

Claudia Wahyu Ekalisa. NIM. 140321100035. Preferensi Konsumen Terhadap Minuman Franchise (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura). Dibawah Bimbingan Novi Diana Badrut Tamami, SP., MP.

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah (1) untuk mengetahui karakteristik konsumen yang membeli minuman *franchise*, (2) untuk menganalisis atribut-atribut yang menjadi pilihan konsumen terhadap minuman *franchise*. Penelitian ini dilakukan pada lingkungan kampus Universitas Trunojoyo Madura. Penelitian ini menggunakan *purposive sampling* dan analisis konjoin. Hasil penelitian preferensi konsumen pada minuman *franchise* adalah berusia produktif yakni 15-64 tahun berasal dari Fakultas Pertanian mayoritas berjenis kelamin perempuan dengan sumber pendapatan sebesar < Rp. 500.000. Hasil analisis konjoin menunjukkan bahwa konsumen lebih menyukai rasa coklat, harga Rp. 6.000-7.000, merek Pasco, dengan menggunakan kemasan botol. Tingkat kepentingan atribut yang dipilih oleh konsumen yaitu rasa, kemasan, harga, dan merek.

Kata kunci: preferensi konsumen, minuman franchise, atribut, analisis konjoin.

Claudia Wahyu Ekalisa. NIM. 140321100035. The preference of consumers in beverage Franchise (case study for University students of Trunojoyo Madura). Supervised by Novi Diana Badrut Tamami, SP., MP..

ABSTRACT

The aims of this research are (1) to observe the characteristics of the consumers' that purchase the beverage Franchise, (2) to analyse the attributes which become the consumers' choice in the beverage Franchise. This research is conducted in University of Trunojoyo Madura. This research uses purposive sampling and conjoins analysis. The result from the preference of consumers in beverage Franchise is in the productivity period among 15 to 64 years old from agriculture faculty and female as the majority with their income is around Rp. 500.000. The result conjoins analysis indicates that the consumers like chocolate flavor, its price Rp. 6.000 to 7.000, Pasco brand, and uses bottle. The levels of interest in the attributes which are chosen by the consumers are flavor, packaging, price and brand.

Key words: Consumers preference, Franchise, attributes, conjoins analysis.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH.....	v
BIODATA PENULIS.....	vi
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Tujuan Penelitian	2
1.4 Manfaat Penelitian	2
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori	3
2.1.1 Perilaku Konsumen	3
2.1.2 Preferensi Konsumen	3
2.1.3 Kardinal dan Ordinal	4
2.1.4 Proses Pengambilan Keputusan.....	6
2.1.4.Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	7
2.1.5 Atribut Produk	9
2.2 Usaha Waralaba Atau <i>Franchise</i>	10
2.3 Penelitian Terdahulu	12
2.4 Kerangka Berpikir	15
 BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitiani	17
3.2 Metode Penentuan Sampel	17
3.3 Metode Pengumpulan Data	17
3.4 Metode Analisis Data.....	18
3.4.1 Analisis Deskriptif	18
3.4.2 Analisis Konjoin	19
3.5 Definisi Operasional	20
 BAB IV GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN	
4.1 Universitas Trunojoyo Madura	22
4.2 Profil Usaha Minuman <i>Franchise</i>	22
4.2.1 Usaha Minuman <i>Franchise</i> Pasco	22
4.2.2 Usaha Minuman <i>Franchise</i> Coklat Klasik.....	23
4.2.3 Usaha Minuman <i>Franchise</i> Wisco	24
4.2.4 Usaha Minuman <i>Franchise</i> Nyoklat	24

BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN	
5.1 Karakteristik Konsumen	26
5.1.1 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Usia	26
5.1.2 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Fakultas	26
5.1.3 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin	27
5.1.4 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Sumber Pendapatan	28
5.2 Atribut-Atribut Yang Menjadi Pertimbangan Konsumen Dalam Membeli Minuman Franchise	29
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	
6.1 Kesimpulan	34
6.2 Saran.....	34
DAFTAR PUSTAKA	35
LAMPIRAN	37

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Mahasiswa Aktif UTM tahun 2013-17	1
Tabel 3.1	Atribut dan Level Atribut Minuman <i>Franchise</i>	20
Tabel 5.1	Nilai Signifikansi Dari Atribut-Atribut Pilihan Konsumen	29
Tabel 5.2	Nilai Koefisien Utility Dan Level Atribut Minuman <i>Franchise</i>	30
Tabel 5.3	Tingkat Kepentingan Atribut Minuman <i>Franchise</i>	32

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kurva Indiferensi	5
Gambar 2.2	Pola Hubungan <i>Franchise</i> dan <i>Franchisor</i>	11
Gambar 2.3	Kerangka Penelitian Preferensi Konsumen	15
Gambar 4.1	Usaha Minuman <i>Franchise</i> Pasco.....	22
Gambar 4.2	Usaha Minuman <i>Franchise</i> Coklat Klasik.....	23
Gambar 4.3	Usaha Minuman <i>Franchise</i> Wisco.....	24
Gambar 4.4	Usaha Minuman <i>Franchise</i> Nyoklat.....	24
Gambar 5.1	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Usia	26
Gambar 5.2	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Fakultas	27
Gambar 5.3	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin	28
Gambar 5.4	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Sumber Pendapatan	29

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.	Kuisisioner	37
Lampiran 2.	Identitas Responden	40
Lampiran 3.	Jawaban Responden.....	45
Lampiran 4.	Output Analisis Konjoin Minuman <i>Franchise</i>	50
Lampiran 5.	Dokumentasi	52

