

TESIS

**ANALISIS TINGKAT AKSEPTANSI
PENGEMBANGAN PRODUK BARU :
STUDI PERSEPSI KONSUMEN
PADA PRODUK SARI FERMENTASI KEDELAI**



YUNDA BELLA PARAMITHA
No. Mhs. : 135001958/MM

PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
2014

TESIS

**ANALISIS TINGKAT AKSEPTANSI
PENGEMBANGAN PRODUK BARU :
STUDI PERSEPSI KONSUMEN
PADA PRODUK SARI FERMENTASI KEDELAI**



YUNDA BELLA PARAMITHA
No. Mhs. : 135001958/MM

PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
2014



UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

PENGESAHAN TESIS

Nama : YUNDA BELLA PARAMITHA
Nomor Mahasiswa : 135001958/MM
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul Tesis : Analisis Tingkat Akseptansi Pengembangan Produk
Baru : Studi Persepsi Konsumen pada Produk Sari
Fermentasi Kedelai

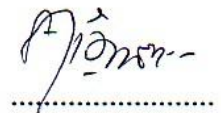
Nama Pembimbing

Tanggal

Tanda Tangan

Dr. J. Ellyawati, MM.

28 Okt 2014
.....


.....



UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

PENGESAHAN TESIS

Nama : YUNDA BELLA PARAMITHA
Nomor Mahasiswa : 135001958/MM
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul Tesis : Analisis Tingkat Akseptansi Pengembangan Produk Baru : Studi Persepsi Konsumen pada Produk Sari Fermentasi Kedelai

Nama Penguji	Tanggal	Tanda Tangan
Dr. J. Ellyawati, MM. (Ketua/Penguji/Pembimbing Utama)	28 Okt 2014	
Mahestu N. Krisjanti, M.Sc.Ib, Ph.D (Anggota/Penguji)	28/10/2014	
Budi Suprpto, MBA., Ph.D. (Anggota/Penguji)	28/10/2014	

Ketua Program Studi

Mahestu N. Krisjanti, M.Sc.Ib, Ph.D.
PASCASARJANA

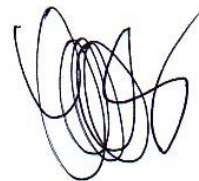
PERNYATAAN

Nama : Yunda Bella Paramitha
Nomor Mahasiswa : 135001958/PS/MM
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul Tesis : **Analisis Tingkat Akseptansi Pengembangan Produk
Baru : Studi Persepsi Konsumen pada Produk Sari
Fermentasi Kedelai**

Menyatakan bahwa penelitian ini merupakan hasil pemikiran dan penyusunan yang dilakukan secara pribadi dan setiap sumber yang menjadi bahan pembantu dalam penelitian ini diacu secara benar dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Yogyakarta, 31 Oktober 2014

Yang menyatakan,



Yunda Bella Paramitha

INTISARI

Pengembangan produk baru diperlukan untuk memenuhi kebutuhan nutrisi masyarakat Indonesia. Sari fermentasi kedelai merupakan produk inovatif yang memiliki kandungan nutrisi dan manfaat kesehatan yang lebih optimal dibandingkan sari kedelai. Kemudahan bahan baku dan proses produksi serta konsumen yang potensial menjadi peluang bisnis untuk produk sari fermentasi kedelai. Kesuksesan sebuah produk baru dipengaruhi oleh akseptansi konsumen. Pemahaman terhadap perilaku konsumen juga menjadi bekal penting bagi strategi pemasaran. Untuk itu, diperlukan penelitian mengenai akseptansi dan perilaku konsumen yang meliputi kesukaan rasa, niat beli, sensitivitas harga, sikap terhadap kandungan suatu minuman, dan kesadaran terhadap kesehatan.

Pada penelitian ini, uji pasar dilakukan dengan eksperimen yang melibatkan seratus responden usia dewasa di Yogyakarta. Responden diminta mengisi kuesioner untuk menilai prototipe produk dengan dua rasa. Uji kesukaan rasa digunakan sebagai evaluasi sensori dengan menggunakan skala *7-point hedonic*. Niat beli diukur dengan skala binomial. Metode yang digunakan untuk menganalisis penerimaan harga responden adalah analisis sensitivitas harga van Westendorp. Sikap terhadap kandungan suatu minuman dan kesadaran terhadap kesehatan diuji untuk mengetahui perbedaan preferensi responden berdasarkan faktor demografi, yaitu jenis kelamin, usia, pendapatan bulanan, pola diet, dan frekuensi olahraga. Uji yang digunakan adalah uji ANOVA satu arah. Uji yang sama juga digunakan untuk mengetahui kesukaan rasa dan niat beli berdasarkan faktor demografi.

Berdasarkan hasil uji, jangkauan harga yang optimum untuk sari fermentasi kedelai rasa *original* berada pada Rp 4.000,00 hingga Rp 5.000,00 sedangkan rasa kopi moka pada harga Rp 5.000,00. Jenis kelamin responden tidak menjadi faktor pembeda pada kesukaan rasa terhadap kedua prototipe, namun usia menjadi pembeda kesukaan rasa terhadap prototipe kopi moka. Hal yang sama terjadi pada usia. Pola makan sehat dianggap penting bagi mayoritas responden, begitu pula dengan kandungan nutrisi. Mayoritas responden memilih minuman dengan kandungan rendah lemak dan gula. Mayoritas konsumen memandang rasa tidak lebih penting dari pada kualitas minuman, terutama kaum wanita. Preferensi minuman berbahan dasar fermentasi kedelai memiliki perbedaan dari sisi usia sedangkan perhatian pada komposisi minuman memiliki perbedaan dari sisi pendapatan. Secara umum, responden memiliki dorongan untuk mengonsumsi sari fermentasi kedelai.

Kata Kunci : *new product development, consumer acceptance, price sensitivity measurement.*

ABSTRACT

New product development is needed to meet the nutritional needs of the people of Indonesia. “Sari fermentasi kedelai” is an innovative product that contains nutrients and health benefits which more optimal than soymilk. Ease of raw materials and production processes as well as the potential customers support “sari fermentasi kedelai” as a business opportunity. The success of a new product is affected by consumer acceptance. Understanding of consumer behavior has also become an important provision for the marketing strategy. For that, research on consumer acceptance and behavior that includes favorite flavor, purchase intention, price sensitivity, attitude toward the content of a beverage, and awareness on health is needed.

In this study, the test markets conducted experiments involving one hundred adult respondents in Yogyakarta. Respondents were asked to fill out a questionnaire to assess a product prototype with two flavors. A taste test was used as a sensory evaluation using a 7-point hedonic scale. Purchase intention was measured with a binomial scale. van Westendorp price sensitivity measurement method was used to analyze the respondents’ acceptance of the price. Attitude towards the content of a beverage and awareness of health was tested using one way ANOVA to determine differences in the preferences of the respondents based on demographic factors, (gender, age, monthly income, diet, and exercise frequency). The same test was also applied to determine taste preferences and purchase intentions based on demographic factors.

Based on the test results, the optimum price range for “sari fermentasi kedelai” original flavor is at Rp 4000,00 to Rp 5000,00 while the mocha coffee flavors at a price of Rp 5000,00. Respondent gender was not a factor differentiating the taste preferences of both prototypes, but the age of respondents distinguish A mocha coffee flavor prototype. The same thing happened to age. A healthy diet is important for the majority of respondents, as well as nutritional content. The majority of respondents choose drinks with low content of fat and sugar. The majority of consumers do not see the taste is more important than the quality of the drinks, especially women. Preferences fermented soy-based drinks have differences in terms of age, while the attention of the beverage composition has a difference in terms of revenue. In general, respondents have the urge to consume fermented soy extract.

Keywords : *new product development, consumer acceptance, price sensitivity measurement.*

Kata Pengantar

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Besar. Laporan Tesis ini dapat diselesaikan dengan baik melalui pimpinan dan penyertaan Tuhan. Pengerjaan laporan ini tidak terlepas dari dukungan banyak pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada,

1. Ibu Mahestu N. Krisjanti, M.Sc.Ib, Ph.D selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Atma Jaya Yogyakarta sekaligus anggota tim penguji. Terima kasih atas dukungan yang diberikan.
2. Ibu Dr. J. Ellyawati, MM. selaku Dosen Pembimbing penulis. Terima kasih atas dukungan dan totalitas yang Ibu berikan selama proses pembimbingan laporan ini.
3. Bapak Budi Suprpto, MBA, Ph.D. selaku anggota tim penguji. Terima kasih atas saran perbaikan yang Bapak berikan dalam Tesis ini.
4. Bapak Drs. Agus Santosa, Ibu Natalia Surbakti, dan Haganta Billy Baskara. Penulis mengucapkan terima kasih atas dukungan, semangat, dan doa yang diberikan kepada penulis. Besar harapan penulis bahwa laporan ini menjadi titik awal penulis dalam mencapai cita-cita untuk membanggakan keluarga.

Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang tidak dapat dituliskan satu persatu yang telah mendukung penulis dalam pengerjaan laporan ini.

Besar harapan penulis agar laporan ini dapat memberikan manfaat bagi perusahaan serta para pembaca. Penulis berharap agar laporan ini dapat dikembangkan agar membawa manfaat yang lebih besar.

Yogyakarta, Oktober 2014

Penulis

Daftar Isi

Lembar Pengesahan	..ii
Halaman Pernyataan.....	iv
Intisari	v
Abstract	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi.....	viii
Daftar Gambar.....	ix
Daftar Tabel.....	x
Bab 1 Pendahuluan.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Batasan Masalah	6
1.6 Definisi Operasional	7
Bab 2 Tinjauan Pustaka.....	11
2.1 Telaah Penelitian Terdahulu	11
2.2 Kandungan Nutrisi pada Tempe	18
2.3 Uji Penerimaan Rasa Konsumen.....	20
2.4 Pengukuran Sensitivitas Harga	20
Bab 3 Metodologi Penelitian.....	22
3.1 Prototipe	22
3.2 Subyek Penelitian.....	22
3.3 Prosedur Pengujian	22
3.4 Pengumpulan Data	23
3.5 Metode Analisis Data	24
Bab 4 Analisis Data dan Pembahasan.....	25
4.1 Prototipe	25
4.2 Karakteristik Responden.....	25
4.3. Proses Eksperimen	27
4.4 <i>One Way Analysis of Variance</i> (ANOVA).....	28
4.5 Analisis Sensitivitas Harga.....	33
4.6 Sikap terhadap Kandungan Suatu Minuman.....	37
4.7 Kesadaran terhadap Kesehatan	47
4.8 Pembahasan.....	50
Bab 5 Kesimpulan, Saran, dan Implikasi Manajerial.....	58
5.1 Kesimpulan	57
5.2 Saran	59
5.3 Implikasi Manajerial	60
Daftar Pustaka	xi

Daftar Gambar

Gambar 4.1 <i>Price Sensitivity Measurement Rasa Original</i>	35
Gambar 4.2 <i>Price Sensitivity Measurement Rasa Kopi Moka</i>	36



Daftar Tabel

Tabel 4.1 Karakteristik Responden	26
Tabel 4.2 Rata-Rata, Standar Deviasi, dan ANOVA terhadap Jenis Kelamin dan Kesukaan Rasa	29
Tabel 4.3 Rata-Rata, Standar Deviasi, dan ANOVA terhadap Usia dan Kesukaan Rasa.....	29
Tabel 4.4 Rata-Rata, Standar Deviasi, dan ANOVA terhadap Jenis Kelamin dan Niat Beli	30
Tabel 4.5 Rata-Rata, Standar Deviasi, dan ANOVA terhadap Usia dan Niat Beli.....	31
Tabel 4.6 Rata-Rata, Standar Deviasi, dan ANOVA terhadap Pendapatan dan Niat Beli.....	32
Tabel 4.7 Rata-Rata, Standar Deviasi, dan ANOVA terhadap Pola Diet dan Niat Beli.....	32
Tabel 4.8 Penerimaan Maksimum, Minimum, dan Rata-Rata Rasa Original	34
Tabel 4.9 Sensitivitas Harga pada Rasa Original	35
Tabel 4.10 Penerimaan Maksimum, Minimum, dan Rata-Rata Rasa Kopi Moka.....	36
Tabel 4.11 Sensitivitas Harga pada Rasa Kopi Moka	37
Tabel 4.12 Uji ANOVA terhadap Pola Makan Sehat.....	38
Tabel 4.13 Uji ANOVA terhadap Preferensi Minuman	39
Tabel 4.14 Sikap terhadap Kandungan Gula	40
Tabel 4.15 Sikap terhadap Kandungan Lemak.....	42
Tabel 4.16 Keingintahuan terhadap Kandungan Nutrisi	43
Tabel 4.16 Kepentingan Rasa dibandingkan Kualitas.....	44
Tabel 4.17 Perhatian terhadap Komposisi.....	45
Tabel 4.18 Dorongan untuk Mengonsumsi Sari Fermentasi Kedelai.....	49

Daftar Lampiran

1. Kuesioner
2. Koding
3. Hasil Uji ANOVA

