

ABSTRAK

Ali Gunawan, Pengembangan Produk Bumbu Berdasarkan Preferensi Pelanggan Bisnis Pada PT. Armita Abadi (dibimbing oleh Dr. MOHAMAD RIZAN, SE., MM.).

Penelitian ini ditujukan untuk mengetahui preferensi pelanggan bisnis terhadap atribut utama produk bumbu yang dapat digunakan untuk pengembangan produk bumbu pada PT Armita Abadi. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang menggunakan kuesioner untuk mengumpulkan data primernya. Pengambilan sampel menggunakan metode populasi dimana respondennya sebanyak 130 orang yang merupakan pelanggan bisnis dari PT. Armita Abadi. Penelitian ini menggunakan metode *conjoint* dengan *syntax editor* pada SPSS 13.

Hasil penelitian ini dibagi dua untuk pengambilan < 1000 kg dan pengambilan ≥ 1000 kg. Hasil penelitian dari pelanggan yang mengambil < 1000 kg menunjukkan bahwa atribut harga menunjukkan tingkat kepentingan yang paling tinggi diantara semua atribut, diikuti atribut bentuk dan rasa. Pengembangan produk bumbu harus memperhatikan atribut-atribut tersebut. Berdasarkan penentuan preferensi pelanggan terhadap atribut produk bumbu dan analisa hasilnya, maka dapat diambil kesimpulan yaitu pengembangan produk bumbu dilakukan berdasarkan kombinasi atribut utama yang terbaik pada produk bumbu ini, yaitu harga $< \text{Rp } 30.000,00 / \text{kg}$, bentuk liquid dengan rasa manis, dimana harga $< \text{Rp. } 30.000$ dapat dijadikan indikator tingkat kualitas produk bumbu.

Pelanggan dengan pengambilan ≥ 1000 kg menunjukkan bahwa atribut rasa menunjukkan tingkat kepentingan yang paling tinggi diantara semua atribut, diikuti atribut harga dan jaminan keamanan pangan. Pengembangan produk bumbu harus memperhatikan atribut-atribut tersebut. Berdasarkan penentuan preferensi pelanggan terhadap atribut produk bumbu dan analisa hasilnya, maka dapat diambil kesimpulan yaitu pengembangan produk bumbu dilakukan berdasarkan kombinasi atribut utama yang terbaik pada produk bumbu ini, yaitu

rasa manis, harga < Rp. 30.000 , dan jaminan Depkes R.I, dimana harga < Rp. 30.000 ini dapat dijadikan indikator tingkat kualitas produk bumbu.

Kesimpulan yang terakhir adalah pengembangan produk bumbu dapat dilakukan berdasarkan riset mengenai preferensi konsumen secara kontinu.

ABSTRACT

ALI GUNAWAN, Based on Customer Preference Business of Ingredients at PT. Armita Abadi (Advised By Dr. MOHAMAD RIZAN, SE., MM)

The purpose of this research is to know the customer preference business towards main attribute of seasoning product that could be applied by PT. Armita Abadi in developing its seasoning product. This research was quantitative research which used questioner in order to get primary data. Sample were taken using population method which included 130 person who are business customer from PT. Armita Abadi. This research used conjoint method with syntax editor on SPSS 13.

The result from this research is divided into 2 categories : order < 1.000 kg, and order ≥ 1.000 kg. Based on research from customer, Result of research from customer order < 1.000 kg showed that price is the most important attribute, followed by form and taste. The development of seasoning product should aware of these attributes. Based on determination of customer preference for attribute of seasoning product and analysis of the result, we can conclude that development of seasoning product can be done based on combination of the best main attribute on this seasoning product , such as : price $< \text{Rp } 30.000 / \text{kg}$, liquid form with sweet taste , which this price : $< \text{Rp. } 30.000 / \text{kg}$ can be used as indicator of quality of the seasoning product.

Customer with order ≥ 1.000 kg shows that taste is the most important attribute, followed by safety food guarantee. The development of seasoning product should aware of these attributes. Based on customer preference determination of seasoning product attribute and analysis of the result, we could conclude that seasoning product development could be applied based on combination of the best main attribute in this seasoning product , that is : taste sweet , price $< \text{Rp } 30.000 / \text{kg}$, dan certificate from Health dept Of indonesia, in which this price can be used as indicator of the quality of seasoning product.

The last conclusion is that seasoning product development can be done using research of customer preferency continuously.