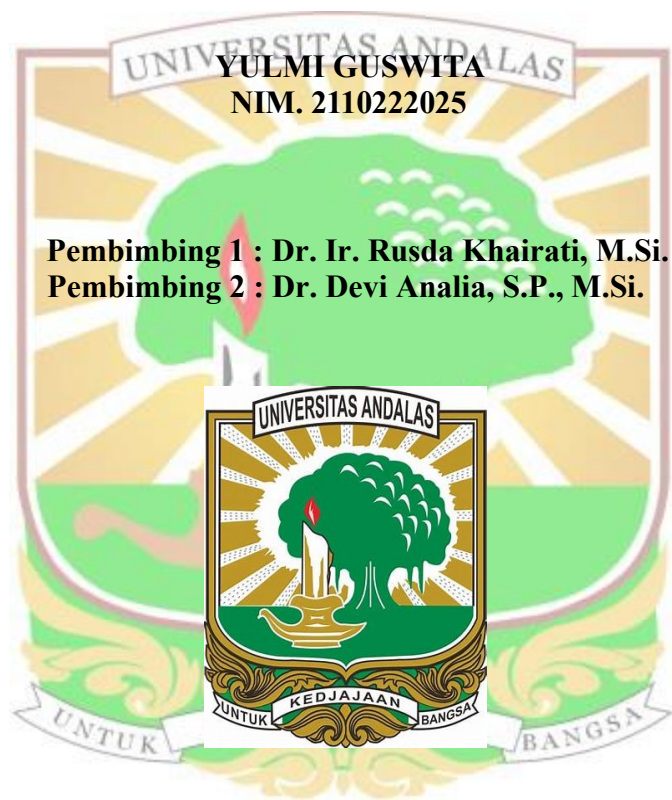


**ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP PRODUK
KERIPIK SINGKONG PADA USAHA KERIPIK BALADO 4x7
DI KOTA PADANG**

SKRIPSI

OLEH :



**YULMI GUSWITA
NIM. 2110222025**

**Pembimbing 1 : Dr. Ir. Rusda Khairati, M.Si.
Pembimbing 2 : Dr. Devi Analia, S.P., M.Si.**

**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2025**

ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP PRODUK KERIPIK SINGKONG PADA USAHA KERIPIK BALADO 4x7 DI KOTA PADANG

Abstrak

Keripik singkong merupakan produk pangan olahan yang digemari oleh berbagai kalangan karena rasanya yang khas, praktis, dan mudah dikonsumsi. Usaha Keripik Balado 4x7 di Kota Padang, berdiri sejak 1972, dikenal dengan varian rasa balado, lado hijau, original, dan durian. Penelitian ini bertujuan mengidentifikasi atribut produk yang mempengaruhi preferensi konsumen serta menentukan atribut yang perlu dipertahankan untuk meningkatkan kepuasan. Sampel penelitian ditentukan dengan teknik *accidental sampling* sebanyak 36 responden dan dianalisis menggunakan metode Analisis Konjoin. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas konsumen adalah perempuan berusia 25–35 tahun, berpendidikan diploma atau sarjana, bekerja sebagai pegawai swasta, dan telah membeli lebih dari tiga kali. Atribut yang paling berpengaruh terhadap preferensi konsumen adalah rasa, diikuti oleh tekstur, ketebalan, ukuran kemasan, warna, dan merek. Kombinasi produk yang paling disukai meliputi rasa balado atau original, tekstur renyah, ketebalan tipis, warna pekat, kemasan kecil (250 gram), serta merek dengan informasi lengkap seperti logo halal dan kontak produsen. Berdasarkan hasil tersebut, disarankan agar Keripik Balado 4x7 menjaga konsistensi rasa, memperbaiki ketebalan potongan melalui penggunaan alat pemotong yang lebih presisi, mencantumkan informasi kemasan dengan jelas, serta bagi peneliti selanjutnya dapat menambah variabel lain seperti harga atau desain kemasan untuk hasil yang lebih komprehensif.

Kata Kunci: Preferensi konsumen, analisis konjoin, keripik singkong, atribut produk

CONSUMER PREFERENCE ANALYSIS FOR CASSAVA CHIPS PRODUCTS AT KERIPIK BALADO 4X7 IN PADANG CITY

Abstract

Cassava chips are a popular processed food product favored by many consumers for their distinctive taste, practicality, and convenience. The 4x7 Balado Chips business in Padang City, established in 1972, is known for its flavor variants, including balado, green chili, original, and durian. This study aims to identify product attributes that influence consumer preferences and determine which attributes should be kept to improve consumer satisfaction. The research collected data from a sample of 36 respondents, selected using the accidental sampling technique, and analyzed using Conjoint Analysis. The study found that the characteristics of cassava chip consumers from the 4x7 Balado Chips business indicate that most are female, aged 25–35 years, hold a diploma or bachelor's degree, work as private employees, and have purchased more than 3 times. The most influential attributes on consumer preference are taste, followed sequentially by texture, thickness, packaging size, color, and packaging. The most preferred combination includes balado or original flavor, crispy texture, thin thickness, dark color, small packaging (250 grams), and packaging that features comprehensive information such as a halal logo and producer contact details. Based on these findings, it is suggested that 4x7 Balado Chips maintain flavor consistency, improve slice thickness using precise cutting tools, and display clear packaging information. It also recommended that future researchers should include additional variables such as price or packaging design to ensure more comprehensive results.

Keywords: *Consumer preference, conjoint analysis, cassava chips, product attributes*

