RINGKASAN

Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Gudeg Kaleng di Daerah Istimewa Yogyakarta, Nabila Belfa Riyani, NIM B32221492, Tahun 2025, 75 hlm. Teknologi Pertanian, Politeknik Negri Jember, Yani Subaktilah, S.TP., MP (dosen pembimbing).

Permintaan akan gudeg terus mengalami peningkatan, tidak hanya dari wisatawan tetapi juga dari masyarakat lokal. Fenomena ini menciptakan peluang besar bagi inovasi produk, terutama untuk produk gudeg kaleng yang menawarkan kemudahan dan kepraktisan. Namun, dengan banyaknya inovasi produk baru membuat konsumen dihadapkan pada beragam pilihan yang meningkatkan persaingan pasar gudeg kaleng. Produsen berupaya untuk mengembangkan ciri khas produk sehingga dapat dibedakan dengan produk lain yang ada di pasaran. Maka dari itu, analisis preferensi konsumen menjadi sangat penting untuk memahami atribut-atribut gudeg kaleng yang paling disukai oleh konsumen.

Penelitian ini menganalisis enam variabel utama yang diduga memengaruhi keputusan pembelian, yaitu merek, warna, rasa, tekstur, harga, dan kemasan produk gudeg kaleng. Hasil analisis menunjukkan bahwa dari semua faktor yang diuji, hanya harga yang secara nyata memengaruhi keputusan pembelian gudeg kaleng. Ini mengindikasikan bahwa konsumen di Yogyakarta sangat sensitif terhadap harga ketika mempertimbangkan pembelian produk gudeg kaleng. Namun, ketika keenam variabel tersebut diuji secara simultan (bersama-sama), ditemukan bahwa mereka tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian gudeg kaleng. Ini menyiratkan bahwa ada faktor-faktor lain di luar atribut produk yang diteliti yang mungkin berperan lebih besar dalam membentuk keputusan pembelian konsumen, seperti promosi, ketersediaan produk, atau loyalitas merek yang lebih dalam.

Dalam pasar gudeg kaleng, merek didominasi oleh Gudeg Kaleng Bu Tjitro 1925. Popularitas merek ini dijelaskan oleh persepsi konsumen terhadap kualitas produk yang lebih baik dan kemudahan aksesibilitas produk di pasaran. Preferensi konsumen juga terungkap dalam hal karakteristik produk, di mana mereka

cenderung memilih gudeg kaleng dengan warna cokelat tua, rasa yang cenderung manis, dan tekstur yang lunak. Meskipun Gudeg Kaleng Bu Tjitro 1925 memiliki harga yang relatif lebih tinggi, keberhasilan merek ini menunjukkan bahwa kualitas dan reputasi, bersama dengan kemudahan mendapatkan produk, lebih diutamakan oleh konsumen daripada sekadar harga murah.

Berdasarkan temuan tersebut, penelitian ini memberikan beberapa rekomendasi praktis bagi produsen gudeg kaleng. Disarankan agar produsen mempertimbangkan strategi pemasaran yang berfokus pada mengkomunikasikan keunggulan kualitas produk. Selain itu produsen juga perlu untuk menjaga kualitas produk agar sesuai dengan harga yang ditawarkan. Aspek lain yang perlu diperhatikan adalah ketersediaan produk di berbagai saluran distribusi dan penguatan promosi, terutama melalui platform online, untuk menjangkau konsumen secara lebih efektif dan memperkuat posisi merek di pasar.