

EVALUASI ATRIBUT PRODUK YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN SEMPE ARUMANIS

Rizky Cinitya Pramesti¹, Anggoro Cahyo Sukartiko², Dyah Ismoyowati²

ABSTRAK

Sempe Arumanis merupakan produk pangan olahan gula, tradisional khas Jogja. Gulaliqu merupakan salah satu produsen yang memproduksi sempe arumanis. Sebagai sebuah perusahaan yang memproduksi produk makanan, banyak sekali produk retur yang sering dikembalikan oleh pihak toko (50%), karena mendekati masa kadaluarsa. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui proses keputusan pembelian produk sempe arumanis yang dilakukan oleh konsumen dan mengetahui atribut produk sempe arumanis yang mempengaruhi keputusan pembelian.

Evaluasi atribut dilakukan pada lima tahap yang dilalui konsumen dalam mengambil suatu keputusan pembelian, yaitu pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku pascapembelian. Responden merupakan konsumen yang pernah mengkonsumsi sempe arumanis, yang dipilih secara *judgement sampling* (sampel disengaja). Karakteristik responden dievaluasi berdasarkan jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan, pekerjaan, dan jumlah penghasilan setiap bulan. Pembahasan dilakukan dengan menggunakan statistik deskriptif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa, faktor-faktor yang mempengaruhi atribut produk dalam keputusan pembelian sempe arumanis yaitu atribut harga sebagai peringkat pertama sebanyak 73%, atribut rasa sebagai peringkat kedua sebanyak 67%, atribut tekstur sebagai peringkat ketiga sebanyak 33%, atribut warna dan atribut tempat pembelian sebagai peringkat keempat dan kelima sebanyak 27%, atribut kemasan dan atribut aroma sebagai peringkat keenam dan ketujuh sebanyak 20%.

Kata kunci : atribut, keputusan pembelian, konsumen, sempe arumanis.

¹Mahasiswa Teknologi Industri Pertanian FTP UGM

²Staf Pengajar Teknologi Industri Pertanian FTP UGM

EVALUATION OF PRODUCT ATTRIBUTES AFFECTING THE BUYING DECISION PROCESS OF SEMPE ARUMANIS

Rizky Cinitya Pramesti¹, Anggoro Cahyo Sukartiko², Dyah Ismoyowati²

ABSTRACT

Sempe Arumanis, a traditional cotton candy in Yogyakarta, in order to survive its competition, is necessary to be evaluated its affecting buying decision process's attributes. Therefore, the goals of this research are to find out buying decision process of sempe cotton candy and to evaluate its attribute affecting the buying decision process.

Attribute evaluation was done through five steps of buying decision process. Those are the problem recognizing, information search, alternative evaluation, purchasing decisions, and post-purchase behaviors. Respondents were selected by judgement sampling where they were consumers who bought sempe cotton candies. Characteristics of respondents are evaluated by gender, age, education level, occupation, and monthly amount of income. The collected data were analyzed with descriptive statistics.

The results shows that the product attributes affecting buying decision process of cotton candy price (73%), flavor (63%), texture (33%), color (27%) and place (27%), respectively. In addition, packaging and scent were the last attributes, each 20%.

Key words : attributes, buying decision, consumers, sempe cotton candy.

¹Student of Agro-Industrial Technology Department, FTP UGM

²Lecturer of Agro-Industrial Technology Department, FTP UGM