

5 BKP NO-5B41

**THE ANALYSIS OF CONSUMERS PREFERENCES ON
COOKIES PRODUCTS BASED ON THE SHAPE AND
THE PACKAGING
CASE STUDIES AT CHILDREN AND TEENAGERS AT
PRINGGADING COMMUNITY CHURCH**



**ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP PRODUK
COOKIES BERDASARKAN BENTUK DAN PENYAJIANNYA
STUDI KASUS PADA ANAK-ANAK DAN REMAJA
DI GEREJA PRINGGADING**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian dari syarat – syarat guna memperoleh
gelar Sarjana Teknologi Pangan


Disusun oleh :

NAMA : DONNY JULYANTO

NIM : 00.70.0082



PERPUSTAKAAN

	No. INV.	104 / 51 TR / 01
	Th. Angg.	
	PARAP.	<i>[Signature]</i>

2004

**JURUSAN TEKNOLOGI PANGAN
FAKULTAS TEKNOLOGI PERTANIAN
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG**

2004

RINGKASAN

Perubahan ekonomi masyarakat telah menyebabkan munculnya berbagai persaingan untuk memperebutkan pangsa pasar dengan ditandai semakin banyaknya produk *cookies* yang ditawarkan kepada konsumen. Dengan adanya berbagai jenis produk *cookies* menyebabkan perbedaan tingkat kesukaan konsumen terhadap masing-masing jenis *cookies* tersebut. Preferensi konsumen terhadap makanan merupakan ukuran tentang suka atau tidak sukanya konsumen terhadap makanan yang dikonsumsi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui preferensi konsumen (SD, SLTP, SMU) terhadap produk *cookies* berdasarkan bentuk dan penyajiannya. Pada penelitian ini digunakan 10 merek *cookies* (Hollanda coco bear, Good time teddy, Choco mania, Biskuat susu, Oreo, Snips Snaps, Biskuat susu krim, Togo, Dueto, dan Trakinas) yang dibagi berdasarkan bentuk *cookies*, jenis *cookies*, dan banyaknya model kemasan. Sedangkan respondennya dibedakan berdasarkan tingkatan pendidikan yaitu siswa SD, siswa SLTP, dan siswa SMU. Masing-masing responden sebanyak 100 orang dengan metode *purposive sampling* dan *convenience samples*. Data diperoleh dengan pengisian kuesioner. Dari hasil survei diketahui bahwa supermarket merupakan tempat yang tepat untuk membeli *cookies* bagi 68% responden; berdasarkan jenisnya responden lebih menyukai *cookies* yang berlapis krim (responden laki-laki sebesar 84,56% dan responden perempuan sebesar 73,78%); bentuk *cookies* beruang menjadi pilihan kesukaan 53,68% responden laki-laki dan 71,34% responden perempuan; warna kemasan *cookies* yang disukai responden adalah warna kemasan cerah yang didominasi oleh warna hijau, biru tua, dan merah (seperti warna kemasan Good time teddy, Oreo, dan Choco mania); gambar kemasan Hollanda coco bear disukai oleh 38% responden dan presentase ini secara nyata lebih tinggi dari gambar kemasan yang lainnya; bentuk kemasan Good time teddy yang memiliki bentuk seperti kemasan chiki disukai oleh 29,67% responden.

SUMMARY

The increase in people economic welfare has promoted competition among food industries to fight over market share marked more and more product of cookies which on the market to consumer. With existence of various product type of cookies cause difference of level hobby of consumer to each type of cookies. The consumers preference to food represent size measure about like or dislike consumer to its consumed food. This research aim to know consumers preferences (elementary school, junior high school, senior high school) on cookies products based on shape and packaging. This research used 10 brand of cookies (Hollanda Coco bear, Good time teddy, Choco mania, Biskuat susu, Oreo, Snips Snaps, Biskuat susu krim, Togo, Dueto, and Trakinas) divided based on the shape of cookies, the type of cookies, and the packaging style. Respondent differentiated based on education level that is student of elemaletary school, student of junior high school, and student of senior high school. Each respondent counted 100 people with method of purposive sampling and convenience samples. Technique explored using questioner. From result of survey known that supermarket the most populer place to buy cookies to 68% respondent; based on the type of cookies respondent prefer laminated cookies of cream (male respondent equal to 84,56% and female respondent equal to 73,78%); shape of cookies bear as preferred by 53,68% male respondent and 71,34% female respondent; colour packaging of cookies which preferred by respondent is bright coloured, predominated by green colour, dark blue colour, and red colour (like packaging colour of Good teddy time, Oreo, and Choco mania); packaging picture of Hollanda coco bear as preferred by 38% respondent and this presentase is higher than the other; the packaging style of Good time teddy like packaging of chiki as preferred by 29,67% respondent.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan anugrah-Nya yang telah diberikan kepada penulis sehingga berhasil menyelesaikan laporan skripsi yang berjudul “Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Produk *Cookies* Berdasarkan Bentuk dan Penyajiannya Studi Kasus Pada Anak-Anak dan Remaja di Gereja Pringgading”.

Maksud dari penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi tugas sebagai salah satu kewajiban guna mencapai gelar Sarjana Teknologi Pertanian Jurusan Teknologi Pangan pada Fakultas Teknologi Pertanian Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.

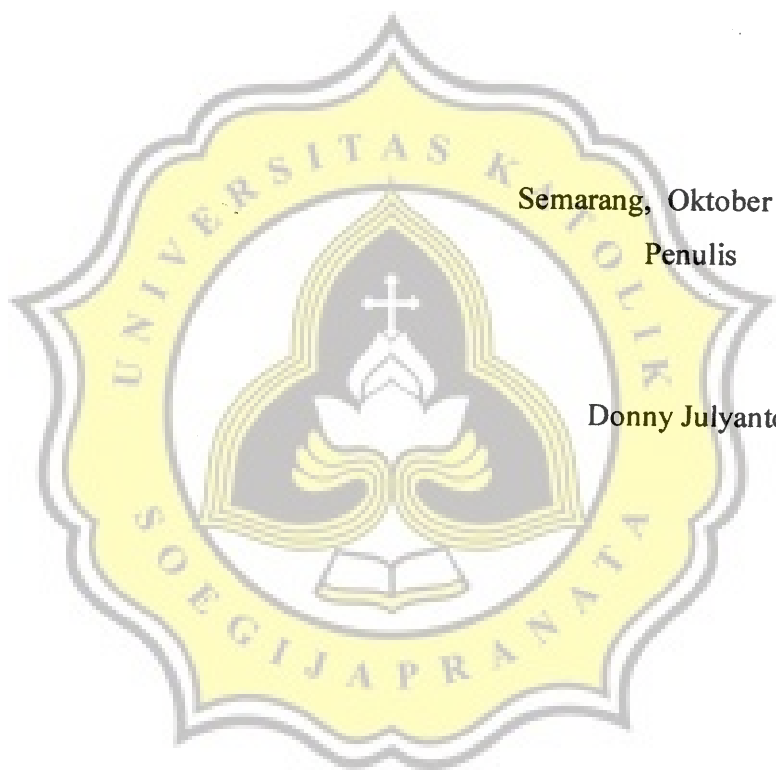
Tersusunnya skripsi ini tidak lepas dari bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Ir. Sumardi, MSc selaku dosen pembimbing I yang telah rela meluangkan waktunya disela-sela kesibukannya untuk membimbing dan memberikan saran-saran sampai selesainya penulisan skripsi ini.
2. Ibu Dra. Laksmi Hartayanie, MP selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktu untuk membimbing dan memberikan saran-saran sampai selesainya penulisan skripsi ini.
3. Ibu Kristina Ananingsih, ST. MSc selaku Dekan Fakultas Teknologi Pertanian Universitas Katolik Soegijapranata Semarang dan semua dosen, staf Fakultas Teknologi Pertanian Universitas Katolik Soegijapranata.
4. Seluruh guru KAA dan pengurus paduan suara Jubilus GIA Pringgading, yang telah memberikan izin dan banyak membantu penulis dalam penelitian ini.
5. Keluargaku tercinta yang telah mendukung secara moral dan material.
6. Christine Hosea yang selalu memberi semangat, dukungan dan doa kepada penulis hingga terselesaikannya laporan skripsi ini.
7. Teman-teman angkatan 2000 Teknologi Pangan Universitas Katolik Soegijapranata

8. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang juga telah memberikan bantuan sehingga skripsi ini terwujud.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis dengan tangan terbuka menerima kritik maupun saran yang bersifat membangun.

Akhir kata penulis mengharapkan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan



Semarang, Oktober 2004

Penulis

Donny Julyanto

DAFTAR ISI

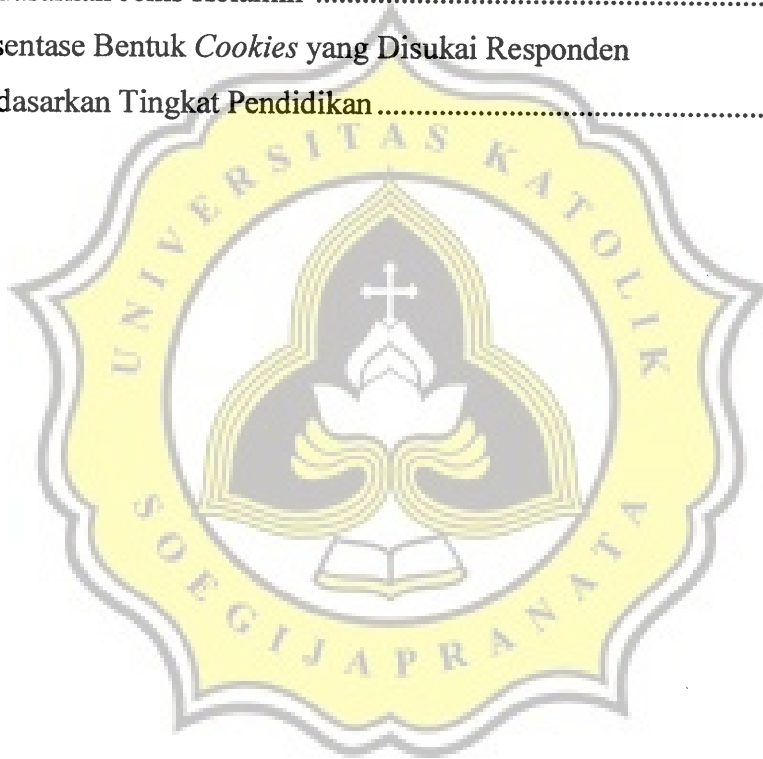
	Halaman
RINGKASAN	i
SUMMARY	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
1. PENDAHULUAN	1
2. MATERI DAN METODA PENELITIAN	10
2.1. Tempat dan Waktu Penelitian	10
2.2. Produk <i>Cookies</i>	10
2.3. Sampel	11
2.4. Jenis Data	12
2.5. Cara Pengambilan Data	12
2.6. Analisa Data	12
3. HASIL	16
3.1. Sampel	16
3.2. Karakteristik Responden	16
3.3. Perlakuan Responden Terhadap <i>Cookies</i> yang Telah Dibeli	18
3.4. Waktu Mengonsumsi <i>Cookies</i>	19
3.5. Tempat membeli <i>Cookies</i>	20
3.6. Preferensi Konsumen Terhadap Bentuk dan Jenis <i>Cookies</i>	20
3.7. Kesukaan Responden Terhadap Jumlah <i>Cookies</i> Tiap Kemasan	26
3.8. Jumlah Orang yang Mengonsumsi <i>Cookies</i> Tiap Kemasan	27
3.9. Preferensi Konsumen Terhadap Kemasan <i>Cookies</i>	28
4. PEMBAHASAN	32
5. KESIMPULAN	43
6. DAFTAR PUSTAKA	44
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. Hasil Perhitungan Jumlah Sampel	16
Tabel 2. Persentase Usia Responden	17
Tabel 3. Persentase Uang Saku per Bulan	18
Tabel 4. Persentase Perlakuan Responden Terhadap <i>Cookies</i> yang Telah Dibeli ..	18
Tabel 5. Persentase Saat Mengkonsumsi <i>Cookies</i>	19
Tabel 6. Persentase Responden Berdasarkan Tempat Membeli <i>Cookies</i>	20
Tabel 7. Persentase <i>Cookies</i> Bentuk Beruang yang Disukai Responden	23
Tabel 8. Persentase <i>Cookies</i> Bentuk Lingkaran Tidak Berlapis Krim yang Disukai Responden	24
Tabel 9. Persentase <i>Cookies</i> Bentuk Lingkaran Berlapis Krim yang Disukai Responden	24
Tabel 10. Hasil Uji Korelasi <i>Contingency Coefficient</i> , Hubungan Antara Tingkat Pendidikan dan Jenis Kelamin dengan Bentuk <i>Cookies</i> ,	25
Tabel 11. Kesukaan Responden Terhadap Jumlah <i>Cookies</i> Tiap Kemasan	26
Tabel 12. Jumlah Orang yang Mengkonsumsi <i>Cookies</i> Tiap Kemasan	27
Tabel 13. Warna Kemasan yang Disukai Responden	28
Tabel 14. Gambar Kemasan yang Disukai Responden	29
Tabel 15. Bentuk Kemasan yang Disukai Responden	29
Tabel 16. Hasil Uji Korelasi <i>Contingency Coefficient</i> , Hubungan Antara Preferensi Konsumen Terhadap Kemasan <i>Cookies</i> dengan Tingkat Pendidikan	30
Tabel 17. Hasil Uji Korelasi <i>Contingency Coefficient</i> , Hubungan Antara Preferensi Konsumen Terhadap Kemasan <i>Cookies</i> dengan Jenis Kelamin	31

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. Persentase Jenis Kelamin Responden SD, SLTP, dan SMU.....	17
Gambar 2. Presentase Jenis <i>Cookies</i> yang Disukai Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	20
Gambar 3. Persentase Jenis <i>Cookies</i> yang Disukai Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	21
Gambar 4. Persentase Bentuk <i>Cookies</i> yang Disukai Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	22
Gambar 5. Persentase Bentuk <i>Cookies</i> yang Disukai Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	22



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Gambar *Cookies* Bentuk Lingkaran Tidak Berlapis Krim
- Lampiran 2. Gambar *Cookies* Bentuk Lingkaran Berlapis Krim
- Lampiran 3. Gambar *Cookies* Bentuk Beruang
- Lampiran 4. Gambar Kemasan *Cookies*
- Lampiran 5. Gambar Bentuk Kemasan *Cookies*
- Lampiran 6. Lembar Kuesioner Penelitian
- Lampiran 7. Hasil Tabulasi Survei Preferensi Konsumen Terhadap Produk *Cookies*
Berdasarkan Bentuk dan Penyajiannya
- Lampiran 8. Hasil Olah Data *Kolmogorov-Smirnov* Berdasarkan Jenis Kelamin
- Lampiran 9. Hasil Olah Data *Kruskal-Wallis H* Berdasarkan Tingkat Pendidikan
- Lampiran 10. Hasil Olah Data *Mann-Whitney U* Tentang Perbedaan Kesukaan Responden Terhadap Jenis *Cookies*, Bentuk Lingkaran Tidak Berlapis Krim Antar Jenis Kelamin
- Lampiran 11. Hasil Olah Data *Chi-square* Tentang Perbedaan Kesukaan Responden Antar Tingkat Pendidikan
- Lampiran 12. Hasil Olah Data *Chi-square* Tentang Perbedaan Kesukaan Responden Antar Jenis Kelamin
- Lampiran 13. Hasil Olah Data *Chi-square* Tentang Perbedaan Kesukaan Responden
- Lampiran 14. Hasil Olah Data Korelasi *Contingency Coefficient* Hubungan Bentuk *Cookies*, Atribut (Warna, Gambar, Bentuk) Kemasan Dengan Tingkat Pendidikan dan Jenis Kelamin
- Lampiran 15. Perhitungan Jumlah Sampel dan Tabel Nilai Z