

ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN CAMILAN STIK DAUN KELOR UD. BUDI JAYA

Sonhaji, Muhammad Fakhry dan Iffan Maflahah

Program Studi Teknologi Industri Pertanian Fakultas Pertanian Universitas Trunojoyo Madura,
Bangkalan, PO BOX 2 Kamal 69162
Email:h.sonhaji@gmail.com
Phone:+628179317359

ABSTRAK

Keberadaan UKM di negara-negara berkembang saat ini menjadi sektor penting sebagai pusat orientasi perekonomian. Preferensi konsumen merupakan konsep pemahaman kepada konsumen terhadap merek. Preferensi adalah faktor utama untuk dapat memahami hubungan antara persepsi dan penentuan pilihan. Preferensi konsumen diperlukan untuk menentukan arah pilihan konsumen terhadap suatu merk tertentu. Metode kano digunakan sebagai pemetaan preferensi konsumen. Jenis kuisisioner kano menggunakan *functional question* dan *disfunctional questions*. Atribut dibagi dalam enam kategori yaitu *Attractive*, *Must-be*, *One dimensional*, *Indifferent*, *Reverse*, dan *Questionable*. Terdapat 5 atribut kategori *Indifferent* dan 3 atribut kategori *Reverse*. Parameter utama yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen adalah nilai kepuasan (IBT) dan ketidakpuasan konsumen (IWT) dengan nilai IBT tertinggi berada pada atribut kemasan produk membuat stik tahan lama yaitu 0,33 dan nilai IWT tertinggi pada atribut tempat pemasaran sangat strategis yaitu -0,36. Atribut yang harus dipertahankan adalah atribut 3 (rasa), atribut 4 (kerenyahan), dan atribut 6 (tekstur), sedangkan atribut yang harus diperbaiki adalah atribut 2 (ketahanan kemasan), atribut 7 (tempat pemasaran), dan atribut 8 (harga).

Kata kunci : Metode kano, pelanggan, preferensi konsumen.