

## RINGKASAN

ANNISA IZZATUL MILLAH. Analisis Preferensi Konsumen terhadap Produk Goodbar (*Good Snack Bar*). *Analysis of Consumer Preferences towards Goodbar (Good Snack Bar) Products*. Dibimbing oleh WORO WIRYAR TUTIK.

Perubahan pola konsumsi makanan akibat globalisasi membuat sebagian masyarakat cenderung mengonsumsi makanan yang tidak sehat seperti tinggi gula. Sehingga dapat dilakukan pengembangan atau modifikasi produk dengan pemanis alami seperti produk Goodbar. Goodbar (*good snack bar*) berasal dari kata *good* (bagus atau baik) dan *snack bar* (produk pangan berkalori tinggi yang dibuat dari campuran bahan pangan, diperkaya dengan nutrisi, kemudian dibentuk menjadi bentuk padat dan kompak). Sehingga Goodbar merupakan *snack bar* yang bagus dalam artian sehat.

Tujuan umum dari tugas akhir ini adalah mengkaji preferensi konsumen terhadap produk Goodbar. Adapun tujuan khusus dari tugas akhir ini adalah (1) Mengkaji gambaran umum produk Goodbar. (2) Mengidentifikasi tahap produksi produk Goodbar. (3) Menghitung kandungan gizi produk Goodbar. (4) Menganalisis biaya produksi produk Goodbar. (5) Menganalisis daya terima produk Goodbar dengan uji organoleptik. (6) Menganalisis preferensi konsumen terhadap produk Goodbar.

Pengembangan produk dilaksanakan pada tanggal 1 September 2020 sampai 2 Oktober 2020 di Desa Bulusari RT 03 RW 03 Kecamatan Gandrungmangu, Kabupaten Cilacap, Provinsi Jawa Tengah. Pengambilan data tambahan pada tanggal 11-18 Juni 2021 menggunakan kuesioner untuk mengetahui preferensi konsumen terhadap Goodbar. Metode pengambilan data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif dengan skala likert yang dibagi menjadi tiga interval kelas untuk diambil kesimpulan.

Analisis preferensi konsumen terhadap produk Goodbar dilakukan dari segi penampilan, warna, rasa, aroma, tekstur, porsi, dan kemasan. Analisis preferensi konsumen terhadap Goodbar dengan rata-rata tertinggi yaitu 4,46 (kategori sangat suka 3.67 – 5.00) adalah dari segi kemasan, konsumen memiliki kecenderungan tinggi untuk mengonsumsi produk dengan kemasan yang menarik dan aman. Analisis preferensi konsumen terhadap Goodbar dengan rata-rata terendah yaitu 4,1 (kategori sangat suka 3.67 – 5.00) adalah dari segi rasa, konsumen memiliki kecenderungan tinggi untuk mengonsumsi produk yang lebih manis dari pada terdapat sedikit rasa pedas jahe. Hal tersebut dapat menunjukkan bahwa konsumen kurang memperhatikan konsumsi jahe untuk kesehatan tubuh. Analisis preferensi konsumen terhadap Goodbar dari segi penampilan, warna, rasa, aroma, tekstur, porsi, dan kemasan dengan total rata-rata 4,25 (kategori sangat suka 3.67 – 5.00) yang menunjukkan bahwa preferensi konsumen terhadap Goodbar yaitu sangat suka. Hal tersebut dapat menunjukkan bahwa terdapat ketertarikan konsumen untuk mengonsumsi produk Goodbar dan dapat terjadi pengulangan dalam konsumsi produk Goodbar.

Kata Kunci : Daya Terima, Preferensi Konsumen, *Snack Bar*