

**ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP PRODUK
KERIPIK SINGKONG PADA USAHA KERIPIK BALADO
SALSABILA DI KOTA PADANG**

SKRIPSI

OLEH



NISRINA KHALIDAH

NIM. 1910221023

PEMBIMBING 1 : Dr. Rini Hakimi, S.P., M.Si

PEMBIMBING 2 : Dr. Ir. Rusda Khairati, M.Si

**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2023**

ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP PRODUK KERIPIK SINGKONG PADA USAHA KERIPIK BALADO SALSABILA DI KOTA PADANG

Abstrak

Kota Padang dikenal dengan berbagai aneka olahan keripik, termasuk keripik singkong. Salah satu usaha keripik singkong yang ada di Kota Padang adalah Usaha Keripik Balado Salsabila yang didirikan oleh Ibu Dewi Mariyanti pada tahun 2015. Usaha ini merupakan Industri Kecil dan Menengah (IKM) yang memproduksi berbagai pilihan keripik yaitu keripik singkong dan keripik pisang untuk dijadikan oleh-oleh khas Padang. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis atribut-atribut keripik singkong pada Usaha Keripik Balado Salsabila yang harus diprioritaskan untuk dipertahankan atau diperbaiki. Metode data penelitian ini dianalisis secara kualitatif dan kuantitatif dengan menggunakan analisis konjoin. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tiga atribut utama yang menjadi pertimbangan konsumen dalam membeli produk keripik singkong yaitu keadaan produk, ciri fisik, dan rancangan kemasan. Adapun atribut keadaan produk dilihat dari rasa dan tekstur keripik. Pada atribut ciri fisik dilihat dari warna keripik dan bentuk keripik, serta pada atribut rancangan kemasan dilihat dari ukuran kemasan. Urutan atribut-atribut keripik singkong yang harus diprioritaskan untuk dipertahankan oleh usaha Keripik Balado Salsabila yaitu rasa keripik, tekstur keripik, warna keripik, ukuran kemasan, dan bentuk keripik. Kombinasi atribut yang disukai oleh konsumen keripik singkong yaitu rasa balado, tekstur renyah, warna pekat, bentuk bulat serta ukuran kemasan besar (500g). Di samping itu, disarankan pemilik usaha Keripik Balado Salsabila dapat mempertahankan dan memprioritaskan atribut yang telah didapatkan dalam penelitian ini agar dapat meningkatkan pangsa pasar dengan melihat produk yang dipilih oleh konsumen serta memperbaiki dan mempertimbangkan terkait atribut produk yang tidak menjadi keinginan konsumen dalam pembelian produk keripik singkong.

Kata kunci: Analisis Konjoin, Atribut, Keripik Singkong, Preferensi Konsumen

ANALYSIS OF CONSUMER PREFERENCES FOR CHIPS PRODUCTS IN KERIPIK BALADO SALSABILA IN PADANG CITY

Abstract

Padang City is well-known for various kinds of chips, including cassava chips. One of the cassava chip businesses in Padang is Keripik Balado Salsabila, founded by Ms. Dewi Mariyanti in 2015. This business is a Small and Medium-sized Enterprise (SME) that produces various chips, such as cassava and banana chips, as typical gifts or souvenirs from Padang. This research aims to identify and analyze the attributes of cassava chips in the Keripik Balado Salsabila, which must be prioritized to be maintained or improved. The data were analyzed qualitatively and quantitatively using conjoint analysis. The research indicates that consumers consider the three main attributes in buying cassava chip products: product condition, physical characteristics, and packaging design. The attributes of the product are the taste and texture of the chips. Attributes of physical characteristics can be seen from the color of the chips and the shape of the chips. In addition, packaging design attributes are seen from the packaging size. The attributes of cassava chips that must be prioritized to be maintained by the Keripik Balado Salsabila are chip taste, chip texture, chip color, package size, and chip shape, respectively. The attributes favored by consumers of cassava chips are balado taste, crunchy texture, thick color, round shape, and large packaging size (500g). Additionally, this research suggests that Keripik Balado Salsabila owners can prioritise and maintain the attributes identified to increase market share by examining the products selected by consumers and enhancing the attributes of chips products that consumers do not want to purchase.

Keywords: Attributes, Cassava Chips, Conjoint Analysis, Consumer Preferences