

**SELERA KONSUMEN TERHADAP ATRIBUT PRODUK DALAM
KEPUTUSAN PEMBELIAN MINUMAN SUSU MIUCUU SURABAYA**

SKRIPSI



Diajukan oleh:

YULIANA
NPM: 1624010065

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
SURABAYA
2020**

**SELERA KONSUMEN TERHADAP ATRIBUT PRODUK DALAM
KEPUTUSAN PEMBELIAN MINUMAN SUSU MIUCU SURABAYA**

SKRIPSI



Diajukan oleh:

YULIANA
NPM: 1624010065

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
SURABAYA
2020**

SKRIPSI

**SELERA KONSUMEN TERHADAP ATRIBUT PRODUK DALAM
KEPUTUSAN PEMBELIAN MINUMAN SUSU MIUCUU SURABAYA**

Disusun Oleh :

YULIANA

NPM: 1624010065

Telah diujikan pada tanggal :
13 Mei 2020

Skripsi ini Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan Memperoleh
Gelar Sarjana Pertanian
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

Menyetujui :

Dosen Pembimbing Utama



Ir. Setyo Parsudi, MP
NIP. 19570531 198503 1001

Dosen Pembimbing Pendamping



Dr. Ir. Hj. Hamidah Hendrarini, M.Si
NIP. 19601227 199103 2001

Mengetahui,

Dekan Fakultas Pertanian



Dr. Ir. Nora Augustien K, MP
NIP. 19590820 198703 2001

Koordinator Program Studi Agribisnis



Ir. Sri Widayanti, MP
NIP. 19620106 199003 2001

**SELERA KONSUMEN TERHADAP ATRIBUT PRODUK DALAM
KEPUTUSAN PEMBELIAN MINUMAN SUSU MIUCUU SURABAYA**

Oleh:

YULIANA
NPM : 1624010065

Telah direvisi pada tanggal :
11 Juni 2020

Menyetujui,

Dosen Pembimbing Utama



Ir. Setyo Parsudi, MP
NIP. 19570531 198503 1001

Dosen Pembimbing Pendamping



Dr. Ir. Hj. Hamidah Hendrarini, M.Si
NIP. 19601227 199103 2001

SURAT PERNYATAAN

Berdasarkan Undang – Undang No 19 Tahun 2002 tentang Hak Cipta dan Permendiknas No 17 Tahun 2010 Pasal 1 Ayat 1 tentang Plagiarisme.

Maka saya sebagai penulis Skripsi dengan judul **“SELERA KONSUMEN TERHADAP ATRIBUT PRODUK DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN MINUMAN SUSU MIUCUU SURABAYA”** menyatakan bahwa Skripsi tersebut bebas dari plagiarisme.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar – benarnya dan saya sanggup mempertanggungjawabkan sesuai dengan hukum perundangan yang berlaku.

Surabaya, Juni 2020

Yang membuat pernyataan,



Yuliana
NPM. 1624010065

SELERA KONSUMEN TERHADAP ATRIBUT PRODUK DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN MINUMAN SUSU MIUCUU SURABAYA

Yuliana¹, Setyo Parsudi², Hamidah Hendrarini³
Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional
"Veteran" Jawa Timur
email : yulianalia1107@gmail.com

ABSTRAK

Kedai susu Miucuu merupakan salah satu merek baru dari usaha kedai penyedia minuman di Surabaya. Banyaknya keberagaman usaha kedai penyedia minuman di Kota Surabaya membuat kedai susu Miucuu perlu memiliki strategi pemasaran untuk dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen yang berbeda. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi karakteristik konsumen produk minuman susu Miucuu Surabaya, mengidentifikasi proses keputusan pembelian minuman susu Miucuu Surabaya dan menganalisis selera konsumen terhadap atribut produk minuman susu Miucuu Surabaya.

Penelitian dilakukan di ketiga lokasi kedai susu Miucuu Surabaya dengan jumlah responden sebanyak 60 orang. Metode pengambilan sampel ditentukan dengan teknik Accidental Sampling. Analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah Analisis Deskriptif dan Analisis *Fishbein* dengan bantuan software *Microsoft Excel 2013*.

Karakteristik konsumen produk minuman susu Miucuu Surabaya yaitu sebagian besar perempuan, berumur 21-30 tahun, dengan tingkat pendidikan akhir SMA yang merupakan pelajar atau mahasiswa dengan pendapatan atau uang saku per bulan sebesar \leq Rp. 1.000.000,-/per bulan. Adapun proses keputusan pembelian minuman susu Miucuu Surabaya melalui lima tahap yaitu, pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan pasca pembelian. Berdasarkan Analisis *Fishbein*, atribut yang dipentingkan konsumen dalam pembelian minuman susu Miucuu adalah atribut rasa, harga, ragam produk, sedangkan atribut yang dipercaya konsumen pada minuman susu Miucuu adalah atribut rasa, ragam produk dan harga. Berdasarkan hasil skor *Fishbein* yang diperoleh sebesar 107,63 dapat dikatakan bahwa selera konsumen terhadap produk minuman susu Miucuu Surabaya termasuk dalam kategori suka.

Kata Kunci : Atribut Produk, Keputusan Pembelian, Selera Konsumen

**CONSUMER TASTE OF PRODUCT ATTRIBUTES IN THE PURCHASE
DECISION OF MIUCUU SURABAYA MILK BEVERAGE**

Yuliana¹, Setyo Parsudi², Hamidah Hendrarini³
Major in Agribusiness Faculty of Agriculture, Universitas Pembangunan Nasional
"Veteran" East Java
Email : yulianalia1107@gmail.com

ABSTRACT

Miucuu milk shop is one of the new brands of beverage business in Surabaya. The large variety of beverage providers in the city of Surabaya makes Miucuu dairy shops need to have a marketing strategy to be able to meet the needs and desires of different consumers. This study aims to identify the characteristics of consumers of Miucuu Surabaya milk beverage products, identify the decision process of purchasing Miucuu Surabaya milk drinks and analyze consumer tastes towards the attributes of Miucuu Surabaya milk beverage products.

The study was conducted at three locations of Miucuu milk shop in Surabaya with 60 respondents. The sampling method is determined by accidental sampling technique. The analysis used in this research is Descriptive Analysis and Fishbein Analysis with the help of Microsoft Excel 2013 software.

Consumers characteristics of Miucuu Surabaya milk beverage products are mostly women, aged 21-30 years, with a high school education level that is a student with an income or pocket money of \leq Rp. 1.000.000 / monthly. The decision process for purchasing Miucuu Surabaya milk drinks through five stages, namely, the introduction of needs, information search, alternative evaluations, purchasing decisions, and post-purchase. Based on Fishbein Analysis, the attributes that consumers are interested in purchasing Miucuu milk drinks are the attributes of taste, price, variety of products, while the attributes that consumers believe in Miucuu milk drinks are the attributes of taste, variety of products and prices. Based on the Fishbein score obtained by 107.63 it can be said that consumers tastes towards the Miucuu milk beverage product in Surabaya are included in the liking category.

Keywords: Product Attributes, Purchasing Decisions, Consumer Taste

KATA PENGANTAR

Puji syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan segala rahmat, taufik dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan penelitian skripsi dengan lancar tanpa ada suatu kendala apapun.

Penyusunan skripsi yang berjudul “Selera Konsumen Terhadap Atribut Produk Dalam Keputusan Pembelian Minuman Susu Miucuu Surabaya” ini dimaksudkan guna memenuhi salah satu persyaratan dalam melakukan penelitian. Penelitian ini merupakan kewajiban bagi setiap mahasiswa program studi Agribisnis guna memperoleh gelar Sarjana Pertanian, Fakultas Pertanian, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Penulis menyadari bahwa keberhasilan dan kesuksesan tidak terlepas dari rahmat, karunia, dan pertolongan Allah SWT serta tak luput juga bimbingan dan arahan dari berbagai pihak. Penulis mengucapkan terima kasih kepada Bapak **Ir. Setyo Parsudi, MP**, selaku dosen pembimbing utama dan Ibu **Dr. Ir. Hj. Hamidah Hendrarini, M.Si**, selaku dosen pembimbing pendamping yang telah memberikan pengarahan, masukan, motivasi, dan meluangkan waktu serta tenaganya dengan penuh keikhlasan dan kesabaran dalam membimbing penulis. Selanjutnya, penulis menyampaikan rasa hormat dan terima kasih kepada:

1. Dr. Ir. Nora Augustien K. MP, selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Dr. Ir. Sudiyarto, MM, selaku Ketua Jurusan Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Ir. Sri Widayanti, MP, selaku Koordinator Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

4. Dr. Ir. Nuriah Yuliati, MP, selaku Dosen Penguji pertama dan Dr. Ir. Indra Tjahaja Amir, MP, selaku Dosen Penguji kedua.
5. Kedua orang tua, adik serta keluarga besar yang telah memberikan motivasi dan doa restu untuk kesuksesan penulis.
6. Semua teman-teman penulis khususnya Cening, Reza, Ayukbud en Gentonk Fren, Genyoo, dan teman seperjuangan di Fakultas Pertanian program studi Agribisnis angkatan 2016 atas dukungan dan kerjasamanya selama ini.

Penulis menyadari bila dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun serta sumbangan pemikiran yang konstruktif sangat penulis harapkan. Akhirnya, penulis berharap dengan selesainya penulisan skripsi ini akan mendapatkan tanggapan positif bagi pembaca dan dapat membantu berbagai pihak yang tentunya membutuhkan informasi yang berkaitan dengan tulisan ini.

Surabaya, Juni 2020

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERNYATAAN.....	iii
ABSTRAK.....	iv
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
I. PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
II. TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Penelitian Terdahulu.....	8
2.2 Landasan Teori.....	16
2.2.1 Konsumen.....	16
2.2.2 Karakteristik Konsumen	17
2.2.3 Proses Keputusan Pembelian	19
2.2.4 Perilaku Konsumen	21
2.2.5 Selera Konsumen.....	22
2.2.6 Atribut Produk	24
2.2.7 Atribut, Kepercayaan Dan Evaluasi.....	27
2.3 Kerangka Penelitian.....	28

III. METODE PENELITIAN.....	31
3.1 Lokasi dan Objek Penelitian	31
3.2 Penentuan Sampel	31
3.3 Sumber Data	33
3.4 Metode Pengumpulan Data	33
3.5 Analisis Data.....	34
3.6 Definisi Operasional.....	39
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	44
4.1 Gambaran Umum Kedai Susu Miuccu Surabaya.....	44
4.2 Karakteristik Konsumen.....	48
4.2.1 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin	48
4.2.2 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Umur.....	51
4.2.3 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Pendidikan Terakhir	53
4.2.4 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Pekerjaan	57
4.2.5 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Pendapatan	59
4.3 Proses Keputusan Pembelian.....	63
4.3.1 Pengenalan Kebutuhan.....	64
4.3.2 Pencarian Informasi	67
4.3.3 Evaluasi Alternatif	71
4.3.4 Keputusan Pembelian	74
4.3.5 Pasca Pembelian	78
4.4 Analisis Fishbein.....	82
4.4.1 Tingkat Evaluasi Kepentingan (ei) Atribut Fishbein	82
4.4.2 Tingkat Kepercayaan (bi) Atribut Fishbein.....	84
4.4.3 Analisis Selera Konsumen	87

	Halaman
V. KESIMPULAN DAN SARAN.....	94
5.1 Kesimpulan.....	94
5.2 Saran	95
DAFTAR PUSTAKA.....	97
LAMPIRAN	101

DAFTAR TABEL

Nomor	Judul	Halaman
2.1	Penelitian Terdahulu	8
3.1	Skor Evaluasi Kepentingan (ei) terhadap Atribut Susu Miuccu	38
3.2	Skor Kekuatan Kepercayaan (bi) terhadap Atribut Susu Miuccu	38
3.3	Atribut Produk Minuman Susu Miuccu dalam Pengukuran Selera Konsumen.....	41
4.1	Harga Produk Minuman Susu Miuccu Surabaya	47
4.2	Karakteristik Konsumen Kedai Susu Miuccu Lidah Wetan Berdasarkan Jenis Kelamin.....	48
4.3	Karakteristik Konsumen Kedai Susu Miuccu Karang Menjangan Berdasarkan Jenis Kelamin.....	49
4.4	Karakteristik Konsumen Kedai Susu Miuccu Royal Plaza Berdasarkan Jenis Kelamin.....	49
4.5	Karakteristik Konsumen Kedai Miuccu Surabaya Berdasarkan Jenis Kelamin.....	50
4.6	Karakteristik Konsumen Kedai Susu Miuccu Lidah Wetan Berdasarkan Umur	51
4.7	Karakteristik Konsumen Kedai Susu Miuccu Karang Menjangan Berdasarkan Umur	51
4.8	Karakteristik Konsumen Kedai Susu Miuccu Royal Plaza Berdasarkan Umur	52
4.9	Karakteristik Konsumen Kedai Susu Miuccu Surabaya Berdasarkan Umur	52
4.10	Karakteristik Konsumen Kedai Susu Miuccu Lidah Wetan Berdasarkan Pendidikan Terakhir	54
4.11	Karakteristik Konsumen Kedai Susu Miuccu Karang Menjangan Berdasarkan Pendidikan Terakhir	54
4.12	Karakteristik Konsumen Kedai Susu Miuccu Royal Plaza Berdasarkan Pendidikan Terakhir	55

Nomor	Judul	Halaman
4.13	Karakteristik Konsumen Kedai Susu Miuccu Surabaya Berdasarkan Pendidikan Terakhir	55
4.14	Karakteristik Konsumen Kedai Susu Miuccu Lidah Wetan Berdasarkan Pekerjaan.....	57
4.15	Karakteristik Konsumen Kedai Susu Miuccu Karang Menjangan Berdasarkan Pekerjaan.....	57
4.16	Karakteristik Konsumen Kedai Susu Miuccu Royal Plaza Berdasarkan Pekerjaan.....	58
4.17	Karakteristik Konsumen Kedai Susu Miuccu Surabaya Berdasarkan Pekerjaan.....	59
4.18	Karakteristik Konsumen Kedai Susu Miuccu Lidah Wetan Berdasarkan Pendapatan atau Uang Saku per Bulan	60
4.19	Karakteristik Konsumen Kedai Susu Miuccu Karang Menjangan Berdasarkan Pendapatan atau Uang Saku per Bulan	60
4.20	Karakteristik Konsumen Kedai Susu Miuccu Royal Plaza Berdasarkan Pendapatan atau Uang Saku per Bulan	61
4.21	Karakteristik Konsumen Kedai Susu Miuccu Surabaya Berdasarkan Pendapatan atau Uang Saku per Bulan	62
4.22	Motivasi Utama Konsumen Membeli Minuman Susu Miuccu Surabaya.....	64
4.23	Manfaat Mengonsumsi Minuman Susu Miuccu Surabaya.....	66
4.24	Tingkat Kepentingan Mengonsumsi Minuman Susu Miuccu Surabaya.....	66
4.25	Sumber Informasi Konsumen Minuman Susu Miuccu Surabaya	68
4.26	Media yang Mempengaruhi Proses Keputusan Pembelian Minuman Susu Miuccu Surabaya	69
4.27	Fokus Utama Konsumen Dalam Promosi Minuman Susu Miuccu Surabaya.....	70
4.28	Pengaruh Promosi Terhadap Konsumen Minuman Susu Miuccu Surabaya.....	70

Nomor	Judul	Halaman
4.29	Pertimbangan Awal Konsumen dalam Mengkonsumsi Minuman Susu Miuccu Surabaya	72
4.30	Ciri Minuman Susu yang Berkualitas menurut Konsumen Susu Miuccu Surabaya	73
4.31	Pengkonsumsian Susu Merek Lain Selain Minuman Susu Miuccu.....	73
4.32	Alasan Konsumen Mengkonsumsi Minuman Susu Merek Lain Selain Minuman Susu Miuccu.....	74
4.33	Cara Konsumen Memutuskan Pembelian Minuman Susu Miuccu Surabaya.....	75
4.34	Frekuensi Konsumen Mengkonsumsi Minuman Susu Miuccu Dalam Satu Bulan	76
4.35	Rasa Favorite Konsumen dari Minuman Susu Miuccu Surabaya	77
4.36	Alasan Konsumen dalam Pemilihan Rasa	77
4.37	Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Produk Minuman Susu Miuccu Surabaya	78
4.38	Tindakan Konsumen jika Harga Minuman Susu Miuccu Naik.....	79
4.39	Tindakan Konsumen jika Minuman Susu Miuccu Tidak Tersedia	80
4.40	Tahap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Minuman Susu Miuccu Surabaya	81
4.41	Nilai Tingkat Evaluasi Kepentingan (ei) Atribut Minuman Susu Miuccu	83
4.42	Nilai Tingkat Sikap Kepercayaan (bi) Atribut Minuman Susu Miuccu	85
4.43	Skor Nilai Evaluasi Kepentingan (ei) dan Skor Nilai Kepercayaan (bi) Atribut Minuman Susu Miuccu.....	87
4.44	Hasil Analisis Multiatribut Fishbein	88
4.45	Interval Skor Kategori dari Keseluruhan Sikap Konsumen Terhadap Atribut Produk Minuman Susu Miuccu Surabaya	92

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul	Halaman
2.1	Proses Keputusan Pembelian	20
2.2	Kerangka Penelitian	30
4.1	Kedai Susu Miuccu Alfamart Lidah Wetan Surabaya	45
4.2	Kedai Susu Miuccu Karang Menjangan Surabaya.....	45
4.3	Kedai Susu Miuccu Royal Plaza Surabaya.....	46

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Judul	Halaman
1.	Kuisisioner Penelitian.....	101
2.	Hasil Kuesioner Identitas Responden.....	107
3.	Hasil Kuesioner Multiatribut Fishbein pada Tingkat Kepentingan	109
4.	Hasil Kuesioner Multiatribut Fishbein pada Tingkat Kepercayaan	111
5.	Tabel Analisis Multiatribut Fishbein	113