

**ANALISIS PENGARUH KARAKTERISTIK MUTU ES KRIM
TERHADAP PERILAKU KONSUMSI ES KRIM PADA SISWA
DI 6 SEKOLAH DASAR DI SEMARANG**

**ANALYSIS OF EFFECT QUALITY CHARACTERISTICS OF
ICE CREAM ON THE BEHAVIOR CONSUMPTION
STUDENTS IN 6 ELEMENTARY SCHOOL
IN SEMARANG**

SKRIPSI

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

Oleh:

MARTA PUTRI KARINA APSARI

08.70.0066



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

2012

**ANALISIS PENGARUH KARAKTERISTIK MUTU ES KRIM
TERHADAP PERILAKU KONSUMSI ES KRIM PADA SISWA
DI 6 SEKOLAH DASAR DI SEMARANG**

**ANALYSIS OF EFFECT QUALITY CHARACTERISTICS OF
ICE CREAM ON THE BEHAVIOR CONSUMPTION
STUDENTS IN 6 ELEMENTARY SCHOOL
IN SEMARANG**

Oleh :

MARTA PUTRI KARINA APSARI

NIM : 08.70.0066

Program Studi : Teknologi Pangan

**Laporan skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan
di hadapan sidang penguji pada Juni 2012**

Semarang, Juni 2012

Fakultas Teknologi Pertanian

Program Studi Teknologi Pangan

Universitas Katolik Soegijapranata

Pembimbing I

Dekan

Ir. Sumardi, MSc

Ita Sulistyawati, STP., MSc

Pembimbing II

Dra. Laksmi Hartayanie, MP

RINGKASAN

Es krim merupakan produk yang digemari masyarakat dari berbagai tingkat usia dan ekonomi, mulai dari anak-anak, remaja, sampai orang dewasa. Meningkatnya permintaan es krim saat ini mendorong perusahaan-perusahaan yang bergerak di industri es krim bersaing menghasilkan produk yang berkualitas dengan berbagai variasinya. Berbagai merk es krim dengan mudah ditemui di pasaran sehingga semakin banyak alternatif pilihan konsumen. Penelitian ini bertujuan mengetahui pengaruh karakteristik mutu es krim terhadap perilaku konsumsi es krim pada anak-anak. Responden adalah 300 siswa siswi dari 6 SD di Semarang. Penelitian awal dilakukan dengan pengujian mutu 3 merk es krim (Campina, Wall's, Indomeiji) meliputi titik leleh, suhu leleh, viskositas, dan pemisahan bagian es krim di laboratorium Unika Soegijapranata. Selanjutnya dilakukan survey melalui pengisian kuisioner oleh responden tentang perilaku konsumsi es krim sebelum dan sesudah diberikannya penjelasan mengenai kualitas es krim serta survey tingkat kesukaan es krim terhadap 3 merk yang dirahasiakan dari responden. Semua hasil data kuisioner dianalisa menggunakan *Statistical Package for Social Science (SPSS) for Windows*. Dari uji mutu es krim, Indomeiji dan Campina memiliki kualitas yang lebih baik dibandingkan Wall's. Untuk variable uang saku memiliki nilai kedekatan yang tinggi dan positif (0,239**) dengan frekuensi pembelian, yang berarti peningkatan uang saku responden juga diikuti dengan peningkatan frekuensi pembelian es krim. Untuk variable alasan pembelian memiliki nilai kedekatan yang paling tinggi dengan tempat pembelian(0,452) dan kemasan(0,188). *Top of mind* es krim memiliki nilai kedekatan paling tinggi dengan rasa(0,176) dan kemasan(0,146). Untuk merk yang paling sering dibeli memiliki nilai kedekatan paling tinggi dengan mutu yang dianggap paling penting(0,221) dan tempat beli(0,201). Sedangkan frekuensi pembelian memiliki kedekatan dengan kemasan(0,216) dan rasa (0,205). Dari uji sensori yang dilakukan, 38% responden menyukai indomeiji; 37,67% menyukai campina; dan 24,33% menyukai wall's. Berdasarkan hasil penelitian ini, perilaku konsumsi es krim dipengaruhi oleh karakteristik mutu, selain itu adanya aspek lain seperti ketersediaan dan pengaruh merk juga mempengaruhi perilaku konsumsi es krim pada anak-anak.

Kata kunci : es krim, anak-anak, *top of mind*, karakteristik mutu

SUMMARY

*Ice cream is a popular product that people of all ages and economic levels, ranging from children, adolescents, and adults. Increased demand for ice cream today encouraged companies engaged in the ice cream industry produces a quality product to compete with its variations. Various brands of ice cream can be found in the market so that more and more consumer choice alternatives. This study aims to determine the effect of the quality characteristics of ice cream ice cream consumption behavior in children. Respondents were 300 students from six elementary school students in Semarang. Preliminary research done by testing the quality of three brands of ice cream (Campina, Wall's, Indomeiji) include melting point, melting temperature, viscosity, and separation of the ice cream in the laboratory Unika Soegijapranata. Then performed by filling the questionnaire survey respondents about the behavior of ice cream consumption before and after the explanation given about the quality of ice cream and ice cream preference level survey of the three brands are kept secret from the respondent. All the data questionnaire were analyzed using Statistical Package for Social Science (SPSS) for Windows. Test the quality of ice cream, Indomeiji and Campina have better quality than Wall's. For pocket money variable has a value close to high and positive (0.239 **) with a frequency of purchase, which means an increase in pocket money respondents were also accompanied by increased frequency of purchase of ice cream. Reasons for purchasing variable has the highest value of proximity to the place of purchase (.452) and packaging (.188). Top of mind ice cream has the highest value with a sense of closeness (0.176) and packaging (.146). For the most frequently purchased brands have the highest closeness value with quality which is considered the most important (0.221) and a place to buy (.201). While the frequency of purchase that its close packing (0.216) and taste (0.205). Of sensory tests conducted, 38% of respondents liked the indomeiji; 37.67% liked Campina, and 24.33% prefer wall's. Based on these results, the behavior of ice cream consumption is influenced by the quality characteristics, in addition to any other aspect such as the availability and influence of brands also affect the behavior of ice cream consumption in children.*

Keywords: ice cream, children, top of mind, the quality characteristics

KATA PENGANTAR

Segala ucapan syukur dan terimakasih penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus karena atas berkat karunia-Nya, penulis mampu menyelesaikan penelitian dan penulisan laporan skripsi yang berjudul “Analisa Pengaruh Karakteristik Mutu Produk Es Krim Terhadap Perilaku Konsumsi Es Krim Pada Siswa SD di Semarang”. Penulisan laporan ini adalah sebagai salah satu syarat untuk memenuhi sebagian syarat-syarat guna memperoleh gelar Sarjana Teknik Pertanian di Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.

Terselesainya laporan ini tidak terlepas dari pengarahan, bimbingan, dukungan, doa, dan semangat dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan syukur dan terimakasih kepada :

1. Tuhan Yesus Kristus, yang senantiasa menyertai penulis dari awal sampai akhir penelitian dan penulisan laporan skripsi ini.
2. Ita Sulistyawati, STP., Msc. selaku Dekan Fakultas Teknologi Pertanian Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.
3. Ir. Sumardi, M.Sc selaku pembimbing I yang selalu membantu dan menyediakan waktu untuk memberikan bimbingan dan arahan kepada penulis.
4. Dra. Laksmie Hartayanie, MP selaku dosen pembimbing II yang telah membagikan ilmu dan membimbing penulis.
5. Mama, Mbak Ajeng, Iyu, dan Alm. Papa yang sudah menjadi motivator utama bagi penulis selama ini.
6. Sisca dan Brigitta yang telah menjadi rekan kerja dan sahabat selama pelaksanaan penelitian dan penulisan skripsi.
7. Joseph Dharu yang menjadi penyemangat dan penghibur bagi penulis.
8. Monica, Fun-fun, Pei-pe, dan Nana yang menjadi sahabat penulis selama masa perkuliahan.
9. Semua pihak yang telah memberikan saran dan kritik yang sangat membantu dalam melakukan penelitian dan penyusunan laporan skripsi yang tidak dapat Penulis sebutkan satu per satu.

Pada akhirnya, penulis berharap semoga laporan skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca pada umumnya dan bagi mahasiswa Fakultas Teknologi Pertanian UNIKA Soegijapranata pada khususnya. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan laporan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan demi kebaikan penulis di masa mendatang. Tuhan Yesus membekati.

Semarang, Juni 2012

Marta Putri Karina Apsari



DAFTAR ISI

halaman

HALAMAN PENGESAHAN	ii
RINGKASAN	iii
<i>SUMMARY</i>	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xii
1. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Tinjauan Pustaka	2
1.2.1. Es Krim	2
1.2.2. Perilaku Konsumen	4
1.2.3. Konsumen Anak-anak	5
1.3. Tujuan Penelitian	6
2. MATERI DAN METODA	7
2.1. Tempat dan Waktu Penelitian	7
2.2. Tahapan Penelitian	7
2.2.1. Studi Awal	7
2.2.1.1. Pengujian Mutu Es Krim	7
2.2.1.2. Pengukuran Viskositas Es Krim	8
2.2.1.3. Pengujian Pelelehan Es Krim	8
2.2.1.4. Pemisahan Bagian Es Krim	8
2.3. Penarikan Sampel	8
2.4. Uji Sensori	9
2.5. Analisa Data	10
2.5.1. Uji Beda Responden Berdasar Jenis Kelamin	10
2.5.2. Analisa Keragaman Persepsi Awal dan Persepsi Akhir	10
2.5.3. Analisa Faktor yang Mempengaruhi Frekuensi Pembelian	10
2.5.4. Analisa Antar Variabel	11
3. HASIL PENELITIAN	12
3.1. Hasil Pengujian Mutu Es Krim	12
3.2. Karakteristik Responden	14
3.2.1. Usia	14
3.2.2. Jenis Kelamin	14
3.2.3. Uang Saku	15
3.3. Informasi Dasar	15
3.3.1. Frekuensi Pembelian Es Krim	15
3.3.2. Kemasan Es Krim	15
3.3.3. Alasan Pembelian Es Krim	15
3.3.4. Rasa Favorit Es Krim	17
3.3.5. Tempat Pembelian Es Krim	17
3.3.6. Karakteristik Es Krim yang Dianggap Penting	17
3.3.7. <i>Merk</i> Es Krim yang Paling Sering Dibeli	18
3.3.8. Sumber Informasi	18

3.3.9. <i>Top of Mind</i>	19
3.3.10. Tingkat Kesukaan Es Krim	19
3.4. Hubungan Antara Frekuensi Pembelian dengan Uang Saku	19
3.5. Faktor yang Mempengaruhi Alasan Pembelian	20
3.6. Faktor yang Mempengaruhi <i>Top of Mind</i>	20
3.7. Faktor yang Mempengaruhi <i>Merk</i> yang Paling Sering Dibeli	21
3.8. Faktor yang Mempengaruhi Frekuensi Pembelian	21
3.9. Perubahan Persepsi Responden	22
4. PEMBAHASAN	23
4.1. Hasil Pengujian Mutu Es Krim	23
4.2. Deskripsi Responden	24
4.2.1. Persepsi Responden	24
4.3. Korelasi Antara Frekuensi Pembelian dengan Uang Saku	26
4.4. Korelasi Antara Alasan Pembelian dengan Karakteristik Mutu	26
4.5. Korelasi Antara <i>Top Of Mind</i> dengan Karakteristik Mutu	27
4.6. Korelasi Antara <i>Merk</i> Paling Sering Dibeli dengan Karakteristik Mutu	28
4.7. Korelasi Antara Frekuensi Pembelian dengan Karakteristik Mutu	30
4.8. Perubahan Persepsi Responden	31
5. KESIMPULAN DAN SARAN	33
5.1. KESIMPULAN	33
5.2. SARAN	33
6. DAFTAR PUSTAKA	34
LAMPIRAN	36



DAFTAR TABEL

	halaman
Tabel 1. Kandungan Gizi Es Krim Indomeiji, Campina, dan Wall's.....	4
Tabel 2. Data Hasil Pengujian Mutu Es Krim.....	12
Tabel 3. Hubungan antara Frekuensi Pembelian dengan Uang Saku.....	20
Tabel 4. Korelasi antara Alasan Pembelian dengan Karakteristik Mutu Es Krim	20
Tabel 5. Korelasi antara <i>Top of Mind</i> dengan Karakteristik Mutu Es Krim	20
Tabel 6. Korelasi antara <i>Merk</i> yang Paling Sering Dibeli dengan Karakteristik Mutu Es Krim.....	21
Tabel 7. Korelasi antara Frekuensi Pembelian dengan Karakteristik Mutu Es Krim ..	21
Tabel 8. Pengujian <i>Before-After</i> Persepsi Responden.....	22



DAFTAR GAMBAR

	halaman
Gambar 1. Sampel Es Krim yang Digunakan Untuk Pengujian Mutu.....	7
Gambar 2. Pengujian Sensoris Es Krim	10
Gambar 3. Pengujian Pelelehan Es Krim Menit ke-0.....	12
Gambar 4. Pengujian Pelelehan Es Krim Menit ke-5.....	12
Gambar 5. Pengujian Pelelehan Es Krim Menit ke-10.....	12
Gambar 6. Pengujian Pelelehan Es Krim Menit ke-15.....	12
Gambar 7. Pengujian Pelelehan Es Krim Menit ke-20.....	13
Gambar 8. Pengujian Pelelehan Es Krim Menit ke-25.....	13
Gambar 9. Pengujian Pelelehan Es Krim Menit ke-30.....	13
Gambar 10. Pengujian Pelelehan Es Krim Menit ke-35.....	13
Gambar 11. Pengujian Pelelehan Es Krim Menit ke-40.....	13
Gambar 12. Pengujian Pelelehan Es Krim Menit ke-45.....	13
Gambar 13. Pengujian Pelelehan Es Krim Menit ke-50.....	13
Gambar 14. Pengujian Pelelehan Es Krim Menit ke-55.....	13
Gambar 15. Pengujian Pelelehan Es Krim Menit ke-60.....	13
Gambar 16. Pengujian Pelelehan Es Krim Menit ke-65.....	13
Gambar 17. Pengujian Pelelehan Es Krim Menit ke-70.....	13
Gambar 18. Pengujian Pelelehan Es Krim Menit ke-75.....	13
Gambar 19. Pemisahan Bagian Es Krim	14
Gambar 20. Perbandingan Presentase Responden Berdasar Jenis Kelamin.....	14
Gambar 21. Perbandingan Presentase Responden Berdasar Usia	15
Gambar 22. Perbandingan Presentase Responden Berdasar Uang Saku.....	15
Gambar 23. Perbandingan Presentase Frekuensi Pembelian Es Krim Selama 1 Bulan	16
Gambar 24. Perbandingan Presentase Kemasan Es Krim yang Paling Sering Dibeli...	16
Gambar 25. Perbandingan Presentase Alasan Pembelian Es Krim.....	16
Gambar 26. Perbandingan Presentase Rasa Favorit Es Krim.....	17
Gambar 27. Perbandingan Presentase Tempat Lokasi Pembelian Es Krim	17
Gambar 28. Perbandingan Presentase Karaktersitik Mutu Es Krim yang Paling Diinginkan Responden	18
Gambar 29. Perbandingan Presentase Merk Es Krim yang Paling Sering Dibeli.....	18
Gambar 30. Perbandingan Presentase Sumber Informasi Merk Es Krim	18
Gambar 31. Perbandingan Presentase <i>Top of Mind</i> Merk Es Krim	19
Gambar 32. Perbandingan Presentase Tingkat Kesukaan Es Krim.....	19

DAFTAR LAMPIRAN

	halaman
Lampiran 1. Kuisisioner A.....	36
Lampiran 2. Kuisisioner B.....	38
Lampiran 3. Kuisisioner C.....	39
Lampiran 4. Hasil Olahan Data.....	40

