

## ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN AYAM GORENG TEPUNG PADA MASA PANDEMI COVID-19 MENGUNAKAN METODE *CONJOINT ANALYSIS*

Febrianisa Yulia Sandita<sup>(1)</sup>, Ibnu Wahid Fakhruddin Aziz<sup>(2)</sup>, Mirwan Ushada<sup>(3)</sup>

### ABSTRAK

Ayam goreng tepung adalah olahan daging ayam yang dibumbui dan dibalur dengan adonan tepung berbumbu yang dimasak dengan cara digoreng dalam minyak panas. Keberadaan ayam goreng tepung di Kabupaten Sleman cukup populer dilihat dari banyaknya *outlet* yang menjual ayam goreng tepung, hal ini juga menunjukkan adanya peluang untuk memulai usaha di bidang tersebut. Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini bertujuan untuk (1) menganalisis proses pengambilan keputusan pembelian produk ayam goreng tepung (2) mengidentifikasi atribut prioritas yang dipertimbangkan dalam melakukan pembelian ayam goreng tepung (3) mengidentifikasi kombinasi atribut yang disukai konsumen pada produk ayam goreng tepung.

Pengumpulan data dilakukan dengan metode kuesioner melalui *platform google form* dengan jumlah responden sebanyak 135 orang dengan kriteria pernah melakukan pembelian ayam goreng tepung di Kabupaten Sleman. Kuesioner terdiri dari dua bagian, bagian pertama mengenai tahap pengambilan keputusan dan bagian kedua mengenai preferensi konsumen. Preferensi konsumen diolah menggunakan metode konjoin analisis dengan atribut yang digunakan adalah Harga, Penyajian, *Purchase state* dan Kemasan. Pengolahan data dilakukan menggunakan *software SPSS 25*.

Hasil penelitian menunjukkan bagaimana perilaku konsumen pada tahap pengambilan keputusan pembelian dan preferensi konsumen terhadap atribut harga, penyajian, *purchase state*, dan kemasan produk ayam goreng tepung. Urutan atribut prioritas berdasarkan nilai tingkat kepentingan yaitu atribut Harga (40,73%), *Purchase state* (33,57%), Penyajian (16,99%), dan Kemasan (8,70%). Kombinasi atribut produk ayam goreng tepung yang disukai oleh konsumen berdasarkan nilai utilitas setiap level atribut adalah harga <Rp 15.000,00, penyajian ayam goreng tepung dengan nasi/kentang goreng dan sayuran, *purchase state* dalam bentuk *ready to eat (takeaway/delivery)*, dan kemasan menggunakan *paperbox*.

**Kata kunci:** analisis konjoin, ayam goreng tepung, preferensi

<sup>1)</sup> Mahasiswa Departemen Teknologi Industri Pertanian, Universitas Gadjah Mada

<sup>2)</sup> Staff Pengajar Departemen Teknologi Industri Pertanian, Universitas Gadjah Mada

***CONSUMER'S PREFERENCE AND PURCHASE DECISION ANALYSIS  
TOWARDS FRIED CHICKEN PURCHASE DURING COVID-19  
PANDEMIC ERA***

Febrianisa Yulia Sandita<sup>(1)</sup>, Ibnu Wahid Fakhruddin Aziz<sup>(2)</sup>, Mirwan Ushada<sup>(3)</sup>

**ABSTRACT**

Fried chicken is a chicken meat that marinated with some spices and coated in a seasoned batter than being processed by frying it in a hot oil. The existence of fried chicken in Sleman is quite popular judged by the number of fried chicken stalls in Sleman, this also indicates that there is an opportunity so start a business in this field. Based on this condition, this study aims to (1) analyze the decision making process of purchasing fried chicken (2) identify priority attribute that are considered in fried chicken purchase (3) identify the combination of attributes based on consumer's preference in fried chicken products.

The data are collected from 135 respondents (a fried chicken consumers that purchased the product in Sleman) through a questionnaire method using a google form platform. The questionnaire consist of two parts, the first part is about decision-making process of purchasing fried chicken and second part is about consumer's preference on fried chicken. Consumer's preferences are calculated using conjoint analysis method with the attributes used are Price, Serving, Purchase state, and Packaging. The datas are processed using SPSS 25 software

The result shows consumer's habit on purchasing fried chicken and consumer's preference on attributes of price, serving, purchase state and packaging in fried chicken product. Product's attributes from the most considered based on importance level is Price (40.73%), Purchase state (33.57%), Serving (16.99%) and Packaging (8.70%). The combination of fried chicken product attributes that preferred by consumers according to utility value of each level attributes are <Rp15.000,00 price, served with rice/fried chicken and vegetables, purchased in ready to eat (takeaway/delivery) form and using paperbox packaging.

**Keywords: conjoint analysis, fried chicken, preference**

---

1) Student of Department of Agroindustrial Technology, Universitas Gadjah Mada

2) Lexturer of Department of Agroindustrial Technology, Universitas Gadjah Mada