



## INTISARI

*Fried chicken* lokal merupakan salah satu produk pangan siap saji yang banyak di konsumsi oleh masyarakat di Kabupaten Sleman. Tingginya persaingan antar merek *fried chicken* lokal menuntut pelaku usaha untuk memahami preferensi konsumen untuk memahami preferensi konsumen serta tingkat kesiediaan membayar (*willingness to pay*) terhadap produk yang ditawarkan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis preferensi konsumen terhadap produk *fried chicken* lokal berdasarkan atribut produk, mengestimasi nilai *willingness to pay* konsumen, serta menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi *willingness to pay* konsumen di Kabupaten Sleman. Penelitian dilaksanakan di Kabupaten Sleman dengan pengambilan data primer melalui survei menggunakan kuesioner terhadap 100 responden yang dipilih secara purposive. Analisis preferensi konsumen dilakukan menggunakan analisis Conjoint, untuk nilai *willingness to pay* dihitung menggunakan Contingent Valuation Method (CVM). Dan selanjutnya untuk faktor-faktor yang memengaruhi *willingness to pay* dianalisis menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa preferensi konsumen terhadap *fried chicken* lokal dipengaruhi oleh atribut rasa, harga, warna, tekstur, lokasi dan kemasan. Konsumen cenderung menyukai rasa asin gurih dan asin pedas, tekstur tebal renyag, warna keemasan, lokasi yang sangat dekat dengan konsumen serta penggunaan kemasan box. Nilai rata-rata WTP konsumen pada bagian sayap ayam Rp. 9.070, pada bagian paha bawah Rp. 10.270, pada bagian paha atas Rp. 13.830 dan pada bagian dada Rp. 13.930 lebih tinggi dibandingkan harga pasar yang berlaku. Hasil analisis regresi berganda menunjukkan bahwa faktor-faktor yang berpengaruh signifikan terhadap *willingness to pay* *Fried chicken* lokal meliputi pendapatan dan jumlah anggota keluarga meningkatkan nilai *willingness* konsumen ayma goreng tepung lokal.

**Kata Kunci:** preferensi konsumen, kesiediaan membayar, *fried chicken* lokal



## ABSTRACT

Local fried chicken is one of the ready-to-eat food products that is widely consumed by the community in Sleman Regency. The high level of competition among local fried chicken brands requires business actors to understand consumer preferences as well as consumers' willingness to pay (WTP) for the products offered. This study aims to analyze consumer preferences for local fried chicken products based on product attributes, estimate consumers' willingness to pay, and examine the factors influencing consumers' willingness to pay in Sleman Regency. The study was conducted in Sleman Regency using primary data collected through a survey with questionnaires administered to 100 respondents selected through purposive sampling. Consumer preferences were analyzed using conjoint analysis, while willingness to pay was estimated using the Contingent Valuation Method (CVM). Furthermore, the factors influencing willingness to pay were analyzed using multiple linear regression. The results show that consumer preferences for local fried chicken are influenced by several product attributes, including taste, price, color, texture, location, and packaging. Consumers tend to prefer savory and spicy flavors, thick and crispy texture, golden color, locations that are very close to consumers, and the use of box packaging. The average WTP value for chicken parts are IDR 9,070 for wings, IDR 10,279 for drumstick, IDR 13,830 for thighs and IDR13,930 for breasts, all of which are higher than the prevailing market prices. The results of the multiple regression analysis indicate that income and the number of family members have a significant positive effect on consumers' willingness to pay for local fried chicken products.

**Keywords:** consumer preferences, willingness to pay, fried chicken local