

Reggina Nur Cita Maulidiyah. Nim 220321100053. Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi *Willingness To Pay* Konsumen Terhadap Produk Keripik Singkong Buk Sibeh. Dibawah bimbingan Andrie Kisroh Sunyigono, S.P., MP, Ph.D

ABSTRAK

UMKM Keripik Singkong Buk Sibeh di Desa Rek Kerrek, Kecamatan Palengaan, Kabupaten Pamekasan menjual produknya dengan harga Rp3.000 per kemasan, yang ditetapkan berdasarkan biaya produksi dan harga pasar, bukan berdasarkan kesediaan membayar (*Willingness to Pay*) konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat WTP konsumen serta menganalisis faktor-faktor yang memengaruhinya, yaitu jenis kelamin, usia, pendapatan, pendidikan, dan citra produk, menggunakan metode *Contingent Valuation Method* (CVM) dan regresi logistik biner, dengan 97 responden yang ditentukan menggunakan rumus *Cochrane* dan dipilih melalui teknik *purposive sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa rata-rata WTP konsumen sebesar Rp4.000 per kemasan, lebih tinggi dibandingkan harga jual aktual sebesar Rp 3.000 per kemasan. Hasil uji parsial menunjukkan bahwa variabel pendapatan dan pendidikan berpengaruh signifikan terhadap WTP konsumen, sementara jenis kelamin, usia, dan citra produk tidak berpengaruh signifikan. Model regresi logistik yang digunakan memiliki ketepatan klasifikasi sebesar 91,8%. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi UMKM dalam mengevaluasi strategi penetapan harga, serta menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya mengenai WTP pada produk pangan olahan berbasis UMKM.

Kata kunci: *Willingness to Pay*, *Contingent Valuation Method*, regresi logistik biner, keripik singkong, UMKM

Reggina Nur Cita Maulidiyah. Nim 220321100053. Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi *Willingness To Pay* Konsumen Terhadap Produk Keripik Singkong Buk Sibeh. Dibawah bimbingan Andrie Kisroh Sunyigono, S.P., MP, Ph.D

ABSTRACT

The Buk Sibeh Cassava Chips MSME in Rek Kerrek Village, Palengaan Subdistrict, Pamekasan Regency sells its products for Rp3,000 per package, a price set based on production costs and market prices, rather than on consumers' willingness to pay (WTP). This study aims to determine the level of consumers' WTP and analyze the factors influencing it—namely, gender, age, income, education, and product image—using the Contingent Valuation Method (CVM) and binary logistic regression, with 97 respondents determined using the Cochran formula and selected through purposive sampling. The results show that the average consumer WTP is Rp4,000 per package, which is higher than the actual selling price of Rp3,000 per package. Partial test results indicate that the variables of income and education have a significant effect on consumer WTP, while gender, age, and product image do not have a significant effect. The logistic regression model used had a classification accuracy of 91.8%. The results of this study are expected to serve as a basis for MSMEs in evaluating their pricing strategies, as well as a reference for future research on WTP for MSME-based processed food products.

Keywords: Willingness to Pay, Contingent Valuation Method, binary logistic regression, cassava chips, UMKM