

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh meningkatnya kesadaran masyarakat Indonesia terhadap gaya hidup sehat, yang mendorong permintaan terhadap produk minuman kesehatan, termasuk minuman multigrain yang kaya nutrisi dan manfaat. Pada tahun 2025, konsumsi produk kesehatan di Indonesia diproyeksikan mencapai USD 14,19 miliar, mencerminkan peluang besar untuk inovasi di sektor ini. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi kombinasi atribut yang paling digemari konsumen, meliputi klaim kesehatan, klaim nutrisi, warna, rasa, dan kemasan, guna memahami preferensi konsumen terhadap produk minuman fungsional kesehatan multigrain. Hasil penelitian dengan menggunakan analisis konjoin yang merupakan metode kuantitatif dari 395 konsumen multigrain di Indonesia, menunjukkan bahwa atribut warna merupakan faktor utama dalam membentuk preferensi konsumen terhadap produk minuman multigrain, diikuti oleh atribut klaim kesehatan, kemasan, rasa, dan klaim nutrisi dengan nilai secara berurutan 26.187; 21.051; 19.566; 18.716; 14.481. Penelitian ini memberikan kontribusi bagi industri dengan menjadi referensi untuk pengembangan produk yang lebih sesuai dengan kebutuhan pasar, serta memperkaya wawasan akademik tentang atribut produk yang memengaruhi preferensi konsumen, sehingga dapat menjadi dasar untuk penelitian lanjutan. Selain itu, penggunaan TF (*Term Frequency*) dikombinasikan dengan studi literatur menjadi metode yang sederhana dalam membantu mengkonfirmasi bahwa atribut dan tingkatannya benar-benar diperhatikan oleh konsumen berdasarkan kemunculannya dalam ulasan di *e-commerce* dan media sosial.

Kata Kunci: Preferensi konsumen, klaim produk, sensori, minuman fungsional, analisis konjoin.