

## **ABSTRACT**

### **CONSUMER BEHAVIOR AND PREFERENCES ON CHOCOLATE DODOL CASE STUDY: STUDENTS OF AGRICULTURAL PRODUCT TECHNOLOGY DEPARTMENT, THE UNIVERSITY OF LAMPUNG**

**By**

**Ulya Isnainu Putra**

The purpose of the research was to identify consumer behavior and preference on chocolate dodol. The formula of chocolate dodol namely THP which was used in this research obtained from the previous research by Azkiyah, a student of agricultural product technology of the University of Lampung, while a product from commercial market dodol was used as a comparison. This study was a survey research design with interview and questionnaire tools as its method of data collections. Then, the data was analyzed descriptively.

The results showed that consumers bought and consumed dodol firstly as a trial. THP's dodol was superior compared two commercial products in the terms of packaging size, convenience in consumption, product composition, and packaging design. Moreover, the consumers preferred THP's dodol then its competitors in the properties of texture, colour, aroma, flavor, and overall acceptance.

**Keyword :** preference, consumer behaviour, chocolate dodol

## **ABSTRAK**

### **PREFERENSI DAN PERILAKU KONSUMEN MAHASISWA TEKNOLOGI HASIL PERTANIAN UNIVERSITAS LAMPUNG TERHADAP DODOL COKLAT**

**Oleh**

**ULYA ISNAINU PUTRA**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui preferensi dan perilaku konsumen terhadap produk dodol coklat. Formulasi dodol coklat yang digunakan merupakan hasil penelitian dari Azkiyah, mahasiswa Teknologi Hasil Pertanian Universitas Lampung, dimana sebuah produk dodol dari pasar komersial digunakan sebagai pembandingan. Penelitian dilakukan dengan metode survei menggunakan kuisioner dan wawancara sebagai metode untuk mengumpulkan data. Kemudian data tersebut dianalisis secara deskriptif

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa konsumen membeli dan mengkonsumsi dodol diawali dengan *trial* (coba-coba). Dodol THP merupakan produk unggul jika dibandingkan dengan produk komersial dalam hal ukuran kemasan, kemudahan saat mengkonsumsi, komposisi produk dan desain kemasan. Terlebih lagi, konsumen lebih menyukai dodol THP dibandingkan dengan pesaingnya dalam hal tekstur, warna, aroma, rasa dan penerimaan keseluruhan.

Kata kunci: preferensi, perilaku konsumen, dodol coklat.