

ABSTRAK

AVIYANIE AYU NUGRAHANI. 102310007. *Analisis Konsumsi Susu Kedelai merek ABC dan Susu Sapi merek FRISIAN FLAG Di Kabupaten Purworejo.* Skripsi. Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Purworejo. 2015

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui atribut yang memenuhi sifat ideal menurut konsumen, mengetahui sikap konsumen terhadap atribut susu kedelai dan susu sapi, dan mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi konsumsi susu kedelai dan susu sapi.

Metode dasar penelitian ini menggunakan metode deskriptif analisis. Lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (*purposive*) yaitu Toko Laris Purworejo dan Kutoarjo. Penentuan sampel dilakukan dengan metode *accidental sampling*, dengan jumlah responden 120 orang. Dianalisis menggunakan Analisis Model Sikap Angka Ideal, Analisis Regresi Linier Berganda, uji F dan uji t.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa atribut yang memenuhi sifat ideal menurut konsumen susu kedelai merek ABC adalah rasa dan susu sapi merek FRISIAN FLAG adalah atribut kemasan. Nilai 5,98 untuk susu kedelai dan nilai 16,65 untuk susu sapi tersebut berada pada range sangat baik. Semua atribut pada susu kedelai dan susu sapi yaitu harga, rasa, kemasan, kandungan gizi, dan manfaat dapat diterima konsumen dengan baik. Model analisis regresi susu kedelai merek ABC $LN Y = -8139Y + 0,023X_1 + 0,018X_2 + 0,177X_3 + 0,938X_4 + 0,101X_5$ dan Model analisis regresi susu sapi merek $LN Y = -7,729Y + 0,045X_1 + 0,009X_2 + 0,113X_3 + 0,915X_4 + 0,022X_5$. Hasil uji F susu kedelai diketahui bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($192,150 > 2,8661$) dan hasil uji F susu sapi diketahui bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($81,785 > 2,8661$). Berdasarkan hasil analisis faktor yang mempengaruhi konsumsi susu kedelai merek ABC dan susu sapi merek FRISIAN FLAG seperti : usia, pendapatan, jumlah anggota keluarga, pengeluaran, pengambil keputusan secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap konsumsi susu. Hasil uji t pada faktor pengeluaran diketahui nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($5,450 > 2,861$) dan pada faktor pengambil keputusan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,132 > 0,688$). Faktor yang berpengaruh signifikan terhadap konsumsi susu kedelai merek ABC adalah pengeluaran dan pengambil keputusan. Hasil uji t pada faktor pengeluaran diketahui nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($5,011 > 2,861$). Faktor yang berpengaruh signifikan terhadap konsumsi susu sapi merek FRISIAN FLAG adalah pengeluaran.

Kata Kunci: Sikap Konsumen, Susu Kedelai merek ABC, Susu Sapi merek FRISIAN FLAG

ABSTRACT

AVIYANIE AYU NUGRAHANI. 102310007. Consumption of ABC Soy Milk and Frisian Flag Milk Cow In Purworejo. Skripsi. Agribusiness Faculty of Agriculture, University of Muhammadiyah Purworejo. 2015

The purpose of this research are to determine the attributes desire the ideal properties according to the consumer, to know attitude of consumers towards the attributes of soy milk and cow milk, and determine factors which affect are consumption of soy milk and cow milk.

This reseach basic is used a descriptive method. The location were done intentionally (purposive) in Laris Store Purworejo and Kutoarjo. Determination of the samples was done by accidental sampling method, the number of respondents are 100 people. The data used are primary data and secondary data. Primary data were analyzed using Analysis of Attitudes Figures Ideal Model, Regression Analysis, F test and t test.

The results showing attributes which meet the ideal of the consumer according to the ABC of soy milk and FRISIAN FLAG cow milk is flavour attributes. Value of consumer attitudes toward the soy milk ABC is 5,98 and Value of consumer attitudes to cow milk Frisian Flag is 16,65. These values is a good range. All of attributes which ABC soy milk and FRISIAN FLAG cow milk is the price, taste, package, nutrition content, and the benefits accepted by consumers milk. LN regression analysis model $Y = -8,139Y + 0,023X1 + 0,018X2 + 0,177X3 + 0,938X4 + 0,101X5$ for soy milk ABC and LN regression analysis model $Y = -7,729Y + 0,045X1 + 0,009X2 + 0,113X3 + 0,915X4 + 0,022X5$. F-test is known that $F \text{ analyze} > F \text{ table}$ ($192,150 > 2,8661$) for soy milk ABC and F-test is known that $F \text{ analyze} > F \text{ table}$ ($81,785 < 0,688$) for cow milk FRISIAN FLAG. Based on the analysis of factors that affect the consumption of soy milk ABC and cow milk FRISIAN FLAG as : age, income, amount of family members, spending, decision makers together to have a significant impact on the consumption. The results of the t test on expenditure factors known $t \text{ analyze} > t \text{ table}$ ($5,450 > 2,861$) and the deciding factor $t \text{ analyze} > t \text{ table}$ ($2,132 < 2,861$). The factors which significantly influence the consumption of soy milk brand ABC are spending and decision maker. The results of the t test on expenditure factors are knowing $t \text{ analyze} > t \text{ table}$ ($5.011 > 2.861$). The factors that significantly influence the consumption of FRISIAN FLAG cow milk is spending.

Keywords : Consumer Attitudes , ABC Soy Milk , FRISIAN FLAG Milk Cow