

ABSTRAKSI

Penelitian ini dilakukan untuk mengidentifikasi urutan atribut-atribut yang berpengaruh terhadap pengambilan keputusan konsumen Mahasiswa di Daerah Istimewa Yogyakarta. Dengan metode Analisa hirarki Proses. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik random sampling. Atribut utama yang digunakan dalam penelitian ini adalah atribut promosi, harga, kemasan, ketersediaan, dan atribut mutu. Sedangkan produk minuman berserat yang paling banyak dikonsumsi adalah Vegeta, Fiber, Slimmy, Fortyplus, Fiber kunyit asem, dan Biofibra.

Dari hasil perhitungan didapat atribut harga mempunyai bobot 0,225 merupakan atribut terpenting bagi konsumen dalam pemilihan produk minuman berserat. Prioritas selanjutnya yang diperhatikan adalah promosi dengan bobot 0,221; kemasan dengan bobot 0,20; ketersediaan dengan 0,176; dan mutu dengan bobot 0,171. Sedangkan hasil perhitungan alternatif untuk Vegeta bobotnya adalah 0,184; Fiber 0,179; Slimmy 0,160; Fortyplus 0,166; Fiber kunyit asem 0,157; dan Biofibra 0,154.

Dari hasil penelitian terungkap bahwa dari kelima atribut utama yang diteliti konsumen mempunyai penilaian yang sama terhadap harga dan promosi dan konsumen menganggap penting untuk memperhatikan atribut harga dan promosi sebelum mengonsumsi suatu produk minuman berserat.

Konsumen juga mempunyai penilaian yang sama terhadap ketersediaan dan mutu, konsumen menganggap penting untuk memperhatikan ketersediaan dan mutu sebelum mengonsumsi suatu produk minuman berserat, sedangkan untuk atribut yang mempunyai perbedaan yang nyata hanya terjadi pada atribut kemasan.

Dari hasil perbandingan ganda untuk antar alternatif didapat bahwa Vegeta, Fiber mempunyai perbedaan yang signifikan/nyata dengan produk yang lainnya. Sedangkan untuk Slimmy dengan Fortyplus dan Fiber kunyit asem dengan Biofibra konsumen tidak bisa membedakan secara nyata dikarenakan konsumen mempunyai penilaian yang sama terhadap produk tersebut.