

PENGARUH PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP PEMBELIAN PERMEN SUSU TWINMILK DI KPUD GEMAH RIPAH

BIMO ARDIAN



**MANAJEMEN AGRIBISNIS
SEKOLAH VOKASI
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2024**

- 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 LAPORAN PROYEK AKHIR DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa laporan proyek akhir dengan judul “Pengaruh Preferensi Konsumen terhadap Pembelian Permen Susu TwinMilk di KPUD Gemah Ripah” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apapun 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 laporan proyek akhir ini.

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

Bogor, Juni 2024

Bimo Ardian
J1310201079

ABSTRAK

BIMO ARDIAN. Pengaruh Preferensi Konsumen terhadap Pembelian Permen Susu TwinMilk di KPUD Gemah Ripah. Dibimbing oleh AYUTYAS SAYEKTU.

TwinMilk mengalami permasalahan penjualan tidak mengalami perkembangan selama penjualan permen susu. Meskipun demikian, terdapat peluang besar untuk pertumbuhan, mengingat adanya konsumen potensial yang belum sepenuhnya dimanfaatkan. Untuk mengatasi masalah tersebut sangat penting bagi TwinMilk untuk melakukan analisis perilaku konsumen. Tujuan penelitian ini menganalisis proses pengambilan keputusan pembelian, faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian, menganalisis sikap konsumen pada atribut permen susu TwinMilk. Metode analisis deskriptif, analisis faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian, analisis sikap konsumen menggunakan multiatribut *Fishbein*. Berdasarkan hasil analisis faktor yang mempengaruhi dalam keputusan pembelian terbentuk lima faktor. Faktor psikografis terdiri dari budaya kelas sosial, situasi dan pendapatan, faktor demografi usia, jenis kelamin, dan gaya hidup, faktor ilmu pengetahuan motivasi dan pengetahuan, faktor sumber informasi keluarga, teman, iklan atau promosi, faktor perilaku pengalaman dan sikap. Hasil skor sikap konsumen permen susu TwinMilk sebesar 133,64 menunjukkan bahwa permen susu TwinMilk dinilai baik oleh konsumen. Atribut yang dinilai penting oleh konsumen adalah rasa dengan memiliki nilai tertinggi. Prioritas utama yang perlu diperbaiki adalah kemudahan memperoleh permen susu dan iklan atau promosi.

Kata kunci: multiatribut *Fishbein*, perilaku konsumen, permen susu.

ABSTRACT

BIMO ARDIAN. The Influence of Consumer Preferences on Purchasing TwinMilk Milk Candy at KPUD Gemah Ripah. Supervised by AYUTYAS SAYEKTU.

TwinMilk experienced the problem of sales not experiencing progress during the sale of milk candy. However, there is a huge opportunity for growth, given the potential consumers who have not yet been fully exploited. To overcome this problem, it is very important for TwinMilk to conduct consumer behavior analysis. The aim of this research is to analyze the purchasing decision making process, factors that influence purchasing decisions, and analyze consumer attitudes towards the attributes of TwinMilk milk candy. Descriptive analysis method, analysis of factors that influence purchasing decisions, analysis of consumer attitudes using *Fishbein* multiattributes. Based on the results of the analysis of factors that influence purchasing decisions, five factors were formed. Psychographic factors consist of culture, social class, situation and income, demographic factors, age, gender and lifestyle, scientific factors, motivation and knowledge, information source factors, family, friends, advertising or promotions, behavioral factors, experiences and attitudes. The results of the TwinMilk milk candy consumer attitude score of 133.64 indicate that TwinMilk milk candy is considered good by consumers. The attribute that is considered important by consumers is taste which has the highest value. The main priority that needs to be improved is the ease of obtaining milk candy and advertising or promotions.

Keywords: multiattributes *fishbein*, consumer behavior, milk candy.



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.

© Hak Cipta milik IPB, tahun 2024

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.

PENGARUH PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP PEMBELIAN PERMEN SUSU TWINMILK DI KPUD GEMAH RIPAH

BIMO ARDIAN

Laporan Proyek Akhir
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Terapan pada
Program Studi Manajemen Agribisnis

**MANAJEMEN AGRIBISNIS
SEKOLAH VOKASI
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2024**



@Hak cipta milik IPB University

IPB University

IPB University
Bogor Indonesia

Penguji pada ujian Laporan Proyek Akhir: Dr. Ir. Wien Kuntari, M.Si.

- 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 Proyek Akhir : Pengaruh Preferensi Konsumen terhadap Pembelian
Permen Susu TwinMilk di KPUD Gemah Ripah
Nama : Bimo Ardian
NIM : J1310201079

Disetujui oleh

Pembimbing:
Ayutyas Sayekti, S.E., M.Si.



Diketahui oleh

Ketua Program Studi:
Intani Dewi, S.Pt., M.Sc., M.Si.
NPI 201811198309142016

Dekan Sekolah Vokasi:
Dr. Ir. Aceng Hidayat, M.T.
NIP 196607171992031003





Tanggal Ujian: 03 Juni 2024

Tanggal Lulus:

PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT, yang telah memberikan rahmat, hidayah, serta karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan laporan proyek akhir ini dengan baik. Shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada baginda Nabi Muhammad SAW, yang telah menjadi teladan terbaik bagi umat manusia.

Laporan proyek akhir ini merupakan hasil dari perjalanan panjang yang penulis tempuh dalam mengeksplorasi suatu topik yang penulis anggap penting. penulis ingin menyampaikan penghargaan yang tak terhingga kepada ibu dosen pembimbing Ayutyas Sayekti, S.E., M.Si. terima kasih atas bimbingan, arahan, dan dukungan yang luar biasa selama proses penulisan laporan proyek akhir ini. Tanpa bimbingan serta dorongan beliau, laporan proyek akhir ini tidak akan dapat terselesaikan dengan baik. Penulis juga ingin mengucapkan terima kasih yang tidak terhingga kepada ibu Dr. Ir. Wien Kuntari, M.Si. selaku dosen penguji yang telah memberikan waktu, pengetahuan, dan perhatian dalam menguji serta memberikan masukan yang berharga untuk penyempurnaan laporan proyek akhir ini.

Ucapan terima kasih juga kepada semua pihak yang telah membantu dalam penelitian ini, baik secara langsung maupun tidak langsung. Terima kasih kepada keluarga penulis atas doa, dukungan, dan pengertian selama penulis menyelesaikan laporan proyek akhir ini. Penulis juga ingin mengucapkan terima kasih kepada teman-teman sejawat yang telah memberikan masukan, saran, dan semangat dalam perjalanan ini.

Terakhir, meskipun tidak sempurna, penulis berharap laporan proyek akhir ini dapat memberikan kontribusi yang bermanfaat dalam perkembangan ilmu pengetahuan di bidangnya. Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan inspirasi bagi peneliti selanjutnya yang tertarik untuk mengembangkan studi lebih lanjut. Akhir kata, penulis mohon maaf atas segala kekurangan yang ada dalam laporan proyek akhir ini.

Semoga Allah SWT senantiasa memberkahi dan melindungi kita semua.

Bogor, Juni 2024

Bimo Ardian

DAFTAR ISI

DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan	3
1.4 Manfaat Penelitian	3
II TINJAUAN PUSTAKA	4
2.1 Konsumen	4
2.2 Perilaku Konsumen	4
2.3 Karakteristik Konsumen	4
2.4 Proses Pengambilan Keputusan oleh Konsumen	5
2.5 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	6
2.6 Atribut Produk	8
2.7 Analisis Laporan Laba Rugi	9
2.8 Analisis R/C <i>Ratio</i>	9
2.9 Validitas dan Reliabilitas	10
2.10 Analisis Multiatribut <i>Fishbein</i>	11
2.11 Penelitian Terdahulu	11
2.12 Alur Penelitian	13
III METODE	15
3.1 Lokasi dan Waktu	15
3.2 Data dan Sumber Data	15
3.3 Populasi dan Sampel	15
3.4 Pengumpulan Data	15
3.5 Pengolahan Data	16
3.6 Analisis Data	16
3.7 Penentuan Atribut	16
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	18
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	18
4.2 Karakteristik Konsumen	20
4.3 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian	22
4.4 Faktor yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Pembelian Permen Susu TwinMilk	26
4.5 Analisis Multiatribut <i>Fishbein</i>	29
4.6 Analisis Finansial	33
V SIMPULAN DAN SARAN	36
5.1 Simpulan	36
5.2 Saran	36
DAFTAR PUSTAKA	37
LAMPIRAN	39
RIWAYAT HIDUP	54

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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



DAFTAR GAMBAR

2.1	Tahap proses pembelian	5
2.2	Alur penelitian pengaruh preferensi konsumen terhadap pembelian permen susu TwinMilk di KPUD Gemah Ripah	14
4.1	Logo koperasi	18
4.2	Struktur organisasi	19
4.3	Karakteristik jenis kelamin TwinMilk	21
4.4	Karakteristik berdasarkan jenis usia konsumen TwinMilk	21
4.5	Karakteristik berdasarkan domisili konsumen TwinMilk	21
4.6	Karakteristik berdasarkan jenis pekerjaan konsumen TwinMilk	22
4.7	Karakteristik berdasarkan penghasilan tiap bulan	22

DAFTAR TABEL

1.1	Produksi susu sapi KPUD Gemah Ripah tahun 2020-2022	1
1.2	Penjualan permen susu chewy TwinMilk di KPUD Gemah Ripah 2023	2
2.1	Penelitian terdahulu	12
4.1	Dorongan membeli permen susu TwinMilk	23
4.2	Manfaat utama yang dipertimbangkan dalam keputusan pembelian permen susu TwinMilk	23
4.3	Sumber informasi permen susu TwinMilk	24
4.4	Faktor yang menjadi pertimbangan konsumen dalam memilih permen susu TwinMilk	24
4.5	Tempat membeli permen susu TwinMilk	25
4.6	Pihak yang berpengaruh pada pembelian permen susu TwinMilk	25
4.7	Evaluasi kepuasan permen susu TwinMilk	26
4.8	Aspek kepuasan konsumen TwinMilk	26
4.9	Hasil analisis faktor permen susu TwinMilk	28
4.10	Nilai evaluasi kepentingan (<i>ei</i>) atribut permen susu TwinMilk	30
4.11	Nilai kepercayaan (<i>bi</i>) terhadap atribut permen susu TwinMilk	31
4.12	Hasil perhitungan nilai sikap <i>Fishbein</i>	31
4.13	Nilai maksimum sikap konsumen terhadap atribut permen susu TwinMilk	32
4.14	Skala penilaian berdasarkan nilai maksimum sikap	32
4.15	Selisih antara nilai maksimum sikap konsumen (<i>Ao maks</i>) dan nilai sikap konsumen permen susu TwinMilk	33
4.16	Laporan laba rugi TwinMilk	34
4.17	R/C <i>ratio</i> TwinMilk	34



DAFTAR LAMPIRAN

1	Hasil kuesioner	40
2	Hasil uji validitas kuesioner analisis faktor	44
3	Hasil uji reliabilitas kuesioner analisis faktor	44
4	Hasil uji validitas dan reliabilitas tingkat kepentingan	45
5	Hasil uji validitas dan reabilitas tingkat kepercayaan Validitas	46
6	Hasil analisis faktor	47
7	Instagram ads	50
8	Biaya tetap	51
9	Biaya variabel	52
10	Biaya investasi	53