

ABSTRAK

PREFERENSI KONSUMEN SAYURAN ORGANIK DI PLAZA ASIA KOTA TASIKMALAYA

Oleh :

**Septihadi Muhammad Luthfy
NPM. 205009020**

**Pembimbing :
Candra Nuraini
Cici Aulia Permata Bunda**

Tujuan penelitian ini adalah mengidentifikasi atribut yang menjadi preferensi konsumen saat membeli sayuran organik menggunakan Analisis Konjoin serta menganalisis sikap konsumen terhadap pembelian sayuran organik menggunakan analisis Multiatribut Fishbein. Penelitian dilaksanakan dari bulan Desember 2023 – Juni 2024 di Plaza Asia, Kota Tasikmalaya. Metode Penelitian yang digunakan adalah metode survei dengan 50 responden yang dipilih menggunakan metode *Accidental Sampling*. Hasil penelitian dengan Analisis Konjoin menunjukkan bahwa Pearson's R sebesar 0,915 dengan signifikansi 0.001 dan Kendall's Tau sebesar 0.714 dengan signifikansi 0.007, mengindikasikan hubungan kuat dan signifikan yang mendukung validitas penelitian terhadap minat beli konsumen terhadap sayuran organik. Hasil analisis menunjukkan bahwa atribut Kesegaran menjadi prioritas utama dengan Importance Value 47,874%, diikuti oleh Kemasan sebesar 18.793%, Label Organik 17.840% dan Harga sebesar 15.493%. Ini menunjukkan bahwa konsumen cenderung memprioritaskan Kesegaran dibandingkan dengan harga dalam keputusan pembelian sayuran organik. Kemudian hasil analisis Multiatribut Fishbein menunjukkan bahwa konsumen memiliki sikap positif terhadap produk sayuran organik, dengan skor total sikap sebesar 25,0164.

Kata Kunci : Preferensi Konsumen, Sayuran Organik.

ABSTRACT

CONSUMER PREFERENCES FOR ORGANIC VEGETABLES AT PLAZA ASIA IN TASIKMALAYA CITY

By:

**Septihadi Muhammad Luthfy
NPM.205009020**

Supervisor:

**Candra Nuraini
Cici Aulia Permata Bunda**

The purpose of this study is to identify the attributes that are consumer preferences when purchasing organic vegetables using Conjoint Analysis and to analyze consumer attitudes towards purchasing organic vegetables using the Multiattribute Fishbein Analysis. The research was conducted from December 2023 to June 2024 at Plaza Asia, Tasikmalaya City. The Method Research used was a survey with 50 respondents selected using Accidental Sampling. The results of the Conjoint Analysis showed that Pearson's R was 0.915 with a significance of 0.001 and Kendall's Tau was 0.714 with a significance of 0.007, indicating a strong and significant relationship that supports the validity of the research on consumer purchase interest in organic vegetables. The analysis results showed that Freshness was the top priority attribute with an Importance Value of 47.874%, followed by Packaging at 18.793%, Organic Label at 17.840% and Price at 15.493%. This indicates that consumers tend to prioritize Freshness over Price in their decision to purchase organic vegetables. Furthermore, the results of the Multiattribute Fishbein Analysis showed that consumers have a positive attitude towards organic vegetable products, with a total attitude score of 25.0164.

Keywords : Consumer Preferences, Organic Vegetables.