

ABSTRAK

Arfin Setyaningsih. 2025. Analisis Pengaruh Atribut Susu Kambing Terhadap Preferensi Konsumen Di CV Bumiku Hijau Kalurahan Condongcatur. Di bawah arahan Indah Widowati.

Penelitian ini bertujuan untuk: 1) mengidentifikasi karakteristik konsumen susu kambing di CV Bumiku Hijau. 2) menganalisis pengaruh varian rasa, informasi produk, bentuk produk, harga, dan aroma susu kambing terhadap preferensi konsumen di CV Bumiku Hijau. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dan jenis penelitian deskriptif dengan metode survei serta penentuan lokasi dilakukan dengan *purposive* dan pengambilan sampel secara *accidental sampling*. Analisis deskriptif digunakan untuk menguraikan karakteristik konsumen, sedangkan analisis regresi linier berganda digunakan untuk menganalisis pengaruh varian rasa, informasi produk, bentuk produk, harga, dan aroma. Hasil dari penelitian ini menunjukkan karakteristik responden meliputi jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan, domisili, penghasilan, kelompok referensi, motivasi pembelian, dan gaya hidup. Selain itu, 98,7% preferensi konsumen susu kambing bumiku hijau dipengaruhi oleh varian rasa, informasi produk, bentuk produk, harga dan aroma. Secara individu varian rasa, informasi produk, bentuk produk, harga, dan aroma berpengaruh secara signifikan terhadap preferensi konsumen susu kambing di CV bumiku hijau. Temuan ini menjadi dasar bagi perumusan strategi pemasaran yang menekankan pada inovasi produk, transparansi informasi, desain produk, penetapan harga yang kompetitif dan optimalisasi aroma sebagai daya tarik produk.

Kata kunci: Atribut produk, Preferensi konsumen, Regresi linier berganda, Susu kambing

ABSTRACT

Arfin Setyaningsih. 2025. Analysis the Impact of Goat Milk Attributes on Consumer Preference at CV Bumiku Hijau, Kalurahan Condongcatur. Under direction by Indah Widowati.

This study aims to: 1) identify the characteristics of goat milk consumers at CV Bumiku Hijau. 2) analyze the influence of flavor variants, product information, product form, price, and aroma on consumer preferences for goat milk at CV Bumiku Hijau. The research employed a quantitative descriptive approach using a survey method, with purposive research location and respondents selected through accidental sampling. Descriptive analysis was used to describe consumer characteristics, while multiple linear regression analysis was applied to examine the influence of the product attributes. The results indicate that the respondents characteristics include gender, age, education level, domicile, income, reference groups, purchasing motivation, and lifestyle. 98,7% of consumer preferences for goat milk products at CV Bumiku Hijau are influenced by the five attributes mentioned. Each attribute flavor variants, product information, product form, price, and aroma has a significant individual effect on consumer preferences. These findings serve as a foundation for marketing strategies that emphasize product innovation, information transparency, packaging design, competitive pricing, and the optimization of aroma as a unique selling point.

Keywords: Consumer preferences, Goat milk, Multiple linear regression, Product attributes