UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengembangan Produk Ronde Beku Berdasarkan Persepsi Emosional Konsumen Dengan Pendekatan Food Quality Function Deployment
Widya Fatimah, Prof. Dr. Mirwan Ushada, S.T.P., M.App.Life.Sc., Anggoro Cahyo Sukartiko, S.T.P., M.P., Ph.D.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN ..... **iii**
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI ..... **iv**
KATA PENGANTAR ..... **v**
DAFTAR ISI ..... **vi**
DAFTAR TABEL ..... **vii**
DAFTAR GAMBAR ..... **ix**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **x**
INTISARI ..... **xi**
ABSTRACT ..... **xii**
BAB I PENDAHULUAN **1**
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Rumusan Masalah 5
1.3 Batasan Masalah 6
1.4 Tujuan Penelitian 6
1.5 Manfaat Penelitian 6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA **7**
2.1 Ronde 7
2.2 Makanan Beku (*Frozen Food*) 9
2.3 Kebutuhan Konsumen Terhadap Ronde Beku 10
2.4 Pengembangan Produk 11
2.5 Rekayasa Kansei 14
2.6 *Food Quality Function Deployment* (QFD) 17
2.7 Uji Beda (Uji T) 23
2.8 Penelitian Terdahulu 25
BAB III METODE PENELITIAN **28**
3.1 Objek Penelitian 28
3.2 Waktu dan Tempat Penelitian 28
3.3 Alat dan Bahan Penelitian 28
3.3.1 Alat 28
3.3.2 Bahan 28
3.4 Pengumpulan Data 27
3.4.1 Jenis Data 27
3.4.2 Metode Pengumpulan Data 28
3.5 Tahapan Penelitian 32
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN **49**
4.1 Identifikasi Persepsi Emosional Konsumen 49
4.1.1 Pengumpulan informasi 49
4.1.2 Kebutuhan Konsumen terhadap Produk 53
4.1.3 Kebutuhan Konsumen terhadap Kemasan 72
4.1.4 Karakteristik Responden 80
4.2 House of Quality 84
4.2.1 Penyusunan *House of Quality* Produk 84
4.2.2 Penyusunan *House of Quality* Kemasan 103
4.3 Penyusunan Konsep 120
4.3.1 Konsep Formulasi Produk 120
4.3.2 Konsep Desain Kemasan 126
4.4 Pembuatan Prototipe 130
4.5 Pengujian Prototipe Produk dan Kemasan 133
4.4.1 Uji Beda terhadap Prototipe Produk 133
4.4.2 Uji Beda terhadap Prototipe Kemasan 137
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN **139**
5.1 Kesimpulan 139
5.2 Saran 140
DAFTAR PUSTAKA **141**
LAMPIRAN **148**