

ANALISIS MODEL HARGA HEDONIK SUSU UHT DI RITEL MODERN KOTA YOGYAKARTA

INTISARI

Konsumsi susu di Kota Yogyakarta menyumbang 69,25% dari total konsumsi susu di DIY pada tahun 2020. Susu UHT menjadi salah satu produk pangan yang konsumsinya selalu meningkat setiap tahun. Mudah dikonsumsi dan harga yang terjangkau menjadi salah satu faktor ketertarikan masyarakat terhadap susu UHT. Beragamnya pilihan produk dan perbedaan harga pada produk susu UHT memunculkan berbagai persepsi bagi konsumen mengenai susu UHT yang berkualitas. Setiap konsumen memiliki preferensi pembelian yang berbeda-beda untuk memaksimalkan utilitas dari setiap atribut yang disesuaikan dengan kemampuan membayar. Oleh karena itu, produsen harus mengetahui harga sebagai kemampuan membayar dari konsumen agar dapat bersaing dengan produk sejenis. Model harga hedonik dapat membantu mengestimasi nilai dari tiap karakteristik mutu yang signifikan mempengaruhi harga pasarnya. Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis harga hedonik dari setiap atribut mutu susu UHT yang signifikan terhadap harga jual susu UHT berdasarkan model harga hedonik dan menyusun rekomendasi dalam pengembangan produk berdasarkan atribut mutu yang signifikan terhadap harga susu UHT. Atribut mutu yang menjadi pertimbangan utama konsumen dalam pembelian susu UHT adalah kandungan gizi. Atribut kandungan gizi pilihan konsumen antara lain kandungan protein, lemak, kalsium, gula, fosfor, seng, dan vitamin D. Atribut mutu digunakan untuk membangun model fungsi harga hedonik. Kemudian dilakukan analisis performa model menggunakan regresi linear berganda dengan software SPSS 25. Variabel terikat yang digunakan yaitu harga susu UHT dan variabel bebas yaitu atribut mutu kandungan gizi. Penelitian ini dilakukan pada 76 ritel modern dengan 120 sampel varian harga. Berdasarkan hasil analisis model harga hedonik, dari 7 atribut mutu kandungan gizi pilihan konsumen, terdapat 6 atribut yang berpengaruh signifikan terhadap harga susu UHT. Harga hedonik dari setiap atribut mutu yang berpengaruh signifikan adalah *dummy* kandungan vitamin D sebesar Rp 3.407,302,-; kandungan protein sebesar Rp 570,244,-; kandungan lemak sebesar Rp 39,468,-; kandungan kalsium sebesar Rp 84,646,-; kandungan gula sebesar Rp 82,484,-; dan kandungan *zinc* sebesar Rp 229,627,-. Rekomendasi pengembangan produk yang diberikan yaitu mengeluarkan varian baru susu UHT yang mengunggulkan kandungan protein dan *zinc* yang tinggi.

Kata kunci: Atribut mutu; Model hedonik; Ritel modern; Susu UHT

HEDONIC PRICING MODEL ANALYSIS OF UHT MILK IN MODERN RETAIL IN YOGYAKARTA CITY

ABSTRACT

Milk consumption in Yogyakarta City contributed 69.25% of total milk consumption in DIY in 2020. UHT milk is one of the food products which its consumption always increases every year. Easy to consume and affordable prices are two of the factors of public interest in UHT milk. The variety of product choices and differences in prices for UHT milk products give rise to various perceptions for consumers about the quality of UHT milk. Each consumer has different purchasing preferences to maximize the utility of each attribute that is adjusted to the ability to pay. Therefore, producers must know the price as the ability to pay from consumers to compete with similar products. The hedonic price model can help estimate the value of each quality characteristic that significantly affects its market price. The purpose of this study was to analyze the hedonic price of each quality attribute of UHT milk which was significant to the selling price of UHT milk based on the hedonic price model and to arrange recommendations in product development based on the quality attributes that are significant to the price of UHT milk. The quality attribute that is the main consideration for consumers in purchasing UHT milk is nutritional content. Attributes of consumer's choice of nutritional content include protein, fat, calcium, sugar, phosphorus, zinc, calories, and vitamin D content. Quality attributes are used to build a hedonic price function model, then analysis the performance of the model using multiple linear regression with SPSS 25 software. The dependent variable used is the price of UHT milk and the independent variable is the nutritional quality attribute. This research was conducted on 76 modern retailers with 120 samples of price variants. Based on the results of the analysis of the hedonic price model, of the 7 attributes of the quality of the nutritional content of the consumer's choice, 6 attributes have a significant effect on the price of UHT milk. The hedonic price of each quality attribute that has a significant effect is the dummy vitamin D of Rp 3.407,302; protein content of Rp 570,244,-; fat content of Rp 39,468; calcium content of Rp 84,646; and zinc content of Rp 229,627. The recommended product development given is to issue a new variant of UHT milk that features a high protein and zinc content.

Keywords: Quality attributes; Hedonic model; Modern retail; UHT milk