

**ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP PRODUK
KERUPUK BAWANG PADA USAHA KERUPUK AZIZAH
DI KOTA PADANG**

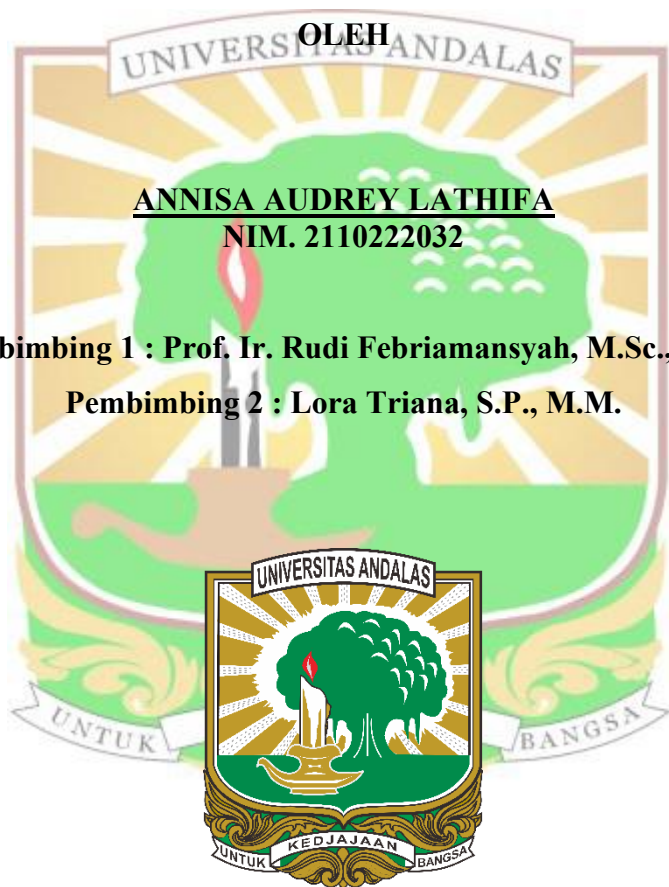
SKRIPSI

OLEH

ANNISA AUDREY LATHIFA
NIM. 2110222032

Pembimbing 1 : Prof. Ir. Rudi Febriamansyah, M.Sc., Ph.D

Pembimbing 2 : Lora Triana, S.P., M.M.



**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2025**

Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Produk Kerupuk Bawang Pada Usaha Kerupuk Azizah Di Kota Padang

ABSTRAK

Kota Padang dikenal dengan berbagai produk olahan makanan ringan, salah satunya adalah kerupuk bawang. Usaha Kerupuk Azizah merupakan salah satu Industri Kecil dan Menengah (IKM) yang memproduksi kerupuk bawang dengan tiga varian rasa, yaitu original, pedas, dan kedelai. Dalam beberapa tahun terakhir, penjualan produk mengalami penurunan yang signifikan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis preferensi konsumen terhadap atribut-atribut produk kerupuk bawang dan mengetahui atribut yang paling dipertimbangkan konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian pada Usaha Kerupuk Azizah di Kota Padang. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif dengan teknik analisis konjoin menggunakan pendekatan full profile. Jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 90 orang yang dipilih menggunakan metode accidental sampling. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kombinasi atribut produk yang paling disukai konsumen adalah rasa pedas, warna pekat, tekstur renyah, ketebalan tipis, ukuran kemasan besar (500 gram), dan bahan kemasan berupa pouch plastik. Atribut yang paling dipertimbangkan oleh konsumen dalam memilih kerupuk bawang secara berurutan adalah tekstur, jenis, bahan kemasan, warna, ketebalan, dan ukuran kemasan. Berdasarkan hasil analisis nilai Pearson's R dan Kendall's Tau yang masing-masing menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000 (lebih kecil dari 0,05), maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang sangat kuat antara hasil estimasi dengan hasil aktual dalam preferensi konsumen terhadap produk kerupuk bawang pada Usaha Kerupuk Azizah di Kota Padang.

Kata Kunci : Analisis Konjoin, Atribut, kerupuk bawang, preferensi konsumen



Consumer Preference Analysis Of Garlic Crackers Product At Azizah Crackers Business In Padang City

ABSTRACT

Padang City is well-known for its wide variety of snacks, one of which is is garlic crackers. Kerupuk Azizah is a Small and Medium Enterprise (SME) that produces garlic crackers with three flavor variants: original, spicy, and soybean. However, the company has experienced a significant decline in product sales in recent years. This study, therefore, aims to analyze consumer preferences for garlic cracker product attributes and determine which attributes consumers prioritize most when making purchasing decisions at Kerupuk Azizah. This research uses a quantitative descriptive method that employs conjoint analysis with a full-profile approach. A total of 90 respondents were selected using an accidental sampling method. The results show that consumers most prefer the following combination of product attributes: spicy flavor, dark color, crispy texture, thin thickness, large packaging size (500 grams), and plastic pouch packaging material. Consumers prioritize the following attributes when choosing garlic crackers: texture, flavor, packaging material, color, thickness, and packaging size. An analysis using Pearson's R and Kendall's Tau showed a significant correlation (0.000) between consumer preferences and actual results for garlic crackers at Kerupuk Azizah in Padang City.

Keywords: *Conjoint Analysis, Attributes, Garlic Crackers, Consumer Preferences*

