

INOVASI PRODUK *DESSERT*

F.V



FELIX VALENTINO KURNIAWAN

21.D1.0042

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG**

2025

INOVASI PRODUK *DESSERT*

F.V

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi syarat guna mencapai gelar Sarjana
pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Katolik Soegijapranata



FELIX VALENTINO KURNIAWAN

21.D1.0042

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG**

2025

ABSTRAK

Penambahan varian rasa pada produk makanan merupakan strategi inovatif untuk meningkatkan daya tarik dan daya saing di pasar. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak pengembangan varian rasa baru pada produk pudding merek F.V terhadap preferensi dan kepuasan konsumen. Dalam penelitian ini, dilakukan survei terhadap konsumen untuk mengidentifikasi rasa yang paling diminati, serta uji organoleptik guna menilai aspek sensorik seperti rasa, tekstur, aroma, dan tampilan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penambahan varian rasa pada pudding F.V memberikan dampak positif terhadap minat beli dan kepuasan pelanggan. Responden menyatakan bahwa inovasi rasa baru memberikan pengalaman konsumsi yang lebih menarik dan meningkatkan loyalitas terhadap merek. Selain itu, uji organoleptik mengindikasikan bahwa varian rasa baru memiliki kualitas sensorik yang baik dan sesuai dengan preferensi pasar.

Dengan adanya inovasi ini, diharapkan produk pudding F.V dapat bersaing lebih baik dan memenuhi selera konsumen yang semakin beragam. Strategi ini juga berpotensi meningkatkan pangsa pasar dan memperkuat posisi merek di industri makanan ringan. Oleh karena itu, pengembangan produk berbasis riset konsumen perlu terus dilakukan untuk memastikan keberlanjutan daya saing dan pertumbuhan bisnis.

Kata Kunci: inovasi produk, varian rasa, preferensi konsumen, pudding, strategi pemasaran.

ABSTRACT

Adding flavor variants to food products is an innovative strategy to increase attractiveness and competitiveness in the market. This study aims to analyze the impact of developing new flavor variants in F.V brand pudding products on consumer preferences and satisfaction. In this study, a consumer survey was conducted to identify the most popular flavors, as well as organoleptic tests to assess sensory aspects such as taste, texture, aroma, and appearance.

The results showed that adding flavor variants to F.V pudding had a positive impact on purchasing interest and customer satisfaction. Respondents stated that new flavor innovations provided a more interesting consumption experience and increased brand loyalty. In addition, organoleptic tests indicated that new flavor variants had good sensory quality and were in accordance with market preferences.

With this innovation, it is hoped that F.V pudding products can compete better and meet increasingly diverse consumer tastes. This strategy also has the potential to increase market share and strengthen brand position in the snack industry. Therefore, product development based on consumer research needs to be continuously carried out to ensure sustainable competitiveness and business growth.

Keywords: product innovation, flavor variants, consumer preferences, pudding, marketing strategy.