

## **BAB IV**

### **PENUTUP**

#### **6.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Analisis Preferensi Konsumen terhadap Atribut Produk UMKM Keripik Singkong CJDW di Desa Tanjungharjo, Kecamatan Kapas, Kabupaten Bojonegoro, dapat disimpulkan bahwa atribut produk yang terdiri dari rasa, harga, dan kemasan secara bersama – sama berpengaruh signifikan terhadap preferensi konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa ketiga atribut tersebut secara simultan menjadi pertimbangan konsumen dalam menentukan pilihan terhadap produk Keripik Singkong CJDW. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa model penelitian mampu menjelaskan sebesar 46,7% variasi preferensi konsumen, sedangkan sisanya sebesar 53,3% dipengaruhi oleh faktor – faktor lain di luar variabel yang diteliti.

Secara parsial, variabel harga dan kemasan terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap preferensi konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen cenderung memilih Keripik Singkong CJDW ketika harga yang ditawarkan sepadan dengan manfaat yang diterima dan didukung oleh kemasan yang menarik, informatif, serta mampu menciptakan kesan positif terhadap produk. Sementara itu, variabel rasa tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap preferensi konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa rasa produk tersebut sudah dianggap mampu memenuhi ekspektasi konsumen dan oleh karena itu tidak lagi menjadi faktor utama yang membedakan pilihan produk mereka dibandingkan dengan atribut harga dan kemasan.

Dengan demikian, tujuan penelitian untuk menentukan pengaruh atribut produk terhadap preferensi konsumen telah tercapai. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga dan kemasan merupakan atribut yang paling dominan dalam memengaruhi preferensi konsumen; oleh karena itu, UMKM Keripik Singkong CJDW perlu mempertahankan strategi penetapan harga yang

kompetitif serta terus meningkatkan kualitas dan daya tarik kemasannya tanpa mengorbankan konsistensi rasa. Upaya – upaya ini diharapkan dapat meningkatkan preferensi konsumen, memperkuat daya saing produk, dan mendukung pengembangan berkelanjutan UMKM Keripik Singkong CJDW.

## **6.2 Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut :

### **1. Bagi UMKM Keripik Singkong CJDW**

Pelaku usaha disarankan untuk lebih memfokuskan strategi pemasaran pada aspek harga dan kemasan, karena kedua variabel tersebut terbukti berpengaruh signifikan terhadap preferensi konsumen. Penetapan harga hendaknya tetap disesuaikan dengan daya beli masyarakat serta kualitas produk yang ditawarkan. Selain itu, kemasan perlu terus dikembangkan agar lebih menarik, informatif, praktis, dan mampu meningkatkan citra produk di mata konsumen. Meskipun variabel rasa tidak berpengaruh signifikan dalam penelitian ini, kualitas rasa tetap perlu dipertahankan agar kepuasan dan loyalitas konsumen tetap terjaga.

### **2. Bagi Konsumen**

Konsumen diharapkan dapat mempertimbangkan berbagai atribut produk, seperti kualitas, harga, dan kemasan sebelum melakukan pembelian, sehingga dapat memilih produk yang sesuai dengan kebutuhan, selera, dan kemampuan.

### **3. Bagi Peneliti Selanjutnya**

Penelitian selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain yang diduga memengaruhi preferensi konsumen, seperti kualitas produk, citra merek, promosi, lokasi, pelayanan, kualitas pelayanan, inovasi produk, maupun loyalitas konsumen. Selain itu, penelitian dapat dilakukan dengan jumlah responden yang lebih banyak atau pada objek penelitian yang

berbeda agar hasil penelitian dapat dibandingkan dan memiliki tingkat generalisasi yang lebih luas.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adhikari, G. P. (2022). *Scholars' Journal*. 5(December), 22–37.
- Agatha, G. V, Endaryanto, T., & Suryani, A. (2020). Analisis Preferensi, Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen Terhadap Keripik Pisang Dan Singkong Di Sentra Agroindustri Keripik Kota Bandar Lampung. *Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis: Journal of Agribusiness Science*, 8(1), 137–144.
- Amalia, D., Yuningsih, E., & Silaningsih, E. (2024). Analisis Persepsi, Sikap dan Preferensi Terhadap Kepuasan Konsumen pada UMKM Makanan Ringan. *Profit: Jurnal Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(4), 117–131.
- Candrani, D. C., & Siswadi, B. (2023). Preferensi Konsumen terhadap Pembelian Keripik Singkong di UD. Aji Jaya Makmur Kecamatan Cerme Kabupaten Gresik. *JU-Ke (Jurnal Ketahanan Pangan)*, 7(1), 19–31.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2021). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (5th ed.). SAGE Publications.
- Dinas Pertanian dan Ketahanan Pangan Provinsi Jawa Timur, 2024. (2024). INDIKATOR PERTANIAN PROVINSI JAWA TIMUR 2024. In 35000.25045. Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Timur.
- Erislan, U. S. (2024). *Analysis of Marketing Management Strategies in Facing Dynamic Consumer Behavior in the Digital Era*. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v11i2.1750>
- Fuliyana, F., & Maria, M. (2022). Preferensi Konsumen terhadap Produk Olahan Ikan (Studi pada Industri Rumah Tangga Paguyuban Rawa Pesona). *Agrikultura*, 33(2), 161–169.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2022). *Multivariate Data Analysis* (9th ed.). Pearson Education Limited.
- Kania, N., Prasmatiwi, F. E., & Marlina, L. (2025). Preferensi, Pola Konsumsi dan Kepuasan Konsumen Santan Instan di Pasar Modern Kota Bandar Lampung. *Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis: Journal of Agribusiness Science*, 13(4), 340–347.
- Khaddafi, J., Nusantara, C., Khaddafi, M., Wibowo, H., Safitri, I., Aqila, S., Nst, Z., & Salsabila, V. A. (2025). *Analisis Penggunaan Metode Kuantitatif dan Kualitatif dalam Penelitian Akuntansi : Studi Literatur pada Jurnal Nasional Terakreditasi Analysis of the Use of Quantitative and Qualitative Methods in Accounting Research : A Literature Study of Accredited Nat*. 4025–4031.
- Lestari, A. P., & Saidah, Z. (2023). Analisis preferensi konsumen terhadap atribut beras di Kecamatan Cibeunying Kidul, Kota Bandung. *Agrikultura*, 34(1), 28–36.

- Lukman, S. Y., Baruwadi, M., & Bakari, Y. (2025). Preferensi konsumen dalam pembelian produk stik ubi ungu di UMKM Flamboyan. *AGRINESIA: Jurnal Ilmiah Agribisnis*.
- Nicholson, W., & Snyder, C. (2012). *Microeconomic Theory: Basic Principles and Extensions* (11th ed.). South-Western Cengage Learning.
- Nuryakin, 2022. (2022). *Green Product Innovation , Green Process Innovation , and its Impact on Green Performance of Batik SMEs*. 7, 1–8.
- Putra, K. P., Prasmatiwi, F. E., & Rosanti, N. (2023). Analisis Preferensi dan Kepuasan Konsumen Keripik Pisang Shinta di Kota Bandar Lampung. *Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis*, 11(1), 25–31.
- Riszinin, Y. M., & Nugroho, T. R. D. A. (2022). Preferensi Konsumen terhadap Pembelian Keripik Singkong di UD. Sumber Mutiara Kecamatan Sampang Kabupaten Sampang. *Agriscience*, 3(1), 58–71.
- Robertson, G. L. (2013). *Food Packaging: Principles and Practice* (3rd ed.). CRC Press.
- Samita, A. S., Vianca, S. A., & Wismiarsi, T. (2025). Consumer buying intention: Food choice preferences based on cultural orientation. *Jurnal Inovasi Manajemen, Kewirausahaan, Bisnis Dan Digital*.
- Santoso dan Sukresna, D., Diponegoro, U., & Diponegoro, U. (2025). *INTERGENERATIONAL CONSUMER BEHAVIOR: A SYSTEMATIC REVIEW FROM 2001 UNTIL 2024*. 22(1), 79–83.
- Sari, S. Y. A., & Nuswardhani, R. S. K. (2025). Persepsi Konsumen Terhadap Atribut Produk Keripik Singkong Barokah Di Kabupaten Malang. *Agrotechbiz: Jurnal Ilmiah Pertanian*, 1(1), 39–46.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2023). *Metode Penelitian untuk Bisnis* (8th ed.). Salemba Empat.
- Siregar, F. M., & Sihombing, V. U. (2025). Analisis Willingness to Pay Keripik Singkong di Kabupaten Langkat dan Faktor-faktor yang Memengaruhinya. *Mimbar Agribisnis: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 11(2), 3349–3356.
- Siroj, R. A., Afgani, W., Septaria, D., Zahira, G., Kuantitatif, P., Ilmiah, P., & Data, A. (2024). *Jurnal Review Pendidikan dan Pengajaran, Volume 7 Nomor 3, 2024 | 11279*. 7, 11279–11289.
- Siti, J., & Pendidikan, I. (2025). *Model-Model Penelitian Kualitatif: Literature Review*. 4, 341–354.
- Solomon, M. R. (2020). *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being* (13th ed.). Pearson Education.
- Spence, C. (2022). Factors affecting odour-induced taste enhancement. *Food*

*Quality and Preference*, 96(September 2021), 104393.  
<https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2021.104393>

Sugiyono. (2022). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (3rd ed.). Alfabeta.

Widjaja, A., Kunto, S., Si, S., Sc, M., Pemasaran, P. M., Petra, U. K., & Siwalankerto, J. (2014). *Analisa Persepsi Konsumen Tentang Atribut Produk AMDK*. 2(1), 1–8.