

**ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP  
TEH DALAM KEMASAN SIAP MINUM  
(Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Pertanian  
Universitas Andalas)**

**SKRIPSI**

**OLEH**



**DWI INTAN LESTARI  
NIM. 1710221017**

**Pembimbing I : Dr. Muhammad Hendri, SP.MM**

**Pembimbing II: Lora Triana, SP.MM**

**FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS ANDALAS  
PADANG  
2023**

# **ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP TEH DALAM KEMASAN SIAP MINUM**

**(Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas  
Andalas)**

## **Abstrak**

Minuman teh dalam kemasan adalah produk minuman yang diperoleh dari seduhan teh (*Camellia Sinesis L.*) dalam air minum dengan penambahan atau tanpa penambahan gula, dengan atau tanpa penambahan bahan pangan lain, dan bahan tambahan pangan yang diizinkan untuk minuman teh dalam kemasan sesuai dengan ketentuan yang berlaku dan dikemas secara sistematis. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui atribut produk apa saja yang menjadi preferensi konsumen dan atribut produk yang paling dipertimbangkan konsumen terhadap keputusan pembelian produk teh dalam kemasan siap minum pada kalangan mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Andalas. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis konjoin dengan metode full profile. Hasil analisis data pada penelitian ini menunjukkan preferensi konsumen mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Andalas terhadap teh dalam kemasan siap minum yaitu kategori atribut merek yang menjadi preferensi adalah merek Teh Botol Sosro, atribut rasa yang disukai adalah rasa manis, atribut harga adalah harga kurang dari Rp 4.000, atribut kemasan adalah kemasan botol plastik, dan atribut ukuran adalah ukuran 450 ml. Atribut minuman teh siap minum dalam kemasan yang paling dipertimbangkan oleh mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Andalas secara berturut-turut adalah merek, harga, kemasan, ukuran, dan rasa. Berdasarkan nilai signifikansi Pearson's R dan Kendall's Tau yang masing-masing bernilai 0,000 dimana  $0,000 < 0,05$  yang menunjukkan adanya hubungan yang sangat kuat antara hasil estimasi dengan hasil aktual pada preferensi konsumen mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Andalas terhadap minuman teh dalam kemasan siap minum.

***Kata Kunci*** : Teh, Preferensi Konsumen, Atribut, Analisis Konjoin, Full Profile

# **ANALYSIS OF CONSUMER PREFERENCE FOR READY TO DRINK TEA**

## **(Case Study on Students of the agricultural Faculty of Universitas Andalas)**

### **Abstract**

Ready to drink tea is a beverage product made from brewed tea (*Camellia Sinesis L.*) with or without adding sugar, other food ingredients, and food additives permitted for tea drinks in packaging that complies with applicable regulations, and it is packaged systematically. This study aims to determine which product attributes are consumer preferences and which are the essential attributes to consumers when purchasing ready to drink tea products among students at the agricultural Faculty of Universitas Andalas. The analysis used in this study is conjoint analysis with the full profile method. The findings reveal the consumer preferences for ready to drink tea, specifically the Teh Botol Sosro brand, the taste attribute of having a sweet taste, and the price attribute of Rp. 4,000, the packaging attribute of a plastic bottle, and the size attribute of 450 ml. Students at the agricultural Faculty of Universitas Andalas prioritized brand, price, packaging, size, and taste when purchasing ready to drink tea. The significance values of Pearson's R and Kendall's Tau are 0.000, where  $0.000 < 0.05$  indicates a robust relationship between the estimation results and the actual results on the consumer preferences of the agricultural Faculty of Universitas Andalas students for ready to drink tea.

**Keywords :** *Tea, Consumer Preferences, Attribute, Conjoint Analysis, Full Profile*

