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/

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL ii
HALAMAN PENGAJUAN iii
HALAMAN PENGESAHAN iv
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI v
KATA PENGANTAR vi
DAFTAR ISI vii
DAFTAR TABEL ix
DAFTAR GAMBAR x
DAFTAR LAMPIRAN xi
INTISARI xii
ABSTRACT xiii
I. PENDAHULUAN 1
1. Latar Belakang 1
2. Tujuan 4
3. Manfaat Penelitian 4
II. TINJAUAN PUSTAKA 5
1. *Spirulina platensis* 5
2. Fortifikasi *Spirulina platensis* Pada Pangan 5
3. *Chocochips Cookies* Spirulina 6
4. Persepsi Konsumen 7
4.1 Pengertian persepsi konsumen 7
4.2 Faktor yang memengaruhi persepsi konsumen (Al-Thawadi, 2018) 8
4.2.1 Sosio-demografis 8
4.2.2 Manfaat kesehatan yang dirasakan 9
4.2.3 Pengalaman dan pengetahuan konsumen 9
4.2.4 Risiko kesehatan dan ketidakpastian yang dirasakan konsumen 9
4.2.5 Norma subjektif 10
4.2.6 *Food* neo-phobia 10
4.3 Metode pengumpulan data (Survei) 12
4.4 *Partial least square* (PLS) 12
4.4.1 Model pengukuran (*outer model*) 12
4.4.2 Model struktural (*inner model*) 13
5. Preferensi Konsumen 13
6. Metode *Check-All-That-Apply* (CATA) 14
7. Metode *Just-About-Right* (JAR) 14
8. Minat Beli 15
III. METODE DAN RANCANGAN PENELITIAN 16
1. Alat dan Bahan Penelitian 16
1.1 Alat 16
1.2 Bahan 16
2. Tata Laksana Penelitian 16
2.1 Persepsi konsumen dengan *online* survei (Al-Thawadi, 2018) 17
2.2 Pembuatan *chocochips cookies* dengan fortifikasi *Spirulina platensis* 18
2.3 Uji Kadar Air 18
2.4 Preferensi konsumen 19

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/

2.5 Uji minat beli 19
3. Analisis Data 19
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN 21
1. Persepsi Konsumen terhadap *Chocochips Cookies* Spirulina 21
1.1 Sosio-demografi responden (*Chi-square*) 21
1.1.1 Jenis kelamin 22
1.1.2 Usia 23
1.1.3 Berat badan 23
1.1.4 Status pekerjaan 24
1.1.5 Pendidikan terakhir 24
1.1.6 Penyakit 25
1.1.7 Apakah seorang atlet 25
1.1.8 Peduli kesehatan 26
1.1.9 Rutin olahraga 26
1.1.10 Seberapa rutin olahraga 26
1.2 Uji model pengukuran (*PLS Algorithm*) 27
1.3 Uji model struktural (*Bootstrapping*) 28
1.3.1 Uji hipotesis 29
1.3.2 Uji *specific indirect effect* 32
1.3.3 Analisis varian (R^2) atau uji determinasi 33
1.4 Analisis frekuensi jenis produk yang dipilih *chocochips cookies* spirulina vs produk yang difortifikasi *Spirulina platensis* 33
1.4.1 Frekuensi produk golongan *snack* dan *bakery* difortifikasi spirulina yang mungkin diterima konsumen 34
1.4.2 Frekuensi produk golongan minuman dan *dessert* difortifikasi spirulina yang mungkin diterima konsumen 35
1.4.3 Produk pilihan konsumen berdasarkan survei *online* 35
2. Uji Hedonik dan Minat Beli terhadap Produk Chocochips Cookies Spirulina 36
2.1 Profil sensori *chocochips cookies* spirulina dan *chocochips cookies* komersial dengan metode *Check-All-That-Apply* (CATA) 36
2.2 Analisis *Just-About-Right* (JAR) pada *chocochips cookies* spirulina dan *chocochips cookies* komersial 42
2.3 Analisis statistik deskriptif atribut *liking* pada *chocochips cookies* spirulina dan *chocochips cookies* komersial 45
2.4 Analisis korelasi atribut *liking* pada *chocochips cookies* spirulina dan *chocochips cookies* komersial 46
2.5 Analisis minat beli pada *chocochips cookies* spirulina dan *chocochips cookies* komersial 47
4. Pembahasan Umum 48
V. PENUTUP 53
1. KESIMPULAN 53
2. SARAN 53
DAFTAR PUSTAKA 54
LAMPIRAN 62