

**ANALISIS PENGARUH KARAKTERISTIK MUTU PRODUK ES KRIM
TERHADAP PERILAKU KONSUMSI ES KRIM PADA MAHASISWA
DARI ENAM PERGURUAN TINGGI DI KOTA SEMARANG**

**THE ANALYSIS EFFECT OF PRODUCT QUALITY CHARACTERISTICS OF
ICE CREAM ON CONSUMPTION BEHAVIOR OF COLLEGE STUDENTS
FROM SIX COLLEGES IN SEMARANG CITY**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian dari syarat-syarat guna
memperoleh gelar Sarjana Teknologi Pertanian

Oleh:

Fransisca Sugiarto

08.70.0001



**PROGRAM STUDI TEKNOLOGI PANGAN
FAKULTAS TEKNOLOGI PERTANIAN
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG**

2012

**ANALISIS PENGARUH KARAKTERISTIK MUTU PRODUK ES KRIM
TERHADAP PERILAKU KONSUMSI ES KRIM PADA MAHASISWA
DARI ENAM PERGURUAN TINGGI DI KOTA SEMARANG**

**THE ANALYSIS EFFECT OF PRODUCT QUALITY CHARACTERISTICS OF
ICE CREAM ON CONSUMPTION BEHAVIOR OF COLLEGE STUDENTS
FROM SIX COLLEGES IN SEMARANG CITY**

Oleh:

Fransisca Sugiarto

08.70.0001

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan
dihadapan sidang penguji pada tanggal 22 Juni 2012

Semarang, Juli 2012
Fakultas Teknologi Pertanian
Universitas Katolik Soegijapranata

Pembimbing I,

Dekan,

(Ir. Sumardi, M.Sc)

(Ita Sulistyawati, STP., MSc)

Pembimbing II,

(Dra. Laksmi Hartayanie, MP)

RINGKASAN

Es krim merupakan produk yang banyak disukai oleh masyarakat karena rasanya yang lezat dan menyegarkan. Kini sudah banyak merk es krim yang dapat kita jumpai dipasaran. Es krim mengandung lemak yang cukup tinggi. Semakin tinggi kandungan lemak dalam es krim maka mutu es krim semakin baik. Hal ini bertolak belakang dengan perilaku mahasiswa pada umumnya yang mulai memperhatikan kandungan lemak dalam makanan untuk mendapatkan bentuk tubuh yang ideal. Penelitian yang dilakukan dibagi menjadi 2 yaitu pengujian laboratorium dan pengujian lapangan. Pengujian laboratorium yang dilakukan meliputi uji viskositas, waktu leleh dan pembusaan. Sedangkan pengujian lapangan dilakukan dengan pengisian kuisioner dan uji sensori es krim terhadap perwakilan responden mahasiswa dari 6 Perguruan Tinggi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa tidak membatasi diri terhadap kandungan lemak dalam es krim karena mereka lebih mementingkan rasa es krim itu sendiri. Perilaku mengkonsumsi es krim mahasiswa dapat dilihat dari *top of mind* yang memiliki kedekatan paling besar dengan rasa es krim yang paling disukai yaitu 0,499. Selain itu, rasa juga memiliki kedekatan yang cukup besar dengan merk es krim yang sering dikonsumsi oleh mahasiswa dengan nilai kedekatan sebesar 0,449. Kemasan es krim yang diinginkan mahasiswa juga cukup menentukan perilaku konsumsi es krim mahasiswa selain rasa es krim yang disukai. Kemasan memiliki kedekatan yang cukup besar dengan alasan membeli sebesar 0,360 dan tempat membeli sebesar 0,325. Hasil pengujian sensori menunjukkan bahwa mahasiswa lebih menyukai es krim Campina daripada es krim Walls yang biasa mereka konsumsi. Melalui perbedaan ini, dapat dilihat bahwa *top of mind* yang menunjukkan perilaku konsumsi es krim mahasiswa terhadap es krim yang biasa dikonsumsi dipengaruhi oleh ketersediaan dan iklan dari es krim tersebut yang lebih banyak daripada es krim kompetitor lain.

Kata kunci: es krim, lemak, mahasiswa, *top of mind*

SUMMARY

Ice cream is a favorite beverage because of its delicious and refreshing taste. Now we can meet many brand of ice cream in market. Ice cream has a high fat content that indicate the quality of ice cream. This relationship contrasts with the behavior of general students which are starting to notice the fat content in food in order to obtain the ideal body shape. This research was divided in 2 phases of laboratory testing and field testing. The laboratory tests performed with tests of viscosity, the melting point test, and foaming test. While field testing done by taking the respondents from six college students conducted by filling the questionnaire and sensory tests. The results showed that students do not care about ice cream's fat content because they consider most important to the taste. Flavor also has high relationship with ice cream brand that is often consumed by the student with the relationship value of 0.449. Packaging of ice cream also determine the behavior of students consumption of ice cream in addition to ice cream flavors are preferred. Packaging has a high enough relationship for reasons to buy at 0.360 and 0.325 for a place to buy. The results of sensory testing showed that students prefer Campina than Walls although their usual consumption. Through this distinction, it can be seen that the top of mind which shows consumption behavior of ice cream of collage students are usually consumed by the supply and advertising of that ice cream is more than the other competitors.

Keywords: ice cream, fat, collage students, top of mind

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan kasih karunia-Nya yang telah diberikan pada penulis sehingga berhasil menyelesaikan Laporan Skripsi ini yang berjudul **ANALISIS PENGARUH KARAKTERISTIK MUTU PRODUK ES KRIM TERHADAP PERILAKU KONSUMSI ES KRIM PADA MAHASISWA DARI ENAM PERGURUAN TINGGI DI KOTA SEMARANG**, yang merupakan salah satu syarat yang harus dipenuhi guna mendapatkan gelar Sarjana Teknologi Pertanian di Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.

Penulis sadar bahwa laporan skripsi ini dapat terselesaikan berkat bantuan, dorongan, serta pemikiran banyak pihak yang sangat berarti. Oleh karena itu, penulis hendak mengucapkan terima kasih kepada :

1. Tuhan Yesus dan Bunda Maria yang selalu mendampingi dan menyertai setiap langkah penulis dalam pembuatan skripsi ini.
2. Ibu Ita Sulistyawati, S.TP., MSc, selaku Dekan Fakultas Teknologi Pertanian Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.
3. Bapak Ir. Sumardi, MSc., selaku dosen pembimbing I yang telah bersedia meluangkan waktu dan dengan sabar membimbing penulis untuk menyelesaikan laporan skripsi ini dan juga yang tidak jenuh mendengarkan keluh kesah dari penulis.
4. Ibu Laksmi Hartayanie, MP., selaku dosen pembimbing II, yang juga telah membantu dan mendukung penulis untuk menyelesaikan laporan skripsi ini.
5. Papa, Mama, Cik Lia, Ko David. Terima kasih buat supportnya dalam segala bentuk, doanya, ceramahnya, semuanya selama ini.
6. Mas Pri selaku laboran laboratorium Rekayasa Pengolahan Pangan. Terima kasih atas bantuannya selama ini, dan kerelaannya untuk meluangkan waktu menjawab pertanyaan-pertanyaan penulis selama penelitian.

7. Untuk semua staf pengajar di Fakultas Teknologi Pangan UNIKA Soegijapranata yang telah membimbing penulis selama kuliah. Terima kasih banyak dan semoga sukses selalu.
8. Gita dan Marta selaku teman seperjuangan dalam menyelesaikan survei dan ngelab.
9. Untuk teman-teman yang membantu selama pelaksanaan survei maupun saat pengolahan data, terima kasih banyak karena kalian telah meluangkan waktu dan bersedia untuk membantu penulis.
10. Untuk para mahasiswa Universitas Katolik Soegijapranata, Universitas Negeri Semarang, Universitas Dian Nuswantoro, Universitas Diponegoro, Stikubank, dan Universitas Tujuh Belas Agustus yang bersedia menjadi responden terima kasih atas kerelaannya meluangkan waktu untuk mengisi kuisioner dan menjadi panelis dalam penelitian ini.
11. Serta untuk semua pihak yang sudah turut membantu penulis baik secara langsung dan tidak langsung, serta yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu.

Penulis menyadari bahwa penulisan dan penyusunan laporan ini masih banyak kekurangan karena keterbatasan dari penulis. Oleh sebab itu, penulis dengan senang hati menerima kritik dan saran yang membangun dari semua pihak sebagai bahan perbaikan. Akhir kata, penulis berharap agar laporan skripsi ini dapat bermanfaat serta memberikan pengetahuan bagi para pembaca dan pihak-pihak yang membutuhkan.

Semarang, Juni 2012

Penulis,

Fransisca Sugiarto

DAFTAR ISI

	Halaman
RINGKASAN.....	i
SUMMARY.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
1. PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Tinjauan Pustaka	2
1.2.a. Perilaku Konsumen.....	2
1.2.b. Es Krim.....	3
1.3. Tujuan Penelitian	7
2. MATERI METODE	8
2.1. Tempat dan Waktu Penelitian	8
2.2. Uji Laboratorium.....	8
2.2.1. Pengukuran Viskositas Es Krim.....	8
2.2.2. Pengujian Waktu Leleh	9
2.2.3. Pembusaan Es Krim.....	9
2.3. Survei	9
2.3.1. Survei Pendahuluan	9
2.3.2. Teknik Penarikan Sampel.....	10
2.3.3. Survei Utama	10
2.3.4. Kuisisioner	11
2.3.5. Analisa Data	12
3. HASIL	13
3.1. Karakteristik Fisik Es Krim	13
3.2. Karakterisasi Data	15
3.2.1. Deskripsi.....	15
3.2.1.1. Identitas Responden.....	15
3.2.1.1.a. Jenis Kelamin.....	15
3.2.1.1.b. Usia Responden	16
3.2.1.1.c. Uang Saku Responden	17
3.2.1.2. Tingkat Kesukaan Es Krim.....	17
3.2.1.3. <i>Top of Mind</i>	18
3.2.1.4. Frekuensi Membeli Es Krim.....	18
3.2.1.5. Kemasan Es Krim yang Biasa Dibeli	19
3.2.1.6. Alasan Tertarik Membeli Es Krim	20
3.2.1.7. Tempat Biasa Membeli Es Krim	20
3.2.1.8. Rasa Es Krim yang Paling Disukai.....	21
3.2.1.9. Karakteristik Es Krim yang Paling Disukai	21

3.2.1.10. Merek Es Krim yang Paling Sering Dikonsumsi.....	22
3.2.1.11. Pertama Kali Mengetahui Merek Es Krim	23
3.2.1.12. Kandungan Lemak yang Diinginkan	23
3.2.2. Analisa Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumsi.....	24
3.2.2.1. Hubungan Usia dengan Frekuensi dan Kandungan Lemak.....	24
3.2.2.2. Hubungan Uang Saku dengan Frekuensi.....	24
3.2.2.3. Hubungan Kedekatan <i>Top of Mind</i> dengan Beberapa Faktor yang Berpengaruh.....	25
3.2.2.4. Hubungan Kedekatan Merek Es Krim yang Paling Sering dikonsumsi dengan Beberapa Faktor yang Berpengaruh.....	25
3.2.2.5. Hubungan Kedekatan Alasan dengan Beberapa Faktor yang Berpengaruh.....	26
3.2.2.6. Hubungan Kedekatan Tempat Beli dengan Beberapa Faktor yang Berpengaruh.....	27
3.2.2.7. Perubahan Sikap Tentang Mutu Es Krim Sebelum dan Sesudah Informasi.....	27
4. PEMBAHASAN.....	29
4.1. Pengujian Karakter Fisik Es Krim	29
4.2. Identitas Mahasiswa yang Mempengaruhi Perilaku Konsumsi Es Krim.....	31
4.3. Karakteristik Es Krim yang Mempengaruhi Perilaku Konsumsi Es Krim	32
4.4. Perbandingan Karakter Fisik Es Krim dengan Uji Sensori.....	34
4.5. Perubahan Pengetahuan Mahasiswa Mengenai Mutu Es Krim	36
5. KESIMPULAN	38
6. DAFTAR PUSTAKA.....	39
7. LAMPIRAN	41

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. Sampel Es Krim.....	8
Gambar 2. Hasil Pengujian Laboratorium Kelelahan Sampel Es Krim; a) 0 menit, b) 5 menit, c) 10 menit, d) 15 menit, e) 20 menit, f) 25 menit, g) 30 menit, h) 35 menit, i) 40 menit, j) 45 menit, k) 50 menit, l) 55 menit, m) 60 menit, n) 65 menit, o) 70 menit, p) 75 menit	14
Gambar 3. Pembusaan Es Krim Campina (kiri), Indomeiji (tengah), Walls (kanan).....	15
Gambar 4. Jenis Kelamin.....	15
Gambar 5. Usia Responden	16
Gambar 6. Uang Saku Responden.....	17
Gambar 7. Tingkat Kesukaan Es Krim.....	17
Gambar 8. Merek Es Krim yang Pertama Diingat.....	18
Gambar 9. Frekuensi Pembelian Es Krim per Bulan.....	18
Gambar 10. Kemasan Es Krim yang Biasa Dibeli	19
Gambar 11. Alasan Membeli Es Krim	20
Gambar 12. Tempat Membeli Es Krim	20
Gambar 13. Rasa Es Krim yang Paling Disuka.....	21
Gambar 14. Karakteristik Es Krim Paling Disuka	21
Gambar 15. Merek Es Krim Paling Sering Dikonsumsi	22
Gambar 16. Cara Mengetahui Es Krim Pertama Kali	23
Gambar 17. Kandungan Lemak yang Diinginkan Dalam Es Krim.....	23
Gambar 18. Uji Sensori Es Krim.....	41
Gambar 19. Suasana Pengisian Kuisisioner (1)	41
Gambar 20. Suasana Pengisian Kuisisioner (2)	42
Gambar 21. Suasana Uji Sensori dan Pengisian Kuisisioner	42

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. Data Sekunder Kandungan Gizi Es Krim.....	7
Tabel 2. Karakteristik Fisik Es Krim.....	13
Tabel 3. Hubungan Usia dengan Frekuensi dan Kandungan Lemak	24
Tabel 4. Hubungan Uang Saku dengan Frekuensi	24
Tabel 5. Hubungan Antara <i>Top of Mind</i> dengan Faktor-faktor yang Berpengaruh	25
Tabel 6. Hubungan Antara Merek Paling Sering Dikonsumsi dengan Faktor-faktor yang Berpengaruh.....	26
Tabel 7. Hubungan Antara Alasan Beli dengan Faktor-faktor yang Berpengaruh	26
Tabel 8. Hubungan Antara Tempat Beli dengan Faktor-faktor yang Berpengaruh	27
Tabel 9. Hasil Uji Sebelum dan Sesudah Informasi Mutu Es Krim.....	28

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Foto Survei	41
Lampiran 2. Lembar Kuisisioner	43
Lampiran 3. Hasil Olah Data Uji <i>Chi-square</i>	47
Lampiran 4. Hasil Olah Data Uji Kendal.....	49
Lampiran 5. Hasil Olah Data Uji Kontingensi.....	51
Lampiran 6. Hasil Olah Data Uji <i>Marginal Homogeneity</i>	63

