UNIVERSITAS
GADJAH MADA
PERSEPSI DAN PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP PRODUK CHOCOCHIPS COOKIES DENGAN FORTIFIKASI Spirulina platensis
Faisha Aulia, Dr. Nurfitri Ekantari, S.Pi., M.P.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

INTISARI

PERSEPSI DAN PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP PRODUK *CHOCOCHIPS COOKIES* DENGAN FORTIFIKASI *Spirulina platensis*

Pengembangan produk pangan fungsional semakin penting seiring meningkatnya kesadaran masyarakat terkait manfaat kesehatan. Di sisi lain, penambahan spirulina masih menghadapi tantangan terkait sensori yang dapat memengaruhi preferensi konsumen. *Cookies* merupakan camilan populer dan dapat dijadikan sebagai media fortifikasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi konsumen, preferensi konsumen dan minat beli konsumen terhadap produk *chocochips cookies* dengan fortifikasi spirulina. Penelitian persepsi konsumen menggunakan survei dengan pendekatan *online* sebanyak 309 responden. Data survei dianalisis menggunakan SPSS Statistik 25 dengan uji deskriptif (*Chi-Square*) dan SmartPLS 3.6. Uji preferensi konsumen dievaluasi menggunakan uji hedonik, metode CATA (*Check-All-That-Apply*) di kombinasi metode JAR (*Just-About-Right*). Pengujian minat beli juga dilakukan dengan skala penilaian 1-5. Data uji preferensi konsumen dan minat beli dianalisis menggunakan XLSTAT 2025 dan Microsoft Excel 2013. Persepsi konsumen terhadap produk *chocochips cookies* spirulina dipengaruhi oleh pengetahuan dan pengalaman konsumen, norma subjektif, risiko kesehatan dan ketidakpastian, dan *food* neo-phobia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa karakteristik produk *chocochips cookies* spirulina memiliki perberbedaan dengan *chocochips cookies* komersial terutama pada aspek rasa dan aroma. *Chocochips cookies* spirulina cenderung memiliki rasa amis rumput laut dan aroma khas laut. Evaluasi sensori membuktikan bahwa kenampakan sudah baik, namun perlu memperhatikan rasa amis rumput laut untuk dikontrol agar tidak menurunkan nilai kesukaan. Hasil analisis kadar air produk *chocochips cookies* spirulina sebesar 2,18% (sesuai dengan SNI 2973:2018, yaitu maksimal 5%). Kadar air dapat memengaruhi kerenyahan produk dan berhubungan dengan atribut kerenyahan, yang merupakan penentu utama kesukaan konsumen. Nilai kesukaan konsumen terhadap produk *chocochips cookies* spirulina sebesar 6,8 pada skala hedonik 9 poin yang berarti konsumen cukup suka hingga suka dan minat beli konsumen menunjukkan nilai 3,5 yang berarti konsumen memiliki kecenderungan cukup tertarik untuk membeli produk.

Kata kunci: persepsi konsumen, *Spirulina platensis*, preferensi konsumen, minat beli, CATA, JAR

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
PERSEPSI DAN PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP PRODUK CHOCOCHIPS COOKIES DENGAN FORTIFIKASI Spirulina platensis
Faisha Aulia, Dr. Nurfitri Ekantari, S.Pi., M.P.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

ABSTRACT

CONSUMER PERCEPTION AND PREFERENCE TOWARDS CHOCOCHIPS COOKIES PRODUCTS FORTIFICATED WITH *Spirulina platensis*

The development of functional food products is increasingly important as public awareness of health benefits increases. On the other hand, the addition of spirulina still faces sensory challenges that can affect consumer preferences. Cookies are a popular snack and can be used as a fortification medium. This study aims to determine consumer perceptions, consumer preferences, and consumer purchasing interest in spirulina-fortified chocochips cookies. The consumer perception study used an online survey with 309 respondents. Survey data were analyzed using SPSS Statistics 25 with descriptive tests (Chi-Square) and SmartPLS 3.6. Consumer preference tests were evaluated using hedonic tests, the CATA (Check-All-That-Apply) method in combination with the JAR (Just-About-Right) method. Purchase interest tests were also conducted with a 1-5 rating scale. Consumer preference and purchase interest test data were analyzed using XLSTAT 2025 and Microsoft Excel 2013. Consumer perceptions of spirulina chocochips cookies are influenced by consumer knowledge and experience, subjective norms, health risks and uncertainty, and food neo-phobia. The results of the study showed that the characteristics of spirulina chocochips cookies products differ from commercial chocochips cookies, especially in terms of taste and aroma. Spirulina chocochips cookies tend to have a fishy seaweed taste and a distinctive marine aroma. Sensory evaluation proved that the appearance was good, but it was necessary to pay attention to the fishy seaweed taste to control it so as not to reduce the preference value. The results of the analysis of the moisture content of the spirulina chocochips cookies product were 2.18% (in accordance with SNI 2973: 2018, which is a maximum of 5%). Moisture content can affect the crispiness of the product and is related to the crispiness attribute, which is the main determinant of consumer preference. The consumer preference value for the spirulina chocochips cookies product was 6.8 on a 9-point hedonic scale, meaning consumers quite liked to liked it, and consumer purchase interest showed a value of 3.5, meaning consumers had a tendency to be quite interested in purchasing the product.

Keywords: consumer perception, *Spirulina platensis*, consumer preferences, purchase intention, CATA, JAR