

**LAPORAN TUGAS AKHIR**

**ANALISIS ATRIBUT PENENTU KESUKAAN KONSUMEN TERHADAP**

**VARIAN PRODUK *DARK CHOCOLATE***

**DI PT KAMPUNG COKLAT BLITAR**

**Sarida Ulfi Utami**

**15/385793/SV/09179**

***ABSTRACT***

*The increase of people's awareness about health gives a positive effect to the market prospect of product with low sugar content. Selling level of high sugar content product starts to decrease. People start to choose product with lower sugar content, for example milk chocolate that have been replaced by dark chocolate. Kampung Coklat Blitar company have 4 variant of dark chocolate product based on their chocolate paste percentage which is 67%, 80%, 90% and 100%. Product with the highest selling level is dark chocolate 67%. By discover the determining attribute and the certain consumer segment that affect selling level of dark chocolate 67% , Kampung Coklat Blitar company can maximize their product quality so they can make the certain segment of consumer to buy dark chocolate product.*

*There are three steps of analysis to determinited attribute that affect consumer's preference of dark chocolate. The first step was data analysis used histogram and stratification to know which dark chocolate variant with the highest selling product was. The second step was analyzed the consumer data to know the certain segment who likes dark chocolate. The third step was executed the sensory test to surveyed the level of attribute affect to the consumer buy desire and to know the intensity of each dark chocolate attribute. The last step was conclude to know what was the segment of consumers who likes dark chocolate 67% the most and the determinant attribute of dark chocolate 67% preference. Based on data analysis, the dominant segment who likes dark chocolate 67% was 17 till 27 years old female consumers and the determinant attribute of dark chocolate 67% preference was cocoa flavor.*

**Keyword : dark chocolate, dark chocolate attributes, dark chocolate segment, hedonic quality judgement, histogram, stratification,**

**ANALISIS ATRIBUT PENENTU KESUKAAN KONSUMEN TERHADAP  
VARIAN PRODUK *DARK CHOCOLATE*  
DI PT KAMPUNG COKLAT BLITAR**

**ABSTRAK**

**Sarida Ulfi Utami**

Dengan meningkatnya kesadaran masyarakat akan kesehatan memberikan efek positif pada prospek produk dengan konsep rendah gula. Produk dengan kadar gula tinggi mulai mengalami penurunan tingkat penjualan. Sebagai gantinya, masyarakat memilih produk sehat dengan kandungan gula lebih rendah, misalnya produk coklat susu yang sudah mulai tergantikan oleh coklat hitam atau *dark chocolate*. PT Kampung Coklat Blitar mempunyai 4 varian *dark chocolate* berdasarkan komposisi pasta coklatnya, yaitu 67%, 80%, 90% dan 100%. Dari keempat varian tersebut, produk *dark chocolate* 67% adalah produk yang paling banyak terjual. Dengan diketahuinya atribut penentu kesukaan konsumen dan segmen konsumen yang paling mempengaruhi tingkat penjualan *dark chocolate* 67%, pihak perusahaan dapat memaksimalkan kualitas produknya sehingga dapat menarik segmen konsumen tertentu untuk mengkonsumsi produk *dark chocolate*.

Analisis atribut yang menentukan kesukaan konsumen terhadap produk *dark chocolate* terdiri dari tiga tahap. Tahapan pertama adalah analisis data dengan menggunakan histogram dan stratifikasi untuk mengetahui varian produk *dark chocolate* dengan tingkat penjualan tertinggi. Tahapan kedua adalah analisis data pengunjung sehingga diketahui segmen konsumen penyuka *dark chocolate*. Tahapan ketiga dilakukan dengan melakukan survey tingkat pengaruh atribut *dark chocolate* terhadap minat beli konsumen dan pengujian sensoris meliputi pengujian mutu hedonik untuk mengetahui intensitas tiap atribut produk *dark chocolate*. Tahapan terakhir adalah penarikan kesimpulan mengenai segmen pasar penyuka *dark chocolate* dan atribut penentuan kesukaan konsumen terhadap produk *dark chocolate* 67%. Dari hasil analisa didapatkan kesimpulan bahwa segmen dominan penyuka *dark chocolate* adalah konsumen wanita dengan usia 17 sampai 27 tahun dan atribut yang paling menentukan kesukaan konsumen pada produk *dark chocolate* 67% adalah *cocoa flavor*.

**Kata kunci : atribut, *dark chocolate*, histogram, segmen konsumen, stratifikasi, uji hedonik**