

ABSTRAK

Dewasa ini, perkembangan bisnis untuk industri makanan sangatlah pesat. Hal tersebut ditandai dengan menjamurnya berbagai macam restoran dan produsen makanan cepat saji di Indonesia. Para produsen seolah ingin berlomba untuk menghadirkan produk unggulan yang dapat memenuhi keinginan dari para konsumen. PT. Baba Rafi Indonesia sebagai salah satu produsen makanan cepat saji, dengan produk unggulan Kebab Turki Baba Rafi, seolah tidak ingin ketinggalan dalam persaingan tersebut. Berbagai macam pola pengembangan produk telah dilakukan, namun usaha tersebut dirasakan belum terlalu sesuai dengan ekspektasi perusahaan karena tidak mampu meningkatkan omset penjualan. Hal tersebut ditengarai karena pola pengembangan yang telah dilakukan, tidak sesuai dengan preferensi konsumen sehingga tidak mampu memenuhi keinginan konsumen.

Penelitian ini menggunakan metode *Conjoint Analysis*. Data primer diperoleh dari kuesioner dengan jumlah responden sebanyak 100 orang. Dengan dilakukannya penelitian ini, diharapkan dapat mengetahui preferensi konsumen produk Kebab Turki Baba Rafi terhadap atribut produk yang paling berpengaruh dalam hal mempengaruhi keinginan konsumen untuk membeli produk Kebab Turki Baba Rafi. Atribut yang akan diteliti telah ditentukan sebelumnya berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan manajemen PT. Baba Rafi Indonesia serta berdasarkan pengamatan langsung terhadap perilaku konsumen yang telah dilakukan oleh Tim *Quality Control* PT. Baba Rafi Indonesia. Atribut produk tersebut antara lain adalah Jenis Tortilla, Ukuran Tortilla, Jenis Daging serta Harga.

Kesimpulan penelitian ini menunjukkan bahwa urutan atribut yang memiliki tingkat kepentingan tertinggi dalam pengembangan produk Kebab Turki Baba Rafi adalah Jenis Daging, Jenis Tortilla, Ukuran Tortilla dan yang terakhir adalah Harga. Saran yang bisa diberikan berdasarkan penelitian ini adalah pengembangan produk Kebab Turki Baba Rafi yang harus dilandasi dengan pembentukan produk ideal yang telah dihasilkan dari penelitian ini. Di mana produk ideal yang sesuai dengan preferensi konsumen untuk pengembangan produk Kebab Turki Baba Rafi adalah produk Kebab dengan isian Daging Ayam, menggunakan Tortilla Hitam, Ukuran Tortilla sebesar 20 cm serta Harga jual produk sebesar Rp. 18.000.

Kata Kunci: Preferensi Konsumen, Analisis Conjoint, Atribut Produk, Kebab Turki Baba Rafi