

ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN DALAM PEMBELIAN MAKANAN KHAS KURMA SALAK PADA PRODUK UD. BUDI JAYA KELOMPOK TANI AMBUDI MAKMUR II-BANGKALAN

Muharrom, Millatul Ulya, Darimiyya Hidayati

Jurusan Teknologi Industri Pertanian, Universitas Trunojoyo Madura, PO Box 2 Kamal, Madura,
Jawa Timur 69162
rijalulhaqm@yahoo.com

Abstrak

Preferensi konsumen terhadap produk penting untuk diketahui perusahaan agar produk tersebut dapat bersaing di pasar. Penelitian ini bertujuan menganalisis sikap dan preferensi konsumen terhadap atribut kurma salak. Metode yang digunakan adalah Customer Satisfaction Index (CSI) karena metode ini merupakan metode pengukuran kepuasan konsumen yang populer dan banyak digunakan oleh perusahaan. Berdasarkan hasil penelitian, nilai analisis CSI terhadap produk kurma salak sebesar 63 %, dalam hal ini konsumen menyatakan cukup puas terhadap atribut yang telah ditawarkan produk kurma salak. Ada beberapa atribut kurma salak yang kurang sesuai dengan keinginan konsumen dilihat dari tingkat kepentingan dan tingkat kinerja diantaranya adalah atribut harga, iklan dan promosi serta merek, sehingga perusahaan perlu menerapkan strategi bauran pemasaran yang dikenal dengan istilah 4P (product, price, promotion, and place).

Kata kunci: *preferensi konsumen, CSI dan kurma salak*