

Analisa Atribut Design Kemasan Pukis Brownies Menggunakan Analisa Konjoin Dalam Mempengaruhi Preferensi Konsumen

Adib Aditiya Rahman¹
Riqqah Putri Ulya²
Ana Yulia Sinta³,
Ribangun Bambang Jakaria^{*4}

^{1,2,3,4}Program Studi Teknik Industri, Fakultas Sains dan Teknologi,
Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia
^{*}e-mail: ribangunbz@umsida.ac.id

Abstrak

Kue Pukis adalah salah satu kue basah yang masih digemari masyarakat Indonesia. D'Pukis Bownies merupakan salah satu UMKM dengan produk berupa pukis brownies yang merupakan perpaduan antara kue pukis dan brownies. Permasalahan yang dihadapi produsen pukis brownies adalah terjadi penurunan pendapatan yang cukup signifikan. Akibatnya, sangat penting bagi produsen untuk memahami preferensi pelanggan terhadap pukis brownies. Maka maksud dari penelitian ini ialah untuk mengetahui seberapa besar hubungan yang ada antara atribut produk pukis dan preferensi pelanggan terhadap fitur tersebut dan untuk menemukan cara agar memperbaiki atribut produk pukis sehingga produk yang dihasilkan dapat memenuhi preferensi konsumen. Adapun metode yang digunakan untuk mencari preferensi konsumen ialah conjoint analysis. Hasil penelitian yang telah dilakukan di dapatkan preferensi konsumen untuk produk pukis yang paling diminati adalah pukis dengan banyak warna, berbentuk medium, dengan design yang elegan, dan kemasan berupa paper box.

Kata kunci: Pukis; Preferensi; Konjoin

Abstract

Pukis cake is one of the wet cakes that is still popular with Indonesian people. D'Pukis Bownies is one of the MSMEs with a product in the form of pukis brownies which is a combination of pukis cakes and brownies. The problem faced by brownie pukis producers is that there has been a significant decline in income. As a result, it is very important for manufacturers to understand customer preferences for brownie pukis. So the aim of this research is to find out how much relationship there is between the attributes of pukis products and customer preferences for these features and to find ways to improve the attributes of pukis products so that the resulting products can meet consumer preferences. The method used to find consumer preferences is conjoint analysis. The results of the research that has been carried out show that consumer preferences for the most popular pukis products are pukis with many colors, medium shapes, with an elegant design, and packaging in the form of a paper box.

Keywords: Pukis; Preferences; Conjoint

PENDAHULUAN

Brownies pukis adalah salah satu dari produk kue yang sangat disukai oleh masyarakat umum khususnya para penggemar baking, namun seiring dengan semakin meningkatnya popularitasnya, kebutuhan untuk mengetahui permintaan konsumen hobi terhadap brownies pukis masih belum terpenuhi. Maka dari itu, analisis harus dilakukan secara menyeluruh terhadap variabilitas yang mempengaruhi preferensi pelanggan dalam memilih brownies untuk membantu industri baking meningkatkan kualitas produk dan lebih memenuhi kebutuhan konsumen. Analisis konjoin merupakan metode yang diterapkan dalam penelitian ini, merupakan metode analisis yang bisa diterapkan untuk mengidentifikasi kepentingan relatif sesuai dengan persepsi konsumen kepada produk tertentu dan nilai utilitas yang dihasilkan dari fitur produk yang sebanding.

Dengan adanya variasi produk pukis brownies yang tersedia dipasaran, konsumen seringkali dihadapkan berbagai pilihan. Perusahaan perlu memahami bagaimana mengelola kompleksitas ini dan menentukan atribut produk yang paling berkontribusi terhadap preferensi

konsumen. Dalam pasar yang kompetitif, perusahaan harus memahami bagaimana produk mereka bersaing dengan produk sejenis dari pesaing. Analisis faktor preferensi konsumen dapat membantu perusahaan mengidentifikasi kelebihan produk D'Pukis Brownies dan membedakan diri dari pesaing. Permasalahan ini yang dihadapi oleh D'Pukis Brownies. Berdasar hasil wawancara yang dilakukan bersama D'Pukis Brownies terjadi penurunan pendapatan yang cukup besar, semula terjadi peningkatan penjualan dari bulan januari sampai bulan juni sebanyak 160 hingga 190 pcs berturut-turut sehingga melebihi target, dengan target penjualan per bulan yaitu 80 pcs. Namun kini tercatat penurunan dalam data penjualan pada bulan Juli sampai bulan Oktober, lain ini produk dari D'Pukis Brownies ini dibungkus dalam kemasan yang kurang menarik dan termasuk masih memakai kemasan yang umum dipakai oleh produk serupa. Kemasan olahan D'Pukis Brownies yang dipasarkan saat ini apa adanya dan tidak menarik. Saat ini, kemasan D'Pukis Brownies terbuat dari sterofoam, yang memiliki sifat lemah yang membuatnya mudah pecah dan tidak aman untuk makanan (Faisal, et. al. 2021).

Preferensi konsumen merupakan rasa suka atau tidak seseorang terhadap sesuatu. Preferensi pelanggan atau konsumen adalah sikap mengenai apakah konsumen meminati atau tidak meminati suatu produk. Oleh karena itu, diperlukan kombinasi atribut-atribut yang akan mempengaruhi persepsi pelanggan terhadap suatu produk dan mempengaruhi keputusan mereka untuk membelinya. Preferensi konsumen muncul selama tahap evaluasi alternatif yang termasuk dalam proses pengambilan keputusan pembelian. Analisis konjoin adalah salah satu cara untuk mengetahui preferensi pelanggan.

Penelitian terkait penyempurnaan desain kemasan dengan metode gabungan dilakukan oleh D'Pukis Brownies dengan hasil penelitian pada desain kemasan D'Pukis Brownies. Penelitian ini kemudian mencakup analisis wadah atau kemasan yang melindungi dan mengamankan produk di dalamnya dan menciptakan ciri khas tertentu yang bertujuan menarik konsumen. Pengemasan yang baik harus memperhatikan serta menonjolkan faktor seperti keselamatan, komunikasi, estetika, ergonomi, identifikasi, promosi serta lingkungan. Dalam era modern ini, fungsi kemasan bukan sekedar melindungi produk tetapi juga menjadi salah satu aspek penting dalam pemasaran. Konsumen cenderung memilih kemasan yang menarik dan praktis. Selain itu, kemasan juga memiliki fungsi untuk sumber informasi, maka dari itu informasi harus tertulis dengan jelas pada kemasan produk (Faisal, et. al. 2021).

Berdasarkan penjelasan di atas, maka perlu dilakukannya penelitian yang berfungsi dalam menganalisis dan mengembangkan desain kemasan yang memenuhi persyaratan pelanggan untuk mengetahui seberapa besar hubungan antara atribut kemasan pukis dan meningkatkan pangsa pasar kepada produk yang dihasilkan oleh D'Pukis Brownies, hingga bisa melakukan perbaikan atribut-atribut kemasan dari pukis sehingga produk dapat memenuhi keinginan konsumen (Salomon, et al., 2021).

METODE

Preferensi konsumen merupakan keputusan yang disukai atau tidak disukai konsumen pada produk yang dibeli. Menampilkan persepsi konsumen dalam berbagai produk pilihan yang tersedia. Preferensi konsumen kepada suatu produk bisa diidentifikasi dengan berbagai cara, termasuk analisis konjoin. Menurut Rambut dkk, analisis konjoin, sebuah teknik multivariat, digunakan untuk mengetahui preferensi pelanggan terhadap produk atau jasa. Ini membantu menghasilkan kombinasi fitur yang disukai pelanggan terhadap produk atau jasa (Pangestu, et al., 2022).

Adapun metode sampling yang dipakai ialah *non-probability sampling* yang menggunakan *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah metode *non-probability sampling* dimana pengambilan sampel data menggunakan pertimbangan kriteria atau syarat sampel berdasarkan tujuan penelitian (Tjiandra, 2023).

Metode analisis data yang digunakan pada penelitian ini ialah metode analisis konjoin. Analisis konjoin ialah metode analisis multivariat yang bertujuan memahami persepsi konsumen pada pengembangan produk atau jasa. Analisis umum ini bertujuan untuk mencapai persepsi pelanggan pada suatu objek ditinjau dari suatu produk atau jasa yang cocok dengan harapannya.

Analisis proses umum mendapatkan data prioritas sesuai hipotesis. Metode ini digunakan melalui survei lapangan di mana responden diminta untuk mempertimbangkan berbagai alternatif produk berdasarkan beberapa atribut. Setiap responden didorong untuk menentukan beberapa atribut menurut preferensinya sendiri, sehingga hasil survei dapat menunjukkan preferensi konsumen. Model untuk preferensi konsumen dapat ditemukan dari informasi kuantitatif yang diperoleh dari analisis konjoin (Mubarak and Jakaria, 2022).

Komponen yang termasuk dalam produk yang digunakan untuk menggambarkan karakteristiknya disebut atribut. Model umum untuk analisis konjoin adalah:

$$U_{(x)} = \sum_i^m \sum_j^{k_i} a_{ij} x_{ij} \dots\dots\dots (1)$$

Sumber: (Supriyanto, et. al., 2023)

Keterangan:

$U(x)$ = Keseluruhan utilitas dari *alternative*

m = Nomer atribut

k_i = Nomer level

a_{ij} = $j : 1, 2, k_i$ dari i atribut ($i = 1, 2, \dots, m$)

x_{ij} = *Variable dummy*, 1 apabila level j dari atribut ; dan 0 jika tidak dipilih

Proses analisis konjoin adalah sebagai berikut: harapan dari analisis konjoin adalah untuk memahami bagaimana konsumen melihat suatu produk barang atau jasa yang terdiri dari satu atau lebih bagian. Hasil dari analisis konjoin adalah pola atau bentuk produk barang atau jasa yang diharapkan oleh konsumen (Pangestu, et al., 2022).

1. Menentukan Perancangan Level dan Atribut.

Atribut produk ialah elemen sebuah produk yang dinilai penting oleh pelanggan dan dipakai untuk dasar keputusan pembelian. Dalam komponen atau atribut produk, beberapa elemen memerlukan keputusan desain produk. Identifikasi elemen sebagai atribut dan level sebagai bagian dari objek elemen. Secara umum ada beberapa faktor atribut yang mempengaruhi kenampakan pangan, khususnya kemasan, desain, bentuk dan warna. Analisa ini menggunakan masing masing atribut dan desain level guna menghasilkan rangsangan. Penggunaan rangsangan tersebut antara lain dengan memberikan penilaian kepada responden (sampel) berupa penilaian dengan skala likert, angka 1 = Saya sangat tidak suka itu, 2 = Saya tidak suka itu, 3 = Netral, 4 = Saya menyukainya, 5 = Saya sangat menyukainya. Dari rangsangan yang dilatih yaitu 18 rangsangan, responden melakukan evaluasi untuk mengetahui preferensi konsumen (Supartiningsih, 2024).

Tabel 1. Atribut dan Level Pukis Brownies

No.	Atribut	Level
1	Kemasan	1. Paper box 2. Sterofoam
2	Design	1. Elegan 2. Sempel 3. Unik
3	Bentuk	1. Besar 2. Medium
4	Warna	1. Warna terang 2. Banyak warna 3. Warna gelap

Tabel 1 menjelaskan penentuan atribut dan level pada desain D'pukis brownies. Indikator akan menampilkan detail menyeluruh pada penentuan atribut dan level tentang produk tersebut. Hasil penelitian terkait desain kemasan pukis brownies yang telah dilakukan berdasarkan hasil kuesioner, urutan prioritas adalah design, kemasan, warna, dan bentuk dalam pengembangan atribut kemasan. Keberhasilan pemasaran produk ditentukan oleh desain kemasan.

2. Stimuli, Stimuli yaitu kombinasi antara faktor dan level.

Metode untuk mengetahui gabungan atribut adalah menggunakan metode rangkaian lengkap dan rangkaian berpasangan. Terdapat dua pendekatan yang dapat dipakai untuk mengidentifikasi rangsangan, yaitu pendekatan berpasangan dan prosedur profil lengkap. Pada metode berpasangan, responden perlu melakukan perbaikan terhadap dua atribut sekaligus hingga seluruh kombinasi telah dievaluasi. Sedangkan pada proses profil lengkap, penyempurnaan dilakukan pada seluruh properti dengan menggunakan halaman terpisah. Langkah penentuan rangsangan desain dilakukan setelah menentukan jenis dan desain. Simulasi yang dihasilkan didasarkan pada keluaran SPSS melalui menu dan penulisan editor sintaksis yang dapat dieksekusi. Rumus untuk menentukan besarnya rangsangan adalah sebagai berikut:

Jumlah minimum stimuli = (Jumlah level total – jumlah faktor + 1) (2)

Tabel 2. Stimuli Pukis Brownies

Card	Bahan	Design	Bentuk	Warna
1	Paper box	Simple	Besar	Warna terang
2	Paper box	Unik	Besar	Banyak warna
3	Sterofoam	Elegan	Besar	Banyak warna
4	Sterofoam	Unik	Medium	Warna terang
5	Sterofoam	Simple	Besar	Warna gelap
6	Paper box	Unik	Besar	Warna gelap
7	Paper box	Elegan	Besar	Warna terang
8	Paper box	Elegan	Medium	Warna gelap
9	Paper box	Simple	Medium	Banyak warna

Sumber: (Supriyanto, et. al., 2023)

Tabel 2 menjelaskan tentang stimuli pada desain D'pukis brownies yang dihasilkan dari *run* data di software SPSS. Item pada setiap variabel akan menghasilkan detail item secara menyeluruh dan memberikan rincian pada setiap indikator bahan, design, bentuk dan warna pada kemasan D'pukis brownies.

3. Penilaian responden

Setiap responden diminta untuk memberikan penilaian terhadap setiap stimulus yang diberikan dengan menggunakan skala ordinal berupa skala likert, yang terdiri dari lima tingkatan penilaian. Skala ini berkisar dari 1, yang mengindikasikan sangat tidak suka, hingga 5, yang menandakan sangat suka. Pendekatan ini memungkinkan responden untuk mengekspresikan preferensi mereka secara lebih terperinci, sehingga hasil analisis dapat memberikan gambaran yang lebih akurat tentang elemen-elemen yang memengaruhi preferensi pelanggan terhadap pukis brownies (Supartiningsih, 2024).

4. Melakukan proses konjoin dengan masukan data yang ada

Berdasar kepada tanggapan responden mengenai stimuli yang dihasilkan, selanjutnya melakukan analisis konjoin menggunakan *software SPSS* guna memprediksi kombinasi fitur produk yang diinginkan responden. Nilai utilitas dan nilai kepentingan yang dihasilkan (Mubarak and Jakaria, 2022).

5. Uji Keakuratan

Hasil analisis konjoin yang didukung oleh perangkat lunak *Minitab* tidak hanya memberikan insight mendalam tentang preferensi konsumen terhadap kemasan pukis brownies, tetapi juga menunjukkan tingkat keakuratan prediksi yang tinggi. Hal ini tercermin dalam kemiripan yang signifikan antara hasil analisis konjoin dengan preferensi konsumen yang sebenarnya, yang tercermin melalui tinggi dan signifikannya nilai korelasi. Adapun dasar untuk mengetahui signifikasinya adalah (Mubarok and Jakaria, 2022):

H_0 = Tidak terdapat korelasi yang kuat diantara *Observed Variable* dengan *Estimated Preferences*

H_1 = Terdapat korelasi yang kuat diantara *Observed Variable* dengan *Estimated Preferences*

Jika nilai signifikansi yang dihasilkan $< 0,05$ maka H_0 dinyatakan ditolak. Tetapi, jika nilai signifikansi yang dihasilkan $\geq 0,05$ maka H_0 dinyatakan diterima.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Validitas ialah pengujian yang dipakai menjadi alat untuk menjabarkan kualitas data yang terkumpul dari suatu instrumen penelitian. Hasil pemeriksaan validitas diperoleh nilai lalu dibandingkan dengan nilai pada tabel. Uji validitas ialah tes yang dilakukan untuk mengevaluasi seberapa akurat sebuah alat ukur mengukur apa yang seharusnya diukur. Nilai penelitian didasarkan pada pandangan pengetahuan berdasarkan apa yang sebenarnya terjadi, objektivitas, kesimpulan, fakta, dan data numerik. Validitas mengacu pada sejauh mana seorang peneliti mengukur sesuatu yang seharusnya diukur (Rosita, 2021). Apabila nilai r hitung lebih besar dari r tabel, instrumen atau pertanyaan dianggap berkorelasi signifikan (valid). *Output* korelasi *SPSS* dapat dilihat dengan menandai hasil yang bertanda bintang. Bintang 1 menunjukkan alat valid dengan taraf signifikansi 95% (0,05), dan bintang 2 menunjukkan alat valid dengan taraf signifikansi 99% (0,01). Bintang-bintang ini juga menunjukkan bahwa ada korelasi signifikan pada tingkat 0,05. Karena $n = 20$, nilai r tabel penelitian sebesar 0,444. Karena nilai r hitung lebih besar dari r tabel, semua instrumen dalam penelitian ini dapat dikatakan berkorelasi signifikan (valid). Tabel 3 menunjukkan hasil uji validitas.

Pengujian reliabilitas adalah menguji konsistensi dan keandalan alat penelitian seperti kuesioner pada saat pengumpulan data. Pengujian ini dilakukan untuk menjamin bahwa kuesioner yang digunakan untuk memastikan bahwa kuesioner yang digunakan dapat diandalkan dan menghasilkan data yang konsisten bila digunakan pada waktu yang berbeda dan dengan sampel dalam kondisi yang relatif berbeda (Rosita, 2021). Uji reliabilitas bertujuan untuk mengevaluasi keterpercayaan atau reliabilitas suatu instrumen penelitian. Sekalipun suatu perangkat telah terstandarisasi dan terbukti keandalannya, pengujian ulang tetap harus dilakukan setiap kali perangkat tersebut digunakan. Memang benar, faktor-faktor seperti subjek atau responden yang berbeda, tempat yang berbeda untuk penelitian, dan waktu pengumpulan data yang berbeda dapat mempengaruhi dan menghasilkan hasil yang berbeda (Puspasari, et. al., 2022).

Suatu kuesioner yang memiliki fungsi sebagai indikator konstruk atau variabel yang berfungsi untuk menilai reliabilitasnya. Jika jawaban seseorang mengenai pertanyaan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu, kuisisioner dikatakan reliabel atau handal. Menurut hasil uji reliabilitas yang dilakukan pada penelitian ini, instrumen pukis brownies memiliki nilai *Cronbach's alpha* 0,726, yang menunjukkan bahwa semua instrumen cukup reliabel, dengan nilai *Cronbach's alpha* di atas 0,6 menunjukkan keandalan yang sangat baik.

Tabel 3. Uji Validitas Pukis Brownies

Instrumen	R hitung	R tabel	Keterangan
C1	0,491	0,444	Valid
C2	0,532	0,444	Valid

C3	0,510	0,444	Valid
C4	0,585	0,444	Valid
C5	0,874	0,444	Valid
C6	0,510	0,444	Valid
C7	0,569	0,444	Valid
C8	0,471	0,444	Valid
C9	0,525	0,444	Valid

Tabel 3 menjelaskan hasil perhitungan uji validitas atribut kemasan desain pukis brownies menggunakan *software SPSS*, dengan membandingkan antara nilai *r* hitung dan nilai *r* tabel yang menunjukkan bahwa semua data dikategorikan valid.

Tabel 4. Uji Relibilitas Pukis Brownies

<i>Reability Statistics</i>	
<i>Cronbach's alpha</i>	<i>N of Items</i>
.726	9

Tabel 4 menjelaskan hasil perhitungan uji reliabilitas atribut kemasan desain pukis brownies menggunakan *software SPSS*, karena memiliki nilai *Cronbach's alpha* di atas 0,6, pukis brownies memiliki nilai *Cronbach alpha* 0,726, yang menunjukkan bahwa semua item cukup reliabel.

2. Hasil Analisis Conjoint

Berdasar kepada hasil pengolahan data analisis konjoin dengan menggunakan *software IBM SPSS Statistic 16.0* didapatkan nilai dari skor utilitas, nilai kepentingan dan korelasi. Nilai utilitas yang diperoleh dari analisis gabungan menunjukkan pengaruh tingkat komponen pada profil produk secara keseluruhan. Semakin tinggi nilai utilitasnya, maka akan semakin besar dampaknya terhadap produk. Utilitas adalah pendekatan yang digunakan untuk menggambarkan seberapa puas pelanggan setelah menggunakan suatu barang atau jasa (Barakah, 2018). Nilai kepentingan, juga dikenal sebagai nilai kepentingan relatif, adalah nilai persentase yang memperlihatkan seberapa besar pengaruh suatu fitur terhadap pilihan responden. Nilai kepentingan yang lebih tinggi menunjukkan fitur yang lebih berpengaruh terhadap pilihan responden (Utama, et al., 2022).

Adapun nilai *utilities*, *correlations*, dan *importance values* bagi konsumen D'Pukis Brownies dapat dilihat pada Tabel 5, Tabel 6, dan Tabel 7 berikut.

Tabel 5. Nilai Utilitas Pukis Brownies

<i>Utilities</i>			
		Utility Estimate	Std. Error
Kemasan	Paper box	.142	.304
	Sterofoam	-.142	.304
Design	Elegan	.161	.405
	Simpel	-.139	.405

Bentuk	Unik	-.022	.405
	Besar	-.196	.304
	Medium	.196	.304
Warna	Warna terang	-.239	.405
	Warna gelap	.128	.405
	Banyak warna	.111	.405
(Constant)		2.907	.320

Tabel 5 menjelaskan hasil perhitungan nilai utilitas atribut kemasan desain pukis brownies menggunakan *software SPSS*, dengan menampilkan *utility estimate*, *std. error* dan *constant*.

Tabel 6. Nilai Importance Value Pukis Brownies

<i>Importance Values</i>	
Kemasan	20.409
Design	27.557
Bentuk	17.589
Warna	34.446

Tabel 6 menjelaskan hasil perhitungan nilai *importance* atribut kemasan desain pukis brownies menggunakan *software SPSS*.

Tabel 7. Nilai Korelasi Pukis Brownies

<i>Correlations</i>		
	Value	Sig.
Pearson's R	.607	.042
Kendall's tau	.366	.086

Tabel 7 menjelaskan hasil perhitungan nilai korelasi atribut kemasan desain pukis brownies menggunakan *software SPSS*, dengan menampilkan *Pearson's R* dan *Kendall's tau* dengan masing-masing nilai *value* dan *sig*.

Pembahasan

1. Nilai Utilitas Kemasan

Atribut Kemasan pada pukis brownies mempunyai dua level yakni paper box dan sterofoam. Nilai utilitasnya berturut-turut adalah .142 dan -.104, karena itu menunjukkan bahwa paper box lebih banyak peminat dibanding sterofoam karena utilitas dari paper box menandakan nilai positif sedangkan utilitas sterofoam memiliki nilai negatif.

2. Nilai Utilitas Design

Atribut Design pada pukis brownies mempunyai tiga level yaitu elegan, simpel dan unik. Nilai utilitasnya secara berturut-turut adalah .161, -.139 dan -.022, karena itu menunjukkan bahwa design elegan adalah design yang lebih banyak peminat dikarenakan mempunyai nilai utilitas positif, sementara design unik adalah design yang kurang banyak peminat karena memiliki nilai utilitas negatif paling tinggi.

3. Nilai Utilitas Bentuk

Atribut Bentuk pada pukis brownies mempunyai dua level yaitu besar dan medium. Nilai utilitasnya secara berturut-turut adalah -.196 dan .196, karena itu menunjukkan bahwa bentuk medium lebih banyak peminat daripada bentuk besar dikarenakan utilitas dari medium menandakan nilai positif sementara utilitas besar memiliki nilai negatif.

4. Nilai Utilitas Warna

Atribut Warna pada pukis brownies mempunyai tiga level yaitu warna terang, warna gelap dan banyak warna. Nilai utilitasnya secara berturut-turut adalah -.239, .111 dan .128, karena itu menunjukkan bahwa banyak warna adalah warna yang lebih banyak peminat karena mempunyai nilai utilitas positif paling tinggi, sementara warna terang adalah warna yang kurang banyak peminat dikarenakan mempunyai nilai utilitas negatif.

5. Importance Value

Tabel 6 menunjukkan hasil dari pengolahan data tingkat pentingnya setiap atribut produk pukis brownies. Nilai kepentingan tertinggi adalah atribut yaitu warna sebesar 34.446, kemudian design sebesar 27.557, kemasan sebesar 20.409, dan bentuk sebesar 17.589. hasil pengolahan data tersebut bisa disimpulkan bahwa warna merupakan elemen yang paling penting oleh pelanggan D'Pukis Brownies dalam membeli pukis, dan atribut pukis yang memiliki *importance value* terendah yakni bentuk.

6. Korelasi

Berdasarkan hasil uji korelasi bersama, yang ditunjukkan pada tabel 7, nilai korelasi *pearson's R* sebesar 0,607 dan nilai *Kendall's tau* sebesar 0,366 menunjukkan bahwa ada korelasi yang cukup kuat antara variabel yang diuji. Selain itu, nilai signifikansi yang dihasilkan kurang dari 0,05 menunjukkan bahwa penelitian itu valid dan dapat diterima.

B. Perancangan Desain Kemasan

Gambar 1. Design Kemasan D'Pukis Brownies Hasil Konjoin

CorelDraw adalah aplikasi yang membantu dalam desain grafis. tidak hanya aplikasi perkantoran seperti kantor yang diperlukan untuk menyelesaikan tugas Komponen dasar desain untuk berbagai tugas sama dengan komponen desain grafis (Pritandhari, 2022).

Menurut data yang diproses, desain kemasan untuk kemasan pukis UKM D'Pukis Brownies telah dibuat untuk memenuhi persepsi konsumen yang berbeda, seperti yang ditunjukkan di bawah ini.



Gambar 2. Design Kemasan D'Pukis Brownies Hasil Konjoin

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian dan diskusi menunjukkan bahwa metode analisis konjoin dapat menghasilkan produk pukis brownies yang paling disukai oleh pelanggan pukis UKM D'Pukis Brownies. Hasil menunjukkan bahwa pukis berbentuk medium dengan banyak warna, desain yang elegan, dan kemasan paperbox adalah produk pukis yang paling disukai. Jika ingin memperbaiki fitur produk pukis berdasarkan nilai penting, maka akan mendapatkan hasil yang lebih baik. Sebagai alternatif untuk meningkatkan fitur pukis, nilai kepentingan yang paling tinggi dihasilkan oleh warna sebesar 34.446, desain sebesar 27.557, kemasan sebesar 20.409, dan bentuk sebesar 17.589. Berdasarkan hasil, nilai output korelasi analisis konjoin dalam penelitian ini tergolong cukup tinggi, dengan nilai *pearson R* dan *kendall's tau* pada pukis brownies masing-masing sebesar 0.607 dan 0.366. Hal ini menunjukkan bahwa ada hubungan yang kuat antara variabel yang diamati dan preferensi yang diperkirakan, termasuk variabel kuat dan signifikan. Penelitian ini dimaksudkan untuk mendorong D'Pukis Brownies untuk terus memperbaiki produknya untuk memenuhi preferensi pelanggan dan memberikan kepuasan pelanggan. Jika kepuasan pelanggan tercapai, maka penjualan pukis D'Pukis Brownies akan meningkat.

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, Rezha Nur, Ragil Setia Dianingati, And Eva Annisaa'. "Pengaruh Jumlah Responden Terhadap Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas Kuesioner Pengetahuan Dan Perilaku Swamedikasi." *Generics: Journal Of Research In Pharmacy* 2, No. 1 (2022): 9–15. <https://doi.org/10.14710/Genres.V2i1.12271>.
- Amanda, Livia, Ferra Yanuar, And Dodi Devianto. "Uji Validitas Dan Reliabilitas Tingkat Partisipasi Politik Masyarakat Kota Padang." *Jurnal Matematika UNAND* 8, No. 1 (2019): 179. <https://doi.org/10.25077/jmu.8.1.179-188.2019>.
- Barakah, Ainun. "Utilitas Dalam Perilaku Konsumen Perspektif Nilai Keislaman." *CENDEKIA : Jurnal Studi Keislaman* 4, No. 2 (2018). <https://doi.org/10.37348/Cendekia.V4i2.67>.
- Baswara, Muhammad Dimas, Agus Achmad Suhendra, And Husni Amani. "Perancangan Atribut Produk Celana Chino Groweed Berdasarkan Preferensi Konsumen Dengan Menggunakan Conjoint Analysis Product Attribute Design Of Groweed Chino Pants Based On Consumer Preferences Using Conjoint Analysis" 8, No. 5 (2021): 7267–74.
- Cholilalah, Rois Arifin, Aleria Irma Hatneny. "Analysis Consumer Preference For Broiler Chicken Meat Purchasing Decisions In Kefamenanu City." *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952. 9, No. 2502 (2024): 82–95.
- Faisal, Donni, Lina Dianati Fathimahhayati, And Farida Djumiati Sitania. "Penerapan Metode Kansei Engineering Sebagai Upaya Perancangan Ulang Kemasan Takoyaki (Studi Kasus: Takoyakiku Samarinda)." *Jurnal TEKNO* 18, No. 1 (2021): 92–109.
- Mubarok, Fajar Ibnu, And Ribangun Bambang Jakaria. "Merancang Perbaikan Atribut Produk Dengan Pendekatan Conjoint Analysis Guna Memenuhi Preferensi Konsumen Designing Product Attribute Improvements With A Conjoint Analysis Approach To Meet Consumer Preferences," 2022, 1–13.
- Nasoik, M Kholisun, Ribangun Bambang Jakaria, Atikha Sidhi Cahyana, And Isma Putra. "Talas Cripic Packaging Design Using Kansei Engineering And Analytical Hierarchy Process (Ahp) Method Desain Kemasan Kripik Talas Menggunakan Metode Kansei Engineering Dan Analytical Hierarchy Process (Ahp)." *Procedia Of Engineering And Life Science* 4 (2023): 1–9.
- Ono, Sugi. "Uji Validitas Dan Reliabilitas Alat Ukur SG Posture Evaluation." *Jurnal Keterampilan Fisik* 5, No. 1 (2020): 55–61. <https://doi.org/10.37341/jkf.V5i1.167>.
- Pritandhari, Meyta, And Fajri Arif Wibawa. "Pelatihan Desain Grafis Coreldraw Meningkatkan Kreativitas Karang Taruna Pemuda Mandiri Kelurahan Rejomulyo." *SINAR SANG SURYA: Jurnal Pusat Pengabdian Kepada Masyarakat* 5, No. 1 (2021): 33. <https://doi.org/10.24127/Sss.V5i1.1480>.
- Puspasari, Heny, And Weni Puspita. "Uji Validitas Dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Tingkat Pengetahuan Dan Sikap Mahasiswa Terhadap Pemilihan Suplemen Kesehatan Dalam Menghadapi Covid-19." *Jurnal Kesehatan* 13, No. 1 (2022): 65. <https://doi.org/10.26630/jk.V13i1.2814>.
- Rosita, Esi, Wahyu Hidayat, And Wiwin Yuliani. "Uji Validitas Dan Reliabilitas Kuesioner Perilaku Prososial." *FOKUS (Kajian Bimbingan & Konseling Dalam Pendidikan)* 4, No. 4 (2021): 279. <https://doi.org/10.22460/Fokus.V4i4.7413>.

- Salomon, Lithrone Laricha, Ahmad Ahmad, Wilson Kosasih, And I Wayan Sukania. "Rancang Ulang Kemasan Produk Makanan Beku Berbahan Dasar Seafood Guna Peningkatan Pangsa Pasar Di Era Pandemi Covid-19." *Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia* 4, No. 2 (2021): 307–13. <https://doi.org/10.24912/jbmi.V4i2.11949>.
- Supartiningsih, Anwar ; Ni Luh Sri. "Analisis Konjoin Untuk Mengukur Preferensi Konsumen Beras Di Kecamatan Mataram Conjoint Analysis To Measure Preferences Rice Consumers In Mataram District" 25, No. 1 (2024): 2374–76.
- Supriyanto, Elvin, Yati Rohayati, And Bobby Hera Sagita. "Designing Of Improvement The Attribute T-Shirt Product Winterxsvmmer Based On Consumer Preferences Using Conjoint Analysis." *E-Proceeding Of Engineering* 8, No. 5 (2021): 7819–25.
- Utama, Rozi, And Jerry Antonio. "Analisis Conjoint Terhadap Preferensi Konsumen Pada Kemasan Minuman Kalamansi Siap Minum Di Kota Bengkulu." *Technologica* 1, No. 2 (2022): 51–59. <https://doi.org/10.55043/Technologica.V1i2.47>.