

**ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP BUAH PISANG DENGAN
METODE *CONJOINT ANALYSIS* DAN *IMPORTANCE
PERFORMANCE ANALYSIS* (IPA)**

Agustini Cahyadianti Putri¹, Dyah Ismoyowati², Nafis Khuriyati.²

Abstrak

Peningkatan produktivitas buah-buahan nasional di Indonesia memiliki peningkatan yang pesat. Buah pisang merupakan buah yang diminati masyarakat Indonesia. Ketersediaan buah pisang di ritel-ritel buah tidak pernah kosong. Kondisi ini menunjukkan bahwa permintaan konsumen terhadap buah pisang cukup tinggi. Konsumen menjadi lebih kritis dalam menilai suatu produk dan jasa layanan. Produk yang berkualitas harus didukung dengan pelayanan yang tepat sehingga kepuasan konsumen dapat terpenuhi. Preferensi konsumen terhadap atribut-atribut produk (harga, warna, kesegaran, tempat pembelian, dan sebagainya) digunakan sebagai acuan perbaikan kualitas produk. Preferensi tersebut akan menjadi dasar konsumen dalam mengambil keputusan pembelian suatu produk. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui kombinasi atribut buah pisang yang disukai oleh konsumen dan mengetahui pelayanan yang harus ditingkatkan oleh setiap ritel.

Proses identifikasi atribut dan kombinasi atribut buah pisang dilakukan dengan *Conjoint Analysis*, yaitu dengan mengukur nilai utilitas (kegunaan) dan nilai kepentingan dari setiap atribut buah pisang. Pengambilan data dilakukan dengan kuesioner, yaitu kuesioner pendahuluan, kuesioner perangkingan atribut, dan kuesioner kombinasi atribut buah pisang. Selanjutnya, dilakukan proses identifikasi atribut pelayanan menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) berdasarkan tingkat kepentingan dan kinerja dari atribut pelayanan yang akan di petakan ke dalam diagram kartesius yang terdiridari 4 kuadran. Diagram kartesius menunjukkan atribut mana saja yang memiliki prioritas perbaikan untuk ditingkatkan kinerjanya.

Hasil dari perangkingan atribut menggunakan *Conjoint Analysis* menunjukkan bahwa atribut yang mempengaruhi konsumen dalam pembelian buah pisang adalah kematangan, kesegaran buah, dan warna. Dari perhitungan nilai utilitas didapatkan kombinasi atribut buah pisang yang mempengaruhi pembelian buah adalah buah pisang yang matang, segar dan berwarna hijau kekuningan dengan nilai utilitas total kombinasi sebesar 296,334. Selanjutnya, dari identifikasi IPA diketahui atribut yang memiliki skala prioritas tertinggi yaitu tempat pembelian yang bersih dan nyaman pada pasar tradisional. Kelengkapan kios buah dan karyawan menanggapi keluhan dan pertanyaan dari pelanggan pada ritel kios buah. Pemberian perhatian individu kepada pelanggan, adanya sapaan yang ramah pada pelanggan, pemberian informasi yang benar, cepat, dan akurat, pelayanan yang diberikan cepat, karyawan melayani dengan sopan dan yang terakhir karyawan menawarkan batuan kepada konsumen pada ritel modern.

Kata kunci: atribut, buah pisang, preferensi konsumen, *conjoint analysis*, *importance performance analysis*

¹ Mahasiswa Teknologi Industri Pertanian FTP UGM

² Staf Pengajar Teknologi Industri Pertanian FTP UGM



**CONSUMER PREFERENCE ANALYSIS OF BANANA WITH *CONJOINT ANALYSIS*
AND *IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS (IPA)* METHODS**

Agustini Cahyadianti Putri¹, Dyah Ismoyowati², Nafis Khuriyati.²

Abstract

Increased productivity of national fruits in Indonesia has increased rapidly. Banana is fruits that interested by the Indonesian society. Banana is one of the fruit that always available in every retail. This condition indicates that consumer demand for banana is quite high. Consumers are becoming more critical in evaluating products and services. A quality product should be supported by the appropriate services so the customer satisfaction can be met. Consumer preferences for product attributes (price, color, freshness, place of purchase, etc.) are used as a quality improvement of product. The decision to purchase a product by the consumer will be based on these preferences. The purpose of this research are to find out the combination of banana attributes are favored by consumers and which services should be increased by every retail.

The attributes identification and attributes combination of banana were done by using Conjoint Analysis, by measuring the values of the utility (usefulness) and the value of the importance from each attribute of the banana. Data retrieval was done by a questionnaire, such as preliminary questionnaire, ranked attribute questionnaire, and attribute combination questionnaire of banana. Afterwards, the next step identification of service elements using Importance Performance Analysis based on importance level and performance and service elements plotted into Cartesian diagram consisted of four quadrants Cartesian diagram shows which elements having improvement priority to be improved.

The results of ranked attributes using *Conjoint Analysis* showed the attributes that have an effect when the consumer purchase banana is price, color, and freshness of the fruit. From the calculation of utilities obtained that the combination of banana attributes have an effect to purchase of banana is maturity, freshness, and green and yellowish color with a total utility combination are 296,334. From the identification of IPA, attributes that known as the highest priority values are clean and comfortable place in traditional market. Fruit stall completeness and respond of the employees to complaints and inquiries from customers in the retail fruit stand. As well as giving individual attention to customers and friendly greeting to the customer, providing customer with the true, fast and accurate information, rapid services provided, employees serve with courtesy and offered help to the customer in modern retail.

Keywords: attribute, banana, consumer preference, *conjoint analysis*, *importance performance analysis*

¹ Student of Agro-Industrial Technology Department, FTP UGM

² Lecturer of Agro-Industrial Technology Department, FTP UGM