

M. Mas'ud Asyhari NIM.10.03.3.1.1.00080. Analisis Preferensi Konsumen Kurma Salak Ud. Budi Jaya Bangkalan Dengan Menggunakan Metode Kano. Dibawah bimbingan Banun Diyah Probowati, S.TP., M.Si dan Dr. Ir. Abdul Aziz Jakfar, M.Tmi.

ABSTRAK

Salah satu faktor yang perlu diperhatikan dalam menarik konsumen yaitu harus mengetahui keinginan konsumen. Keinginan konsumen dapat diketahui dari perilaku dan preferensi konsumen. dengan mengkaji preferensi konsumen, dapat diketahui semua informasi yang dibutuhkan dan diinginkan konsumen. Metode kano merupakan salah satu metode yang digunakan untuk mengetahui preferensi konsumen. Jenis kuisioner kano menggunakan *functional question* dan *disfunctional question*. Atribut dibagi dalam enam kategori yaitu *Attractive*, *Must-be*, *One dimensional*, *Indifferent*, *Reverse*, dan *Questionable*. Terdapat 2 atribut kategori *Must-be*, 3 atribut kategori *One dimensional*, 2 atribut kategori *Attractive*, dan 6 kategori atribut *Indifferent*. Parameter utama yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen adalah nilai kepuasan (IBT) dan ketidakpuasan konsumen (IWT) dengan nilai IBT tertinggi berada pada atribut pencantuman tanggal kadaluarsa pada kemasan dan pencantuman legalitas produk pada kemasan yaitu 0,77. dan nilai IWT tertinggi pada atribut rasa produk kurma salak enak, pencantuman tanggal kadaluarsa pada kemasan, pencantuman legalitas produk pada kemasan yaitu -1. Atribut yang harus diperbaiki adalah atribut atribut 4 (pencantuman gambar produk pada kemasan) dan atribut 8 (pencantuman komposisi produk pada kemasan). Atribut yang harus dipertahankan yaitu atribut 1 (harga produk kurma salak terjangkau) dan atribut 2 (harga produk kurma salak sesuai dengan kualitas yang ditawarkan). Atribut yang harus ditingkatkan yaitu atribut 3 (rasa produk kurma salak enak), atribut 6 (Pencantuman tanggal kadaluarsa pada kemasan) dan atribut 7 (pencantuman legalitas produk pada kemasan).

Kata kunci: Konsumen, preferensi konsumen, metode kano.

M. Mas'ud Asyhari NIM.10.03.3.1.1.00080. Analysis Preference Of Consumers Kurma Salak UD.Budi Jaya Bangkalan By Using The Method A Kano. Supervised Banun Diyah Probowati, S.TP., M.Si dan Dr. Ir. Abdul Azis Jakfar, M.Tmi

ABSTRAK

One of the factors that need attention in pulling consumers namely must know consumer advocacy. Consumer advocacy can be seen from behavior and preference of consumers. By looking at preference of consumers, it can be seen all of the required information and wanted for consumers. A method of a kano is one of methods used to know preference of consumers. A kind of kuisisioner a canoe use functional question and disfunctional question. An attribute divided into six categories that is attractive, must-be, one dimensional, indifferent, reverse, and questionable. Are 2 attribute must-be category, category 3 attribute one dimensional, attribute attractive category 2, and 6 categories attribute indifferent. Parameter main that affects decision the purchase of consumers is the value of satisfaction (IBT) and dissatisfaction consumers (IWT) to the value of IBT highest is at attribute for the expiration date around and for legality products that is 0,77 around. And value IWT on the highest attribute think products palm trees salak good, for the expiration date around, for legality products around namely -1. An attribute that must be repaired is an attribute attribute 4 (for a picture products around) and attributes 8 (for composition products around). An attribute that must be maintained that is attribute 1 (product price kurma salak affordable) and attributes 2 (product price kurma salak in accordance with the quality of being offered). An attribute that must be improved namely attribute 3 (think products kurma salak good), attribute 6 (for the expiration date around) and attributes 7 (for legality products around).

Password: consumers, preference of consumers, method of kano.