

DAFTAR ISI

JUDUL	i
PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME	iii
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR SINGKATAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	16
1.1. Latar Belakang	16
1.2. Perumusan Masalah	4
1.3. Batasan Masalah	4
1.4. Tujuan Penelitian	5
1.5. Manfaat Penelitian	5
BAB II DASAR TEORI	6
2.1. Esteh Indonesia	6
2.1.1. Produk Fresh	7
2.1.2. Produk Creamy	8
2.2. Riset Pasar.....	9
2.2.1. Penilaian dan Keinginan Konsumen.....	11
2.2.2. Pembuatan Kuesioner Survei Evaluasi Produk.....	11
2.3. Analisis Statistik.....	12
2.4. Pengembangan Produk	15
2.5. Hipotesis	27
BAB III METODE PENELITIAN.....	30
3.1. Objek Penelitian	30
3.2. Alat dan Bahan Penelitian	30
3.2.1. Alat Pengolahan Data.....	30
3.2.2. Alat Pembuatan Prototipe	30
3.2.3. Bahan	31
3.3. Kebutuhan Data.....	33
3.4. Tata Laksana Penelitian.....	38

3.4.1.	Identifikasi Masalah dan Perumusan Masalah	38
3.4.2.	Penetapan Tujuan	39
3.4.3.	Perancangan Alat Riset	39
3.4.4.	Pengumpulan Data.....	39
3.4.5.	Uji Data dan Analisis Keinginan	40
3.4.6.	Pembuatan Prototipe	40
3.4.7.	Uji Formulasi dengan FGD	41
3.4.8.	Uji Hedonik	42
3.5.	Rencana Analisis Hasil Penelitian	43
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		47
4.1.	Hasil Penelitian.....	47
4.1.1	Uji Validitas	47
4.1.2	Uji Reliabilitas	49
4.1.1	Pengukuran Uji Korelasi Spearman	51
4.1.2	Profil Responden.....	52
4.1.3	Evaluasi Esteh Susu Matcha dengan QDA.....	56
4.1.4	Profil Produk yang Diinginkan	58
4.1.5	Uji Hedonik Produk dan Teori Kurva U Berlyne	60
4.2.	Pembahasan	64
4.2.1	Karakteristik Produk berdasarkan Keinginan Konsumen.....	64
4.2.2	Dampak Aspek Sensoris Produk yang Sudah Ada terhadap Penerimaan dan Kesukaan Konsumen	73
4.2.3	Tingkat Kompleksitas Sensoris dan Uji Hedonik	75
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		79
5.1.	Kesimpulan.....	79
5.2.	Saran	79
DAFTAR PUSTAKA		81
LAMPIRAN.....		91
1.	Dokumentasi.....	91
2.	Daftar Produk.....	92
3.	Diagram Laba-Laba Analisis QDA Hasil Evaluasi Produk	92
4.	Persentase Kelayakan Produk dan Perilaku Konsumen	94

5.	Persentase Sentimen Konsumen	94
6.	Profil Kebiasaan Pembelian Konsumen	94
7.	Demografi Usia Panelis Uji Hedonik.....	95
8.	Uji Normalitas Variabel Usia dan Tingkat Pendidikan	95
9.	Tabel Distribusi <i>Chi-square</i>	96
10.	Diagram Alir Pengisian Kuesioner	97
11.	Kuesioner Evaluasi dan Pengembang Produk	98

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Analogi uji parametrik dan non parametrik	14
Tabel 2. Aspek sensoris yang diteliti pada produk minuman dalam kemasan	25
Tabel 3. SNI 01-1898-2002 yang mengatur mengenai standar teh wangi yang dapat diaplikasikan pada teh hitam dan teh hijau serta teh yang menambahkan wewangian pada tehnya	26
Tabel 4. Pembagian strata responden berdasarkan provinsi pengisi survei	33
Tabel 5. Tabel rancangan tiga variasi produk	41
Tabel 6. Penjelasan mengenai jawaban yang mewakili angka yang ada pada uji hedonik dengan skala lima	42
Tabel 7. Kriteria hasil kesukaan menurut Arikunto (2009) dalam studi kasus oleh Maula (2019)	42
Tabel 8. Tingkatan kesepakatan skala Kendall's W berdasarkan artikel ilmiah oleh Chankov dkk (2018)	45
Tabel 9. Pendekatan dalam menginterpretasikan tingkatan koefisien korelasi menurut Schober dkk. (2018).....	46
Tabel 10. Hasil uji validitas melalui aplikasi SPSS 26 dengan hasil menyatakan setiap butir pertanyaan variabel X1 valid	47
Tabel 11. Hasil uji validitas melalui aplikasi SPSS 26 dengan hasil menyatakan setiap butir pertanyaan variabel X2 valid	47
Tabel 12. Hasil uji validitas melalui aplikasi SPSS 26 dengan hasil menyatakan setiap butir pertanyaan variabel Y valid	48
Tabel 13. Hasil uji validitas melalui Microsoft Excel dengan hasil menyatakan setiap butir pertanyaan uji hedonik valid	48
Tabel 14. Hasil uji reliabilitas melalui aplikasi SPSS 26 dengan hasil menyatakan setiap butir pertanyaan variabel X1 reliabel.....	49
Tabel 15. Hasil uji reliabilitas melalui aplikasi SPSS 26 dengan hasil menyatakan setiap butir pertanyaan variabel X2 reliabel.....	49
Tabel 16. Hasil uji reliabilitas melalui aplikasi SPSS 26 dengan hasil menyatakan setiap butir pertanyaan variabel Y reliabel.....	50
Tabel 17. Hasil uji reliabilitas melalui aplikasi Microsoft Excel dengan hasil menyatakan setiap butir pertanyaan uji hedonik reliabel	50
Tabel 18. Hubungan antara demografi konsumen dengan kebiasaan pembelian yang terbentuk dan pemilihan pengembangan produk	51
Tabel 19. Persentase tingkat kesukaan panelis terhadap formulasi produk dengan kode 514 matcha latte, 744 kode jasmine matcha <i>milk tea</i> , dan kode 328 <i>strawberry</i> matcha	62
Tabel 20. Hasil uji statistik Kendall's W terhadap atribut sensoris yang ada pada kurva teori Berlyne.....	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Salah satu contoh produk yang masuk ke dalam kategori produk fresh yaitu esteh melati.....	7
Gambar 2. Salah satu contoh produk yang masuk ke dalam kategori produk creamy dengan penambahan topping	8
Gambar 3. Kombinasi rasa pelengkap dan penyeimbang antara beberapa jenis rasa	19
Gambar 4. Visualisasi data penerapan teori kurva U terbalik oleh Berlyne berdasarkan penelitian oleh Althuizen (2020)	26
Gambar 5. Diagram alir tugas akhir	38
Gambar 6. Profil responden berdasarkan usia	52
Gambar 7. Profil responden berdasarkan jenis kelamin	53
Gambar 8. Profil responden berdasarkan pendidikan terakhir responden	53
Gambar 9. Profil responden berdasarkan pekerjaan	54
Gambar 10. Profil responden berdasarkan pendapatan atau uang saku per bulan	55
Gambar 11. Profil responden berdasarkan jarak antara lokasi responden dengan <i>outlet</i> pembelian produk	55
Gambar 12. Diagram laba-laba evaluasi atribut sensoris produk esteh susu matcha dengan metode QDA.....	56
Gambar 13. Kesimpulan yang didapat dari analisis arah pengembangan produk yang diinginkan oleh konsumen Esteh Indonesia	58
Gambar 14. Kenampakan warna produk yang ada pada survei penelitian dengan a) produk dengan warna cerah, b) produk dengan warna pekat, dan c) produk dengan warna yang beragam atau <i>layering</i>	59
Gambar 15. a) perbandingan frekuensi pembelian yang dilakukan oleh konsumen yang membeli produk dengan dan tanpa <i>topping</i> dan b) tingkat kesukaan keseluruhan atribut sensoris terhadap produk yang dibeli dengan dan tanpa <i>topping</i>	59
Gambar 16. Kurva U Berlyne terhadap atribut a) profil rasa, b) warna, c) <i>aftertaste</i> , dan d) tekstur untuk menerjemahkan tingkat kesukaan terhadap kompleksitas di tiga produk yang diformulasikan	61