

ABSTRACT

ANALYSIS CONSUMER ATTITUDES AND BUYING INTENTIONS TOWARDS CHICKEN NUGGET INVENTION PRODUCTS WITH TOFU DREGS SUBSTITUTION

By

SUKASIH SHALOOM PARDEDE

Tofu dregs can emit an unpleasant odor if not promptly handled, necessitating further processing is needed to extend the shelf life of the tofu dregs by transforming them into nuggets. The high nutritional of tofu dregs provides an opportunity to be used as a substitute ingredient in food processing such as nuggets, because it can reduce production costs and increase the added value of tofu dregs. In general, nuggets are made using chicken meat, and the price is quite expensive, so not everyone can enjoy them. One alternative that can be used as a substitute ingredient in making chicken nuggets is tofu dregs. As a new product, chicken nuggets substituted with tofu dregs really need to analyze the product's attributes to determine consumer purchasing intentions. The data collection technique in this research is to use a questionnaire on consumer preferences in 20 sub-districts of Bandar Lampung City. The results obtained from Fishbein's multi-attribute analysis are that consumer attitudes towards product attributes are considered very good with a score of 145.63. Meanwhile, the results obtained from multiple linear regression analysis are that 38% of the distribution of the dependent variable can be explained by the independent variables, and the results obtained from the purchase intention analysis are that consumers have quite high interest in buying products. This research concludes that the attribute importance level is consumer purchase intention, the highest value is nutritional value at 4.52, while the performance level of the attribute that is the consumer's purchase intention with the highest value is chicken taste at 4.55. Apart from that, the

consumer's attitude towards product attributes is very good with a score of 145.63. This can be seen from the attitude index which is in the range 135 to 225. Furthermore, the purchase intention is 3.88, which means that consumers have quite high interest in buying the product. Invention of chicken nuggets with tofu dregs substituted for sale.

Keywords: Nugget, Consumer Attitude, Consumer Purchase Intention, Tofu Dregs, Multiattribute Fishbein

ABSTRAK

ANALISIS SIKAP DAN NIAT BELI KONSUMEN PADA PRODUK INVENSI *NUGGET* AYAM YANG DISUBSTITUSI AMPAS TAHU

OLEH

SUKASIH SHALOOM PARDEDE

Ampas tahu akan menimbulkan bau tidak sedap apabila tidak segera ditangani, sehingga perlu penanganan lebih lanjut untuk meningkatkan umur simpan ampas tahu dengan cara dibuat menjadi nugget. Kandungan zat gizi yang tinggi pada ampas tahu memberikan peluang untuk dimanfaatkan sebagai bahan substitusi dalam pengolahan makanan seperti *nugget*, karena dapat mengurangi biaya produksi dan peningkatan nilai tambah ampas tahu dapat ditingkatkan. Pada umumnya pembuatan *nugget* menggunakan daging ayam, dan harganya terbilang cukup mahal, sehingga membuat tidak semua kalangan dapat menikmatinya. Salah satu alternatif yang dapat digunakan sebagai bahan substitusi lain pada pembuatan *nugget* ayam adalah ampas tahu. Sebagai produk baru, nugget ayam yang disubstitusi ampas tahu sangat perlu menganalisis atribut-atribut produk tersebut untuk mengetahui niat beli konsumen. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah menggunakan kuisioner terhadap preferensi konsumen yang ada di 20 Kecamatan Kota Bandar Lampung. Hasil yang didapat dari analisis multiatribut fishbein yaitu sikap konsumen terhadap atribut produk terbilang sangat baik dengan skor 145,63. Sedangkan hasil yang didapat dari analisis regresi linier berganda yaitu 38% sebaran variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen, dan hasil yang didapat dari analisis *purchase intention* yaitu konsumen memiliki minat yang cukup tinggi dalam membeli produk. Penelitian ini menyimpulkan bahwa tingkat kepentingan atribut yang menjadi niat beli konsumen dengan nilai tertinggi adalah nilai gizi sebesar 4,52, sedangkan tingkat kinerja atribut yang menjadi niat beli konsumen dengan nilai tertinggi adalah rasa ayam sebesar 4,55. Selain itu, sikap konsumen terhadap atribut produk adalah sangat baik dengan skor 145,63 hal ini terlihat dari besarnya indeks sikap tersebut berada pada range 135 sampai 225. Selanjutnya, niat beli diperoleh sebesar 3,88

yang berarti konsumen memiliki minat yang cukup tinggi dalam membeli produk invensi nugget ayam yang disubstitusi ampas tahu apabila diperjual belikan.

Kata kunci: Nugget, Sikap Konsumen, Niat Beli Konsumen, Ampas Tahu, Multiatribut Fishbein