

PERSEPSI DAN PERILAKU KONSUMEN DEWASA MUDA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN YOGURT DI WILAYAH KOTA BOGOR

RAHMAH NURIYAH



**DEPARTEMEN ILMU PRODUKSI DAN TEKNOLOGI PETERNAKAN
FAKULTAS PETERNAKAN
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2026**



PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Persepsi dan Perilaku Konsumen Dewasa Muda terhadap Keputusan Pembelian Yogurt di Wilayah Kota Bogor” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir skripsi ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Juli 2026

Rahmah Nuriyah
D3401221088

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



ABSTRAK

RAHMAH NURIYAH. Persepsi dan Perilaku Konsumen Dewasa Muda terhadap Keputusan Pembelian Yogurt di Wilayah Kota Bogor. Dibimbing oleh MUHAMAD ARIFIN dan ASTARI APRIANTINI.

Yogurt merupakan produk susu fermentasi yang banyak dikonsumsi karena manfaatnya bagi kesehatan. Sebagai kelompok konsumen aktif dengan jumlah populasi yang tinggi, persepsi dan perilaku konsumen dewasa muda terhadap yogurt perlu diketahui. Penelitian ini bertujuan menganalisis persepsi dan perilaku konsumen, serta hubungan persepsi dengan perilaku konsumen terhadap yogurt. Penelitian melibatkan 100 responden berusia 20–30 tahun yang berdomisili di Kota Bogor. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner dan dianalisis secara deskriptif serta inferensia menggunakan uji *Chi-Square* dan uji *Rank Spearman*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi konsumen terhadap yogurt berkategori baik, meskipun harga yogurt masih dianggap mahal. Perilaku konsumsi menunjukkan bahwa yogurt belum menjadi konsumsi rutin, ditandai dengan frekuensi konsumsi yang rendah dan keputusan pembelian yang cenderung tidak terencana. Persepsi terhadap rasa yogurt berhubungan dengan frekuensi pembelian, sedangkan persepsi terhadap harga berhubungan dengan pemilihan harga yogurt.

Kata kunci: dewasa muda, keputusan pembelian, perilaku konsumen, persepsi, yogurt.

ABSTRACT

RAHMAH NURIYAH. Perceptions and Behavior of Young Adult Consumers Towards Purchasing Decisions for Yogurt in Bogor City Area. Supervised by MUHAMAD ARIFIN and ASTARI APRIANTINI

Yogurt is a fermented dairy product that is widely consumed for its health benefits. As an active consumer group with a large population, it is important to understand the perceptions and behaviors of young adults toward yogurt. This study aims to analyze consumer perceptions and behaviors, as well as the relationship between perceptions and consumer behavior toward yogurt. The study involved 100 respondents aged 20–30 years residing in the city of Bogor. Data were collected using a questionnaire and analyzed descriptively and inferentially using the Chi-Square test and Spearman's rank correlation test. The results show that consumer perceptions of yogurt are generally positive, although the price of yogurt is still considered high. Consumption behavior indicates that yogurt has not yet become a routine part of their diet, as evidenced by low consumption frequency and purchase decisions that tend to be unplanned. Perceptions of yogurt's taste are associated with purchase frequency, while perceptions of price are associated with the choice of yogurt price.

Keywords: consumer behavior, perception, purchase decision yogurt, young adult

PERSEPSI DAN PERILAKU KONSUMEN DEWASA MUDA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN YOGURT DI WILAYAH KOTA BOGOR

RAHMAH NURIYAH

Skripsi
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana pada
Program Studi Teknologi Hasil Ternak

**DEPARTEMEN ILMU PRODUKSI DAN TEKNOLOGI PETERNAKAN
FAKULTAS PETERNAKAN
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2026**



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Tim Penguji pada Ujian Skripsi:

- 1 Dr. Sigid Prabowo, S.Pt., M.Sc.
- 2 Dr. Ir. Afton Atabany, M.Si
- 3 Kasita Listyarini, S.Si., M.Si.



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Judul Skripsi : Persepsi dan Perilaku Konsumen Dewasa Muda Terhadap
Keputusan Pembelian Yogurt di Wilayah Kota Bogor

Nama : Rahmah Nuriyah

NIM : D3401221088

@Hak cipta milik IPB University

Disetujui oleh

Pembimbing 1:

Muhamad Arifin, S.Pt., M.Si.

Pembimbing 2:

Dr. Ir Astari Apriantini, S.Gz., M.Sc.

Diketahui oleh

Ketua Departemen

Ilmu Produksi dan Teknologi Peternakan:

Dr. Muhamad Baihaqi, S.Pt., M.Sc.

NIP 198001292005011005

Tanggal Ujian:

29 Juni 2026

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah subhanaahu wa ta'ala atas segala karunia-Nya sehingga karya ilmiah ini berhasil diselesaikan. Tema yang dipilih dalam penelitian yang dilaksanakan sejak bulan Desember 2025 sampai bulan Juni 2026 ini ialah ialah persepsi dan perilaku konsumsi dengan judul “Persepsi dan Perilaku Konsumen Dewasa Muda Terhadap Keputusan Pembelian Yogurt di Wilayah Kota Bogor” Penulis menyadari bahwa penyusunan karya tulis ilmiah ini tidak terlepas dari berbagai pihak, oleh karena ini penulis menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah berkontribusi secara langsung maupun tidak langsung, khususnya kepada

1. Muhamad Arifin, S.Pt., M.Si dan Dr. Ir Astari Apriantini, S.Gz., M.Sc. selaku komisi pembimbing tugas akhir atas bimbingan, arahan, dan nasehat selama penyusunan karya ilmiah ini.
2. Prof. Dr. Irma Isnafia Arief S.Pt., M.Si. selaku dosen pembimbing akademik atas bimbingannya selama menjadi mahasiswa di Fakultas Peternakan program studi Teknologi Hasil Ternak.
3. Seluruh responden yang telah bersedia mengisi kuesioner untuk membantu dalam pengumpulan data skripsi ini
4. Kedua orang tua penulis Ibu Yeni dan Bapak Dahlan, serta ketiga kaka penulis Hudan, Azka, Fakhri yang selalu memberikan dukungan, doa, dan kasih sayangnya.
5. Asiyah, Elsa, Najla, Rima, serta mahasiswa pararel 3 Teknologi Hasil Ternak angkatan 59 yang telah banyak memberikan banyak dukungan dan kenangan selama masa perkuliahan.

Semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan bagi kemajuan ilmu pengetahuan.

Bogor, Juli 2026

Rahmah Nuriyah



DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan	3
1.4 Manfaat	3
1.5 Ruang Lingkup	3
II METODE	4
2.1 Waktu dan Tempat	4
2.2 Alat dan Bahan	4
2.3 Prosedur	4
III HASIL DAN PEMBAHASAN	9
3.1 Karakteristik Responden	9
3.2 Pengetahuan Responden terhadap Yogurt	11
3.3 Persepsi Konsumen terhadap Yogurt	15
3.4 Perilaku Konsumen	18
3.5 Keputusan Pembelian	21
3.6 Preferensi Responden	23
3.7 Hubungan Karakteristik dengan Perilaku Konsumsi Yogurt	24
3.8 Hubungan Persepsi dengan Perilaku Konsumsi Yogurt	27
IV SIMPULAN DAN SARAN	29
4.1 Simpulan	29
4.2 Saran	29
DAFTAR PUSTAKA	30
LAMPIRAN	36
RIWAYAT HIDUP	47

DAFTAR TABEL

1	Instrumen Kuesioner Penelitian	5
2	Skala tingkat persepsi responden	6
3	Nilai kekuatan koefisien korelasi	8
4	Karakteristik responden	9
5	Pengetahuan responden	12
6	Persepsi konsumen pada yogurt	15
7	Perilaku konsumsi	18
8	Keputusan pembelian	21
9	Faktor yang memengaruhi keputusan pembelian yogurt	22
10	Preferensi responden terhadap yogurt	23
11	Kekuatan hubungan karakteristik dengan perilaku konsumsi responden	25
12	Kekuatan hubungan persepsi responden dengan perilaku konsumsi	27

DAFTAR GAMBAR

1	Tujuan mengonsumsi yogurt	19
2	Produk yogurt dengan	20
3	Produk yogurt dengan	20
4	Rasa buah yang sering dibeli	24

DAFTAR LAMPIRAN

1	Kuesioner penelitian	36
2	Hasil uji validitas	43
3	Hasil uji reliabilitas	43
4	Hasil uji <i>Chi-Square</i> hubungan karakteristik responden terhadap perilaku konsumsi yogurt	44
5	Hasil uji <i>Rank Spearman</i> hubungan karakteristik responden terhadap perilaku konsumsi yogurt	44
6	Uji <i>Chi-Square</i> hubungan persepsi responden terhadap yogurt dengan perilaku konsumsi yogurt	45
7	Hasil Uji <i>Rank Spearman</i> hubungan persepsi responden terhadap yogurt dengan perilaku konsumsi yogurt	45
8	Dokumentasi wawancara penelitian	46

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.