - IDR 2,500,000 and an average income of IDR 3,384,000. The type and variant of cimory yogurt that is mostly purchased by consumers is cimory squeeze blueberry. The attributes that consumers consider in purchasing decisions for cimory yogurt based on consumer attitude values are price attributes, expiration information, taste, packaging, packaging labels, and volume. Consumers prefer cimory yogurt with a price of IDR 5,500, sweet and sour flavor, pouch packaging, a volume of 250 ml, a complete package label, and has clear expiration information. Based on importance values, the attributes that are most prioritized by consumers are expiration information, packaging label, price, volume, packaging, and taste.

Keywords: attributes, cimory yogurt, consumers, conjoint, attitudes

KATA PENGANTAR

Produk *yogurt* sebagai produk kesehatan mulai banyak digemari oleh konsumen sehingga meningkatkan permintaan produk *yogurt* di pasar. Permintaan produk *yogurt* dipengaruhi oleh selera konsumen yang memicu munculnya berbagai merek dan varian yogurt seperti Cimory *yogurt*. Selera dan kepuasan konsumen harus diperhatikan oleh PT Cimory Group agar dapat merencanakan dan mengembangkan produknya dengan baik sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen. Penelitian ini ditujukan agar PT Cimory Group dapat menyediakan *yogurt* yang sesuai dengan keinginan konsumen sehingga dapat menentukan strategi yang tepat untuk terus bisa mempertahankan konsumennya dalam industri *yogurt*.

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan baik sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana (S1). Skripsi ini dapat diselesaikan dengan bantuan dan bimbingan banyak pihak yang telah memberikan saran dan masukan kepada penulis. Penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Dr. Ir. Titik Ekowati, M. Sc. selaku Dosen Wali dan Pembimbing Utama yang telah berkenan meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan dan arahan selama proses penulisan skripsi.
2. Dr. Ir. Edy Prasetyo, M. S. selaku Pembimbing anggota yang telah berkenan meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan dan arahan selama proses penulisan skripsi.

3. Prof. Dr. Ir. Bambang Waluyo Hadi Eko Prasetyono, M. S., M. Agr., IPU. selaku Dekan Fakultas Peternakan dan Pertanian Universitas Diponegoro yang telah banyak membantu dengan memberikan berbagai macam fasilitas, dukungan, serta berbagai kemudahan lainnya sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan lancar.
4. Dr. Ir. Heni Rizqiati, S. Pt., M. Si. selaku Ketua Departemen Pertanian yang telah memberikan kemudahan bagi penulis untuk menyelesaikan skripsi
5. Ir. Kustopo Budiraharjo, M. P. selaku Ketua Program Studi Agribisnis yang telah memberikan kemudahan bagi penulis dalam proses pengerjaan skripsi.
6. Suryani Nurfadillah, S. E., M. Si. selaku Koordinator Laboratorium Manajemen Agribisnis yang telah membantu penulis dalam proses pengerjaan skripsi.
7. Manager Superindo Istana Majapahit dan Superindo Siliwangi yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian.
8. Manager Gelael Mall Citraland dan Gelael Jl. Sultan Agung Gajahmungkur yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian.
9. Muhammad Supik dan Eka Rustanti selaku orang tua penulis serta Dhika Ferdiansyah dan Shela Depiantika selaku saudara kandung penulis yang selalu memberikan dukungan serta doa.
10. Yulia Dinda Puspaningtyas, Theo Adrian Healthon, dan Ika Alfina Achmad selaku sahabat penulis yang selalu menemani dan membantu penulis dalam proses pengambilan data serta memberikan dukungan kepada penulis.
11. Kepada tuan pemilik NIM 208114171, terima kasih selalu kebersamai penulis, menjadi rumah tempat berkeluh kesah, menjadi pendengar yang baik,

serta selalu meyakinkan penulis untuk menyelesaikan skripsi ini. Semoga kelak kebaikanmu Tuhan balas dengan yang lebih indah.

12. Teman-teman Agribisnis Angkatan 2019 yang telah memberikan dukungan dan bantuan bagi penulis.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam skripsi ini, baik dari segi materi maupun cara penyajiannya. Kritik dan saran membangun sangat penulis harapkan kepada pembaca. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat baik bagi penulis maupun bagi pembaca dan pihak-pihak yang terlibat dalam skripsi.

Semarang, 23 Juni 2023

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR ILUSTRASI	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Tujuan dan Manfaat Penelitian	5
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1 <i>yogurt</i>	Error! Bookmark not defined. 6
2.2 <i>Cimory yogurt</i>	7
2.3 Perilaku Konsumen	7
2.4 Sikap Konsumen	9
2.5 Preferensi Konsumen	10
2.6 Atribut Produk.....	12
2.7 Penelitian Terdahulu	16
BAB III. METODOLOGI PENELITIAN	20
3.1 Kerangka Pemikiran.....	20
3.2 Waktu dan Lokasi	22
3.3 Metode Penelitian.....	23
3.4 Penentuan dan Pengambilan Sampel	23

3.5	Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	24
3.6	Analisis Data	25
3.7	Konsep dan Pengukuran Variabel.....	32
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN		37
4.1	Gambaran Umum Lokasi Penelitian	37
4.2	Karakteristik Responden	40
4.3	Perilaku Pembelian Konsumen	47
4.4	Sikap Konsumen terhadap Atribut Cimory <i>yogurt</i>	55
4.5	Preferensi Konsumen terhadap Atribut Cimory <i>yogurt</i>	62
BAB V. SIMPULAN DAN SARAN		744
5.1	Simpulan	744
5.2	Saran.....	755
DAFTAR PUSTAKA		766
LAMPIRAN.....		83

DAFTAR TABEL

Nomor		Halaman
1.	Penelitian Terdahulu.....	16
2.	Tingkat Kepercayaan (bi) dan Tingkat Kepentingan (ei) Responden Cimory <i>yogurt</i>	26
3.	Kategori Nilai Sikap (Ao) terhadap Atribut Cimory <i>yogurt</i>	27
4.	Atribut Cimory <i>yogurt</i> dan Levelnya.....	29
5.	Jumlah Stimuli Atribut Cimory <i>yogurt</i>	31
6.	Skala Likert Penilaian Responden terhadap Kombinasi Atribut Cimory <i>yogurt</i>	32
7.	Indikator Pengukuran Skor.....	33
8.	Jumlah dan Persentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	40
9.	Jumlah dan Persentase Responden Berdasarkan Usia....	42
10.	Jumlah dan Persentase Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	43
11.	Jumlah dan Persentase Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	44
12.	Jumlah dan Persentase Responden Berdasarkan Pendapatan.....	46
13.	Alasan Mengonsumsi Cimory <i>yogurt</i>	48
14.	Jenis dan Varian Cimory <i>yogurt</i> yang di Konsumsi Selama Satu Bulan.....	50
15.	Frekuensi Pembelian Cimory <i>yogurt</i> Selama Satu Bulan.....	51
16.	Waktu Pembelian Cimory <i>yogurt</i>	52

17.	Pengeluaran Konsumsi Cimory <i>yogurt</i> Selama Satu Bulan.....	54
18.	Nilai dan Kategori Kepercayaan (bi) terhadap Atribut Cimory <i>yogurt</i>	56
19.	Nilai dan Kategori Kepentingan (ei) terhadap Atribut Cimory <i>yogurt</i>	58
20.	Nilai Sikap Konsumen (Ao) terhadap Atribut Cimory <i>yogurt</i>	61
21.	Hasil Analisis Konjoin Preferensi Cimory <i>yogurt</i>	63
22.	<i>Importance Values</i> Atribut Cimory <i>yogurt</i>	65

DAFTAR ILUSTRASI

Nomor		Halaman
1.	Kerangka Pemikiran	21
2.	Nilai Utilitas Atribut Informasi Kadaluarsa.....	66
3.	Nilai Utilitas Atribut Label Kemasan.....	67
4.	Nilai Utilitas Atribut Harga.....	69
5.	Nilai Utilitas Atribut Volume.....	70
6.	Nilai Utilitas Atribut Kemasan.....	71
7.	Nilai Utilitas Atribut Rasa.....	72

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor		Halaman
1.	Peta Lokasi Pasar Swalayan Gelael.....	79
2.	Peta Lokasi Pasar Swalayan.....	80
3.	Kuisisioner.....	81
4.	Produk Cimory <i>Yogurt</i>	89
5.	Tabulasi Data <i>Believe</i> Responden.....	90
6.	Tabulasi Data <i>Evaluation</i> Responden.....	96
7.	Hasil Multiatribut Fishbein.....	101
8.	Data Konjoin Responden.....	108
9.	Hasil <i>Output</i> Konjoin.....	113
10.	Indikator Alasan Mengkonsumsi Cimory <i>yogurt</i>	114
11.	Indikator Kategori Kepercayaan (bi) terhadap Atribut Cimory <i>yogurt</i>	115
12.	Indikator Kategori Kepentingan (ei) terhadap Atribut Cimory <i>yogurt</i>	116
13.	Dokumentasi.....	117
14.	Riwayat Hidup.....	120