

## **ABSTRACT**

### ***ANALYSIS OF PREFERENCES AND CONSUMER SATISFACTION OF SHINTA BANANA CHIPS IN BANDAR LAMPUNG CITY***

**By**

**Khister Praja Putra**

*This study aims to determine preferences, consumption patterns and consumer satisfaction in purchasing Shinta Banana Chips in Bandar Lampung City. The location selection was carried out purposively and the number of respondents in this study were 50 people selected by the non-probability sampling. Data collection was carried out from May to June 2022. The research data was analyzed using conjoint analysis, qualitative descriptive analysis, Customer Satisfaction Index (CSI) and Importance Performance Analysis (IPA). The results showed that consumer preferences were in the fifth combination, namely sweet taste with a size of 250 grams, crunchy texture and using plastic packaging. The majority of Shinta Banana Chips consumers buy and consume 250 gram banana chips with a purchase frequency of 1-2 times per month at most. The variations of Shinta Banana Chips flavors that many consumers like are the variations of chocolate and balado flavors. Consumers are very satisfied with the attributes of Shinta Banana Chips. Shinta Banana Chips consumer satisfaction is in the very satisfied category with a CSI value of 86.41 percent. Attributes of consumer satisfaction based on the results of the IPA analysis are only in the second and third quadrants.*

*Keywords: Banana Chips, Consumer, Consumption Pattern, Preference.*

## **ABSTRAK**

### **ANALISIS PREFERENSI DAN KEPUASAN KONSUMEN KERIPIK PISANG SHINTA DI KOTA BANDAR LAMPUNG**

**Oleh**

**Khister Praja Putra**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui preferensi, pola konsumsi dan kepuasan konsumen dalam pembelian Keripik Pisang Shinta di Kota Bandar Lampung. Pemilihan lokasi dilakukan secara *purposive* dan jumlah responden penelitian ini adalah 50 orang yang dipilih dengan metode *non-probability sampling*. Pengambilan data dilakukan pada bulan Mei sampai dengan Juni 2022. Data penelitian dianalisis menggunakan *analisis conjoint*, *analisis deskriptif kualitatif*, *Customer Satisfaction Index (CSI)* dan *Importance Performance Analysis (IPA)*. Hasil penelitian diketahui preferensi konsumen berada pada kombinasi ke lima yaitu rasa manis dengan ukuran 250 gram, bertekstur renyah dan menggunakan kemasan plastik. Konsumen Keripik Pisang Shinta mayoritas membeli dan mengonsumsi keripik pisang ukuran 250 gram dengan frekuensi pembelian paling banyak 1-2 kali per bulan. Variasi rasa Keripik Pisang Shinta yang banyak disukai konsumen adalah variasi rasa coklat dan balado. Konsumen merasa sangat puas dengan atribut yang ada pada Keripik Pisang Shinta. Kepuasan konsumen Keripik Pisang Shinta berada pada kategori sangat puas dengan nilai CSI sebesar 86,41 persen. Atribut kepuasan konsumen berdasarkan hasil analisis IPA hanya berada pada kuadran dua dan kuadran tiga.

Kata kunci : Keripik Pisang, Konsumen, Preferensi, Pola Konsumsi.