

Abstracts

The purpose of this study is to reveal Indonesian consumers' preference toward chips product, while also taking health consciousness into account. The author solves this issue by using Discrete Choice Experiment to measure consumers' utility through product attributes. From given utility, it serves as consumers' preference toward a product. 100 respondents were asked to fill in an online survey, consisting of demographic questions and 10 choice sets. Five main product's attributes were observed in this research study: price, type of the main ingredient, level of MSG usage, level of salt usage, and packaging material. The finding indicates that four product's attributes have a significant effect in determining consumers' preference toward chips products, while another attribute has no significant effect (packaging material). Several variables were also added to the model (health consciousness, gender, and age) but none of them have a significant effect. Furthermore, this study also reveals the best product combination which can potentially give great insights for managers. The input for further research are to eliminate time constraints, try to get more representative sample, distribute the online survey in more formal manner, and expand the geographical scope which the online survey is distributed.

Keywords: Discrete Choice Experiment, Product Attribute, Consumer Preference, Health Consciousness, Chips Choices

Intisari

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui peran preferensi konsumen Indonesia terhadap pemilihan produk keripik, sementara juga mempertimbangkan kesadaran akan kesehatan. Penulis menyelesaikan masalah dengan menggunakan eksperimen pilihan diskrit untuk mengukur utilitas konsumen melalui atribut produk. Dengan menemukan utilitas konsumen, preferensi konsumen terhadap produk dapat diidentifikasi. 100 responden diminta untuk mengisi survei online, yang terdiri dari pertanyaan demografis dan 10 set pilihan. Terdapat lima atribut produk utama yang diamati pada penelitian ini: harga, jenis bahan utama, tingkat penggunaan MSG, tingkat penggunaan garam, dan bahan kemasan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa empat atribut produk memiliki pengaruh signifikan dalam menentukan preferensi konsumen terhadap produk keripik, sedangkan atribut lainnya tidak memiliki efek yang signifikan (bahan kemasan). Selain itu, penelitian ini juga mengungkapkan kombinasi produk terbaik yang berpotensi memberikan wawasan yang bermanfaat untuk para manajer. Masukan untuk penelitian dimasa depan adalah untuk menghilangkan batasan waktu penelitian, mencari sampel yang dapat menjadi representative, mendistribusikan survei online secara lebih formal, dan memperluas ruang lingkup geografis dalam distribusi survei online.

Kata Kunci: Eksperimen Pilihan Diskrit, Atribut Produk, Preferensi Pembeli, Kesadaran akan Kesehatan, Pemilihan Keripik.