

# Merancang Perbaiki Atribut Produk Dengan Pendekatan *Conjoint Analysis* Guna Memenuhi Preferensi Konsumen

Oleh:

Fajar Ibnu Mubarak,

Ribangun Bambang Jakaria

Progam Studi Teknik Industri

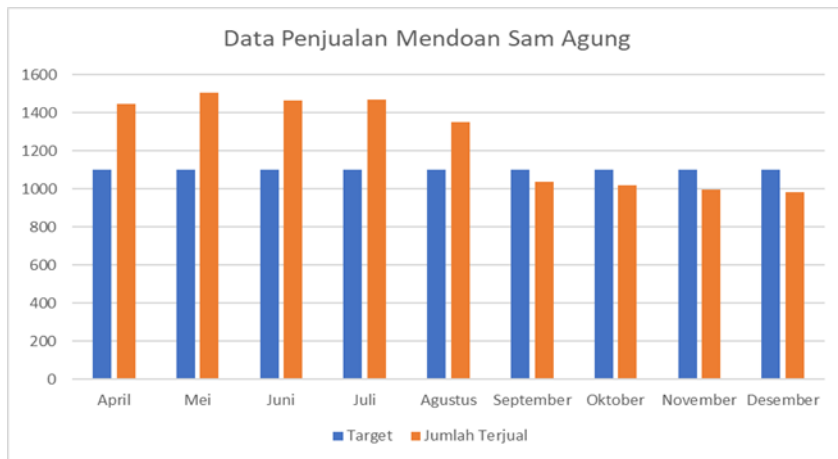
Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Juni, 2023



# Pendahuluan

- Pesatnya pertumbuhan UMKM
- Persaingan Pasar semakin ketat
- Penurunan pendapatan



- Menghasilkan produk yang memenuhi preferensi konsumen

# Pertanyaan Penelitian (Rumusan Masalah)

Bagaimana atribut produk yang sesuai dengan preferensi konsumen pada UMKM Mendoan Sam Agung?

# Metode

Konsumen mendonan sam agung

Populasi dan  
Sampel

Jumlah Sampel Minimum = [(Jumlah Level – Jumlah Atribut) + 1] x 5  
(Sumber: Isfar, 2020)

Pengumpulan  
Data

Data Primer : Observasi, Wawancara,  
penyebaran kuesioner

Data Sekunder: Literatur pendahuluan, data  
penjualan Sam Agung

Teknik Sampling

*non-probability  
dengan memakai  
sampling*      *sampling  
purposive*

Analisis Data

Analisis Konjoin

# Hasil

Mendoan:

- Nilai Utilitas

Utilities			
		Utility Estimate	Std. Error
Rasa	Gurih Umami	-.046	.218
	Gurih Agak Asin	.046	.218
Aroma	Tidak Menyengat	.112	.218
	Menyengat	-.112	.218
Bentuk	Medium	-.147	.290
	Besar	.389	.341
	Kecil	-.242	.341
Tekstur	Empuk	.179	.218
	Renyah	-.179	.218
Tingkat Kematangan	Setengah Matang	.099	.290
	Matang	.060	.341
	Terlalu Matang	-.159	.341
Kemasan	Paper Box	.285	.218
	Sterofoam	-.285	.218
Logo	Besar	-.232	.290
	Sedang	-.285	.341
	Kecil	.518	.341
(Constant)		3.216	.252

- Importance Value

Importance Values	
Rasa	8.785
Aroma	9.273
Bentuk	18.791
Tekstur	10.553
Tingkat	16.941
Kematangan	
Kemasan	13.004
Logo	22.651

- Nilai Korelasi

Correlations <sup>a</sup>		
	Value	Sig.
Pearson's R	.754	.000
Kendall's tau	.611	.001

# Hasil

## Tahu Isi Pedas: • Nilai Utilitas

Utilities			
		Utility Estimate	Std. Error
Rasa	Pedas	.119	.139
	Pedas Gurih	-.395	.163
	Pedas Manis	.277	.163
Aroma	Tidak	.139	.104
	Menyengat		
	Menyengat	-.139	.104
Bentuk	Bulat	.092	.104
	Kotak	-.092	.104
Tekstur	Renyah	.022	.104
	Empuk	-.022	.104
Tingkat Kematangan	Matang	.400	.104
Kemasan	Terlalu Matang	-.400	.104
	Paper Box	.072	.104
Logo	Sterofoam	-.072	.104
	Besar	-.194	.139
	Medium	-.130	.163
	Kecil	.323	.163
	(Constant)	2.859	.115

## Importance Value

Importance Values	
Rasa	22.624
Aroma	12.491
Bentuk	7.967
Tekstur	8.362
Tingkat Kematangan	17.694
Kemasan	9.716
Logo	21.147

## • Nilai Korelasi

Correlations <sup>a</sup>		
	Value	Sig.
Pearson's R	.907	.000
Kendall's tau	.778	.000

# Pembahasan

Produk mendoan yang paling diminati adalah mendoan dengan rasa gurih agak asin, memiliki aroma tidak menyengat, berbentuk besar, bertekstur empuk, memiliki tingkat kematangan setengah matang, dengan kemasan berupa *paper box*, dan terdapat logo yang kecil.

Produk tahu isi pedas yang paling diminati adalah tahu isi pedas dengan rasa pedas manis, memiliki aroma tidak menyengat, berbentuk bulat, bertekstur renyah, memiliki tingkat kematangan yang matang, dengan kemasan berupa *paper box*, dan terdapat logo yang kecil.

Alternatif perbaikan atribut produk mendoan berdasarkan nilai importance value menghasilkan nilai kepentingan paling besar secara berurutan yaitu logo sebesar 22.651%, bentuk sebesar 18.791%, tingkat kematangan sebesar 16.941%, kemasan sebesar 13.004%, tekstur sebesar 10.553%, aroma sebesar 9.273%, dan rasa sebesar 8.785%.

Alternatif perbaikan atribut produk tahu isi pedas berdasarkan nilai importance value menghasilkan nilai kepentingan paling besar secara berurutan yaitu rasa sebesar 22.624%, logo sebesar 21.147%, tingkat kematangan sebesar 17.694%, aroma sebesar 12.491%, kemasan sebesar 9.716%, tekstur sebesar 8.362%, dan bentuk sebesar 7.967%.

Hasil output korelasi analisis konjoin pada penelitian ini tergolong cukup tinggi dengan nilai pearson R dan kendall's tau pada tahu isi pedas sebesar 0.754 dan 0.611, serta pada tahu isi pedas nilai pearson r dan kendall's tau sebesar 0.907 dan 0.778. hal ini menunjukkan bahwa hubungan antara observed variable dan estimated preferences termasuk kuat dan signifikan.

# Temuan Penting Penelitian

- Preferensi konsumen terhadap produk mendoan dengan atribut dan level berupa rasa gurih agak asin, memiliki aroma tidak menyengat, berbentuk besar, bertekstur empuk, memiliki tingkat kematangan setengah matang, dengan kemasan berupa *paper box*, dan terdapat logo yang kecil.
- Preferensi konsumen terhadap produk tahu isi pedas dengan atribut dan level berupa rasa pedas manis, memiliki aroma tidak menyengat, berbentuk bulat, bertekstur renyah, memiliki tingkat kematangan yang matang, dengan kemasan berupa *paper box*, dan terdapat logo yang kecil.
- Terdapat korelasi yang cukup kuat antara variabel atribut yang diberikan dengan preferensi konsumen



# Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dengan dilakukannya penelitian ini adalah mampu memberikan solusi perbaikan rancangan atribut produk yang ada pada UMKM Sam Agung

# Referensi

1. A. Ramadhan, Y. Rohayati, and W. Tripiawan. Perancangan Atribut Produk Celana Denim Bobbiesjeans. Co Berdasarkan Preferensi Konsumen. *At-Tadbir: JIM*, vol. 6, no. 1, pp. 13-25, 2022. <http://dx.doi.org/10.31602/atd.v6i1.5108>.
2. C. S. Priyambodo, H. Sastryawanto, and D. T. Hermawati. Analisis Preferensi Konsumen Buah Jeruk di Pasar Keputran Utara, Surabaya. *JISA*, vol. 19, no. 1, pp. 85-103, 2019. <https://journal.uwks.ac.id/index.php/sosioagribis/article/view/690/616>.
3. A. Afnina and Y. Hastuti, “Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan”, *JSEB*, vol. 9, no. 1, pp. 21-30, Mar. 2018. <https://doi.org/10.33059/jseb.v9i1.458>.
4. A. K. S. Ong, Y. T. Prasetyo, M. A. D. C. Libiran, Y. M. A. Lontoc, J. A. V. Lunaria, A. M. Manalo, et al. Consumer Preference Analysis On Attributes Of Milk Tea: A Conjoint Analysis Approach. *Foods*, vol. 10, no. 6, pp. 1382, 2021. <https://doi.org/10.3390/foods10061382>.
5. R. Utama and J. Antonio, “Analisis Conjoint Terhadap Preferensi Konsumen Pada Kemasan Minuman Kalamansi Siap Minum Di Kota Bengkulu”, *Technologica*, vol. 1, no. 2, pp. 104–112, Jul. 2022. <https://doi.org/10.55043/technologica.v1i2.47>.
6. J.F. Hair, W. C. Black, B.J. Babin, and R. E. Anderson. *Multivariate Data Analysis (Seventh Edition)*. New Jersey: Pearson Education International, 2010, pp 1-761. <https://www.drnishikantjha.com/papersCollection/Multivariate%20Data%20Analysis.pdf>
7. Ermini, Siryati, M. Najib, and D. S. Nindiati. “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada The Hungry Burger”. *JMWE*, vol. 20, no. 1, pp 36-51, May 2023. <https://doi.org/10.31851/jmwe.v20i1.9814>.
8. P. Lampengan, J. D. Massie, and F. Roring. “Pengaruh Motivasi, Kepercayaan dan Sikap Konsumen Terhadap Minat Beli Pengguna Online Shop Zalora Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unsrat Manado”. *EMBA*, vol. 7, no. 4, pp. 5693-5703, 2019. <https://doi.org/10.35794/emba.v7i4.26449>
9. V. R. Ariestania and I. M. B. Dwiarta, “PENGARUH BRAND IMAGE, PRODUCT QUALITY, DAN PRODUCT KNOWLEDGE TERHADAP PURCHASE INTENTION PENGGUNA VANS SIDOARJO”, *ME*, vol. 25, no. 1, pp. 12–18, Jun. 2020. <https://doi.org/10.36456/majeko.vol25.no1.a2446>
10. I. R. Putri, and A. Tasman. "Pengaruh Financial Literacy dan Income terhadap Personal Financial Management Behavior pada Generasi Millennial Kota Padang". *Jurnal Kajian Manajemen Dan Wirausaha*, vol. 1, no. 1, pp. 151-160, 2019. <https://ejournal.unp.ac.id/students/index.php/mnj/article/viewFile/5505/2831>
11. I. Lenaini. Teknik Pengambilan Sampel Purposive Dan Snowball Sampling. *Historis: JKPPPS*, vol. 6, no. 1, pp. 33-39, 2021. <https://doi.org/10.31764/historis.v6i1.4075>.
12. P. A. D. Saputra and Y. K. Dewi, “PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP ATRIBUT PRODUK CEMILAN SEHAT DI BALI”. *JP*, vol. 4, no. 4, pp. 521–528, Feb. 2021. <https://doi.org/10.37715/jp.v4i4.1664>
13. D. Rinaldi, F. N. Azizah, and C. G. G. Putra, “CLUSTER AND CONJOINT ANALYSIS FOR DETERMINING ONLINE SHOP SHOPEE CUSTOMERS PREFERENCE BASED ON E-SERVICE QUALITY”, *BAREKENG: J. Math. & App.*, vol. 15, no. 2, pp. 361-372, Jun. 2021. <https://doi.org/10.30598/barekengvol15iss2pp361-372>.

# Referensi

14. W. Winarti. "Analisis Preferensi Mahasiswa Dalam Memilih Laptop dengan Menggunakan Analisis Konjoin". *JIH*, vol. 3, no. 2, pp. 32-38, Jun. 2020. <http://humanika.penapersada.com/index.php/humanika/article/view/61>
15. F. G. Akbar, H. Amani, and S. Wulandari. Perancangan Atribut Produk Tas Scratchline Berdasarkan Preferensi Konsumen Menggunakan Metode Conjoint Analysis. *eProceedings of Engineering*, vol. 7, no. 2, pp. 5714-5721, 2020. <https://doi.org/10.34818/eoe.v7i2.12714>.
16. M. D. Baswara, A. A. Suhendra, and H. Amani. Perancangan Atribut Produk Celana Chino Groweed Berdasarkan Preferensi Konsumen Dengan Menggunakan Conjoint Analysis. *eProceedings of Engineering*, vol. 8, no. 5, pp. 7267-7274, 2021. <https://doi.org/10.34818/eoe.v8i5.16538>.
17. J. Santoso, "Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen", *JAM*, vol. 16, no. 01, pp. 127 - 146, Apr. 2019. <https://doi.org/10.36406/jam.v16i01.271>.
18. Widayat. *Statistika Multivariat (Pada Bidang Manajemen dan Bisnis)*. UMM Press, 2018, pp. 1-192. [https://www.google.co.id/books/edition/STATISTIKA\\_MULTIVARIAT\\_Pada\\_Bidang\\_Manaj/s8nrDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=analisis+konjoin&pg=PA77&printsec=frontcover](https://www.google.co.id/books/edition/STATISTIKA_MULTIVARIAT_Pada_Bidang_Manaj/s8nrDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=analisis+konjoin&pg=PA77&printsec=frontcover)
19. E. Supriyanto, Y. Rohayati, and B. H. Sagita. "Perancangan Perbaikan Atribut Produk T-shirt Winterxsvmmmer Berdasarkan Preferensi Konsumen Dengan Menggunakan Conjoint Analysis". *eProceedings of Engineering*, vol. 8, no. 5, pp. 7819-7825, 2021. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/engineering/article/view/16370>.
20. F. Isfar, and W. Widowati. "Analisis Konjoin untuk Mengidentifikasi Preferensi Konsumen terhadap Busana Pesta di Butik Fenny Chen". *FFEJ*, vol. 9, no. 2, pp. 116-122, Apr. 2020. <https://doi.org/10.15294/ffej.v9i2.37526>.
21. L. Amanda, F. Yanuar, and D. Devianto. "Uji validitas dan reliabilitas tingkat partisipasi politik masyarakat kota Padang". *Jurnal Matematika UNAND*, vol. 8, no. 1, pp. 179-188, 2019. <https://doi.org/10.25077/jmu.8.1.179-188.2019>
22. R. N. Amalia, R. S. Dianingati, and E. Annisaa', "Pengaruh Jumlah Responden terhadap Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner Pengetahuan dan Perilaku Swamedikasi," *Generics: Journal of Research in Pharmacy*, vol. 2, no. 1, pp. 9-15, May. 2022. <https://doi.org/10.14710/genres.v2i1.12271>
23. S. Sugiono, N. Noerdjanah, and A. Wahyu, "Uji Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur SG Posture Evaluation", *JKF*, vol. 5, no. 1, pp. 55-61, May 2020. <https://doi.org/10.37341/jkf.v5i1.167>

