

**PENENTUAN PRIORITAS ATRIBUT PRODUK KERIPIK TEMPE  
PROTABA FOOD BERDASARKAN PREFERENSI KONSUMEN  
MENGGUNAKAN METODE FUZZY ANALYTICAL HIERARCHY  
PROCESS**

**INTISARI**

**Oleh:**

**SISWANTIKA**

**20/460638/TP/12848**

Keripik tempe merupakan produk yang secara umum disukai oleh berbagai kalangan masyarakat di Indonesia. Persaingan antar industri khususnya pada industri keripik tempe merupakan sesuatu yang mutlak terjadi dan menjadi salah satu tantangan bagi perusahaan untuk tetap mempertahankan bisnisnya. Oleh karena hal tersebut, perusahaan dituntut untuk membuat produk yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk menentukan atribut produk keripik tempe yang sesuai dengan keinginan serta diprioritaskan oleh konsumen ketika melakukan pembelian keripik tempe. Sehingga, hal tersebut dapat membantu produsen dalam pengambilan keputusan produksi.

Penelitian ini menggunakan metode FAHP (*Fuzzy Analytical Hierarchy Process*). Penelitian diawali dengan penentuan kriteria dan sub-kriteria, penyebaran kuesioner pendahuluan untuk menyaring kebutuhan konsumen terhadap atribut dan sub-kriteria produk keripik tempe, pengolahan data kuesioner pendahuluan, pengujian konsistensi menggunakan metode AHP, fuzzifikasi, agregasi dengan teknik *geometric mean*, dan defuzzifikasi.

Kriteria atribut produk keripik tempe yang paling berpengaruh dalam pembelian keripik tempe secara berurutan adalah kriteria rasa (0,2); tekstur (0,186); harga (0,182); kemasan (0,083); kemudahan didapatkan (0,081), informasi produk (0,078), warna (0,067), promosi (0,064), dan aroma (0,057). Adapun sub-kriteria yang terpilih yakni keripik tempe dengan rasa original, memiliki tekstur renyah dan lapisan tempe yang tipis, harga terjangkau, kemasan plastik, kemudahan didapatkan secara offline, informasi produk yang menunjukkan tanggal kadaluarsa, warna keripik tempe cerah kekuningan, dan keripik memiliki aroma khas tempe yang lebih dominan.

Kata kunci: atribut produk, fuzzy ahp, keripik tempe, preferensi konsumen

**DETERMINATION OF PRODUCT ATTRIBUTE PRIORITIES FOR  
PROTABA FOOD TEMPE CHIPS BASED ON CONSUMER  
PREFERENCE USING THE FUZZY ANALYTICAL HIERARCHY  
PROCESS**

**ABSTRACT**

**By:**

**SISWANTIKA**

**20/460638/TP/12848**

*Tempe chips are a product generally liked by various segments of society in Indonesia. Competition within the tempe chip industry is inevitable and poses a challenge for companies to maintain their business. Therefore, companies are required to produce products that meet consumer wants and needs. This study aims to determine the priorities of tempe chip product attributes that align with consumer preferences when purchasing tempe chips. This can aid producers in production decisions making.*

*This study analyzed by FAHP (Fuzzy Analytical Hierarchy Process) method. The research begins with the determination of criteria and sub-criteria, the distribution of preliminary questionnaires to filter consumer needs of attributes and sub-criteria of tempe chip products, processing the preliminary questionnaire data, consistency testing using the AHP method, fuzzification, aggregation using the geometric mean technique, and defuzzification.*

*The product attribute criteria for tempe chips that most influence the purchase of tempe chips, in order, are taste (0.2); texture (0.186); price (0.182); packaging (0.083); availability (0.081); product information (0.078); color (0.067); promotion (0.064); and aroma (0.057). The selected sub-criteria are tempe chips with an original flavor, a crispy texture with a thin tempe layer, an affordable price, plastic packaging, ease of availability offline, product information showing the expiration date, a bright yellowish color of tempe chips, and a distinctive tempe aroma that is more dominant.*

Keywords: consumer preference, fuzzy ahp, product attributes, tempe chips