

# PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP PRODUK CURCUMAWA PLUS DI PT NATURINDO FRESH

Oleh  
Albertika Lorensa

## Intisari

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui urutan atribut Curcumawa Plus berdasarkan tingkat kepentingan konsumen dan kombinasi level atribut Curcumawa Plus yang sesuai preferensi konsumen . Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Maret sampai dengan bulan Juli 2023 di PT Naturindo Fresh dengan metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif. Pemilihan lokasi penelitian dilakukan secara *purposive*, sedangkan pengambilan sampel responden menggunakan *accidental sampling*. Jenis data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder sebagai pendukung. Data yang terkumpul melalui kuesioner responden kemudian dianalisis menggunakan analisis konjoin dengan SPSS. Pada penelitian ini digunakan empat atribut yaitu jenis kemasan, rasa, warna desain kemasan, dan harga. Hasil analisis data menunjukkan bahwa urutan atribut berdasarkan tingkat kepentingan (*importance values*) menurut preferensi konsumen terhadap data menunjukkan bahwa urutan kombinasi level atribut terhadap produk Curcumawa Plus adalah atribut harga (33,887), atribut warna desain kemasan (26,260), atribut rasa (20,077), dan atribut jenis kemasan (19,775). Sedangkan hasil kombinasi level atribut yang paling disukai oleh konsumen adalah kemasan sachet, rasa dominan susu, warna terang, dan harga Rp 4.000.

Kata Kunci: Preferensi Konsumen, Analisis Konjoin, Atribut, Curcumawa Plus