

**PREFERENSI REMAJA DAN DEWASA MUDA
TERHADAP *COOKIES* COKLAT BERBENTUK BULAT
DITINJAU DARI SEGI MUTU FISIK DAN ORGANOLEPTIK**

**THE PREFERENCES OF TEENAGERS AND YOUNG ADULTS
CONSUMERS ON ROUND SHAPE COOKIES BASED ON
PHYSICAL AND ORGANOLEPTIC CHARACTERISTICS**

Oleh :

CHRISTIAN KURNIAWAN.S.

NIM : 00.70.0051

Program Studi : Teknologi Pangan

Skripsi ini telah dipertahankan dan disetujui di hadapan sidang penguji
Pada tanggal : 16 Pebruari 2005

Semarang, Maret 2005

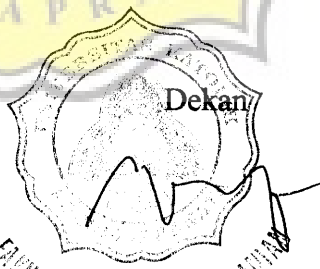
Fakultas Teknologi Pertanian

Universitas Katolik Soegijapranata

Pembimbing I



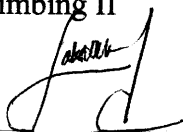
Ir. Sumardi, MSc



Dekan

Kristina Ananingsih, ST, MSc

Pembimbing II



Dra. Laksmi Hartayanie, MP

RINGKASAN

Cookies adalah sejenis makanan yang praktis dan siap dihidangkan, berkalori dan bernilai gizi tinggi. Penelitian ini menyelidiki tentang preferensi / kesukaan konsumen terhadap *cookies* di kalangan remaja dan dewasa muda. Penetapan preferensi merupakan sesuatu yang penting dalam pengambilan keputusan untuk memilih suatu produk. Mutu sangat mempengaruhi preferensi konsumen. Penelitian ini dilakukan secara acak terhadap pelajar mulai dari tingkat SMP, SMU dan Mahasiswa di kota Semarang. Untuk setiap kategori pelajar diambil 100 responden dengan menggunakan metode *convenience sampling*. Pengambilan data dilakukan dengan metode pengisian kuisioner dan uji organoleptik yang meliputi mutu fisik (kerenyahan) dan mutu organoleptik (rasa, warna dan aroma). *Cookies* banyak disukai oleh kalangan pelajar terbukti sebanyak 97,67% dari mereka menyukainya. Jenis *cookies* yang disukai adalah jenis *cookies* berlapis sebesar 85,33%. Umumnya responden membeli *cookies* setiap bulannya. Pembelian itu dilakukan di *supermarket*, mereka umumnya membeli *cookies* berukuran sedang dan jumlahnya 2-3 bungkus setiap kali membeli *cookies*. Responden mendapat informasi tentang *cookies* berasal dari informasi yang ada di *supermarket* dan televisi. *Cookies* berlapis yang disukai responden dari segi mutu yang meliputi warna dan rasa adalah *Oreo*, aroma dan kerenyahan adalah *Kookie*, sedangkan untuk *cookies* yang tidak berlapis adalah *Good Time* baik dari segi warna, rasa, aroma dan kerenyahan. Sebaliknya *cookies* berlapis merek *Good Time* tidak disukai oleh responden baik dari segi rasa, warna, aroma dan kerenyahan. *Cookies* tidak berlapis yang tidak disukai responden dari segi warna, rasa, aroma dan kerenyahan adalah *Classy*.

SUMMARY

Cookies are a kind of practical food and ready to be serve, high of calories and nutritions. The survey is investigating ababout the consumers preference against the cookies for the tennage and adult people. The determination preference seems something important in decision determining and taking decision to choose one product. The quality is much influence the consumers preference. This investigation was done at random against the students starting for Junior High School, Senior High School and Lecture students in Semarang City. For each category of students have been taken 100 respondens by using convenience sampling method. The data has taken by doing the filling of quisioner and organoleptic tests that cover physical quality (crispiness) and organoleptic quality (taste, color and flavour). Cookies are preferred by students, proved is much as 97,57% from them preferred. Kind of cookies that are preferred is kind of sandwich cookies as big as 85,33%. The most respondens buy cookies every month. The shopping was made in supermarket. They are mostly buy the cookies of middle size and the sum are between 2 up 3 parcel every buying. Respondens got information about cookies come from the supermarket and televition information. Sandwich cookies that preferred by respondens from the quality that covering color and taste is Oreo, the flavour and crispiness is Kookie, while for the unsandwich cookies is Good Time, even from the color, taste, flavour and crispiness side. And the other hand, sandwich cookies branded Good Time is preferred by respondens from the taste, color, flavour and crispiness. The unsandwich cookies that not preferred by respondens from the color, taste, flavour and crispiness side is Classy.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yesus Kristus atas kasih dan anugerah-Nya yang telah diberikan kepada penulis sehingga penulis berhasil menyelesaikan laporan skripsi dengan judul **“PREFERENSI REMAJA DAN DEWASA MUDA TERHADAP COOKIES COKLAT BERBENTUK BULAT DITINJAU DARI SEGI MUTU FISIK DAN ORGANOLEPTIK”**. Penulisan skripsi ini bertujuan untuk memberi gambaran kepada para pembaca tentang jenis cookies yang disukai oleh kalangan remaja dan dewasa muda, seberapa besar frekuensi dan jumlah pembeliannya, serta faktor mutu apa yang disukai oleh remaja dan kalangan muda ini dalam membeli. Penulis menyadari bahwa laporan skripsi ini masih jauh dari sempurna, dikarenakan keterbatasan kemampuan dan pengetahuan penulis. Namun berkat bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak akhirnya penulis dapat menyelesaikan laporan ini dengan baik. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

- Kristina Ananingsih, ST, MSc., selaku Dekan Fakultas Teknologi Pertanian yang telah memberikan dukungan dalam pelaksanaan skripsi ini.
- Ir. Sumardi, MSc., selaku pembimbing I yang telah banyak memberikan bimbingan dan perhatian dalam pelaksanaan skripsi dan penyusunan laporan skripsi.
- Ir. Laksmie Hartayanie, selaku pembimbing II yang juga telah membimbing dalam pelaksanaan skripsi ini.
- Inneke Hantoro, ST dan Ir. Linda, yang telah menguji laporan skripsi ini.
- Papi, mami dan my brother yang telah memberi semangat, dukungan dan doa.
- Teman-teman yang telah bersedia membantu pengisian kuisisioner ini.
- Pihak-pihak lain yang telah membantu pelaksanaan skripsi ini.

Semarang, Maret 2005


Christian Kurniawan S.

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
DIAGRAM ALUR PEMIKIRAN	ii
RINGKASAN	iii
SUMMARY	iv
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	
DAFTAR LAMPIRAN	
1. PENDAHULUAN	1
2. METODOLOGI	7
2.1. Sampel	7
2.2. Teknik Pengambilan Sampel	7
2.3. Pengumpulan Data	8
2.3.1. Kuisisioner	8
2.3.2. Uji Organoleptik	8
2.4. Pengolahan Data	8
2.4.1. Uji Sampel	9
2.4.2. Uji <i>Chi-square</i>	10
2.4.3. Uji 2 Sampel <i>Independen Mann-Whitney U</i>	10
2.4.4. Uji 2 Sampel <i>Independen Kolmogorov-Smirnov</i>	11
2.4.5. Uji K Sampel <i>Independen Kruskal-Wallis K</i>	11

3. HASIL	13
3.1. Responden	13
3.1.1. Hasil Uji Sampel	13
3.1.2. Karakteristik Responden	13
3.2. Kesukaan Responden pada <i>Cookies</i>	14
3.3. Jenis <i>Cookies</i> yang Disuka	15
3.4. Pembelian <i>Cookies</i>	16
3.4.1. Frekuensi Pembelian <i>Cookies</i>	16
3.4.2. Jumlah Pembelian <i>Cookies</i>	17
3.4.3. Pembelian <i>Cookies</i> berdasarkan Ukuran Kemasan	18
3.4.4. Tempat Pembelian <i>Cookies</i>	19
3.4.5. Perlakuan Responden setelah Pembelian <i>Cookies</i>	20
3.5. Informasi	21
3.5.1. Sumber Informasi	21
3.5.2. Informasi Kemasan	22
3.6. Waktu Mengonsumsi <i>Cookies</i>	23
3.7. Faktor Pengaruh Pembelian	24
3.7.1. Mutu Produk	24
3.7.2. Penyajian	25
3.7.3. Psikologis	27
3.8. Sikap Responden terhadap <i>Cookies</i>	28
3.8.1. <i>Cookies</i> sebagai Makanan Substitusi <i>Cookies</i>	28
3.8.2. Harga <i>Cookies</i> dibandingkan Manfaatnya	29
3.8.3. Pengetahuan Responden pada Bentuk <i>Cookies</i> Bulat	30
3.8.4. Rasa <i>Cookies</i>	31
3.9. Mutu <i>Cookies</i>	32
3.9.1. Rasa <i>Cookies</i>	32
3.9.2. Aroma <i>Cookies</i>	33
3.9.3. Warna <i>Cookies</i>	34
3.9.4. Kerenyahan <i>Cookies</i>	35
3.10. Hubungan Faktor-faktor Pengaruh Pembelian dengan Frekuensi Pembelian	36

4. PEMBAHASAN	38
5. KESIMPULAN	43
6. DAFTAR PUSTAKA	44

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel 1	Klasifikasi merek dan jenis <i>cookies</i>
Tabel 2	Hasil uji sample responden terhadap preferensi <i>cookies</i> di Semarang
Tabel 3	Persentase Responden yang menyukai <i>cookies</i>
Tabel 4	Persentase jenis <i>cookies</i> yang disukai responden
Tabel 5	Persentase responden terhadap frekuensi pembelian <i>cookies</i>
Tabel 6	Persentase penerimaan responden terhadap jumlah pembelian <i>cookies</i>
Tabel 7	Persentase responden dalam pembelian <i>cookies</i> berdasarkan ukuran kemasan
Tabel 8	Persentase responden terhadap tempat pembelian <i>cookies</i>
Tabel 9	Persentase responden terhadap perlakuan pasca pembelian <i>cookies</i>
Table 10	Persentase responden terhadap sumber informasi
Tabel 11	Persentase responden terhadap informasi kemasan
Tabel 12	Persentase responden terhadap waktu mengonsumsi <i>cookies</i>
Tabel 13	Persentase responden terhadap faktor pengaruh pembelian (mutu produk)
Tabel 14	Persentase responden terhadap penyajian produk <i>cookies</i>
Tabel 15	Persentase responden terhadap faktor psikologis
Tabel 16	Persentase responden terhadap pendapat <i>cookies</i> sebagai makanan substitusi nasi
Tabel 17	Persentase responden terhadap pendapat harga <i>cookies</i> dibandingkan dengan manfaatnya
Tabel 18	Persentase responden terhadap pengetahuan <i>cookies</i> bentuk bulat
Tabel 19	Persentase responden terhadap rasa <i>cookies</i> yang disukai
Tabel 20	Hubungan antara faktor-faktor pengaruh pembelian dengan frekuensi pembelian berdasarkan <i>Koefisien Kontigency</i>

DAFTAR GAMBAR

- Gambar 1 Persentase Karakteristik Responden berdasarkan jenis kelamin (1a), tingkat pendidikan (1b)
- Gambar 2 Persentase Responden yang menyukai *cookies*
- Gambar 3 Persentase jenis *cookies* yang disukai responden
- Gambar 4 Persentase responden terhadap frekuensi pembelian *cookies*
- Gambar 5 Persentase penerimaan responden terhadap jumlah pembelian *cookies*
- Gambar 6 Persentase responden dalam pembelian *cookies* berdasarkan ukuran kemasan
- Gambar 7 Persentase responden terhadap tempat pembelian *cookies*
- Gambar 8 Persentase responden terhadap perlakuan pasca pembelian *cookies*
- Gambar 9 Persentase responden terhadap sumber informasi
- Gambar 10 Persentase responden terhadap informasi kemasan
- Gambar 11 Persentase responden terhadap waktu mengonsumsi *cookies*
- Gambar 12 Persentase responden terhadap faktor pengaruh pembelian (mutu produk)
- Gambar 13 Persentase responden terhadap penyajian produk *cookies*
- Gambar 14 Persentase responden terhadap faktor psikologis
- Gambar 15 Persentase responden terhadap pendapat *cookies* sebagai makanan substitusi nasi
- Gambar 16 Persentase responden terhadap pendapat harga *cookies* dibandingkan dengan manfaatnya
- Gambar 17 Persentase responden terhadap pengetahuan *cookies* bentuk bulat
- Gambar 18 Persentase responden terhadap rasa *cookies* yang disukai
- Gambar 19 Jumlah skor mutu *cookies* berlapis berdasarkan rasa
- Gambar 20 Jumlah skor mutu *cookies* tidak berlapis berdasarkan rasa
- Gambar 21 Jumlah skor mutu *cookies* berlapis berdasarkan aroma
- Gambar 22 Jumlah skor mutu *cookies* tidak berlapis berdasarkan aroma
- Gambar 23 Jumlah skor mutu *cookies* berlapis berdasarkan warna

- Gambar 24 Jumlah skor mutu *cookies* tidak berlapis berdasarkan warna
- Gambar 25 Jumlah skor mutu *cookies* berlapis berdasarkan kerenyahan
- Gambar 26 Jumlah skor mutu *cookies* tidak berlapis berdasarkan kerenyahan



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Merek dan Jenis *Cookies*
- Lampiran 2 Daftar Pertanyaan Wawancara
- Lampiran 3 Hasil Tabulasi Data berdasarkan Jenis Kelamin dan Tingkat Pendidikan Responden
- Lampiran 4 Hasil Uji Kelayakan Responden
- Lampiran 5 Hasil Uji *Chi-square*
- Lampiran 6 Hasil Uji 2 Sampel *Independen Mann-Whitney U*
- Lampiran 7 Hasil Uji 2 Sampel *Independen Kolmogorov-Smirnov*
- Lampiran 8 Hasil Uji K-Sampel *Independen Kruskal Wallis K*

