

RINGKASAN

Mirnawati (08320200040), Pengaruh Gaya Hidup, Pengetahuan dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Susu Sapi Olahan (Studi Kasus Pada CV. Rumah Dangke Kota Makassar) Di bimbing oleh Ibu Nurliani dan Ibu St Rahbiah.

Susu merupakan salah satu sumber protein asal hewani yang banyak dikonsumsi masyarakat sebagai sumber nutrisi, khususnya bagi anak-anak susu dikategorikan sebagai salah satu sumber nutrisi yang penting. susu merupakan produk pangan bernilai gizi tinggi dengan kandungan sempurna.

Tujuan penelitian ini yaitu (1) menganalisis proses produksi susu sapi olahan pada CV. Rumah Dangke di Kota Makassar. (2) mengidentifikasi varian produk, harga dan volume produksi perbulan pada CV. Rumah Dangke di Kota Makassar. (3) mengidentifikasi volume penjualan dan menganalisis pendapatan produk susu sapi olahan pada CV. Rumah Dangke di Kota Makassar. (4) menganalisis Menganalisis tingkat gaya hidup, pengetahuan dan persepsi harga produk susu sapi olahan pada CV. Rumah Dangke di Kota Makassar. (5) menganalisis tingkat keputusan pembelian produk susu sapi olahan pada CV. Rumah Dangke di Kota Makassar. (6) menganalisis pengaruh gaya hidup, pengetahuan dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian produk susu sapi olahan pada CV. Rumah Dangke. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Agustus – April 2026 di Kota Makassar. Adapun populasi pada penelitian ini yaitu pengunjung CV. Rumah Dangke yang telah melakukan minimal 2 kali pembelian dengan sampel sebanyak 96 orang. Pemilihan sampel dilakukan dengan perhitungan rumus Lemeshow. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu deksripsi kualitatif dan kuantitatif dengan menggunakan teknik Uji Instrumen, Uji Asumsi Klasik dan Analisis Regresi Linear Berganda.

Hasil penelitian ini adalah (1) proses produksi dimulai dengan pemilihan susu murni berkualitas dari peternakan, diikuti proses pasteurisasi (70–80°C), pencampuran bahan tambahan (krimer, gula, bubuk varian rasa) dalam kemasan 16 oz, hingga tahap akhir penyegelan yang menjamin higienitas produk. (2) Untuk

menarik minat pasar, CV. Rumah Dangke menawarkan 15 varian rasa inovatif dengan harga terjangkau di kisaran Rp15.000 hingga Rp20.000. (3) Kinerja usaha menunjukkan hasil yang positif dengan volume penjualan sebesar 2.949 cup dalam sebulan, yang menghasilkan total penerimaan sebesar Rp45.976.000 dan pendapatan bersih mencapai Rp35.011.082 per bulan. (4) Variabel gaya hidup (X1) termasuk dalam kategori sangat tinggi dengan total skor sebesar 1.235. Variabel pengetahuan (X2) termasuk dalam kategori tinggi dengan total skor sebesar 1.185. Variabel persepsi harga (X3) dalam kategori sangat tinggi dengan total skor sebesar 1.708. (5) Variabel keputusan pembelian termasuk dalam kategori sangat tinggi dengan total skor sebesar 2.430. (6) hasil penelitian menyimpulkan bahwa gaya hidup, pengetahuan, dan persepsi harga secara bersama-sama memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk susu sapi olahan di CV. Rumah Dangke.

Kata Kunci: Gaya Hidup, Pengetahuan, Persepsi Harga, Susu Sapi Olahan