

## RINGKASAN

Kukis merupakan salah satu produk *bakery* yang banyak digemari oleh berbagai kalangan masyarakat karena rasanya yang enak, ukurannya kecil, dan memiliki tekstur yang renyah. Dalam proses pembuatannya kukis tidak memerlukan bahan yang volumenya dapat mengembang besar sehingga dapat memanfaatkan tepung jagung. Konsumsi kukis sudah menjadi kebiasaan masyarakat Indonesia, konsumen akan semakin selektif dikarenakan banyaknya produk kukis yang beredar. Sebagai salah satu produk pangan yang cukup baru, diperlukan adanya tahap pengenalan untuk mengetahui tingkat preferensi (kesukaan) konsumen terhadap kukis jagung. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui preferensi konsumen terhadap mutu hedonik kukis jagung dan terhadap jenis kemasan kukis jagung.

Penelitian ini dilakukan di Kota Purwokerto dan Laboratorium Pengolahan Fakultas Pertanian, Universitas Jenderal Soedirman. Penentuan sampel dilakukan dengan metode *accidental sampling* dengan jumlah responden 100 orang. Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Penelitian ini berlangsung dalam beberapa tahap, yaitu pembuatan kukis jagung, pencetakan kemasan kukis jagung, penyusunan kuesioner, uji validitas dan reliabilitas, pengambilan data, serta analisis data. Analisis data menggunakan bantuan *Microsoft Excel* dan hasilnya disajikan dalam bentuk tabel lalu dijelaskan secara deskriptif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa preferensi konsumen terhadap mutu hedonik kukis jagung pada atribut warna, aroma, rasa, dan kesukaan secara keseluruhan sudah disukai, sedangkan preferensi konsumen terhadap mutu hedonik pada atribut tekstur agak disukai. Preferensi konsumen terhadap jenis kemasan kukis jagung pada kemasan toples bulat dan *standing pouch kraft* disukai, sedangkan preferensi konsumen pada kemasan *standing pouch* aluminium dan kemasan plastik agak disukai.

## **SUMMARY**

*Cookies are one of the bakery products that are favored by many people because they taste good, are small in size, and have a crunchy texture. In the process of making cookies, it does not require ingredients that can expand in volume, so corn flour can be utilized. The consumption of cookies has become a habit of Indonesian society, consumers will be more selective due to the large number of cookie products in circulation. As one of the new food products, an introduction stage is needed to determine the level of consumer preference for corn cookies. The purpose of this study was to determine consumer preferences for the hedonic quality of corn cookies and the type of corn cookie packaging.*

*This research was conducted in Purwokerto City and Processing Laboratory of Faculty of Agriculture, Jenderal Soedirman University. Sampling was done by accidental sampling method with 100 respondents. The data used were primary data and secondary data. This research took place in several stages, namely making corn cookies, printing corn cookie packaging, preparing questionnaires, validity and reliability tests, data collection, and data analysis. The data were analyzed using Microsoft Excel and the results were presented in tabular form and then explained descriptively.*

*The results showed that consumer preferences for the hedonic quality of corn cookies on the attributes of color, aroma, taste, and overall liking were preferred, while consumer preferences for the hedonic quality of texture attributes were somewhat preferred. Consumer preference for the type of packaging of corn cookies in round jar packaging and kraft standing pouch is preferred, while consumer preference for aluminum standing pouch packaging and plastic packaging is somewhat preferred.*