

ABSTRACT

ANALYSIS OF CONSUMER PREFERENCES ON SIGER RICE (A CASE STUDY IN BANDAR LAMPUNG)

By

Nurul Mukti

This study aimed to determine consumer preferences towards siger rice products made from cassava. This study used survey of consumer behavior through interviews and questionnaires, data were analyzed using descriptive and *importance performance analysis*. Consumer preferences towards siger rice showed that consumers had a positive attitude towards siger rice products as an alternative food instead of rice. Consumer behavior towards rice siger explained the majority of consumers male gender, financial resources to work, with an average monthly expenditure Rp.1.500.000 - 2 .500.000. The original motivation to consume siger rice wants to get health benefits. Sources of consumer information come from a family member with a variable benefit is the main focus. Siger rice was less attractive compared to consume rice paddy. Consumer purchase decision depends on the situation with the frequency of consumption of 2 kg per month and are willing to make repeat purchases. Variable siger rice product which has a level of importance with the highest score is the variable benefits (4.35), composition (3.73), family

members (3.65), motivation (3.58), information (3.53) and the price rice (3.40) with a maximum score is (5). Having an attribute that level of performance with the highest score is the benefit (4.35), composition (3.95), rice (3.83), the ease of purchase (3.60), and motivation (3.58) with a maximum score (5). Variables siger rice products included in maintain achievement (quadrant II) that benefit, the composition, the price of rice, motivation, family members, ease of purchase, and information. While the variables are included in the low priority (quadrant III) is the place, people, friends, promotion (advertising), brand names, bonuses and prizes, and salespeople.

Keywords: bandar lampung, case study, cassava, siger rice, preferences.

ABSTRAK

ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP BERAS SIGER (Studi Kasus Di Bandar Lampung)

Oleh

Nurul Mukti

Penelitian ini bertujuan mengetahui preferensi konsumen terhadap produk beras siger berbahan ubi kayu. Penelitian ini menggunakan metode survei perilaku konsumen melalui wawancara dan pengisian kuesioner, dianalisis dengan menggunakan *importance performance analysis* dan deskriptif. Preferensi konsumen terhadap beras siger menunjukkan bahwa konsumen memiliki perilaku positif terhadap produk beras siger sebagai pangan alternatif pengganti beras. Perilaku konsumen terhadap beras siger menjelaskan mayoritas konsumen berjenis kelamin laki-laki, sumber keuangan dengan bekerja, dengan rata-rata pengeluaran perbulan Rp.1.500.000 – 2.500.000. Motivasi awal mengkonsumsi ingin mendapatkan manfaat kesehatan. Sumber informasi konsumen berasal dari anggota keluarga dengan variabel manfaat yang menjadi fokus utama. Beras siger kurang diminati dibandingkan dengan mengkonsumsi beras padi. Konsumen memutuskan pembelian tergantung situasi dengan frekuensi konsumsi 2 kg per bulan dan

bersedia melakukan pembelian ulang. Variabel produk beras siger yang memiliki tingkat kepentingan dengan skor tertinggi adalah variabel manfaat (4,35), komposisi (3,73), anggota keluarga (3,65), motivasi (3,58), informasi (3,53) dan harga beras (3,40) dengan skor maksimal yaitu (5). Atribut yang memiliki tingkat kinerja dengan skor tertinggi adalah manfaat (4,35), komposisi (3,95), harga beras (3,83), kemudahan membeli (3,60), dan motivasi (3,58) dengan skor maksimal (5). Variabel-variabel produk beras siger yang termasuk dalam pertahankan prestasi (kuadran II) yaitu manfaat, komposisi, harga beras, motivasi, anggota keluarga, kemudahan membeli, dan informasi. Sedangkan variabel yang termasuk kedalam prioritas rendah (kuadran III) adalah tempat, orang lain, teman, promosi (iklan), merk yang terkenal, bonus dan hadiah, dan tenaga penjual.

Kata kunci : bandar lampung, studi kasus, ubi kayu, beras siger, preferensi konsumen.