

ABSTRAK

IKM Diah Cookies merupakan salah satu industri kecil menengah yang ada disurabaya bergerak dalam produksi makanan ringan jenis kue kering didirikan pada tahun 2012. IKM ini memiliki produk andalannya yaitu kue kastangel ori. Akan tetapi, pemilik IKM bu diah ingin mengetahui prefrensi konsumen kue kastangel dan mengetahui atribut yang diinginkan konsumen pada kue kastangel produksinya. Sehingga diharapkan konsumen akan tetap *loyal* dan setia pada produk kastangel ori-nya. Oleh karena itu perlu dilakukannya Analisis preferensi konsumen kastangel ori IKM Diah Cookies untuk mengetahui atribut yang paling diinginkan konsumen terhadap produk kue kastangel ori. Sehingga IKM Diah Cookies dapat melakukan pengembangan produk kastangel ori nya sesuai dengan keinginan yang dijadikan pertimbangan konsumen saat membeli produk kastangel ori. Dengan menggunakan analisis konjoin dapat menentukan tingkat kepentingan berdasarkan persepsi konsumen terhadap produk kastangel ori dan nilai yang muncul dari atribut-atribut dari kue kastangel.

Hasil dari analisis konjoin maka dapat diketahui level dari atribut yang menjadi keinginan konsumen yaitu aroma yang biasa, bentuk kastangel berkarakter, rasa kastangel yang gurih, warna kastangel kuning keemasan, dan menggunakan kemasan toples persegi. Tingkat kepentingan atribut yang paling tinggi dari persepsi konsumen yaitu bentuk kastangel disusul dengan atribut bentuk, kemasan, rasa, warna dan aroma.

Kata Kunci : Analisis Konjoin, Atribut, Level, Preferensi Konsumen

ABSTRACT

IKM Diah Cookies is one of the small and medium industries in Surabaya which is engaged in the production of snacks such as cookies, which was established in 2012. This IKM has its flagship product, the Kastangel ori cake. However, the owner of IKM mrs Diah wants to know the preferences of Kastast Cake consumers and know the attributes that consumers want on his Kastast Cake production. It is hoped that consumers will remain loyal and loyal to its Kastel ori products. Therefore it is necessary to do an analysis of the preferences of kastangel ori consumers IKM Diah Cookies to find out the most desired attributes of consumers to the kastangel ori cake products. So IKM Diah Cookies can develop its Kastast Original products in accordance with the wishes taken into consideration by consumers when buying Kastast Original products. Using Konjoint analysis can determine the level of importance based on consumers' perceptions of Kastangel ori products and the value that arises from the attributes of Kastast cake.

The results of the Konjoined analysis can be known the level of attributes that the consumer desires, namely the usual aroma, the castor character shape, the taste of the castor taste, the golden castor color, and using square jar packaging. The highest level of importance of the consumers' perceptions is the kastangel shape followed by the shape, packaging, taste, color and aroma attributes.

Keywords: Konjoin Analysis, Attributes, Levels, Consumer Preferences