

Penerapan Analisis Konjoin Dan Regresi Logistik Pada Preferensi Dan Keputusan Konsumen Mie Gacoan Di Yogyakarta

Nurhikmah¹, Epha Diana Supandi²

^{1,2}Program Studi Matematika, Fakultas Sains dan Teknologi, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

E-mail: : epha.supandi@uin-suka.ac.id

Diajukan 17 Nopember 2025 **Diperbaiki** 23 Desember 2025 **Diterima** 27 Desember 2025

Abstrak

Latar Belakang: Pertumbuhan gerai Mie Gacoan di berbagai kota, termasuk Yogyakarta, menunjukkan tingginya minat konsumen terhadap produk kuliner dengan variasi rasa dan harga terjangkau. Kondisi ini menegaskan pentingnya memahami atribut produk yang memengaruhi preferensi dan keputusan pembelian konsumen.

Tujuan: Penelitian ini bertujuan mengidentifikasi atribut-atribut yang memengaruhi preferensi dan keputusan pembelian konsumen terhadap Mie Gacoan di Yogyakarta.

Metode: Data diperoleh dari 115 responden dan dianalisis menggunakan analisis konjoin serta regresi logistik. Lima atribut produk yang dievaluasi meliputi tingkat kepedasan, harga, pelayanan, tempat makan, dan jenis mi.

Hasil: Hasil *conjoint analysis* mengindikasikan bahwa tingkat kepedasan memiliki tingkat kepentingan tertinggi (36,670%), diikuti oleh pelayanan (28,381%), jenis mi (12,132%), harga (11,912%), dan tempat makan (10,906%). Analisis regresi logistik menunjukkan bahwa tingkat kepedasan dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, dengan koefisien 0,432 dan 0,727 serta *odds ratio* masing-masing 1,541 dan 2,068.

Kesimpulan: Secara keseluruhan, hasil penelitian menegaskan bahwa atribut yang paling menentukan keputusan pembelian aktual adalah tingkat kepedasan dan harga, meskipun atribut lain turut membentuk preferensi konsumen.

Kata kunci: *Conjoint Analysis*, Mie Gacoan, Preferensi Konsumen, Regresi Logistik.

Abstract

Background: The rapid expansion of Mie Gacoan outlets in various cities, including Yogyakarta, reflects strong consumer interest in culinary products that offer diverse flavors and affordable prices. This phenomenon highlights the importance of understanding product attributes that influence consumer preferences and purchasing decisions.

Objective: This study aims to identify the attributes that affect consumer preferences and purchasing decisions for Mie Gacoan in Yogyakarta.

Methods: Data were collected from 115 respondents and analyzed using conjoint analysis and logistic regression. Five product attributes were evaluated: spiciness level, price, service, dining area, and type of noodle.

Results: The conjoint analysis indicates that spiciness level has the highest importance value (36.670%), followed by service (28.381%), type of noodle (12.132%), price (11.912%), and dining area (10.906%). Logistic regression analysis shows that spiciness level and price have a significant effect on purchasing decisions, with coefficients of 0.432 and 0.727 and odds ratios of 1.541 and 2.068, respectively.

Conclusion: Overall, the findings demonstrate that spiciness level and price are the most influential attributes in actual purchasing decisions, even though other attributes also shape consumer preferences.

Keywords: *Conjoint Analysis*, Gacoan Noodles, Consumer Preferences, Logistic Regression.

PENDAHULUAN

Di era modern, analisis preferensi konsumen menjadi kunci penting dalam menentukan strategi usaha, karena membantu memahami alasan konsumen memilih produk atau jasa. Dengan berkembangnya teknologi dan meningkatnya selera konsumen, persaingan bisnis pun semakin ketat. Melalui analisis ini, perusahaan dapat menyesuaikan produk dengan kebutuhan konsumen, meningkatkan loyalitas, dan meraih keuntungan lebih tinggi (GhorbanTanhaei et al., 2024).

Salah satu analisis yang paling umum digunakan pada preferensi konsumen yaitu analisis konjoin dan regresi logistik. Menurut Hair et al. (2014), analisis konjoin merupakan suatu teknik multivariat yang digunakan secara khusus untuk memahami bagaimana responden mengembangkan preferensinya terhadap suatu jenis objek (produk, pelayanan, atau ide). Beberapa penelitian menggunakan analisis konjoin diantaranya (Supandi, 2012), (Moskowitz & Silcher, 2006), (Ronauli & Indriani, 2020), (Jauza & Prastawa, 2024) serta (Jakaria et al., 2024).

Adapun regresi logistik merupakan salah satu analisis statistika yang sering digunakan dalam menentukan keputusan membeli atau tidak suatu produk berdasarkan variabel independennya. Menurut (Scott et al., 1991), regresi logistik merupakan analisis yang menentukan bentuk hubungan antara variabel respon dan variabel prediktor, di mana variabel respon bersifat kategorik. Beberapa penelitian menggunakan analisis regresi logistik yaitu (Ghozi et al., 2019), (Situngkir & Sembiring, 2023), (Nurmalitasari & Purwanto, 2022), (Budiman & Cahyani, 2022), (Winarko & Kartini, 2022) serta (Yusuf et al., 2020).

Analisis konjoin dan regresi logistik sama-sama bertujuan memahami pengaruh

atribut produk terhadap keputusan konsumen, namun berbeda dalam penerapannya. Analisis konjoin menampilkan nilai utilitas untuk menunjukkan tingkat preferensi konsumen terhadap tiap atribut (Hair et al., 2014). Sedangkan analisis regresi logistik digunakan untuk memprediksi keputusan konsumen dan mengukur pengaruh masing-masing atribut terhadap keputusan tersebut (Scott et al., 1991). Kedua analisis tersebut memiliki keunggulan dan kekurangan masing-masing, tetapi dapat saling melengkapi dalam menganalisis preferensi konsumen.

Salah satu kuliner yang terkenal di Yogyakarta adalah Mie Gacoan. Mie Gacoan adalah sebuah waralaba restoran asal Indonesia. Usaha ini didirikan pada awal tahun 2016 di Malang. Mie Gacoan terkenal karena menjual mi goreng pedas dengan harga murah, strategi yang dirancang untuk menargetkan khalayak muda. Pada tahun 2025, Mie Gacoan memiliki lebih dari 280 gerai di seluruh Indonesia, dengan jumlah terbanyak di Pulau Jawa. Dalam bisnis mereka, Mie Gacoan telah mempekerjakan lebih dari 10.000 pegawai (OCBC, 2024).

Konsep mi pedas yang khas menarik berbagai kalangan dan banyak ditiru oleh usaha sejenis. Tingginya persaingan industri kuliner menjadikan Mie Gacoan perlu melakukan kajian mengenai preferensi konsumen. Analisis konjoin dan regresi logistik dapat membantu mengidentifikasi atribut yang memengaruhi minat konsumen membeli Mie Gacoan di Yogyakarta. Berdasarkan penelitian ini, memberikan masukan mengenai tingkat kepentingan konsumen membeli Mie Gacoan dan faktor-faktor yang menentukan keputusan membeli Mie Gacoan.

Penelitian terdahulu umumnya menggunakan analisis konjoin dan regresi logistik secara terpisah dalam mengkaji preferensi atau keputusan konsumen. Oleh karena itu, penelitian ini mengisi celah

tersebut dengan mengombinasikan analisis konjoin dan regresi logistik untuk memperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai preferensi dan keputusan konsumen.

METODE

Penelitian ini dilakukan di Yogyakarta, dengan subjek penelitian adalah konsumen Mie Gacoan. Waktu pelaksanaan penelitian berlangsung pada bulan Mei hingga Juni 2025. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui penyebaran kuesioner daring secara terstruktur kepada responden. Teknik pengambilan sampel dilakukan secara *nonprobability sampling*, yaitu menggunakan *purposive sampling*, dengan kriteria responden adalah berdomisili di Yogyakarta serta pernah membeli atau mengunjungi Mie Gacoan, baik satu kali maupun secara rutin (Sugiyono, 2013).

Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini meliputi analisis deskriptif, analisis konjoin, dan analisis regresi logistik biner. Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan profil umum konsumen Mie Gacoan di Kota Yogyakarta, di mana data mentah yang diperoleh dari responden diolah menjadi informasi yang lebih ringkas dan mudah dipahami. Analisis konjoin untuk melihat tingkat preferensi konsumen membeli Mie Gacoan sedangkan analisis regresi logistik bertujuan mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen membeli Mie Gacoan.

Pada analisis konjoin, variabel mencakup lima atribut dengan berbagai level seperti yang ditampilkan pada Tabel 1.

Adapun pada analisis regresi logistik terdiri dari variabel dependen yaitu keputusan pembelian (tidak membeli = 0 dan membeli = 1) dan variabel independen yaitu level pedas (X_1), harga (X_2), pelayanan (X_3), tempat makan (X_4), dan jenis mie (X_5). Semua variabel

independen berupa data *dummy* dengan kategori seperti yang tercantum dalam Tabel 1.

Tabel 1. Atribut dan Level Penelitian

Faktor/Atribut	Level
Tingkat Kepedasan	1 dan 2
	3 dan 4
	5 dan 6
	7 dan 8
Harga	Rp. 9.500
	Rp. 10.500
Pelayanan	Full Service
	Self Service
	Hybrid Service
Tempat Makan	Indoor
	Outdoor
Jenis Mi:	Gacoan
	Hompimpa

Analisis Konjoin

Analisis konjoin (*conjoint analysis*) merupakan teknik analisis multivariat yang digunakan untuk mengevaluasi berbagai kombinasi atribut dan tingkatannya dalam sebuah produk atau layanan. Metode ini memungkinkan penilaian konsumen terhadap kombinasi atribut tertentu diukur melalui pemberian skor atau peringkat (Yudawisastira et al., 2023).

Analisis konjoin digunakan untuk mengukur pentingnya atribut menurut konsumen dan menilai nilai guna (*utility*) dari setiap level atribut. Kombinasi atribut dan level membentuk stimuli yang digunakan untuk membangun model preferensi berupa *part-worth*, yang mencerminkan penilaian konsumen terhadap berbagai kombinasi atribut (Supranto, 2010). Model dasar dalam analisis konjoin secara matematis dapat dituliskan sebagai (Dwipurwani, 2007):

$$\mu(x) = \sum_{i=1}^m \sum_{j=1}^{k_i} a_{ij} x_{ij} \quad (1)$$

Keterangan :

$\mu(x)$ = Total utilitas atau fungsi *part-worth*

a_{ij} = Nilai *part-worth* yaitu utilitas yang dikaitkan dengan taraf j .

Penerapan Analisis Konjoin Dan Regresi Logistik Pada Preferensi dan....

- m = Total atribut yang dianalisis.
 i = 1,2,3,..., m (faktor/atribut ke- i)
 j = 1,2,3,..., k (taraf ke- j)
 k_i = Jumlah taraf pada faktor ke- i .
 = Variabel *dummy* taraf ke- j factor ke- i yang memiliki nilai
 1, jika taraf ke- j pada faktor ke- i
 ada atau digunakan.
 x_{ij} 0, jika taraf tersebut tidak digunakan

Proses perhitungan prediksi *part-worth* (Supranto, 2010):

- Menentukan nilai konstan pada faktor ke- i dengan rumus berikut ini:

$$c_i = \frac{\sum_{j=1}^{k_i} \bar{y}_{ij}}{k_i} \quad (2)$$

- Menentukan nilai deviasi pada faktor ke- i dengan menggunakan persamaan ini:

$$D_{ij} = \bar{y}_{ij} - c_i \quad (3)$$

- Menghitung nilai standarisasi:

$$Z = \frac{\sum_{i=1}^m k_i}{\sum D_{ij}^2} \quad (4)$$

Dimana,

$\sum_{i=1}^m k_i$ = jumlah semua taraf
 $\sum D_{ij}^2$ = total kuadrat deviasi

- Menentukan deviasi standar:

$$SD = D_{ij}^2 \times \frac{\sum_{i=1}^m k_i}{\sum D_{ij}^2} \quad (5)$$

- Menentukan estimasi *part-worth*

$$a_{ij} = \sqrt{D_{ij}^2 \times \frac{\sum_{i=1}^m k_i}{\sum D_{ij}^2}} \quad (6)$$

- Range of part-worth*

Menghitung tingkat kepentingan suatu faktor I_i , yang diukur berdasarkan rentang *part-worth*, menggunakan rumus:

$$I_i = \{\max(a_{ij}) - \min(a_{ij})\}, \text{ setiap } i$$

- Tingkat kepentingan faktor ini kemudian dinormalisasi (W_i) untuk menentukan kepentingan relatifnya dibandingkan dengan faktor lainnya, dengan persamaan sebagai berikut

$$W_i = \frac{I_i}{\sum_{i=1}^m I_i} \quad (7)$$

Regresi Logistik

Regresi logistik biner merupakan metode statistik untuk memprediksi kemungkinan suatu peristiwa dengan dua hasil berdasarkan variabel independen. Model ini digunakan saat variabel dependen bersifat kategorik dua nilai, seperti $Y = 1$ untuk kondisi membeli dan $Y = 0$ untuk tidak membeli. Bentuk umum dari model ini dengan prediktor dapat dinyatakan melalui persamaan berikut (Dewi & Pratiwi, 2021):

$$\pi(x) = \frac{e^{(\beta_0 + \beta_1 X_1 + \dots + \beta_p X_p)}}{1 + e^{(\beta_0 + \beta_1 X_1 + \dots + \beta_p X_p)}} \quad (8)$$

Dikarenakan fungsi $\pi(x_i)$ merupakan fungsi nonlinier, maka untuk memperoleh hubungan linier antara variabel prediktor dan variabel respon, dilakukan transformasi fungsi logit menjadi:

$$g(x_i) = \sum_{j=0}^p \beta_j x_{ij} \quad (9)$$

Uji Simultan

Uji parameter secara keseluruhan (uji signifikansi keseluruhan) digunakan untuk menilai apakah seluruh variabel independen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap model, menggunakan statistik uji *likelihood ratio*, dirumuskan sebagai berikut (Fauzi, 2014):

$$G = -2 \ln \left(\frac{\left(\frac{n_1}{n}\right)^{n_1} \left(\frac{n_0}{n}\right)^{n_0}}{\prod_{i=1}^n \hat{\pi}_i^{y_i} (1 - \hat{\pi}_i)^{(1-y_i)}} \right) \quad (10)$$

Keterangan :

G : Statistik uji *likelihood ratio*

n_0 : Banyaknya pengamatan yang bernilai $Y = 0$

n_1 : Banyaknya pengamatan yang bernilai $Y = 1$
 n : Banyaknya keseluruhan pengamatan

$$\psi = \left(\frac{\pi(1)}{1 - \pi(1)} \right) / \left(\frac{\pi(0)}{1 - \pi(0)} \right) \quad (13)$$

Uji Parsial

Uji parameter secara individual dilakukan setelah uji keseluruhan menunjukkan ada pengaruh, untuk mengetahui variabel independen mana yang signifikan. Uji ini menggunakan *Wald Test*, uji W dimodelkan dalam persamaan berikut (Fauzi, 2014) :

$$W^2 = \frac{\hat{\beta}_i^2}{SE(\hat{\beta}_i)^2} \quad (11)$$

Keterangan :

W^2 = Statistik uji Wald

$\hat{\beta}_i$ = Koefisien estimasi untuk variabel independen ke- i ;
 $i=1,2,...,p$

SE = Standard error

Uji Kesesuaian Model

Pengujian kesesuaian model bertujuan menilai kecocokan model dengan data, dan dilakukan dengan metode Hosmer dan Lemeshow. Model dianggap sesuai jika tidak ada perbedaan signifikan antara data observasi dan prediksi, uji Hosmer dan Lemeshow dimodelkan dalam persamaan berikut (Scott et al., 1991):

$$\hat{C} = \sum_{h=1}^g \frac{(O_h - n_h \bar{\pi}_h)^2}{n_h \bar{\pi}_h (1 - \bar{\pi}_h)} \quad (12)$$

Interpretasi Koefisien Parameter

Interpretasi koefisien parameter bertujuan untuk menentukan hubungan fungsional antara variabel respon dan variabel prediktor serta mendefinisikan setiap perubahan variabel respon yang disebabkan oleh variabel prediktor.

Interpretasi model regresi logistik biner dapat dilakukan dengan melihat nilai ψ (*Odds Ratio*) setiap variabel dengan menganggap variabel lain konstan. Rumus *odds ratio* adalah:

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini, analisis preferensi konsumen Mie Gacoan menggunakan lima atribut yaitu level kepedasan (4 level), Harga (2 level), Pelayanan (3 level), Tempat Makan (2 level) dan Jenis Mi (2 level). Langkah awal dalam melakukan analisis konjoin adalah membuat stimuli. Stimuli adalah kombinasi dari berbagai atribut produk atau layanan yang disajikan kepada responden untuk dinilai. Hasil rancangan stimuli dengan *syntax orthoplan* ditampilkan pada Tabel 2:

Tabel 2. Hasil Analisis Konjoin Metode *Full Profile*

No	Level Pedas	Harga	Pelayanan	Tempat	Jenis Mi
1	1 dan 2	9.500	Full Service	Indoor	Hompimpa
2	7 dan 8	9.500	Full Service	Outdoor	Hompimpa
3	1 dan 2	10.500	Hybrid Service	Outdoor	Hompimpa
4	5 dan 6	9.500	Self Service	Indoor	Hompimpa
5	5 dan 6	10.500	Full Service	Outdoor	Gacoan
6	7 dan 8	9.500	Full Service	Outdoor	Gacoan
7	1 dan 2	9.500	Full Service	Indoor	Gacoan
8	3 dan 4	10.500	Full Service	Indoor	Gacoan
9	7 dan 8	10.500	Hybrid Service	Indoor	Gacoan
10	3 dan 4	9.500	Hybrid Service	Outdoor	Hompimpa
11	7 dan 8	10.500	Self Service	Indoor	Hompimpa
12	3 dan 4	9.500	Self Service	Outdoor	Gacoan
13	5 dan 6	9.500	Hybrid Service	Indoor	Gacoan
14	5 dan 6	10.500	Full Service	Outdoor	Hompimpa
15	3 dan 4	10.500	Full Service	Indoor	Hompimpa
16	1 dan 2	10.500	Self Service	Outdoor	Gacoan

Dalam pendekatan ini, metode penyajian menggunakan *full profile* artinya setiap stimulus dinilai oleh responden melalui pemberian penilaian atau *rate* terhadap masing-masing kombinasi atribut yang ditampilkan.

Uji Validitas dan Reliabilitas

Pada tahap awal dalam melakukan analisis konjoin yaitu melakukan pengujian validitas dan reliabilitas setiap stimuli yang akan digunakan. Langkah ini penting dilakukan karena kualitas data sangat dipengaruhi oleh ketepatan atribut yang digunakan. Apabila suatu atribut yang dirancang tidak relevan, maka nilai variabel yang dihasilkan pun tidak akan akurat. Proses pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan bantuan perangkat lunak SPSS Statistics V.30, dan uji ini melibatkan 30 orang responden yang merupakan konsumen Mie Gacoan di wilayah Yogyakarta.

Tabel 3. Hasil Uji Validasi Stimuli

No Stimuli	Nilai Korelasi	Level Pedas
1	0.454	Valid
2	0.426	Valid
3	0.750	Valid
4	0.801	Valid
5	0.684	Valid
6	0.299	Tidak Valid
7	0.245	Tidak Valid
8	0.629	Valid
9	0.766	Valid
10	0.686	Valid
11	0.862	Valid
12	0.696	Valid
13	0.604	Valid
14	0.750	Valid
15	0.748	Valid
16	0.589	Valid

Berdasarkan hasil uji validasi stimuli pada Tabel 3, nilai korelasi masing-masing stimuli dibandingkan dengan nilai r tabel pada taraf signifikansi 0,05 dengan jumlah responden sebanyak 30, yaitu sebesar 0,361. Hasil pengujian menunjukkan bahwa dari 16 stimuli yang diuji, terdapat dua stimuli, yaitu stimuli ke-6 dan ke-7, yang memiliki nilai korelasi di bawah r tabel sehingga dinyatakan tidak valid. Sementara itu, 14

stimuli lainnya memiliki nilai korelasi lebih besar dari r tabel dan dinyatakan valid. Oleh karena itu, analisis selanjutnya hanya menggunakan 14 stimuli yang valid karena dianggap mampu merepresentasikan preferensi responden secara memadai.

Selanjutnya, hasil uji reliabilitas dengan menggunakan koefisien *Cronbach's Alpha* menunjukan nilai sebesar $0.894 > 0.60$, maka semua instrumen tes yang digunakan realibel.

Analisis Deskriptif Responden

Hasil survei menunjukan ada 115 konsumen Mie Gacoan di Yogyakarta yang telah menjadi responden penelitian ini. Berdasarkan jenis kelamin, mayoritas adalah perempuan sebanyak 84 orang (73%), dan laki-laki 31 orang (27%). Dilihat dari usia, sebagian besar responden berusia 17 hingga kurang dari 22 tahun sebanyak 59 orang (51,3%), diikuti usia 22 hingga kurang dari 27 tahun sebanyak 53 orang (46,1%), dan sisanya berusia di atas 27 tahun sebanyak 3 orang (2,6%).

Berdasarkan domisili, mayoritas responden berasal dari Kabupaten Sleman (43,5%), disusul Kota Yogyakarta (35,7%), Kabupaten Bantul (13,0%), Kulon Progo (4,3%), dan Gunungkidul (3,5%). Dari segi intensitas kunjungan, sebagian besar responden mengaku hanya sesekali berkunjung ke Mie Gacoan (58,3%), sedangkan 30,4% sering berkunjung, dan 11,3% baru sekali berkunjung.

Hasil Analisis Konjoin

Interpretasi hasil pada analisis konjoin dalam penelitian ini didasarkan pada data yang diperoleh dari 115 responden. Data tersebut kemudian diolah untuk mengidentifikasi preferensi konsumen terhadap berbagai atribut Mie Gacoan. Hasil analisis secara rinci disajikan pada Tabel 4.

Penerapan Analisis Konjoin Dan Regresi Logistik Pada Preferensi dan....

Tabel 4. Hasil Analisis Konjoin Metode *Full Profile*

Atribut	Level	Nilai Estimasi (<i>Utility</i>)	Std. Error
Level	1 dan 2	0,010	0,068
	3 dan 4	0,122	0,061
	5 dan 6	0,013	0,061
	7 dan 8	-0,145	0,068
Harga	Rp.9.500	0,050	0,039
	Rp.10.500	-0,050	0,039
	<i>Full Service</i>	0,269	0,051
Pelayanan	<i>Self Service</i>	-0,163	0,054
	<i>Hybrid Service</i>	-0,106	0,054
Tempat	<i>Indoor</i>	0,042	0,037
	<i>Outdoor</i>	-0,042	0,037
Jenis Mi	Gacoan	0,076	0,039
	Hompimpa	-0,076	0,039
Konstan		3,470	0,037

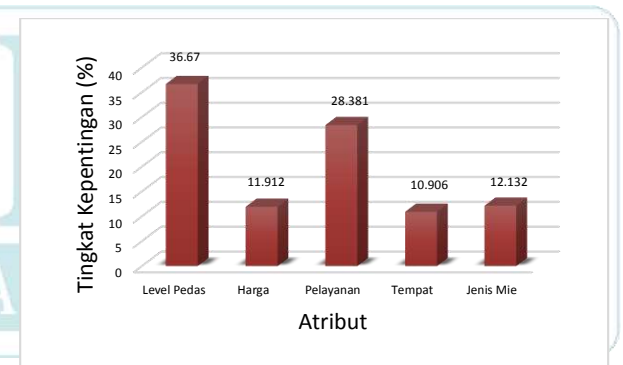
Berdasarkan Tabel 4 hasil analisis konjoin mengindikasikan level-level atribut yang dipertimbangkan konsumen dalam keputusan pembelian Mie Gacoan di Yogyakarta. Level atribut dengan nilai utilitas tertinggi merepresentasikan pilihan yang paling disukai oleh konsumen (Huurin'iin et al., 2024). Konsumen paling menyukai tingkat pedas sedang, yaitu level 3 dan 4, dengan nilai *utility* tertinggi sebesar 0,122. Disusul level 5 dan 6 sebesar 0,013, level 1 dan 2 sebesar 0,010, dan yang paling tidak disukai adalah level 7 dan 8 dengan nilai *utility* -0,145. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen cenderung menghindari tingkat kepedasan ekstrem.

Atribut harga Rp 9.500 mendapatkan nilai *utility* positif sebesar 0,050, sedangkan harga Rp10.500 bernilai -0,050, yang menunjukkan bahwa konsumen lebih menyukai harga yang lebih rendah, meskipun selisihnya tidak terlalu besar. Level *full service* pada atribut pelayanan paling disukai oleh konsumen dengan nilai *utility* 0,269. *Hybrid service* memiliki nilai -0,106, dan *self service* paling tidak disukai dengan nilai *utility* -0,163, menunjukkan

bahwa konsumen lebih mengutamakan kenyamanan dalam pelayanan.

Atribut tempat makan pada level *indoor* memperoleh nilai *utility* sebesar 0,042, sedangkan *outdoor* bernilai -0,042. Ini menunjukkan adanya preferensi terhadap makan di dalam ruangan, meskipun pengaruhnya relatif kecil. Atribut jenis mi varian Gacoan disukai dengan nilai *utility* 0,076, sementara varian Hompimpa memiliki nilai -0,076, mengindikasikan bahwa konsumen lebih memilih varian utama dibandingkan alternatif lainnya.

Dari hasil nilai utilitas pada Tabel 4, dapat dihitung tingkat kepentingan relatif dari masing-masing atribut. Tingkat kepentingan relatif atribut dapat ditunjukkan dalam grafik seperti pada Gambar 1.



Gambar 1. Tingkat Kepentingan Atribut Mie Gacoan

Berdasarkan Gambar 1., terlihat bahwa tingkat kepedasan merupakan atribut yang paling penting dalam memengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap Mie Gacoan di Yogyakarta, dengan tingkat kepentingan sebesar 36,67%. Ini menunjukkan bahwa variasi level pedas menjadi pertimbangan utama bagi konsumen dalam memilih produk. Atribut pelayanan menempati posisi kedua dengan nilai kepentingan 28,381%, menandakan bahwa kenyamanan atau cara penyajian juga sangat diperhatikan konsumen.

Sementara itu, atribut harga memiliki nilai kepentingan 11,912%, jenis mi sebesar 12,132%, dan tempat makan (*indoor* atau *outdoor*) memiliki tingkat kepentingan

terendah, yaitu 10,906%. Hal ini menunjukkan bahwa semakin besar persentase kepentingan relatif suatu atribut, maka semakin besar pula peran atribut tersebut sebagai dasar utama dalam keputusan pembelian (Huurin'ien et al., 2024).

Hasil analisis konjoin perlu mencerminkan preferensi asli responden agar model yang digunakan dapat dianggap valid. Untuk memastikan hal tersebut, dilakukan proses validasi dengan menggunakan uji *Kendall's Tau*. Uji ini bertujuan untuk mengukur sejauh mana hubungan antara rating nilai total *part-worth* hasil estimasi dengan rating aktual yang diberikan oleh responden (Arianto et al., 2024). Hasil uji korelasi ditampilkan pada Tabel 5.

Tabel 5. Nilai Korelasi Seluruh Responden

Statistik	Nilai Korelasi	Sig
<i>Pearson's R</i>	0,947	0,001
<i>Kendall's Tau</i>	0,846	0,001

Berdasarkan hasil uji validasi model konjoin pada Tabel 5, diperoleh nilai korelasi *Pearson's R* sebesar 0,947 dengan tingkat signifikansi 0,001. Nilai ini menunjukkan hubungan yang sangat kuat dan signifikan antara rating total *part-worth* hasil estimasi model dengan rating aktual yang diberikan oleh responden. Selain itu, nilai *Kendall's Tau* sebesar 0,846 dengan signifikansi 0,001 juga mengindikasikan tingkat kesesuaian peringkat yang sangat tinggi antara preferensi yang diprediksi oleh model konjoin dan preferensi nyata responden. Hasil tersebut menegaskan bahwa model konjoin yang digunakan memiliki tingkat validitas yang sangat baik dan mampu merepresentasikan preferensi asli responden secara akurat, sehingga layak digunakan sebagai dasar dalam analisis preferensi dan pengambilan keputusan lebih lanjut.

Hasil Analisis Regresi Logistik

Model regresi logistik biner bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi keputusan membeli Mie Gacoan. Variabel dependen yang digunakan bersifat biner yaitu 1 = keputusan membeli dan 0 = keputusan tidak membeli. Sedangkan variabel bebasnya yaitu level pedas (X_1), harga (X_2), pelayanan (X_3), tempat makan (X_4), dan jenis mi (X_5). Pada kasus ini, model analisis regresi yang digunakan ada 2 yaitu model pertama dengan melibatkan semua variabel bebas dan model kedua melibatkan variabel bebas yang menurut konsumen sangat penting (hasil analisis konjoin).

Model Regresi Logistik Lengkap

Hasil estimasi model regresi logistik biner pada kasus ini sebagai berikut:

Tabel 6. Estimasi Model Regresi Logistik Biner

Parameter	Estimasi
β_0	-3,365
β_1	0,320
β_2	0,591
β_3	0,169
β_4	0,133
β_5	0,103

Pengujian signifikansi parameter dilakukan untuk mengetahui variabel prediktor yang digunakan memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variabel respon. Pengujian ini dibagi menjadi dua, yaitu uji signifikansi parsial dan uji signifikansi simultan. Pada pengujian simultan ini menggunakan uji *G* atau uji rasio *likelihood*. Hasil pengujian simultan atau serentak ditampilkan pada Tabel 7.

Tabel 7. Uji Signifikansi Simultan

Chi-square	Df	Sig
25,645	5	0,000

Menurut hasil Tabel 7. Menunjukkan nilai p -value = 0,000 \leq 0,05, maka H_0 ditolak artinya setidaknya ada satu variabel

independen yang berpengaruh signifikan.

Selanjutnya, uji signifikansi parsial dilakukan untuk pengujian setiap variabel prediktor terhadap variabel respon secara individu. Pengujian ini menggunakan uji Wald dengan $\alpha = 0,05$ dan hasilnya ditampilkan pada Tabel 8.

Tabel 8. Uji Signifikansi Parameter Secara Individu

Parameter	Estimasi	W^2	p - value	Keputusan
β_0	-3,365	11,05	0,001	Ditolak
β_1	0,320	1,549	0,213	Diterima
β_2	0,591	4,204	0,040	Ditolak
β_3	0,169	0,342	0,558	Diterima
β_4	0,133	0,176	0,675	Diterima
β_5	0,103	0,15	0,698	Diterima

Berdasarkan Tabel 8. hasil uji parameter individu dengan regresi logistik, interpretasi dapat dijelaskan berdasarkan nilai p - value masing-masing variabel. Variabel bebas yang berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian Mie Gacoan. yaitu variabel yang memiliki nilai signifikansi kurang dari 0,05 (Wulandari et al., 2019). Dilihat dari Tabel 8, variabel tingkat kepedasan pelayanan, tempat makan dan jenis mi memiliki nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka gagal tolak H_0 artinya variabel tersebut tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian Mie Gacoan. Sedangkan variabel harga memiliki nilai signifikansi kurang dari 0,05 maka tolak H_0 artinya variabel harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian Mie Gacoan.

Selanjutnya, pengujian kesesuaian model bertujuan menilai kecocokan model dengan data, dan dilakukan dengan metode Hosmer dan Lemeshow. Model dianggap sesuai jika tidak ada perbedaan signifikan antara data observasi dan prediksi. Nilai signifikansi *chi-square* adalah sebesar 1,045 lebih besar dibandingkan taraf signifikansi 0,05 sehingga keputusan gagal tolak H_0 . Dapat disimpulkan bahwa dengan tingkat

kepercayaan 95% model regresi logistik yang digunakan sudah sesuai untuk menjelaskan pembeli Mie Gacoan.

Pada modelini, variabel harga yang memengaruhi keputusan membeli Mie Gacoan. Interpretasi koefisien model dengan menggunakan nilai *odds ratio* (OR) diperoleh $\psi = 1,8057$. Nilai *odds ratio* sebesar 1,8057 menunjukkan bahwa berarti harga Mie Gacoan sebesar Rp. 9.500 meningkatkan peluang membeli sebesar 1,8057 dibandingkan jika harga sebesar 10.500.

Model Regresi Logistik dengan Variabel X_1 dan X_2

Pada bagian ini dibangun model regresi logistik biner dengan melibatkan variabel yang dianggap penting oleh konsumen Mie Gacoan yaitu variabel level pedas (X_1) dan harga (X_2). Hasil estimasi model regresi logistik biner disajikan pada Tabel 9.

Tabel 9. Estimasi Model Regresi Logistik Biner dengan X_1 dan X_2

Parameter	Estimasi
β_0	-2,947
β_1	0,432
β_2	0,727

Selanjutnya, hasil uji kesesuaian model dengan menggunakan uji G atau uji rasio *likelihood* diperoleh nilai *Chi-square* sebesar 6,438 dan p - value = 0,490 $\geq 0,10$ maka H_0 diterima artinya model di atas cocok dengan data pengamatan

Tabel 10. Uji Signifikansi Parameter Secara Individu

	Estimasi	W^2	Sig	Keputusan
β_0	-2,947	10,87	0,001	Ditolak
β_1	0,432	3,41	0,065	Ditolak
β_2	0,727	7,92	0,005	Ditolak

Tabel 10 adalah uji individual dengan menggunakan uji Wald dengan $\alpha = 0,10$. Hasilnya menunjukkan bahwa tolak H_0 yang berarti variabel level pedas (X_1) dan harga (X_2) terbukti berpengaruh signifikan

terhadap keputusan pembelian konsumen.

Interpretasi koefisien model dengan menggunakan nilai *odds ratio* (OR) diperoleh variabel level pedas memiliki nilai OR sebesar 1,541 yang berarti setiap peningkatan satu satuan pada level pedas akan meningkatkan kemungkinan konsumen melakukan pembelian sebesar 1,541 kali dibandingkan sebelumnya, dengan asumsi variabel lain tetap konstan. Sementara itu, variabel harga memiliki nilai OR sebesar 2,606 yang menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu satuan pada harga akan meningkatkan peluang pembelian sebesar 2,606 kali.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis konjoin, tingkat kepedasan merupakan atribut paling penting dalam membentuk preferensi konsumen Mie Gacoan di Yogyakarta, diikuti oleh atribut pelayanan, sedangkan harga, jenis mie, dan tempat makan memiliki tingkat kepentingan yang relatif lebih rendah. Namun, hasil analisis regresi logistik menunjukkan bahwa hanya variabel harga yang berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, sementara tingkat kepedasan, pelayanan, jenis mi, dan tempat makan tidak berpengaruh secara signifikan. Temuan ini mengindikasikan bahwa meskipun tingkat kepedasan menjadi faktor utama dalam preferensi konsumen, keputusan pembelian secara aktual lebih ditentukan oleh pertimbangan harga.

Saran

Berdasarkan temuan tersebut, Mie Gacoan disarankan untuk mempertahankan dan mengembangkan variasi tingkat kepedasan melalui penamaan level yang jelas serta promosi menu berbasis tingkat pedas. Selain itu, perusahaan perlu menjaga harga tetap terjangkau melalui paket menu atau promo berkala, karena harga terbukti menjadi faktor yang berpengaruh signifikan

terhadap keputusan pembelian konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Arianto, M. D. A., Sukarsa, I. K. G., & Srinandi, I. G. A. M. (2024). Analisis Konjoin Full-Profile Untuk Mengetahui Preferensi Konsumen Pada Produk Sepatu. *Journal Scientific of Mandalika (JSM)*, 5(5), 221–227. <https://ojs.cahayamandalika.com/index.php/jomla/article/view/2989>
- Budiman, M. A., & Cahyani, N. (2022). Pemodelan Regresi Logistik Ordinal Pada Indeks Pembangunan Manusia (IPM) Di Jawa Timur Tahun 2020. *Jurnal Statistika Dan Komputasi*, 1(2), 64–73. <https://doi.org/10.32665/statkom.v1i2.1169>
- Dewi, A. F., & Pratiwi, R. (2021). Analisis Regresi Logistik Biner pada Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Menggunakan Jasa Layanan Grab di Kabupaten Lamongan. *Inferensi*, 4(2), 77. <https://doi.org/10.12962/j27213862.v4i2.8637>
- Dwipurwani, O. (2007). Analisis Konjoin pada 3³ Stimuli Menggunakan Program SAS. *Jurnal Penelitian Sains*, 10, 299–308. <https://ejurnal.mipa.unsri.ac.id/index.php/jps/article/view/451>
- Fauzi, U. (2014). Aplikasi Analisis Konjoin Dengan Model Regresi Logistik Dalam Mengukur Preferensi Mahasiswa Dalam Memilih Handphone. *Jurnal Matematika UNAND*, 3(1), 132–139. <https://doi.org/10.25077/jmu.3.1.132-139.2014>
- GhorbanTanhaei, H., Boozary, P., Sheykhani, S., Rabiee, M., Rahmani, F., & Hosseini, I. (2024). Predictive analytics in customer behavior: Anticipating trends and preferences. *Results in Control and Optimization*, 17(June). <https://doi.org/10.1016/j.rico.2024.100462>

- Ghozi, S., Ramli, & Setiari. (2019). Analisis Keputusan Nasabah dalam Memilih Bank: Penerapan Model Regresi Logistik Biner (Studi Kasus Pada Bank BRI Cabang Balikpapan). *Media Statistika*, 11(1), 17-26. <https://doi.org/10.14710/medstat.11.1.17-26>
- Hair, J. R. A., Babin, B., & Black, W. (2014). *Multivariate data analysis* (7th ed., p. 758). Australia: Cengage. <https://www.drnishikantjha.com/papersCollection/Multivariate%20Data%20Analysis.pdf>
- Huurin'iin, H., Roessali, W., & Nurfadillah, S. (2024). Analisis Preferensi dan Faktor-faktor yang Memengaruhi Keputusan Pembelian Minyak Goreng di Kota Salatiga. *Mimbar Agribisnis: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 10(2), 2328-2338. <https://jurnal.unigal.ac.id/mimbaragribisnis/article/view/14166>
- Jakaria, R. B., Kurniawan, S., Syaifudin, M. R., & Pamuji, P. S. (2024). Desain atribut kemasan gallon 19 liter menggunakan metode konjoin. *Scientica. Jurnal Ilmiah Sains Dan Teknologi*, 2(10), 205-211. <https://jurnal.kolibi.org/index.php/scientica/article/view/2508>
- Jauza, S. R. R., & Prastawa, H. (2024). Perancangan design konsumen terhadap atribut produk smartphone iPhone dengan metode analisis konjoin. *Industrial Engineering Online Journal*, 14(1), 1-7. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/ieoj/article/view/48962>
- Moskowitz, H. R., & Silcher, M. (2006). The applications of conjoint analysis and their possible uses in Sensometrics, Food Quality and Preference. 17(3), 145-165. <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2005.07.006>
- Nurmalitasari, N., & Purwanto, E. (2022). Prediksi Performa Mahasiswa Menggunakan Model Regresi Logistik. *J.Derivat*, 9(2), 145-152. <https://doi.org/10.31316/jderivat.v9i2.22639>
- OCBC Indonesia. (2024). Cara Punya Bisnis Mie Gacoan dan Estimasi Modalnya. Ocbc.id; OCBC Indonesia. <https://www.ocbc.id/id/article/2024/10/16/modal-franchise-mie-gacoan>
- Ronauli, L. N., & Indriani, F. (2020). Analisis faktor-faktor yang memengaruhi preferensi konsumen terhadap keputusan pembelian obat generik (studi pada konsumen di Apotek Kimia Farma Pandanaran Kota Semarang). *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia (Indonesian Journal of Marketing Science)*, 19(3), 159-174. <https://doi.org/10.14710/jspi.v19i3.172-187>
- Scott, A. J., Hosmer, D. W., & Lemeshow, S. (1991). *Applied Logistic Regression*. *Biometrics*, 47(4), 1632. <https://doi.org/10.2307/2532419>
- Situngkir, R. H., & Sembiring, P. (2023). Analisis Regresi Logistik untuk Menentukan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kesejahteraan Masyarakat Kabupaten/Kota di Pulau Nias. *FARABI: Jurnal Matematika Dan Pendidikan Matematika*, 6(1), 25-31. <https://doi.org/10.47662/farabi.v6i1.432>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta. https://digilib.stekom.ac.id/assets/dokumen/ebook/feb_35efe6a47227d6031a75569c2f3f39d44fe2db43_1652079047.pdf
- Supandi, E. D. (2012). Pendekatan conjoint analysis untuk mengukur tingkat preferensi mahasiswa terhadap layanan sistem informasi akademik di UIN Yogyakarta. *Jurnal Fourier: Jurnal Matematika Dan Pembelajaran*, 1(1), 1-12. <https://doi.org/10.14421/fourier.2012.11.1-9>
- Supranto, J. (2010). *Analisis Multivariat : Arti dan Interpretasi*. Rineka Cipta.
- Winarko, M. T. D., & Kartini, A. Y. (2022).

Analisis Kepuasan Pengguna Jasa Petugas Parkir Dinas Perhubungan Bojonegoro Menggunakan Regresi Logistik Ordinal. *Jurnal Statistika Dan Komputasi*, 1(1), 31–41.
<https://doi.org/10.32665/statkom.v1i1.442>

Wulandari, A., Faruk, F. M., Doven, F. S., & Budyanra. (2019). Penerapan Metode Regresi Logistik Biner untuk Mengatahui Determinan Kesiapsiagaan Rumah Tangga Dalam Menghadapi Bencana Alam (Studi Kasus di Provinsi Jawa Tengah Tahun 2017). *Seminar Nasional Official Statistics*, 1, 379–389.

Yudawisastra, H. ., Harinie, L. T., Wau, A., Martins, L. V., Pesiwarissa, L. F., Sari, D. F., Hurdawaty, R., Nugroho, H. S., Kumagaya, J. p, Safarida, N., Puspitasari, M., Misno, & Darsana, I. M. (2023). *METODELOGI PENELITIAN*. Penerbit Inteletual Manifes Media.

Yusuf, G. O., Jaya, A. K., & Ilyas, N. (2020). Pemodelan Regresi Logistik Biner Menggunakan Metode Momen Diperumum. *Estimasi*, 1(2), 74.
<https://doi.org/10.20956/ejsa.v1i2.9304>

