

Abstrak

Penelitian ini bertujuan mengetahui preferensi konsumen susu tinggi kalsium sebagai dasar pengembangan produk dan penentuan strategi pemasarannya. Pada dasarnya penelitian ini meneliti perilaku konsumen dalam mengkonsumsi susu tinggi kalsium dan sikap konsumen terhadap atribut produk dengan melakukan survei terhadap konsumen susu tinggi kalsium di kota Yogyakarta.

Metode analisa yang digunakan adalah analisa indeks sikap untuk mengetahui sikap konsumen terhadap atribut produk dan peringkat kepentingan masing-masing atribut (rasa, warna, gizi, harga, kemasan, label, distribusi serta promosi) serta analisa kai kuadrat (*chi square*) untuk mengetahui hubungan antara pola konsumsi dengan karakteristik konsumen.

Dari hasil analisa indeks sikap diketahui bahwa responden memberikan tanggapan yang baik terhadap atribut produk. Atribut produk yang paling penting bagi konsumen adalah gizi susu. Uji *chi square* menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara pola konsumsi susu dengan usia, pendapatan, serta pendidikan konsumen.

Strategi pemasaran yang disarankan untuk susu tinggi kalsium adalah pengembangan rasa dan warna susu, kemasan dan label yang lebih menarik dan informatif, serta promosi produk yang menarik.

Kata kunci : susu tinggi kalsium, preferensi konsumen, pengembangan produk