

## **ANALISIS PERSEPSI DAN PREFERENSI KONSUMEN SUSU NASIONAL TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN DI MASA PANDEMI COVID-19**

### **INTISARI**

Pandemi COVID-19 yang mulai terjadi sejak awal tahun 2020 memberi berdampak pada banyak pelaku usaha, salah satunya adalah CV Cita Nasional. Kebijakan-kebijakan yang ditetapkan pemerintah berkaitan dengan pandemi COVID-19 mengharuskan masyarakat dan pelaku usaha untuk selalu beradaptasi dengan keadaan. Berhubungan dengan hal tersebut, tiap pelaku usaha harus selalu memiliki rencana-rencana dalam menghadapi setiap keadaan yang mungkin terjadi di masa depan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis persepsi dan preferensi konsumen terhadap Susu Nasional terkhusus pada *delivery process* Susu Nasional, menganalisis pengaruh persepsi dan preferensi tersebut terhadap pengambilan keputusan pembelian Susu Nasional, dan menemukan alternatif yang dapat dijadikan CV Cita Nasional dalam menyusun *contingency plan* berkaitan dengan pandemi COVID-19.

Dalam penelitian ini, analisis data dilakukan dengan statistik deskriptif, di mana statistik deskriptif ini digunakan untuk menjelaskan persepsi dan preferensi konsumen mengenai *delivery process* Susu Nasional dan untuk menjelaskan pengaruh persepsi dan preferensi konsumen terhadap pengambilan keputusan pembelian dengan menggunakan analisis *partial least square structural equation modelling* (PLS-SEM). Instrumen penelitian yang digunakan adalah kuesioner dan sampling dilakukan dengan teknik *purposive sampling*.

Hasil penelitian mengenai persepsi konsumen menunjukkan bahwa *delivery process* Susu Nasional yang masih menggunakan penjual keliling masih relevan digunakan karena keramahan penjual, kenyamanan saat membeli, ketersediaan produk yang baik dan kedekatan jarak konsumen dengan penjual. Tetapi perlu dilakukan peningkatan penggunaan atribut protokol kesehatan yang lengkap pada penjual terutama di masa pandemi COVID-19. Selain itu, konsumen juga memiliki kecondongan terhadap kemungkinan penambahan *point of sale* Susu Nasional yaitu dengan pendirian *booth* pada titik tertentu dalam satu wilayah. Dari hasil PLS-SEM, persepsi dan preferensi konsumen ini berpengaruh positif dan signifikan sebesar 60% terhadap pengambilan keputusan pembelian.

Kata kunci: preferensi, *delivery process*, pandemi COVID-19

## **ANALYSIS OF CONSUMER PERCEPTION AND PREFERENCE OF SUSU NASIONAL ON BUYING DECISION PROCESS DURING COVID-19 PANDEMIC**

### **ABSTRACT**

*The COVID-19 pandemic, which began in early 2020, has had impacts on many businesses, one of which is CV Cita Nasional. The policies set by the government related to the COVID-19 pandemic require the public and businesses to always adapt to the situation. In this regard, every business must always have plans in dealing with any situation that may occur in the future. This study aims to analyze consumer perceptions and preferences of Susu Nasional, especially in the Susu Nasional delivery process, analyze the influence of these perceptions and preferences on purchasing decisions for Susu Nasional, and find alternatives that can be used as CV Cita Nasional in compiling a contingency plan related to the COVID-19 pandemic.*

*In this study, data analysis was carried out using descriptive statistics, where these descriptive statistics were used to explain consumer perceptions and preferences regarding the Susu Nasional delivery process and to explain the influence of consumer perceptions and preferences on purchasing decisions using partial least square structural equation modeling analysis (PLS-SEM). The research instrument used was a questionnaire and the sampling were done by purposive sampling technique.*

*The results of the research on consumer perceptions show that delivery process of Susu Nasional that still uses mobile sellers is still relevant to use because of the friendliness of the seller, convenience when buying, good product availability and the proximity of the consumer to the seller. But it is necessary to increase the use of complete health protocol attributes for sellers, especially during the COVID-19 pandemic. In addition, consumers also have a tendency towards the possibility of adding the Susu Nasional point of sale, namely by establishing booths at certain points in one region. From the results of PLS-SEM, consumer perceptions and preferences have a positive and significant effect of 60% on purchasing decision making.*

*Keyword: preference, delivery process, COVID-19 pandemic*