

IDENTIFIKASI FAKTOR PENDORONG, PENARIK, DAN PENAMBAT DALAM KONSUMSI DAN PEMBELIAN SUSU KAMBING

Ari Surya Rizaldi
21/480771/PT/09009

INTISARI

Susu kambing merupakan sumber nutrisi yang bermanfaat untuk kesehatan dan bisa dikonsumsi secara rutin oleh masyarakat. Selain itu, susu kambing juga bisa menjadi pilihan bagi pemilik intoleransi laktosa. Dengan menggunakan teori pendorong, penarik, dan penambat, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor pendorong, penarik, dan penambat dalam melakukan konsumsi susu kambing, mengidentifikasi preferensi konsumen terhadap produk susu kambing, mengukur kesediaan untuk membayar susu kambing, serta menganalisis pengaruh faktor pendorong dan faktor penarik terhadap preferensi konsumen mengenai produk susu kambing. Metode penelitian yang digunakan adalah *purposive sampling* dan menggunakan skala Likert. Sampel responden yang digunakan sebanyak 200 orang yang pernah mengonsumsi susu kambing. Pengambilan data primer menggunakan metode wawancara dan survei secara daring menggunakan alat bantu kuesioner, kemudian dilakukan analisis deskriptif, uji validitas, reliabilitas, dan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan, faktor pendorong dan faktor penarik berpengaruh positif pada preferensi konsumen terhadap produk susu kambing. Pada bagian kesediaan untuk membayar, mayoritas responden menunjukkan kesediaan untuk membayar 10% hingga 20% lebih mahal untuk varian produk olahan seperti susu kambing organik, probiotik, dan bebas lemak, dengan rata-rata 12,15% pada produk organik, 11,65% pada produk probiotik, dan 11,30% pada produk bebas lemak.

(Kata kunci: Faktor Penambat, Penarik, Pendorong, Kesediaan Untuk Membayar, Preferensi, Susu Kambing).

IDENTIFICATION OF PUSH, PULL AND MOORING FACTORS IN CONSUMPTION AND PURCHASE OF GOAT MILK

Ari Surya Rizaldi
21/480771/PT/09009

ABSTRACT

Goat milk is a nutrient-rich source of health benefits that can be consumed regularly by the general public. Furthermore, it serves as an alternative for individuals with lactose intolerance. Utilizing the Push-Pull-Moorings (PPM) theory, this study aims to identify the push, pull, and mooring factors influencing goat milk consumption, identify consumer preferences, and measure willingness to pay. Additionally, the research analyzes the influence of push and pull factors on consumer preferences for goat milk products. The methodology employed is purposive sampling using a Likert scale, with a sample of 200 respondents who have previously consumed goat milk. Primary data were collected through interviews and online surveys using questionnaires, followed by descriptive analysis, validity and reliability testing, and multiple linear regression analysis. The regression results indicate a significant influence of both push and pull factors on consumer preferences for goat milk products. In terms of willingness to pay, the majority of respondents indicated a readiness to pay a premium of 10% to 20% for processed product variants such as organic, probiotic, and fat-free goat milk. Specifically, the average willingness to pay was 12.15% for organic products, 11.65% for probiotic products, and 11.30% for fat-free products.

(Keywords: Goat Milk, Pull factors, Push Factors, Preference, Mooring factors, Willingness to Pay).