

ABSTRAK

Mie merupakan jenis makanan yang diperkirakan berasal dari dataran Cina. Hal ini dapat dilihat dari budaya bangsa Cina, yang selalu menyajikan mie pada perayaan ulang tahun sebagai simbol untuk umur yang panjang. Di Indonesia, mie bahkan menjadi pangan alternatif utama setelah nasi. Pentingnya preferensi konsumen menjadi tolak ukur perkembangan pemasaran produk tersebut. Ketatnya persaingan ini menjadi kompetitor bagi penjual produk mie di Kecamatan Kamal Kabupaten Bangkalan, sehingga membuat mie Kedai Ke'keke' dituntut agar bergerak lebih cepat dalam hal menarik konsumen. Metode dalam penelitian ini menggunakan kano dengan mengkategorikan atribut-atribut dari produk atau jasa dilihat kemampuan sikap dari produk atau jasa tersebut dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui keputusan konsumen yang dipengaruhi oleh kepuasan dan ketidakpuasan dalam pembelian produk mie Ke'keke' dan memperoleh atribut produk mie Kedai Ke'keke' yang harus diperbaiki dan dipertahankan. Parameter utama yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen adalah nilai kepuasan (IBT) dan ketidakpuasan konsumen (IWT) dengan nilai IBT tertinggi berada pada atribut rasa mie Setan lebih disukai yaitu 0,59 dan nilai IWT tertinggi pada atribut penyajiyan yaitu -0,29.

Kata Kunci: Mie, Preferensi Konsumen, Kano

ABSTRACT

Noodles are foods that are thought to have originated from mainland China. It can be seen from the culture of the Chinese nation, which always serves noodles at a birthday celebration as a symbol for long life. In Indonesia, noodles that's also become the main alternative food after rice. The importance of consumer preferences as a benchmark for the development of marketing the product. Intense competition has become a competitor for the seller noodle products in District Kamal Bangkalan, so that making the noodle shops Ke'keke 'are required to move faster in terms of attracting consumers. The method in this study using canoes to categorize the attributes of a product or service visits attitude capabilities of the products or services to the needs of consumers. This study aims to determine consumer decisions are influenced by satisfaction and dissatisfaction in the purchase of products noodle Ke'keke 'and obtain product attributes Ke'keke' yang noodle shop to be repaired and maintained. The main parameters that influence consumer purchasing decisions is the value of satisfaction (IBT) and consumer dissatisfaction (IWT) with the highest value of the IBT are in the noodle flavor attributes preferred Satan is 0.59 and the highest value in the attribute to shown IWT is -0.29.

Keywords: Noodle, Costumer Preferences, Kano