

ELMI YUDI HAPSARI. 2023. Analisis Preferensi Konsumen Pada Produk Keripik Tempe di PT Intan Rahmadhani Santosa. Dibimbing oleh Antik Suprihanti.

ABSTRAK

Penelitian bertujuan untuk (1) mengidentifikasi karakteristik konsumen keripik tempe di PT Intan Rahmadhani Santosa, (2) menganalisis preferensi konsumen terhadap atribut produk keripik tempe dan menganalisis atribut yang paling dipertimbangkan oleh konsumen dalam melakukan pembelian keripik tempe. Penelitian berupa penelitian kuantitatif dengan metode deskriptif menggunakan metode survei. Penelitian dilakukan di PT Intan Rahmadhani Santosa. Metode penentuan responden menggunakan teknik *purposive* sejumlah 90 konsumen. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis konjoin. Hasil penelitian menunjukkan, sebagian besar konsumen berusia 21-25 tahun, berasal dari Yogyakarta, pendidikan terakhir SMA, berprofesi pelajar/mahasiswa, dan pendapatan kurang dari Rp 500.000. Atribut yang menjadi preferensi konsumen keripik tempe adalah harga kurang dari Rp 15.000, rasa mercon, bentuk keripik bulat, ketebalan tipis, tekstur renyah, daya tahan lebih dari 3 bulan, ukuran kemasan 140 gram, dan kemasan *standing pouch*. Atribut yang paling dipertimbangkan adalah harga.

Kata kunci: Preferensi konsumen, atribut produk, analisis konjoin

ELMI YUDI HAPSARI. 2023. *Analysis of Consumer Preferences for Tempeh Chips Products at PT Intan Rahmadhani Santosa. Supervised by Antik Suprihanti.*

ABSTRACT

The study aims to (1) identify the characteristics of tempeh chips consumers at PT Intan Rahmadhani Santosa, (2) analyze consumer preferences for tempeh chips product attributes and analyze the attributes most considered by consumers in purchasing tempeh chips. This research was carried out in the form of quantitative research with descriptive methods approach using survey methods. The research was conducted at PT Intan Rahmadhani Santosa. The method to determine the respondents was purposive technique as many as 90 consumers. The data analysis technique used are descriptive analysis and conjoint analysis. The results showed that mostly consumers are 21-25 years old, from Yogyakarta, high school education, student, and have income less than Rp 500,000. Attributes that become the preferences of tempeh chips consumers are price less than Rp 15.000, mercon flavor, round chip shape, thin thickness, crispy texture, durability more than 3 months, weight 140 grams, and standing pouch packaging. The most considered attribute is price.

Keywords: *Consumer preferences, product attributes, conjoint analysis*