

## **ANALISIS ATRIBUT PRODUK DAN PERSEPSI KONSUMEN DALAM PERILAKU PEMBELIAN YOGHURT**

Yasinta Yudya Saraswati  
16/399193/PT/07311

### **INTISARI**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi responden terhadap atribut yoghurt, kombinasi atribut dan level yoghurt yang paling dipilih, atribut yang paling dipertimbangkan oleh responden, dan mengetahui hubungan antara atribut dengan preferensi konsumen terhadap yoghurt. Penentuan responden dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling* dengan responden yang dituju adalah remaja dengan umur 15 hingga 24 tahun. Atribut yang digunakan adalah rasa, tekstur, informasi produk, volume, kemasan, dan harga. Jenis penelitian ini merupakan penelitian eksplanatif. Metode penelitian ini menggunakan *conjoint analysis* untuk mengetahui kombinasi yang paling dipilih, atribut yang paling dipertimbangkan, dan korelasinya. Persepsi responden diketahui dengan menggunakan skala Likert. Hasil analisis menunjukkan persepsi pada seluruh atribut masuk ke kategori “Tinggi”, kombinasi atribut yang paling dipilih oleh responden adalah yoghurt dengan penambah rasa, tekstur kental, informasi produk lengkap, volume 200 mL, kemasan botol, dan harga di bawah Rp10.000,00. Atribut yang paling dipertimbangkan oleh responden adalah atribut informasi produk. Korelasi antara atribut dengan perilaku pembelian yoghurt adalah positif dan kuat dengan nilai 0,998. Artinya, atribut maupun level yang digunakan dalam penelitian dipertimbangkan oleh responden dalam perilaku pembelian yoghurt.

**Kata kunci:** preferensi konsumen, persepsi, yoghurt, remaja, skala Likert, *conjoint analysis*.

## **ANALYZING PRODUCT'S ATTRIBUTE AND CONSUMER PERCEPTION IN YOGHURT'S PURCHASE INTENTION**

Yasinta Yudya Saraswati  
16/399193/PT/07311

### **ABSTRACT**

The aims of this research are to find out the perception of the respondent's intention for the attributes, the combination that preference the most to the respondents in their decision to buy yoghurt, what attribute that consider respondents the most, also to find out the correlation between attributes and consumer's purchase intention. The decision in choosing the respondents is using a purposive sampling method with the target is aged 15 to 24 years old's teenager. The attributes that is used for this study are flavour, texture, product information, volume, package, and price. The type of this study is categorized as explanation study. The method of this research is conjoint analysis, that is used to find out the combination represents the best, the attribute that considered the most, and the correlation between them. The perception in respondent's intention is known by Likert scale. The results are the perception of all attributes are in "high" categorized, the combination that represents the respondent's needs is flavoured yoghurt with thick texture, a complete information appeared, 200 mL volume in a bottle package, and the price is under Rp10.000,00. The attribute that considers the respondents the most is product's information, and the correlation between the attributes and consumer's purchase intention is strongly positive as the score is 0,998. The conclusion is all attributes and levels that is used in this study are considered by the respondents.

**Keyword:** consumer's preference, perception, yoghurt, teenager, Likert scale, conjoint analysis.