

**MINAT MENGGONSUMSI PRODUK SUSU PASTEURISASI  
PADA MAHASISWA FAKULTAS PETERNAKAN  
UNIVERSITAS HASANUDDIN**

**SKRIPSI**

**WALDIANA  
I011 19 1118**



**FAKULTAS PETERNAKAN  
UNIVERSITAS HASANUDDIN  
MAKASSAR  
2023**

**MINAT MENGGONSUMSI PRODUK SUSU PASTEURISASI  
PADA MAHASISWA FAKULTAS PETERNAKAN  
UNIVERSITAS HASANUDDIN**

**SKRIPSI**

**WALDIANA  
I011 19 1118**

**Skripsi Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana Peternakan pada Fakultas Peternakan  
Universitas Hasanuddin**

**FAKULTAS PETERNAKAN  
UNIVERSITAS HASANUDDIN  
MAKASSAR  
2023**

## PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Waldiana

NIM : I011 19 1118

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya tulis dengan judul: **Minat Mengonsumsi Produk Susu Pasteurisasi pada Mahasiswa Fakultas Peternakan Universitas Hasanuddin** adalah asli.

Apabila sebagian atau seluruhnya dari karya skripsi ini tidak asli atau plagiasi maka saya bersedia dikenakan sanksi akademik sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini dibuat untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Makassar, 27 November 2023

Peneliti



Waldiana

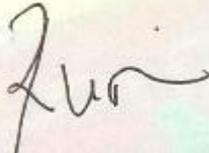
## HALAMAN PENGESAHAN

**Judul Penelitian** : Minat Mengonsumsi Produk Susu Pasteurisasi pada Mahasiswa Fakultas Peternakan Universitas Hasanuddin

**Nama** : Waldiana

**NIM** : I011 19 1118

Skripsi ini Telah Diperiksa dan Disetujui oleh :



Dr. Ir. Palmarudi M., S.U  
Pembimbing Utama



Dr. Ir. Muh. Ridwan, S.Pt., M.Si., IPU  
Pembimbing Anggota



Dr. Ir. Kenny Fannyah Utamy, S.Pt., M. Agr., IPM  
Ketua Program Studi

Tanggal Lulus: Rabu, 22 November 2023

## RINGKASAN

**Waldiana.** I011 19 1118. Minat Mengonsumsi Produk Susu Pasteurisasi pada Mahasiswa Fakultas Peternakan Universitas Hasanuddin. Pembimbing Utama: **Dr. Ir. Palmarudi M., S.U** dan pembimbing Anggota: **Dr. Ir. Muh. Ridwan, S.Pt., M.Si, IPU**

Susu pasteurisasi merupakan pengolahan susu dengan cara memanaskan susu untuk mempertahankan kualitas dan kemanannya. Terkait dengan konsumsi susu pasteurisasi, mahasiswa tidak asing lagi mendengar produk olahan susu tersebut dan mungkin sudah pernah mengonsumsi susu pasteurisasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana tingkat minat mahasiswa Fakultas Peternakan Universitas Hasanuddin dalam mengonsumsi produk susu pasteurisasi. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Agustus 2023, yang dilaksanakan di Fakultas Peternakan Universitas Hasanuddin. Jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian kuantitatif deskriptif. Populasi yang digunakan adalah mahasiswa S1 Fakultas Peternakan Universitas Hasanuddin dengan sampel sebanyak 60 orang yang ditentukan berdasarkan rumus slovin. Teknik pengambilan sampel yaitu *Accidental sampling* dan *Quota sampling*. Analisis data yang digunakan adalah statistik deskriptif dengan menggunakan skala likert dengan pengkategorian data berdasarkan rumus tinggi ( $X \geq M+SD$ ), sedang ( $M-SD \leq X < M+SD$ ) dan rendah ( $X < M-SD$ ). Hasil penelitian menunjukkan bahwa Minat Eksploratif pada susu pasteurisasi mayoritas berada pada kategori tinggi, minat transaksional mayoritas berada pada kategori tinggi, minat preferensial mayoritas berada pada kategori sedang dan minat referensial mayoritas sedang. Merek susu pasteurisasi yang banyak dikonsumsi mahasiswa adalah Cimory dan Greenfileds dengan varian rasa favorit adalah coklat.

Kata Kunci : Konsumsi, Mahasiswa, Minat, Susu Pasteurisasi.

## SUMMARY

**Waldiana.** I011 19 1118. Interest in Consuming Pasteurized Milk Products among Students at the Faculty of Animal Husbandry, Hasanuddin University. Supervisor: **Dr. Ir. Palmarudi M., S.U** and Co-supervisor: **Dr. Ir. Muh. Ridwan, S.Pt., M.Si, IPU**

Pasteurized milk was a method used to heat the milk in order to maintain its quality and safety. Regarding the consumption of pasteurized milk, students were not unfamiliar with this processed milk product and may have already consumed it. This research aimed to determine the level of interest among students of the Faculty of Animal Husbandry at Hasanuddin University in consuming pasteurized milk products. The research was conducted in August 2023 at the Faculty of Animal Husbandry, Hasanuddin University. The research design used was descriptive quantitative research. The population consisted of undergraduate students of the Faculty of Animal Husbandry at Hasanuddin University, with a sample size of 60 determined using the Slovin formula. Accidental sampling and Quota sampling techniques were used for sample selection. The data analysis employed descriptive statistics using a Likert scale with data categorization based on the formula for high ( $X \geq M+SD$ ), medium ( $M-SD \leq X < M+SD$ ), and low ( $X < M-SD$ ) levels. The results of the research indicated that the majority of students had a high level of explorative interest in pasteurized milk, a high level of transactional interest, a medium level of preferential interest, and a medium level of referential interest. The most consumed brands of pasteurized milk among students were Cimory and Greenfields, with the favorite flavor variant being chocolate.

Keywords: Consumption, , Interest, Pasteurized Milk, Students

## KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim, segala puji Allah SWT atas segala rahmat hidayah dan keberkahan-Nya sehingga penulis memperoleh kemudahan dalam penyusunan dan penyelesaian Makalah Seminar Hasil Penelitian ini.

Limpahan rasa hormat, kasih sayang, cinta dan terima kasih tiada tara, kepada Ayah **Abu Naim** dan Ibu **Karrama** selaku orang tua yang senantiasa mendoakan dan mendukung penulis. Penulis menampaikan rasa terima kasih dan penghargaan yang tak terhingga kepada :

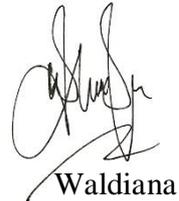
1. **Prof. Dr. Ir. Jamaluddin Jompa, M.Sc.** selaku Rektor Universitas Hasanuddin.
2. Dekan **Dr. Syahdar Baba, S.Pt., M.Si** dan Wakil Dekan Fakultas Peternakan, Universitas Hasanuddin.
3. Bapak **Dr. Ir. Palmarudi M., S.U** sebagai pembimbing utama dan Bapak **Dr. Ir. Muh. Ridwan, S.Pt., M.Si, IPU** sebagai pembimbing anggota yang telah mencurahkan perhatian, ilmu, dan mengarahkan penulis dalam penyusunan skripsi ini.
4. **Prof. Dr. Ir. Sitti Nurani Sirajuddin, S.Pt., M.Si., IPU** dan ibu **Dr. Ir. Agustina Abdullah, S.Pt., M.Si., IPM., ASEAN Eng** sebagai dosen penguji yang telah banyak memberikan masukan dan mengarahkan penulis dalam penyusunan skripsi ini.
5. Sahabat seperjuangan dikampus **Gusmalinda, Amelia Rahmawati, Nur Ainun Afiah, Olivia Pradanah Lewa dan Annisa** yang banyak berkontribusi dalam membantu penulis selama dibangku perkuliahan dan dalam penyusunan skripsi ini.

6. Seluruh pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Terima kasih atas segala bantuannya dalam penyusunan makalah ini.

Dengan sangat rendah diri, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu kritikan serta saran pembaca sangat diharapkan demi perkembangan dan kemajuan ilmu pengetahuan nantinya. Semoga makalah ini dapat memberi manfaat kepada kita semua Aamiin.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Makassar, November 2023



Waldiana

# DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan Penulisan .....	5
1.4 Manfaat Penulisan.....	5
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Tinjauan Umum Susu .....	7
2.2 Tinjauan Umum Susu Pasteurisasi.....	9
2.3 Pengertian Minat .....	10
2.4 Minat Beli Konsumen.....	12
2.5 Perilaku Konsumen.....	15
2.6 Penelitian Terdahulu .....	16
2.7 Kerangka Penelitian .....	17
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian .....	1
3.2 Jenis Penelitian.....	19
3.3 Jenis dan Sumber Data .....	19
3.4 Metode Pengumpulan Data .....	20
3.5 Populasi dan Sampel.....	20
3.6 Analisis Data .....	22
3.7 Konsep Operasional.....	24
3.8 Variabel Penelitian.....	25
<b>BAB IV DESKRIPSI UMUM LOKASI PENELITIAN</b>	
4.1 Sejarah Singkat Fakultas Peternakan UNHAS .....	26
4.2 Visi.....	27
4.3 Misi .....	27
<b>BAB V DESKRIPSI UMUM RESPONDEN</b>	
5.1 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	28
5.2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Tempat Tinggal Saat Ini.....	29
5.3 Klasifikasi Responden Berdasarkan Uang Bulanan .....	30

## BAB VI HASIL DAN PEMBAHASAN

6.1 Minat Eksploratif .....	31
6.2 Minat Transaksional .....	34
6.3 Minat Preferensial .....	38
6.4 Minat Referensial.....	42
6.5 Distribusi Kategorisasi Keseluruhan Minat dalam Mengonsumsi Produk Susu Pasteurisasi pada Mahasiswa Fakultas Peternakan Universitas Hasanuddin.....	45
6.6 Identifikasi Produk Susu Pasteurisasi yang Diminati Mahasiswa Fakultas Peternakan .....	48

## BAB VII KESIMPULAN DAN SARAN

7.1 Kesimpulan.....	53
7.2 Saran .....	53

DAFTAR PUSTAKA .....	54
----------------------	----

LAMPIRAN .....	59
----------------	----

RIWAYAT HIDUP .....	78
---------------------	----

## DAFTAR TABEL

No	Halaman
1. Data Penjualan Susu Pasteurisasi Cimory .....	2
2. Karakteristik Konsumen Susu dari Kalangan Masyarakat dengan Berbagai Usia .....	3
3. Penelitian Terdahulu .....	16
4. Kisi-kisi Variabel Penelitian.....	25
5. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	28
6. Karakteristik Responden Berdasarkan Tempat Tinggal Saat Ini .....	29
7. Karakteristik Responden Berdasarkan Uang Bulanan .....	30
8. Indikator Pengukuran Minat Eksploratif .....	31
9. Distribusi Kategorisasi Minat Eksploratif .....	33
10. Indikator Pengukuran Minat Transaksional .....	34
11. Distribusi Kategorisasi Minat Transaksional .....	36
12. Indikator Pengukuran Minat Preferensial .....	38
13. Distribusi Kategorisasi Minat Preferensial.....	40
14. Indikator Pengukuran Minat Referensial.....	43
15. Distribusi Kategorisasi Minat Referensial.....	46
16. Distribusi Kategorisasi Minat Mahasiswa Fakultas Peternakan Universitas Hasanuddin dalam Mengkonsumsi Produk Susu Pasteurisasi .....	47
17. Rekapitulasi Minat Mahasiswa Fakultas Peternakan Universitas Hasanuddin dalam Mengkonsumsi Produk Susu Pasteurisasi Produk Susu Pasteurisasi yang Pernah Dikonsumsi .....	48
18. Varian dan Rasa Susu Pasteurisasi yang Disukai Responden.....	50

## DAFTAR GAMBAR

No	Halaman
1. Kerangka Berpikir Penelitian .....	17
2. Berbagai Gambar Macam Produk Susu Pasteurisasi .....	48

## DAFTAR LAMPIRAN

No	Halaman
1. Kuesioner Penelitian .....	59
2. Dokumentasi Penelitian .....	62
3. Identitas Responden .....	64
4. Perhitungan Minat Eksploratif.....	65
5. Perhitungan Minat Transaksional.....	68
6. Perhitungan Minat Preferensial .....	71
7. Perhitungan Minat Referensial .....	74
8. Perhitungan Rekapitulasi Aspek Minat.....	77

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Peternakan merupakan salah satu sektor yang dapat dikembangkan karena sektor peternakan memiliki peran yang sangat penting dalam memenuhi kebutuhan pangan hewani masyarakat. Hasil ternak dan produk olahannya mempunyai kandungan gizi lebih baik jika dibandingkan dengan protein yang bersumber dari tumbuh-tumbuhan (nabati). Teknologi peternakan semakin berkembang pesat dalam rangka mencapai tujuan pembangunan peternakan. Berbagai teknologi canggih telah ditemukan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat yang semakin maju (Anggraeni, dkk., 2021).

Kemajuan teknologi akan sangat penting dan tidak bisa dihindari dalam semua aspek kehidupan manusia di masa depan. Di dunia industri, terutama dalam industri susu yang mempunyai masa kadaluarsa yang tinggi, suhu pemantauan sangat penting untuk menjaga kualitas susu dan memusnahkan bakteri. Industri pengolahan susu merupakan salah satu industri minuman yang memiliki peran penting dalam upaya menyediakan dan memenuhi kebutuhan gizi pada masyarakat (Dharmawan, dkk., 2019).

Susu adalah produk peternakan yang kaya akan gizi karena mengandung berbagai zat makanan yang seimbang seperti protein, lemak, karbohidrat, mineral, dan vitamin yang sangat diperlukan oleh tubuh manusia. Susu berasal dari ambing sapi perah yang diperoleh dengan cara pemerahan tanpa mengurangi atau menambah suatu komponen atau bahan lainnya. Jika penanganan susu kurang baik maka masa simpan relatif singkat, untuk memperpanjang masa simpan susu

diperlukan pengawetan atau pengolahan susu. Salah satu produk olahan susu adalah susu pasteurisasi (Ananthama, dkk., 2022).

Pasteurisasi merupakan metode pengolahan susu dengan cara memanaskan susu untuk mempertahankan kualitas dan keamanannya. Proses ini bertujuan untuk membasmi bakteri patogen yang mungkin terdapat dalam susu (Ananthama, dkk., 2022). Susu pasteurisasi sudah banyak diproduksi oleh perusahaan susu contohnya saja PT. Indolacto yang memproduksi susu UHT dan juga susu pasteurisasi. Susu pasteurisasi Indomilk merupakan produksi dari PT. Indolacto yang bersaing *head to head* dengan kompetitor utama, yaitu Greenfields, Cimory dan Diamond. Keempat merek tersebut merupakan produsen utama dalam persaingan susu pasteurisasi (Pratama, 2016).

Tabel 1. Data Penjualan Susu Pasteurisasi Cimory Kemasan Siap Minum

No	Tahun	Jumlah Penjualan (Karton)
1.	2022	91
2.	2021	71
3.	2020	79
4.	2019	90

Sumber : Outlet Indomaret Pannampu, 2023.

Menurut data penjualan susu pasteurisasi Cimory pada outlet Indomaret Pannampu, menunjukkan adanya penurunan penjualan. pada tahun 2019 jumlah penjualan susu sebanyak 90 karton. Kemudian terjadi penurunan pada tahun 2020 terjual sebanyak 79 karton. Pada tahun 2021 kembali mengalami jumlah penurunan penjualan karena hanya 71 karton yang terjual. Hal ini dapat disebabkan karena terjadi Covid-19 hingga terjadi penurunan penjualan dan penurunan ini bukan hanya pada produk susu pasteurisasi cimory saja, ada beberapa produk susu yang juga turut mengalami penurunan. Kemudian pada

tahun 2022 penjualan kembali normal dan bahkan melebihi penjualan tahun 2019 yaitu sebanyak 91 kotak.

Berikut merupakan karakteristik konsumen susu pada penelitian Anggraeni, dkk., 2021. Dimana konsumen tersebut berasal dari berbagai usia dan latarbelakang yang berbeda, data tersebut dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 2. Karakteristik Konsumen Susu dari Kalangan Masyarakat dengan Berbagai Usia

<b>Karakteristik</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Karakteristik</b>	<b>Jumlah</b>
Usia Konsumen Susu		Jenis Susu yang dikonsumsi	
• 18-25 Tahun	39	• Susu pasteurisasi	-
• 26-33 Tahun	20	• Susu UHT	29
• >33 Tahun	1	• Susu bubuk	27
		• Susu kental manis	4

Sumber : Data dari Penelitian Anggraeni, dkk., 2021.

Data tersebut menunjukkan karakteristik konsumen dengan usia 18-25 tahun mendominasi mengkonsumsi susu. Dimana masyarakat mengkonsumsi susu pada usia tersebut rata-rata berasal dari kalangan mahasiswa. Jenis susu yang banyak dikonsumsi adalah susu cair UHT yang dapat dengan mudah didapatkan dari minimarket. Ukuran konsumsi susu pada masyarakat rata-rata <1 gelas dalam sehari. Kemudian jenis susu yang tidak diminati pada mahasiswa penelitian ini adalah susu pasteurisasi (Anggraeni, dkk., 2021). Sehingga peneliti juga tertarik untuk mengetahui minat susu pasteurisasi pada mahasiswa tepatnya mahasiswa Fakultas Peternakan Universitas Hasanuddin.

Fakultas Peternakan adalah salah satu fakultas di Universitas Hasanuddin yang berfokus pada ilmu peternakan. Fakultas ini mengajarkan pengetahuan dan keterampilan dalam merawat, membiakkan, dan memelihara hewan ternak untuk berbagai produk seperti daging, susu dan telur. Fakultas Peternakan terdiri dari berbagai disiplin ilmu termasuk ilmu nutrisi ternak, reproduksi ternak, teknologi

hasil ternak dan sosial ekonomi peternakan. Mahasiswa Fakultas Peternakan belajar tentang cara meningkatkan produksi dan kualitas produk hasil ternak, serta tentang pentingnya kesejahteraan hewan dan keberlanjutan lingkungan dalam praktik peternakan. Terkait dengan konsumsi susu pasteurisasi, mahasiswa tidak asing lagi mendengar produk olahan susu tersebut dan mungkin sudah pernah mengonsumsi susu pasteurisasi. Lingkungan yang didominasi mahasiswa mempunyai pola konsumsi yang kurang stabil dan tidak sama, yang dapat diakibatkan oleh karakteristik konsumen yang cenderung tidak sama, yang pada umumnya pola konsumsinya lebih bervariasi akibat karakteristik internal yang cenderung berbeda (Lubis, 2017).

Berdasarkan observasi awal kepada 10 orang mahasiswa Fakultas Peternakan Universitas Hasanuddin diketahui bahwa 5 mahasiswa tidak berminat minat mengonsumsi susu pasteurisasi disebabkan 2 diantaranya memang tidak menyukai rasa susu dan 3 mahasiswa lebih memilih jenis minuman lainnya. Kemudian 5 mahasiswa berminat untuk mengonsumsi susu pasteurisasi dan diantaranya sudah pernah mengonsumsi susu pasteurisasi. Karena adanya kesamaan mahasiswa yang berminat dan tidak berminat mengonsumsi susu pasteurisasi, sehingga peneliti tertarik untuk mengetahui bagaimana minat mengonsumsi susu pasteurisasi pada mahasiswa Fakultas Peternakan Universitas Hasanuddin. Dan minat beli tersebut dipengaruhi faktor-faktor kualitas, merek, kemasan, harga, kebutuhan konsumen dan ketersediaan barang. Adanya minat beli tersebut dapat diidentifikasi melalui minat transaksional, minat refrensial, minat preferensial dan minat eksploratif (Wonok dan Loindong, 2018). Hal ini menjadi dasar pertimbangan peneliti yang relevan untuk dilaksanakannya penelitian

tentang Minat Mengonsumsi Produk Susu Pasteurisasi pada Mahasiswa Fakultas Peternakan Universitas Hasanuddin.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan tersebut, maka dapat dirumuskan permasalahan yaitu bagaimana tingkat minat mahasiswa fakultas peternakan dalam mengonsumsi produk susu pasteurisasi.

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana tingkat minat mahasiswa fakultas peternakan Universitas Hasanuddin dalam mengonsumsi produk susu pasteurisasi dan untuk mengetahui kesukaan terhadap merk susu pasteurisasi.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis, diantaranya sebagai berikut:

### **1. Manfaat secara Teoritis**

Hasil dari penelitian ini dapat menjadi dasar untuk pengembangan teori perilaku konsumen.

### **2. Manfaat secara Praktis**

Manfaat bagi Mahasiswa

Hasil dari penelitian ini dapat membantu dalam mengidentifikasi preferensi konsumen terhadap produk susu pasteurisasi dan dapat mengetahui produk-produk susu pasteurisasi.

Manfaat bagi Produsen Susu Pasteurisasi

- a. Penelitian ini dapat memberikan informasi tentang produk yang diminati mahasiswa fakultas peternakan terhadap produk susu pasteurisasi, sehingga dapat menjadi peluang bisnis.
- b. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kompetitif produsen susu pasteurisasi di pasar mahasiswa Fakultas Peternakan Universitas Hasanuddin.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Tinjauan Umum Susu**

Susu merupakan cairan yang berasal dari ambing sapi sehat yang diperoleh dengan cara pemerahan yang benar tanpa menambah atau mengurangi suatu komponen atau bahan lain. Susu sapi mengandung semua bahan yang dibutuhkan untuk pertumbuhan anak sapi. Susu juga merupakan bahan minuman yang sempurna, karena mengandung zat gizi dengan perbandingan yang optimal dan mudah dicerna. Air susu adalah salah satu sumber protein hewani yang sangat baik untuk kesehatan. Di samping itu, air susu juga sangat baik sebagai media pertumbuhan bakteri. Oleh karena itu, untuk mempertahankan kualitas air susu perlu pencegahan terhadap kerusakan (Ako, 2013).

Susu mengandung zat gizi yang lengkap dan sempurna sehingga baik untuk kesehatan. Vitamin yang terkandung di dalam susu adalah vitamin A, vitamin B dan vitamin C. Susu memiliki komponen yang lengkap dari pada bahan pangan lainnya, maka komponen yang dibutuhkan oleh tubuh terdapat dalam susu. Warna air susu adalah putih kebiruan hingga kuning keemasan. Warna susu yang baik adalah berwarna kekuningan karena terdapat lemak alami. Rasa susu sedikit manis serta bau khas susu (Devianti, dkk., 2018).

Komponen yang ada di dalam susu lebih lengkap dibandingkan pangan lain. Hal tersebut dikarenakan susu mengandung komponen yang dibutuhkan tubuh manusia antara lain air, mineral, lemak, vitamin, protein, enzim serta komponen susu lainnya. Ada dua bagian komposisi susu yaitu air 88,6% dan zat

padat 12,75%, dimana zat padat dibagi lagi menjadi empat bagian yaitu mineral 0,65%, lemak 3,8%, laktosa 4,8% dan protein 3,5% (Puspasari, 2017).

Air merupakan kebutuhan dengan kualitas tinggi dan susu mengandung sejumlah besar air (88,6%). Banyaknya air ini dikontrol banyaknya laktosa yang disintesis oleh sel-sel sekretori pada kelenjar susu, dengan banyaknya air di dalam susu maka mencerminkan keseimbangan. Air di dalam komponen kimiawi susu berfungsi untuk mendispersikan bahan padat dalam susu dan mempengaruhi konsistensi bahan pangan (Nurliyani, 2021).

Lemak atau lipid terdapat di dalam susu berbentuk jutaan bola kecil memiliki garis tengah antara 1-20 mikron dengan rata-rata garis tengah 3 mikron. Biasanya terdapat kira-kira  $1000 \times 10^6$  butiran lemak dalam setiap ml susu. Butiran tersebut dapat menyebabkan susu mudah dan cepat menyerap ke flavor asing karena mempunyai daerah permukaan yang luas. Kerusakan yang dapat terjadi pada lemak susu merupakan sebab dari berbagai perkembangan flavor yang menyimpang dalam produk susu, seperti ketengikan dan berbau amis. Ketengikan pada susu disebabkan oleh enzim lipase yang terdapat secara alam di dalam susu. Komponen mikro dari lemak susu antara lain adalah fosfolipid, sterol, tokoferol (vitamin E), karoten dan vitamin A dan D (Puspasari, 2017).

Protein susu terdapat dua kelompok yaitu casein yang dapat diendapkan oleh asam dan enzim renin dan protein whey yang dapat mengalami denaturasi oleh panas pada suhu kira-kira 65°C. Casein hanya ada pada susu, berupa partikel calcium caseinat yang merupakan gelatin dalam bentuk koloid. Mineral dalam susu sekitar 0,7%. Unsur-unsur mineral dalam susu terdapat dalam konsentrasi relatif tinggi adalah kalsium 0,112%, phosphor 0,095%, Magnesium 0,013%,

Natrium 0,059%, clorin 0,109% dan Belerang 0,01%. Sedangkan unsur-unsur mineral dalam konsentrasi rendah ialah besi 3,0 ppm, seng 3,0 ppm, silikon 2,0 ppm tembaga 0,3 ppm dan fluorin 0,25 ppm (Aritonang, 2017).

Susu harus memenuhi syarat-syarat kesehatan dan kebersihan, karena susu adalah media yang digemari oleh pertumbuhan mikroba. Jika, penanganan susu kurang baik maka masa simpan susu relatif singkat karena susu mudah rusak. Untuk memperpanjang masa simpan susu maka diperlukan pengawetan dan pengolahan susu. Jenis-jenis produk olahan susu yang sudah dikenal dalam industri pengolahan susu adalah susu skim dan susu krim, mentega, susu kental manis, yoghurt, susu bubuk, keju, es krim, susu sterilisasi dan susu pasteurisasi (Andrizal, dkk., 2013).

## **2.2 Tinjauan Umum Susu Pasteurisasi**

Nama susu pasteurisasi diambil dari nama ahli mikrobiologi yang terkenal yaitu Louis Pasteur yang dikenal sebagai penemu proses pasteurisasi. Beliau menemukan bahwa mikroorganisme penyebab kebusukan pada minuman anggur dapat dinonaktifkan dengan memberikan perlakuan panas pada suhu yang cukup tinggi, tetapi masih di bawah titik didih air. Proses pemanasan ini yang kemudian dikenal dengan nama pasteurisasi. Metode pasteurisasi kemudian digunakan secara luas pada susu dan menjadi proses yang paling populer di industri susu (Mismar, 2021).

Menurut Standar Nasional Indonesia (SNI), susu pasteurisasi merupakan susu rekonstruksi, susu segar, atau susu rekombinasi yang telah mengalami proses pemanasan. Pemanasan susu dilakukan pada suhu 63-66°C selama 30 menit, kemudian didinginkan hingga suhu mencapai 10°C dan disimpan pada suhu

maksimum 4,4°C. Susu rekontruksi adalah susu yang diperoleh dari penyatuan kembali bagian-bagian dari susu yang telah dipisahkan. Sedangkan, susu rekombinasi merupakan susu dari kombinasi bahan baku susu segar dan susu rekontruksi. Susu pasteurisasi biasanya dikemas menggunakan cup atau gelas dengan pilihan rasa yang beragam (Ako, 2013).

Pasteurisasi merupakan salah satu tindakan yang dapat dilakukan untuk mematikan bakteri patogen. Namun, melalui pasteurisasi bakteri yang berspora masih bertahan hidup. Pasteurisasi tidak merubah komposisi susu dan masih setara dengan susu segar. Pasteurisasi pada susu perlu dilakukan agar dapat mencegah kerusakan karena mikroba dan enzim serta dapat memberikan perlindungan terhadap penyakit yang dibawa oleh susu. Produk yang sudah diolah harus disimpan pada suhu rendah untuk mencegah pertumbuhan mikroba yang sanggup bertahan selama proses pasteurisasi selesai dan dilakukan tindakan pengamanan untuk mencegah kontaminasi ulang setelah pasteurisasi (Cahyaningtyas, dkk.,2016).

### **2.3 Pengertian Minat**

Minat merupakan rasa lebih suka dan tertarik pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada paksaan. Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu diluar diri. Semakin kuat atau dekat hubungan tersebut, semakin besar minatnya. Minat berhubungan dengan gaya gerak yang mendorong seseorang untuk menghadapi atau berurusan dengan orang, benda, kegiatan, pengalaman, yang dirangsang oleh kegiatan itu sendiri. Minat dapat diekspresikan melalui pernyataan yang menunjukkan bahwa siswa lebih menyukai

suatu hal lainnya dari pada hal lainnya, dapat pula dimanifestasikan melalui partisipasi dalam suatu aktivitas (Suralaga, 2021).

Minat muncul dari suatu kebutuhan dan keinginan untuk melakukan suatu kegiatan yang akhirnya berpengaruh terhadap pencapaian hasil kegiatan tersebut. Minat merupakan rasa keterkaitan, perhatian, keinginan lebih yang dimiliki seseorang terhadap suatu hal, tanpa ada dorongan. Minat tersebut akan menetap dan berkembang pada dirinya untuk memperoleh dukungan dari lingkungannya yang berupa pengalaman. Pengalaman akan diperoleh dengan mengadakan interaksi dengan dunia luar. Dengan demikian disimpulkan bahwa pengertian minat adalah kecenderungan individu untuk memiliki rasa senang tanpa ada paksaan sehingga dapat menyebabkan perubahan pengetahuan, keterampilan dan tingkahlaku (Syardiansyah, 2016).

Menurut Slameto (2003) menyatakan bahwa minat tidak dibawa sejak lahir, melainkan diperoleh kemudian. Minat terhadap sesuatu merupakan hasil belajar dan menyokong belajar selanjutnya, minat tidak akan muncul dengan sendirinya secara tiba-tiba dari dalam diri individu. Minat dapat timbul pada diri seseorang melalui proses, dengan adanya perhatian dan interaksi dengan lingkungan, maka minat tersebut dapat berkembang. Munculnya minat ini biasanya ditandai dengan adanya dorongan, perhatian, rasa senang, kemampuan, dan kecocokan atau kesesuaian. Timbulnya minat seseorang disebabkan oleh beberapa hal, yaitu rasa tertarik atau rasa senang, perhatian dan kebutuhan. Minat timbul karena perasaan senang serta tendensi yang dinamis untuk berperilaku atas dasar ketertarikan seseorang pada pada jenis-jenis kegiatan tertentu.

Minat dapat menyebabkan seseorang giat melakukan atau menuju ke sesuatu yang telah menarik minatnya. Melihat bahwa adanya minat pada diri seseorang tidak terbentuk secara tiba-tiba, akan tetapi terbentuk melalui proses yang dilakukannya. Akan tetapi ada pengaruh juga dari luar dirinya termasuk lingkungan. Adapun proses minat menurut Prapanca (2012), terdiri dari :

- a) Motif (alasan dasar, pendorong)
- b) Perjuangan motif, sebelum mengambil keputusan pada batin terdapat beberapa motif yang bersifat luhur, rendah, dan disini harus dipilih.
- c) Keputusan, saat situasi penting yang berisi pemilihan antara motif-motif yang ada dan meninggalkan kemungkinan yang lain, sebab tidak mungkin seseorang mempunyai macam-macam keinginan pada waktu yang sama.

#### **2.4 Minat Beli Konsumen**

Minat beli merupakan proses konsumen menunjukkan minat ataupun ketertarikan terhadap suatu produk, dan hal ini hanya terjadi setelah mereka menyadari dan memilih persepsi yang baik terhadap produk tersebut (Indika dan Jovita, 2017). Minat beli konsumen terjadi setelah mereka menerima rangsangan dari produk yang dilihat, yang kemudian menimbulkan ketertarikan untuk mencoba produk tersebut. Setelah itu, keinginan untuk membeli muncul sehingga konsumen dapat memiliki produk tersebut. Minat beli bisa dipengaruhi berbagai faktor seperti preferensi personal, harga, kebutuhan konsumen, promosi, kualitas produk, dan faktor lingkungan lainnya. Penting bagi produsen untuk memahami faktor-faktor tersebut dan mengambil tindakan yang tepat untuk memperkuat minat beli konsumen terhadap produknya (Zaen, 2020).

Minat yang timbul dalam diri pembeli seringkali berlawanan dengan kondisi keuangan yang dimiliki. Minat beli konsumen merupakan keinginan tersembunyi dalam benak konsumen. Minat beli konsumen selalu terselubung dalam tiap diri individu yang mana tak seorang pun bisa tahu apa yang diinginkan dan diharapkan konsumen (Shahnaz dan Wahyono, 2016). Menurut Nulufi dan Murwatiningsih (2015) konsumen yang telah memiliki sikap positif terhadap suatu produk atau merek, akan menimbulkan minat pembelian terhadap produk atau merek tersebut.

a. Mengadakan Pengukuran Minat

Minat merupakan faktor yang penting di dalam suatu usaha, tidak adanya minat di dalam diri seseorang akan memperlemah suatu dinamika aktivitas tidak efektif dan efisien. Oleh karena itu mengadakan pengukuran terhadap minat akan menjadi suatu kegiatan yang sangat bermanfaat (Mizana, 2021). Untuk mengetahui minat seseorang terhadap objek tertentu, Super dan Christ yang dikutip oleh Pratama (2016) mengelompokkan minat menjadi empat kategori yaitu :

1. *Expresia Interest* yaitu minat yang diketahui dari pernyataan responden (subjek) tentang objek yang diketahui.
2. *Manifest Interest* yaitu minat yang dapat diketahui dari pengamatan terhadap kegiatan-kegiatan yang sering dilakukan subjek.
3. *Tested Interest* yaitu minat yang dapat diketahui melalui kesimpulan dari tes objektif.
4. *Inventoried Interest* yaitu minat yang dapat diketahui melalui daftar isian terhadap objek tertentu.

Menurut Ferdinand (2002) yang dikutip oleh Mizana (2021) minat dapat diidentifikasi melalui indikator-indikator sebagai berikut :

- 1) Minat Eksploratif, minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi tentang produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut.
- 2) Minat Transaksional, yaitu menunjukkan kecenderungan untuk membeli suatu produk.
- 3) Minat Preferensial, yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki preferensi tertentu pada suatu produk.
- 4) Minat Referensial, yang menunjukkan kecenderungan seseorang untuk merekomendasikan suatu produk kepada orang lain.

b. Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli

Minat pada seseorang akan suatu objek atau hal tertentu tidak akan muncul dengan sendirinya secara tiba-tiba dalam diri individu. Minat dapat timbul pada diri seseorang melalui proses. Dengan adanya perhatian dan interaksi dengan lingkungan maka minat tersebut dapat berkembang. Banyak faktor yang mempengaruhi minat seseorang akan hal tertentu. Menurut Mizana (2021) ada tiga faktor yang mendasari timbulnya minat seseorang yaitu :

- a) Faktor dorongan yang berasal dari dalam. Kebutuhan ini dapat berupa kebutuhan yang berhubungan dengan jasmani dan kejiwaan.
- b) Faktor motif sosial yaitu timbulnya minat dari seseorang dapat didorong dari motif sosial yaitu kebutuhan untuk mendapatkan penghargaan dan lingkungan dimana mereka berada.

- c) Faktor emosional merupakan ukuran intensitas seseorang dalam menaruh perhatian terhadap suatu kegiatan atau objek tertentu.

## **2.5 Perilaku Konsumen**

Perilaku konsumen merupakan proses dan aktivitas saat seseorang berinteraksi dengan pencarian, pemilihan, pembelian, penggunaan, dan pengevaluasian produk dan jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Perilaku konsumen adalah faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Keputusan konsumen dapat dipengaruhi oleh faktor lingkungan dan faktor pribadi. Setelah membuat keputusan, konsumen mengevaluasi pembelian dan terjadi umpan balik. Saat melakukan evaluasi, konsumen mempelajari pengalaman untuk mengkonsumsi merek yang sama di masa mendatang. Umpan balik juga terjadi pada faktor lingkungan (Anwar dan Satrio, 2015).

Menurut teori dari Schiffman dan Kanuk (2000) dalam buku yang ditulis oleh Nugraha, dkk (2021) mendefinisikan perilaku konsumen sebagai berikut : *“The term consumer behavior refers to the behavior that consumers display in searching for, purchasing, using, evaluating, and disposing of products and service that they expect will satisfy their needs”* (istilah perilaku konsumen diartikan sebagai perilaku yang diperlihatkan oleh konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi dan menghabiskan produk dan jasa yang mereka harapkan akan memuaskan kebutuhan mereka.

Perilaku konsumen mencakup semua tindakan, baik yang bersifat fisik maupun mental, yang berhubungan dengan pembelian, pemakaian, perolehan, dan konsumsi barang/produk. Kegiatan tersebut memungkinkan konsumen untuk

menyelesaikan masalah dan merasa puas dengan produk yang dibeli. Studi tentang perilaku konsumen sangatlah luas dan mencakup semua aspek dari proses pembelian. Setiap orang adalah konsumen mulai dari anak kecil yang hingga presiden perusahaan besar yang menghabiskan jutaan dolar untuk peralatan yang dibutuhkankannya (Bórawski, dkk., 2015).

Perilaku konsumen selain mengenai kualitas produk, juga meliputi harga produk, promosinya juga mengenai tempat dimana barang tersebut dijual (distribusinya). Jika harga suatu produk tidak terlalu tinggi, maka konsumen tidak akan terlalu lama membutuhkan waktu untuk memikirkan dan melakukan aktivitas perilaku konsumen untuk membeli. Namun jika harga suatu barang atau jasa tersebut tinggi, maka konsumen tersebut akan memberikan usaha atau *effort* lebih terhadap barang tersebut. Perilaku konsumen merupakan hal-hal yang mendasari konsumen untuk membuat keputusan pembelian. Ketika memutuskan akan membeli suatu barang atau produk dan jasa, tentu sebagai konsumen selalu memikirkan terlebih dahulu barang yang akan dibeli (Firmansyah, 2018).

## 2.6 Penelitian Terdahulu

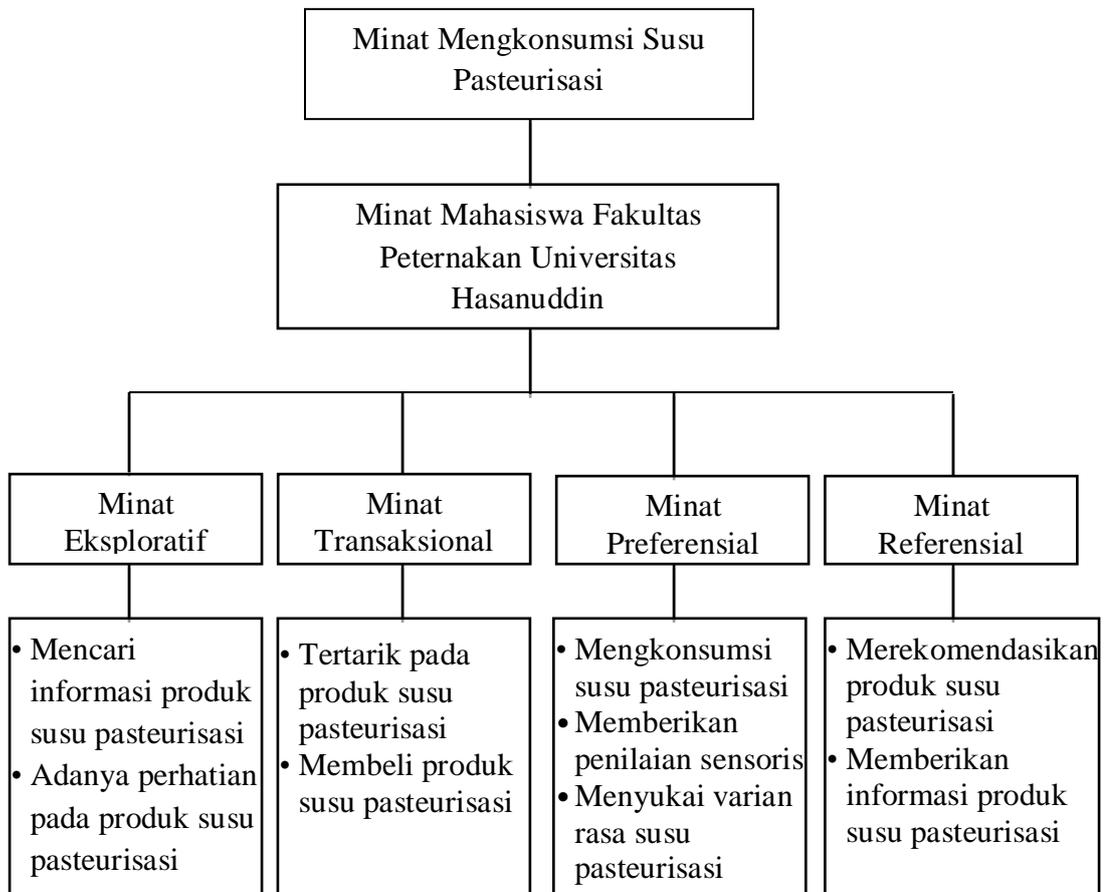
Tabel 3. Penelitian Terdahulu

No	Penulis/Peneliti	Hasil Penelitian
1.	Anggraeni, dkk (2021) (Persepsi dan Minat Masyarakat terhadap Konsumsi Susu	Tingkat minat konsumsi susu yang dilakukan oleh masyarakat masih tergolong sedang. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa sebagian besar alasan responden mengonsumsi susu dikarenakan untuk menjaga keseimbangan gizi dalam tubuh dan juga untuk menambah nutrisi yang tidak didapatkan dari makanan lain. Selanjutnya responden memiliki alasan mengonsumsi susu dikarenakan untuk menjaga kesehatan tubuh dan sebagai sarapan.

2. Mizana (2014) (Minat Mengonsumsi Makanan Indonesia pada Wisatawan Asing di Restoran Daerah Mantrijeron Yogyakarta)	Minat wisatawan asing mengonsumsi makanan Indonesia distribusi data minat eksploratif dalam kategori tinggi (94,4%), minat referensial dalam kategori tinggi (97,1%), minat transaksional dalam kategori tinggi (99%), dan minat mengonsumsi makanan Indonesia pada kategori tinggi sebanyak (96,4%). Maka dapat disimpulkan bahwa wisatawan asing memiliki minat yang tinggi pada makanan Indonesia khususnya di Restoran Daerah Mantrijeron Yogyakarta.
--	---

## 2.7 Kerangka Penelitian

Kerangka penelitian pada Minat Mengonsumsi Produk Susu Pasteurisasi pada Mahasiswa Fakultas Peternakan Universitas Hasanuddin dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 1. Kerangka Berpikir Penelitian

Susu pasteurisasi merupakan salah satu produk olahan susu yang telah mengalami proses pemanasan untuk mencegah pertumbuhan mikroba. Susu pasteurisasi biasanya dikemas menggunakan cup atau gelas dengan pilihan rasa yang beragam. Salah satu komunitas masyarakat yang mengkonsumsi produk susu pasteurisasi adalah mahasiswa. Sehingga mahasiswa turut andil dalam peningkatan ataupun penurunan penjualan produsen susu pasteurisasi. Mahasiswa Fakultas Peternakan yang memiliki latarbelakang pendidikan dan pengetahuan tentang industri peternakan termasuk produk olahan susu, pasti tidak asing lagi mendengar susu pasteurisasi dan mungkin sudah pernah mengkonsumsi susu pasteurisasi.

Berbagai macam merk susu pasteurisasi yang diproduksi perusahaan susu, sehingga konsumen mempunyai banyak pilihan produk susu pasteurisasi yang diinginkannya atau yang diminati. Berbicara soal minat beli konsumen, pada umumnya manusia selalu didorong untuk memenuhi kebutuhan dasarnya. Adanya minat beli tersebut dapat diidentifikasi melalui minat transaksional, minat refrensial, minat preferensial dan minat eksploratif, Semakin kuat daya tarik bagi konsumen maka akan semakin kuat dan yakin pengambilan keputusan untuk mereferensikan suatu produk.