

ABSTRAKSI

**Analisa Preferensi Konsumen Biskuit
Menggunakan Metode *Multiple Linear Regression*
dan *Artificial Neural Network*
(Studi kasus di Kecamatan Depok, Kabupaten Sleman, Yogyakarta)**

Riset pasar bertujuan untuk memahami sikap dan pola perilaku konsumen yang mencerminkan tingkat kepuasan konsumen terhadap atribut-atribut produk biskuit. Riset pasar sangat penting artinya terutama dalam menentukan strategi pemasaran produk biskuit untuk masa depan perusahaan yang bersangkutan.

Peneliti menggunakan metode *Multiple Linear Regression* dan *Artificial Neural Network* untuk menguji hipotesa yang diusulkan. Menurut hasil analisa dari kedua metode tersebut variabel rasa dan aroma, variabel harga, variabel kemudahan mendapatkan produk, variabel penampilan kemasan, variabel iklan dan variabel merek sebagai atribut produk biskuit yang dikaji terbukti berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat kepuasan konsumen biskuit. Keenam variabel tersebut mempunyai urutan tingkat kepentingan yang berbeda-beda di setiap metode yang digunakan.

Metode *Artificial Neural Network* memiliki kemampuan yang lebih baik dalam memprediksi data tingkat kepuasan konsumen biskuit dibandingkan dengan metode *Multiple Linear Regression*. Hal ini dapat ditinjau dari jumlah data pengujian yang termasuk dalam klasifikasi benar lebih besar dan nilai kriteria kesalahan hasil prediksi lebih kecil dari metode *Multiple Linear Regression*.

Kata kunci : riset pemasaran, kepuasan konsumen, *Artificial Neural Network* dan *Multiple Linear Regression*.