

MEILINA HIDAYATI NPM. 18.03.3.1.1.00013. Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Produk *Bath Bomb Salt Lemongrass* Di Kabupaten Bangkalan. Pembimbing **Iffan Maflahah, S.TP., M.Si.** dan **Ir. Muhammad Fakhry, M.P**

ABSTRAK

Bath bomb salt merupakan salah satu pemanfaatan garam sebagai spa untuk menghilangkan sel kulit mati. *Bath bomb salt* sangat bermanfaat untuk perawatan kulit yaitu dapat mencerahkan kulit karena kandungan asam dan soda. *Bath bomb salt* ini juga umum digunakan untuk mandi, santai dan harum. Fungsi lainnya juga bisa digunakan untuk relaksasi dalam mengurangi tingkat stres. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui preferensi konsumen terhadap produk *bath bomb salt*. Analisis preferensi konsumen pada penelitian ini dilakukan dengan cara melakukan penyebaran sebanyak dua kali, dimana pada kuesioner pertama bertujuan untuk menentukan atribut produk yang akan dianalisis lebih lanjut pada kuesioner kedua. Penentuan stimulus yang akan dimasukkan pada kuesioner kedua sekaligus menjadi pertanyaan untuk responden didapat dari *orthogonal design*. Hasil penyebaran kuesioner kedua dengan menggunakan 100 orang responden dianalisis menggunakan metode analisis konjoin dengan menggunakan aplikasi SPSS 16.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa atribut penilaian preferensi konsumen meliputi: warna: bervariasi, efek pemakaian: aman untuk kulit, manfaat: menghilangkan daki pada kulit dan bahan utama: garam epsom, natrium bikarbonat dan asam sitrat. Urutan preferensi konsumen terhadap produk *bath bomb salt* adalah warna dengan nilai bobot sebesar 34,875%, manfaat dengan nilai bobot sebesar 22,733%, bahan utama dengan nilai bobot sebesar 22,158% dan efek pemakaian dengan nilai bobot sebesar 20,234%.

Kata Kunci: Preferensi Konsumen, Analisis Konjoin, *Bath Bomb Salt Lemongrass*

MEILINA HIDAYATI NPM. 18.03.3.1.1.00013. *Analysis of Consumer Preferences for Bath Bomb Salt Lemongrass Products in Bangkalan Regency. Under the guidance of Iffan Maflahah, S.TP., M.Si. and Ir. Muhammad Fakhry, M.P*

ABSTRACT

Bath bomb salt is one of the uses of salt as a spa to remove dead skin cells. Bath bomb salt is very useful for skin care because it can brighten the skin because of the acid and soda content. Bath bomb salt is also commonly used for bathing, relaxing and fragrant. Other functions can also be used for relaxation in reducing stress levels. The purpose of this study was to determine consumer preferences for bath bomb salt products. Consumer preference analysis in this study was carried out by distributing it twice, where the first questionnaire aimed to determine product attributes that would be analyzed further in the second questionnaire. Determination of the stimulus that will be included in the second questionnaire as well as a question for the respondents is obtained from the orthogonal design. The results of the second questionnaire distribution using 100 respondents were analyzed using the conjoint analysis method using the SPSS 16.0 application. The results showed that the attributes of consumer preference assessment include: color: varied, usage effect: safe for skin, benefit: removes dirt on the skin and main ingredients: epsom salt, sodium bicarbonate and citric acid. The order of consumer preferences for bath bomb salt products is color with a weight value of 34.875%, benefits with a weight value of 22.733%, main ingredients with a weight value of 22.158% and usage effects with a weight value of 20.234%.

Keywords: *Consumer Preference, Conjoint Analysis, Bath Bomb Salt Lemongrass*