

ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP ATRIBUT PRODUK MINUMAN SUSU MBOK DARMI

RINA TRI AGENG PUSPITA



**PROGRAM STUDI BISNIS
SEKOLAH BISNIS
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2026**

@Hak cipta milik IPB University

IPB University



IPB University
— Bogor Indonesia —

- 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.

Perpustakaan IPB University



@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.



PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul Analisis Preferensi Konsumen terhadap Produk Susu Mbok Darmi 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

Rina Tri Ageng Puspita
K1401221043



@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.

ABSTRAK

RINA TRI AGENG PUSPITA. Analisis Preferensi Konsumen terhadap Atribut Produk Minuman Susu Mbok Darmi. Dibimbing oleh POPONG NURHAYATI dan ANGGI MAYANG SARI.

Industri makanan dan minuman menghadapi persaingan yang semakin kompetitif sehingga perusahaan dituntut untuk terus menyesuaikan strategi agar tetap mampu bersaing. Penelitian ini bertujuan menganalisis proses keputusan pembelian, preferensi konsumen, serta rekomendasi pemasaran bagi Susu Mbok Darmi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif melalui survei terhadap konsumen Susu Mbok Darmi, dianalisis menggunakan analisis deskriptif dan analisis konjoin. Hasil penelitian menunjukkan keputusan pembelian dipengaruhi oleh kebutuhan minuman siap konsumsi, informasi dari media sosial dan *food delivery*, pertimbangan harga dan rasa, serta pembelian tidak terencana melalui gerai. Atribut yang paling dipertimbangkan adalah harga, diikuti varian rasa, kandungan gula, dan ukuran kemasan. Kombinasi atribut yang paling disukai adalah harga Rp15.000–Rp20.000, varian Premium, ukuran *Tiny*, dan gula normal. Rekomendasi strategi pemasaran diarahkan melalui komunikasi atribut produk berdasarkan preferensi konsumen, penguatan daya tarik varian premium dan informasi kandungan gula, inovasi kemasan yang mendukung konsep *convenience food product*, serta memperluas penetrasi pasar pada segmen pelajar dan mahasiswa. Kata kunci: analisis konjoin, keputusan pembelian, minuman siap konsumsi, preferensi konsumen

ABSTRACT

RINA TRI AGENG PUSPITA. Consumer Preference Analysis on Beverage Product Attributes of Susu Mbok Darmi. Supervised by POPONG NURHAYATI and ANGGI MAYANG SARI.

The food and beverage industry faces an increasingly competitive market environment, requiring firms to continuously adapt their strategies to remain competitive. This study aims to analyze the consumer decision-making process, consumer preferences, and marketing recommendations for Susu Mbok Darmi. A quantitative approach was employed through a survey of Susu Mbok Darmi consumers, data were analyzed using descriptive and conjoint analyses. The results show that purchasing decisions are influenced by the need for ready-to-drink beverages, information from social media and food delivery platforms, price and taste considerations, and unplanned purchases through physical outlets. Price was identified as the most important attribute, followed by flavor variants, sugar content, and packaging size. The most preferred product combination consisted of a price range of IDR 15,000–20,000, premium flavor variant, tiny package size, and normal sugar level. Marketing recommendations focus on communicating product attributes, enhancing the appeal of premium variants and information on sugar content, and targeting student market segments.

Keywords: conjoint analysis, consumer preferences, purchase decision, *ready-to-drink* (RTD)



@Hak cipta milik IPB University

IPB University



IPB University
— Bogor Indonesia —

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.

Perpustakaan IPB University

ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP ATRIBUT PRODUK MINUMAN SUSU MBOK DARMI

RINA TRI AGENG PUSPITA

Skripsi
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana pada
Program Studi Bisnis

**PROGRAM STUDI BISNIS
SEKOLAH BISNIS
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2026**

@Hak cipta milik IPB University

IPB University





@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. Febriantina Dewi, S.E., M.M., M.Sc.

2. Dr. Raden Trizaldi Prima Alamsyah, S.Agr., M.Agr.



Judul Skripsi : Analisis Preferensi Konsumen terhadap Atribut Produk Minuman
Susu Mbok Darmi

Nama : Rina Tri Ageng Puspita

NIM : K1401221043

Disetujui oleh

Pembimbing 1:

Dr. Ir. Popong Nurhayati M.M.



Pembimbing 2:

Anggi Mayang Sari, S.Si., M.B.A.



Diketahui oleh

Ketua Program Studi:

Dr. Siti Jahroh, B.Sc, M.Sc.

NIP 197711262008122001

Tanggal Ujian: 7 Juli 2026

Tanggal Lulus:

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 Januari 2026 sampai bulan Juli 2026 ialah Perilaku Konsumen, dengan judul Analisis Preferensi Konsumen terhadap Produk Susu Mbok Darmi.

Dalam proses penyusunan karya ilmiah, penulis memperoleh banyak bantuan, dukungan, bimbingan, serta doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Sutarno dan Ibu Tarmi selaku orang tua penulis, Ka Hamzahtul Arifin, Ka Cety Ratna Sari, serta seluruh keluarga besar yang senantiasa dengan tulus memberikan doa, kasih sayang, dukungan moral maupun material, serta motivasi kepada penulis.
2. Ibu Dr. Ir. Popong Nurhayati M.M. dan Ibu Anggi Mayang Sari, S.Si., M.B.A. yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan arahan, bimbingan, masukan, serta motivasi kepada penulis selama proses penelitian dan penyusunan karya ilmiah.
3. Ibu Febriantina Dewi, S.E., M.M., M.Sc. dan Bapak Dr. Raden Trizaldi Prima Alamsyah, S.Agr., M.Agr. selaku dosen penguji yang telah memberikan kritik, saran, dan masukan yang konstruktif sehingga skripsi ini menjadi lebih baik.
4. Segenap dosen dan tenaga kependidikan Sekolah Bisnis yang telah memberikan ilmu selama penulis menempuh pendidikan tinggi di IPB University.
5. Para sahabat baik penulis yaitu Aldy, Aura, Lintang, Nabil, Ema, Raeka, Layla, Idham, Khafi dan Arief, yang telah memberikan dukungan dan menemani penulis dalam berbagai proses penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki berbagai keterbatasan sehingga belum sepenuhnya sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun sebagai bahan evaluasi dan penyempurnaan penelitian di masa mendatang. Penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca serta menjadi salah satu referensi yang berkontribusi terhadap pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang pemasaran dan perilaku konsumen.

Bogor, Juli 2026

Rina Tri Ageng Puspita



DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	x
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan	5
1.4 Manfaat	5
1.5 Ruang Lingkup	5
II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Perilaku Konsumen	7
2.2 Proses Keputusan Pembelian Konsumen	8
2.3 Preferensi Konsumen	8
2.4 <i>Conjoint Analysis</i>	9
2.5 Atribut Produk	11
2.6 Penelitian Terdahulu	12
2.7 Kerangka Pemikiran	14
III METODE	16
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian	16
3.2 Jenis Data dan Sumber Data	16
3.3 Teknik Penentuan Sampel	17
3.4 Teknik Pengumpulan Data	18
3.5 Teknik pengolahan dan Analisis Data	18
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	23
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	23
4.2 Karakteristik Responden	24
4.3 Proses Keputusan Pembelian	25
4.4 Preferensi Konsumen terhadap produk Susu Mbok Darmi	31
4.5 Rekomendasi Strategi Pemasaran	35
V SIMPULAN DAN SARAN	40
5.1 Simpulan	40
5.2 Saran	40
DAFTAR PUSTAKA	41
LAMPIRAN	43
RIWAYAT HIDUP	47



DAFTAR TABEL

1	Penelitian terdahulu	12
2	Jenis dan sumber data	16
3	Atribut produk Susu Mbok Darmi	19
4	Kombinasi atribut	21
5	Karakteristik responden penelitian	24
6	Motivasi utama responden mengonsumsi produk Susu Mbok Darmi	26
7	Aktivitas pencarian informasi responden sebelum melakukan pembelian produk Susu Mbok Darmi	27
8	Sumber paparan informasi mengenai produk Susu Mbok Darmi	27
9	Faktor pertimbangan responden dalam evaluasi alternatif produk	28
10	Keputusan pembelian responden dalam pembelian produk Susu Mbok Darmi	28
11	Media pembelian responden dalam membeli produk Susu Mbok Darmi	29
12	Perilaku pasca pembelian responden terhadap produk Susu Mbok Darmi	30
13	Hasil kelayakan model analisis konjoin	31
14	Tingkat kepentingan atribut produk Susu Mbok Darmi	32
15	Nilai utilitas level atribut produk Susu Mbok Darmi	33
16	Rekomendasi strategi pemasaran	35

DAFTAR GAMBAR

1	Jumlah usaha minuman di Jawa Barat tahun 2019–2023	1
2	<i>Stop rate</i> dan <i>purchase rate</i> pada enam gerai Susu Mbok Darmi	3
3	Model perilaku konsumen	7
4	Kerangka pemikiran	15
5	Lokasi gerai Susu Mbok Darmi	23

DAFTAR LAMPIRAN

1	Kuesioner penelitian untuk responden (Konsumen Susu Mbok Darmi)	43
2	Hasil analisis konjoin pada SPSS	46