

**PERSEPSI DAN PREFERENSI KONSUMEN DALAM PEMBELIAN
SUSU *ULTRA HIGH TEMPERATURE* PADA MAHASISWA
FAKULTAS PETERNAKAN UNIVERSITAS
GADJAH MADA**

Dindha Farnisya Rindraisdewati
18/430655/PT/07810

INTISARI

Susu merupakan salah satu produk peternakan yang memiliki kandungan nutrisi yang lengkap dan bermanfaat bagi tubuh di segala kalangan usia. Tujuan penelitian ini yaitu menganalisis persepsi mahasiswa dalam pembelian susu UHT, menganalisis preferensi mahasiswa dengan kombinasi level setiap atribut yang paling dipilih oleh mahasiswa dalam memilih produk susu UHT, menganalisis atribut yang paling dipertimbangkan oleh mahasiswa, dan menganalisis hubungan antara atribut dengan preferensi mahasiswa terhadap pembelian susu *Ultra High Temperature* (UHT). Teknik pengambilan responden dengan metode *purposive sampling method* dengan kriteria mahasiswa Fakultas Peternakan Universitas Gadjah Mada angkatan 2018 sampai 2021 yang aktif pada tahun ajaran 2022/2023, responden berjumlah 18 sampai 25 tahun dan sudah pernah membeli susu UHT 1 bulan terakhir. Total responden yaitu 110 mahasiswa dengan jumlah minimum 91 ditentukan dengan metode Slovin. Atribut yang digunakan dalam penelitian yaitu rasa, volume, kemasan, labelisasi, dan harga. Analisis persepsi mahasiswa dalam pembelian susu menggunakan skoring skala Likert sedangkan analisis preferensi mahasiswa menggunakan metode Conjoint analysis. Pengambilan data dilakukan pada bulan Januari 2023. Hasil penelitian menunjukkan persepsi pembelian susu UHT dari atribut rasa, kemasan, volume, labelisasi, dan harga termasuk dalam kategori tinggi, kombinasi atribut dan level yang paling dipilih yaitu susu UHT dengan varian rasa, kemasan tetra pack, volume 200 sampai 250 ml, labelisasi lengkap, dan harga Rp5.000 sampai Rp10.000, Atribut produk yang paling dipertimbangkan adalah atribut labelisasi. Hasil korelasi antara atribut dengan pembelian susu UHT adalah positif dan kuat dengan nilai korelasi 0,18 sehingga dapat diartikan bahwa atribut dan level yang digunakan dalam penelitian dipertimbangkan oleh mahasiswa dalam pembelian susu UHT.

Kata kunci: *Conjoint analysis*, Mahasiswa Fakultas Peternakan, Persepsi, skala Likert, Susu UHT

**CONSUMER PERCEPTION AND PREFERENCE OF THE
PURCHASING ULTRA HIGH TEMPERATURE MILK
AMONG STUDENTS OF ANIMAL SCIENCE
FACULTY GADJAH MADA UNIVERSITY**

Dindha Farnisya Rindraisdewati
18/430655/PT/07810

ABSTRACT

Milk is one of the livestock products that has complete nutritional content and is beneficial for the body at all ages. This study aims to analyze consumer perceptions in purchasing UHT milk, analyze consumer preferences with a combination of the level of each attribute most chosen by students in choosing UHT milk products, analyze the most important attributes by students, and analyze the correlation between attributes and consumer preferences for purchasing Ultra High Temperature (UHT) milk. The sampling technique used a purposive sampling method with the criteria that students of the Faculty of Animal Science, Gadjah Mada University, class of 2018 to 2021 who are active in the 2022/2023 academic year, respondents aged 18 to 25 years and have bought UHT milk in the last 1 month. Total respondents is 110 students with a minimum respondents is 91 using the slovin method. The attributes used in the study are flavor, volume, package, product information, and price. Analysis of consumer perceptions in purchasing milk using Likert scale scoring whereas analysis of consumer preferences using the Conjoint analysis method. Data was collected in January 2023. The results of the research show that the perception of purchasing UHT milk from the attributes of taste, packaging, volume, product information, and price is in the high category, the most preferred combination of attributes and levels is UHT milk with flavor enhancers, tetra pack packaging, volume of 200 to 250 ml, complete product information, and price of Rp5,000 to Rp10,000, the most important attribute is the product information. The results of the correlation between attributes and purchases of UHT milk are positive and strong with a correlation value of 0,18 so that it can be interpreted that the attributes and levels used in the study are considered by students in purchasing UHT milk.

Keywords: Conjoint analysis, Faculty of Animal Science students, Likert scale, Perception, UHT milk