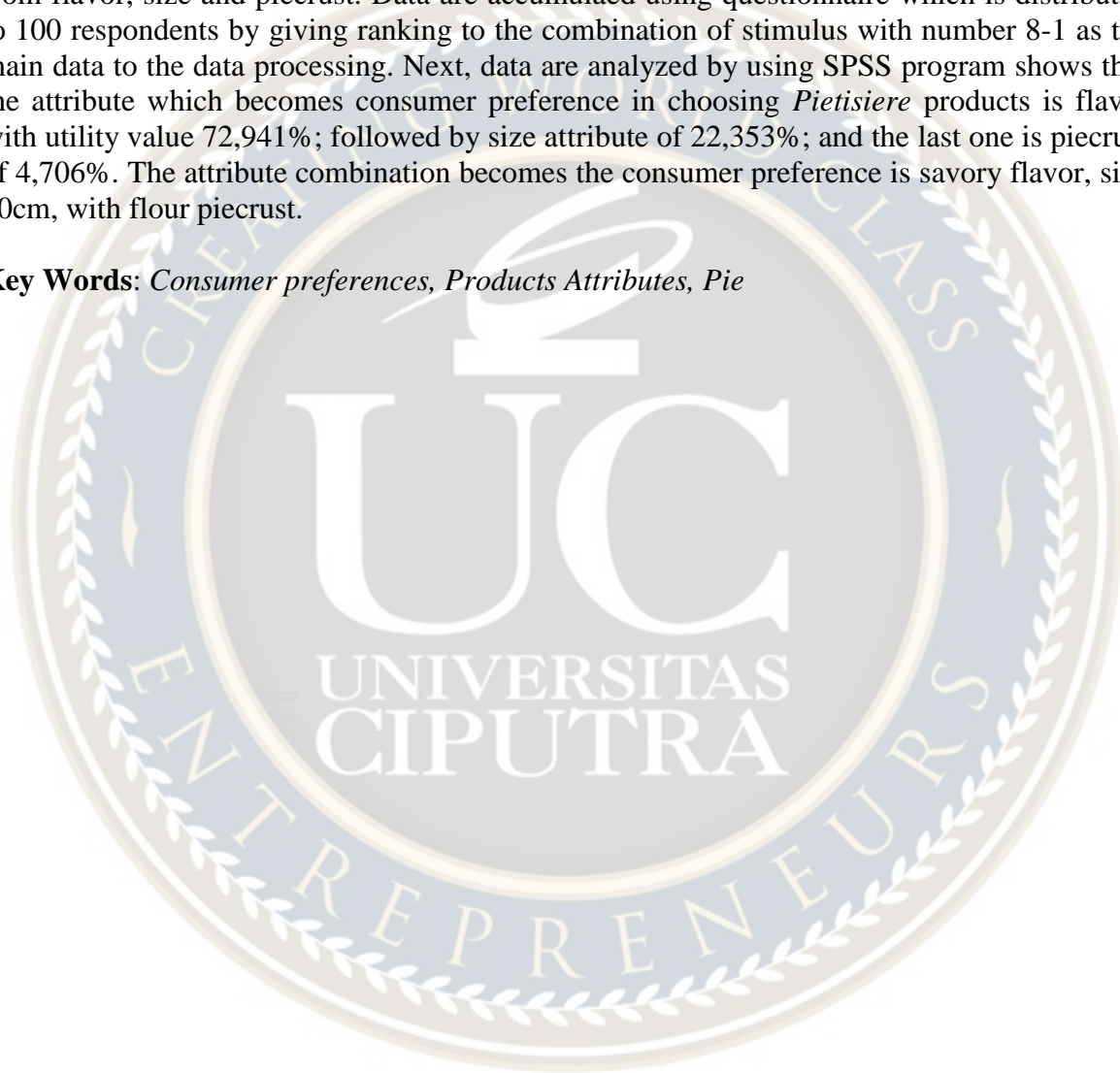


ABSTRACT

THE CONSUMERS' PREFERENCE COMBINATIONS OF *PIETISIERE* PRODUCT

The purpose of this research is to find out the consumer preferences towards *Pietisiere* pie product in which preference can be measured from the attribute flavor, size and piecrust. The population of this research are the residents of West Surabaya city with age range between 17 years old to 32 years old. Sample collection technique in this research is convenience sampling. The researcher uses conjoint analysis which contains three attributes from flavor, size and piecrust. Data are accumulated using questionnaire which is distributed to 100 respondents by giving ranking to the combination of stimulus with number 8-1 as the main data to the data processing. Next, data are analyzed by using SPSS program shows that the attribute which becomes consumer preference in choosing *Pietisiere* products is flavor with utility value 72,941%; followed by size attribute of 22,353%; and the last one is piecrust of 4,706%. The attribute combination becomes the consumer preference is savory flavor, size 10cm, with flour piecrust.

Key Words: *Consumer preferences, Products Attributes, Pie*



ABSTRAK

KOMBINASI YANG MENJADI PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP PRODUK *PIETISIERE*

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui preferensi konsumen terhadap produk *pie Pietisiere*, yang diukur dari atribut rasa, ukuran dan pinggiran *pie*. Populasi pada penelitian ini adalah penduduk yang berdomisili di Surabaya Barat yang berusia kisaran 17 hingga 32 tahun. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah dengan *convenience sampling*. Peneliti mengambil sampel sebesar 100 respondent dengan mengurutkan setiap kombinasi stimulus dari angka 8 hingga 1 sebagai data utama untuk pengolahan data. Selanjutnya, data yang dianalisis menggunakan program SPSS menunjukkan atribut yang menjadi preferensi konsumen dalam memilih produk *Pietisiere* adalah rasadengan nilai kepentingan 72,941%, diikuti dengan atribut ukuran di tempat ke dua dengan nilai kepentingan 22,353%, dan atribut pinggiran *pie* berada di tempat ketiga dengan nilai kepentingan 4,706%. Kombinasi atribut yang menjadi preferensi konsumen adalah *pie* dengan rasa asin, berukuran 10cm dan menggunakan pinggiran *pie* tepung.

Kata Kunci : *Preferensi Konsumen, Atribut Produk, Pie , Produk Pie*

