

ABSTRAK

Persaingan dalam bisnis selalu mengalami perkembangan, hal itu bisa dilihat dengan munculnya berbagai macam produk yang diciptakan pesaing untuk menguasai pangsa pasar. Minuman sari alang-alang merupakan produk utama dan menjadi produk unggulan dalam UKM R. Rovit. Dalam penelitian ini menggunakan analisis konjoin, konsumen diminta untuk memilih salah satu kombinasi atribut dari empat atribut dalam tiap-tiap stimuli dimana keseluruhan terdapat delapan stimuli. Analisis konjoin adalah teknik multivariat yang dikembangkan secara khusus untuk mengetahui bagaimana perkembangan preferensi konsumen terhadap beberapa macam barang atau jasa. Merancang suatu produk dengan cara memadukan semua kemungkinan atribut dan masing-masing atribut produk tersebut. Produk tersebut diberikan kepada responden yang memberikan evaluasi keseluruhan tentang produk. Responden disini merupakan konsumen minuman sari alang-alang dari UKM R. Rovit. Faktor atau atribut dan taraf yang digunakan adalah : Rasa (manis, agak manis), Warna (cerah, pucat), Kemasan (besar, kecil), dan Harga (murah, mahal). Dari hasil analisis konjoin diketahui bahwa preferensi untuk faktor terpenting yang dipertimbangkan oleh konsumen adalah harga dengan nilai relative sebesar (30,969%), kedua adalah kemasan (23,101%), ketiga adalah warna (20,984%), dan keempat adalah rasa (18,696%). Sedangkan taraf yang paling disukai dari faktor yang dipertimbangkan adalah rasa yang manis, warna yang cerah, kemasan yang kecil, dan harga yang murah

Kata kunci : Sari Alang-alang, analisis konjoin, preferensi konsumen.