

ABSTRAK

PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP BUAH JERUK LOKAL DAN BUAH JERUK IMPOR DI KOTA TASIKMALAYA

Oleh

**Fibriyan Novriansyah
NPM 14009155**

**Dosen Pembimbing:
H. Unang Atmadja, Ir., M.Sc.
Dr. H. Dedi Sufyadi, Ir., M.S.**

Jeruk termasuk salah satu buah tropik yang paling banyak dikonsumsi oleh masyarakat, adanya beragam jenis jeruk yang ada di pasar menyebabkan jeruk lokal harus mampu bersaing secara kualitas dengan jeruk impor. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui preferensi konsumen berdasarkan sikap konsumen terhadap buah jeruk lokal dan buah jeruk impor, serta untuk mengetahui atribut yang paling dipertimbangkan oleh konsumen, yang telah dilaksanakan di pasar Cikurubuk dan Plaza Asia Tasikmalaya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey, dengan pengambilan sampel secara tidak sengaja atau kebetulan (*Accidental*). Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi dan wawancara dengan menggunakan daftar pertanyaan atau kuisioner, selanjutnya data dianalisis dengan metode analisis multiatribut Fishbein. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai sikap konsumen lebih tinggi terhadap atribut jeruk lokal dibandingkan dengan atribut jeruk impor, dengan nilai sikap (Ao) atribut jeruk lokal sebesar 10.3, sedangkan untuk nilai sikap (Ao) atribut jeruk impor sebesar 9.9. Dari kelima atribut buah jeruk yang diteliti, atribut jeruk lokal yang paling dipertimbangkan oleh konsumen yaitu harga, rasa dan kesegaran, sedangkan atribut buah jeruk impor yang paling dipertimbangkan oleh konsumen yaitu warna kulit atau tampilan. Dari hasil penelitian tersebut jelas bahwa preferensi konsumen terhadap jeruk lokal dinilai lebih unggul dibandingkan dengan jeruk impor.

Kata Kunci: Preferensi, atribut, jeruk lokal, jeruk impor.

ABSTRACT

CONSUMER PREFERENCES AGAINST LOCAL AND IMPORT ORANGE FRUITS IN TASIKMALAYA CITY

By

**Fibriyan Novriansyah
NPM 14009155**

Supervisor:

**H. Unang Atmadja, Ir., M.Sc.
Dr. H. Dedi Sufyadi, Ir., M.S.**

Orange is one of the most consumed tropical fruits by the society, the presence of various types of oranges on the market causes local oranges to be able to compete in quality with import oranges. This study aims to determine consumer preferences based on consumer attitudes towards local and import orange fruits, and to know the attributes that are the most considered by consumers, which have been implemented in the Cikurubuk market and Plaza Asia Tasikmalaya. The method used in this study is a survey method, with accidental as the sampling technique. The technique of collecting data was done through observation and interviews using a questionnaire, then the data was analyzed using the Fishbein multi-attribute analysis method. The results showed that the value of consumer attitudes was higher towards the attributes of local oranges compared to the attributes of import oranges, with an attitude value (Ao) of local orange attributes was 10.3, while for attitude values (Ao) attributes of import oranges was 9.9. Of the five oranges attributes studied, the attributes of local oranges were most considered by consumers, they were price, taste and freshness, while the attributes of imported citrus fruits that were most considered by consumers was skin color. From the results of these studies it is clear that consumer preferences for local oranges are considered superior compared to imported oranges.

Keywords: Preferences, attributes, local oranges, import oranges.