

PENGUKURAN TINGKAT KESUKAAN KONSUMEN MUDA TERHADAP
PRODUK MOACI KEMBANG DAN PRODUK MOACI OKI JAYA

Oleh :

Riesantyo Henda Arihiwanto¹,

Novita Erma Kristanti², Ibnu Wahid Fakhruddin Aziz³

ABSTRAK

Moaci Kembang merupakan industri yang bergerak di bidang makanan ringan, dengan produk olahan kue Moaci. Dalam menjaga eksistensi industri makanan ringan perlu adanya perbaikan dan perubahan secara berkala. Perubahan dan perbaikan ditujukan pada atribut mutu produk dan atribut non mutu produk. Atribut mutu meliputi aroma, warna, tekstur, rasa, aftertaste dan kemudahan ditelan. Sedangkan atribut non mutu meliputi ukuran, bentuk, harga, dan kemasan. atribut tersebut merupakan atribut terdekat dengan konsumen. Teknik analisa kesukaan konsumen dan perbandingan dapat sebagai tolak ukur untuk memperbaiki suatu produk dan memberikan inovasi dengan mengacu kepada atribut mutu dan atribut non mutu.

Penelitian ini dilakukan menggunakan metode wawancara, penyebaran kuesioner, dan studi pustaka sebagai alat pengumpul data untuk mengidentifikasi tingkat kesukaan konsumen. kuesioner disebar kepada 30 responden dengan segmentasi konsumen anak-anak muda. Uji validitas dan uji realibilitas merupakan pengujian untuk mengetahui tingkat ke validan dan reliabel suatu kuesioner. Selanjutnya penyebaran kuesioner tambahan untuk 40 responden untuk mengetahui tingkat perbandingan dengan produk pesaing (Moaci Oki Jaya). Teknik untuk menganalisa kuesioner tambahan menggunakan teknik skoring, deskriptif kualitatif, dan Uji likert.

Berdasarkan penelitian pada produk Moaci Kembang dan produk Moaci Oki Jaya bahwa kedua produk memiliki perbandingan yang cukup signifikan dilihat dari atribut mutu dan non mutu produk. Produk Moaci Oki Jaya memiliki keunggulan pada atribut aroma, warna, tekstur, bentuk, rasa, aftertaste, dan harga. Sedangkan produk Moaci Kembang hanya unggul pada atribut ukuran, kemudahan ditelan, dan kemasan.

Kata Kunci : Atribut mutu dan non mutu, Tingkat kesukaan konsumen, Moaci.

- 1) Mahasiswa Diploma Agroindustri
- 2) Dosen Pembimbing/ Dosen Penguji II
- 3) Dosen Penguji I

THE MEASUREMENT OF YOUNG CONSUMER LIKES TO THE *MOACI*
KEMBANG PRODUCT AND *MOACI OKI JAYA* PRODUCT

By :
Riesantyo Henda Arihiwanto¹,
Novita Erma Kristanti², Ibnu Wahid Fakhruddin Aziz³

ABSTRACT

Moaci Kembang is an industry based on snacks, with refined products of Moaci cake. In maintaining the existence of the snack industry, it needs some improvement and changes periodically. Changes and improvements aimed at the quality product attributes and non-quality products attributes. Quality attributes include aroma, color, texture, flavor, aftertaste and ease of swallowing. While non-quality attributes include size, shape, price, and packaging. The attribute is closest attribute to the consumer. Technical analysis of this consumer preferences and comparisons can be as a benchmark to improve a product and deliver innovation by referring to the quality attributes and non-quality attributes.

The research was carried out using the method of interview, dissemination of questionnaire, and study of literature as a means of data collection to identify the level of consumer favorites. The questionnaire is distributed to 30 respondents with the consumer segmentation of young people. Validity and reliability test is a test to find out the level of validity and reliability of a questionnaire. Then disseminating additional questionnaires to 40 respondents is to know the level of comparison with the competitor products (*Moaci Oki Jaya*). The techniques to analyse the additional questionnaire are using the technique of scoring, qualitative descriptive and likert test.

Based on the research to the *Moaci Kembang* product and the *Moaci Oki Jaya* product, both products have a significant comparison. It can be seen from the quality and non-quality product attributes. *Moaci Oki Jaya* products have advantages on attributes such as aroma, color, texture, shape, taste, aftertaste, and price. While, *Moaci Kembang* products only superior on the attributes such as size, ease swallowed, and packaging.

Keywords: quality and non-quality attributes, level of consumer preferences, *Moaci*.

1. Students of Agroindustri Diploma
2. Lecturer / Examiner II
3. Examiner I