

ABSTRAK

Oleh:

LIA NISAAUL CHUSNIAH
18/425369/TP/12070

Yoghurt merupakan produk susu fermentasi yang dapat dikonsumsi oleh penderita *lactose intolerance* sebagai pengganti susu. *Greek style yogurt* merupakan salah satu jenis yoghurt dengan kandungan protein lebih tinggi dari jenis yoghurt biasa sehingga dinilai lebih sehat daripada yogurt jenis biasa. *Greek style yogurt* yang beredar dipasaran cukup beragam mulai dari rasa, volume, harga hingga jenis kemasannya. Adanya keinginan dan kebutuhan konsumen yang berbeda-beda, menciptakan preferensi dan kesukaan konsumen yang berbeda terhadap keputusan pembelian *greek style yogurt*.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui atribut produk dan kombinasi atribut produk yang disukai konsumen serta hubungan atribut dengan preferensi atau kesukaan konsumen. Penelitian dilakukan dengan metode analisis konjoin untuk melakukan evaluasi dan identifikasi atribut produk *greek style yogurt* terhadap preferensi konsumen. Penelitian dilakukan di Daerah Istimewa Yogyakarta dengan jumlah responden sebanyak 150 orang yang merupakan mahasiswa dengan rentang usia 19 – 24 tahun dan sudah pernah mengonsumsi *greek style yogurt*.

Hasil yang diperoleh pada penelitian ini dengan metode analisis konjoin yaitu atribut produk yang paling disukai oleh konsumen adalah atribut varian rasa. Kombinasi atribut produk yang disukai konsumen yaitu *greek style yogurt* dengan rasa *plain*, volume ≥ 400 ml, harga $\geq \text{Rp}40.000$ dan dengan kemasan cup plastik serta terdapat hubungan yang kuat antara preferensi konsumen dengan utilitas yang digunakan juga adanya tingkat ketepatan prediksi yang tinggi pada proses konjoin karena nilai korelasi yang dihasilkan secara Pearson's R (0,967) maupun Kendall's tau (0,889) memiliki nilai positif dan lebih dari 0,5 sehingga termasuk korelasi yang relatif kuat.

Kata Kunci: Analisis Konjoin, Atribut Produk, Greek style yogurt, Preferensi Konsumen.

ABSTRACT

Oleh:

LIA NISAAUL CHUSNIAH
18/425369/TP/12070

Yogurt is a fermented milk product that can be consumed by people with lactose intolerance as a substitute for milk. Greek style yogurt is a type of yogurt with a higher protein content than regular yogurt, so it is considered healthier than regular yogurt. Greek style yogurt on the market is quite diverse ranging from taste, volume, price to the type of packaging. The existence of different consumer wants and needs creates different consumer preference for greek style yogurt purchasing decisions.

This study aims to determine product attributes and combinations of product attributes favored by consumers and the relationship between attributes and preferences of consumers. The research was conducted using the conjoint analysis method to evaluate and identify the attributes of greek style yogurt products to consumer preferences. The study was conducted in DIY with a total of 150 respondents who are students with an age range of 19 - 24 years and have ever consumed greek style yogurt.

The results obtained in this study by the conjoint analysis method, the product attribute that is most favored by consumers is the taste variant attribute. The combination of product attributes favored by consumers is greek style yogurt with plain taste, volume ≥ 400 ml, price $\geq \text{Rp}40,000$ and with plastic cup packaging and there is a strong relationship between consumer preferences and the utility used as well as a high level of predictive accuracy in the conjoint process because the correlation value generated by Pearson's R (0.967) and Kendall's tau (0.889) has a positive value and is more than 0.5 so it includes a relatively strong correlation.

Keywords: Conjoint Analysis, Product Attributes, Greek Style Yogurt, Consumer Preference.