

**PERSEPSI DAN PREFERENSI KONSUMEN DALAM
PEMBELIAN SUSU PASTEURISASI PADA MAHASISWA
FAKULTAS PETERNAKAN UNIVERSITAS GADJAH MADA**

Ariyo Pranoto

21/481564/PT/09045

INTISARI

Susu pasteurisasi merupakan produk olahan susu yang aman dikonsumsi dan populer di kalangan mahasiswa karena kandungan gizinya. Mahasiswa Fakultas Peternakan UGM dipilih sebagai objek penelitian karena dianggap memiliki pemahaman yang baik tentang manfaat dan teknologi susu. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi dan preferensi mahasiswa dalam membeli susu pasteurisasi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif eksplanatif dengan metode analisis conjoint. Sampel sebanyak 175 mahasiswa aktif Fakultas Peternakan UGM angkatan 2021–2024 dipilih melalui teknik *purposive sampling*, dengan kriteria usia 18–25 tahun dan mengonsumsi susu pasteurisasi dalam tiga bulan terakhir. Atribut produk yang dianalisis mencakup rasa, kemasan, volume, labelisasi, dan harga. Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh atribut produk memiliki pengaruh signifikan terhadap preferensi mahasiswa dalam membeli susu pasteurisasi. Atribut harga merupakan faktor paling penting dengan nilai *importance* sebesar 35,6%, disusul oleh volume, rasa, kemasan, dan labelisasi. Kombinasi produk yang paling disukai mahasiswa adalah susu dengan varian rasa, volume sedang (200–250 ml), kemasan *tetra pack*, labelisasi lengkap, dan harga antara Rp5.000–Rp10.000. Persepsi mahasiswa terhadap seluruh atribut berada pada kategori tinggi hingga sangat tinggi. Nilai Kendall's tau sebesar 0,633 dan Pearson's R sebesar 0,752 menunjukkan adanya hubungan positif yang kuat antara atribut dengan keputusan pembelian. Temuan ini menunjukkan bahwa mahasiswa memiliki kesadaran tinggi dalam mempertimbangkan berbagai aspek produk susu pasteurisasi sebelum membeli.

Kata Kunci: *Conjoint Analysis*, Mahasiswa, Persepsi Konsumen, Preferensi, Susu Pasteurisasi,

**CONSUMER PERCEPTION AND PREFERENCE IN PURCHASING
PASTEURIZED MILK AMONG STUDENTS OF THE FACULTY OF
ANIMAL SCIENCE UNIVERSITAS GADJAH MADA**

Ariyo Pranoto

21/481564/PT/09045

ABSTRACT

Pasteurized milk is a dairy product that is safe for consumption and popular among university students due to its nutritional benefits. Students from the Faculty of Animal Science at UGM were chosen as research subjects because of their relevant knowledge of milk processing and health benefits. This study aimed to analyze students' perceptions and preferences in purchasing pasteurized milk. This research employed an explanatory quantitative approach using conjoint analysis. A total of 175 active students from the Faculty of Animal Science, UGM (cohorts 2021–2024), were selected through purposive sampling based on criteria of being 18–25 years old and having consumed pasteurized milk in the last three months. Product attributes analyzed included flavor, packaging, volume, labeling, and price. The results indicated that all product attributes significantly influenced students' purchasing preferences. Price was the most important attribute with an importance value of 35.6%, followed by volume, flavor, packaging, and labeling. The most preferred product combination was flavored milk, medium volume (200–250 ml), tetra pack packaging, complete labeling, and a price range of Rp5,000–Rp10,000. Students' perceptions of all attributes were rated from high to very high. The Kendall's tau value of 0.633 and Pearson's R of 0.752 indicate a strong positive correlation between product attributes and purchasing decisions. These findings demonstrate that students are highly aware and considerate of various product aspects when deciding to purchase pasteurized milk.

Keywords: Conjoint Analysis, Consumer Perception, Pasteurized Milk, Preference, Students