

PREFERENSI KONSUMEN MINUMAN HERBAL BERKARBONASI BERBASIS JAHE DAN JERUK NIPIS

Oleh :

Putri Anindita Pratiwi

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis urutan atribut minuman herbal berkarbonasi berbasis jahe dan jeruk nipis berdasarkan tingkat kepentingan konsumen dan menganalisis kombinasi level atribut herbal berkarbonasi berbasis jahe dan jeruk nipis yang sesuai preferensi konsumen. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan kuantitatif, dilaksanakan pada bulan Januari sampai dengan bulan Juli 2023. Pemilihan lokasi penelitian dilakukan secara *purposive*, sedangkan pengambilan sampel responden menggunakan *non-probability 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, kemasan, rasa, aroma dan harga. Hasil analisis data menunjukkan bahwa urutan atribut berdasarkan tingkat kepentingan (*importance values*) menurut preferensi konsumen terhadap produk minuman herbal berkarbonasi berbasis jahe dan jeruk nipis adalah atribut rasa (43,836%), atribut harga (39,839%), kemasan (9,763%), dan atribut aroma (6,562%). Sedangkan hasil kombinasi level atribut yang paling disukai oleh konsumen adalah kemasan botol kaca, rasa pedas, aroma kuat, dan harga Rp 5.0000 – Rp. 10.000.

Kata Kunci : Preferensi Konsumen, Analisis Konjoin, Atribut, Minuman Herbal Berkarbonasi Berbasis Jahe dan Jeruk Nipis

CONSUMER PREFERENCE OF GINGER AND LIME CARBONATED HERBAL BEVERAGES

By :

Putri Anindita Pratiwi

ABSTRACT

This study aimed to analyze the order of attributes of ginger and lime based carbonated herbal drinks based on the level of consumer interest and to analyze the combination of attribute levels of ginger and lime based carbonated herbal drinks according to consumer preferences. This research used qualitative and quantitative methods, carried out from January to July 2023. The selection of research locations was carried out purposively, while the sample of respondents used non-probability sampling. The type of data used was primary data and secondary data as a support. The data collected through the respondent's questionnaire were then analyzed using conjoint analysis with SPSS. In this study, four attributes were used, namely packaging, taste, aroma and price. The results of data analysis showed that the order of attributes based on the level of importance (importance values) according to consumer preferences for ginger and lime-based carbonated herbal beverage products are taste attributes (43.836%), price attributes (39.839%), packaging (9.763%), and attributes aroma (6.562%). While the results of the combination of attribute levels that are most liked by consumers are glass bottle packaging, spicy taste, strong aroma, and a price of IDR 5,0000 – IDR. 10,000.

Keywords: Consumer Preference, Conjoint Analysis, Attributes, Ginger and Lime Based Carbonated Herbal Drinks