

INTISARI

PREFERENSI KONSUMEN TEMPE DI PASAR GIWANGAN KOTA YOGYAKARTA. 2019. APRILIA MISPA ADHAIDILA (Skripsi dibimbing oleh SUSANAWATI & FRANCY RISVANSUNA F.). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui karakteristik konsumen, atribut tempe yang menjadi preferensi konsumen, dan atribut yang paling dipertimbangkan dalam pembelian tempe kemasan daun pisang dan plastik di Pasar Giwangan Kota Yogyakarta. Metode yang digunakan pada penelitian ini yaitu metode deskriptif dengan jumlah responden 100 orang. Hasil dari penelitian berupa karakteristik konsumen yang membeli tempe kemasan daun pisang yaitu konsumen dengan jenis kelamin perempuan dengan usia tergolong muda, pendidikan terakhir berupa SMA, dengan pekerjaan sebagai pelajar/mahasiswa, pendapatan kurang dari Rp 3.500.000, jumlah anggota keluarga sebanyak 1-4 orang sedangkan karakteristik konsumen tempe kemasan plastik yaitu konsumen dengan jenis kelamin perempuan dengan usia tergolong muda, pendidikan terakhir berupa SMA, dengan pekerjaan sebagai pelajar/mahasiswa, pendapatan kurang dari Rp 3.500.000, jumlah anggota 1-2 dan >4 orang. Atribut tempe kemasan daun pisang yang menjadi preferensi konsumen yaitu tempe yang berbentuk persegi panjang, ukuran sedang (11-20cm), harga Rp 1.000 – Rp 4.000, dan tekstur sedang. Atribut tempe kemasan plastik yang menjadi preferensi konsumen yaitu tempe yang berbentuk persegi panjang, ukuran sedang (20-25 cm), harga < Rp 2.500, tekstur sedang, dan label perlu dicantumkan dengan informasi cukup lengkap (merek, nomor telepon, dan alamat produksi). Atribut tempe kemasan daun pisang yang paling dipertimbangkan oleh konsumen yaitu atribut harga Rp 1.000 – Rp 4.000, sedangkan atribut tempe kemasan plastik yang paling dipertimbangkan oleh konsumen yaitu atribut tekstur (tekstur sedang).

Kata kunci: Preferensi Konsumen, Tempe Kemasan Daun Pisang, Tempe Kemasan Plastik

ABSTRACT

PREFERENCE OF TEMPE CONSUMERS AT GIWANGAN MARKET IN YOGYAKARTA CITY. 2019. APRILIA MISPA ADHAIDILA (Thesis guided by SUSANAWATI & FRANCY RISVANSUNA F.). This study intends to determine consumer characteristics, tempe attributes that are consumer preferences, and the most considered attributes in purchasing tempe packed by banana leaf and plastic at Giwangan Market. The method used in this study is descriptive with the number of 100 respondents. The results of the study are the characteristics of consumers who buy banana leaf covered tempe, namely female consumers in relatively tender age, the last education is high school, with the occupation is student, raising income less than Rp. 3,500,000, the number of members in a family is 1-4 people while the characteristics of consumers of temple packed by plastic are female with a relatively juvenility, the education ceased in high school, working as student, their income less than Rp. 3,500,000, the number of members in a family is 1-2 and > 4 people. The traits of tempe with banana leaf packaging that's being the consumers preferences are tempe in a rectangular-shaped, medium size (11-20 cm), the price is Rp.1,000 - Rp.4,000, and medium texture. The attributes of tempe with plastic packaging gets the preferences of consumers are rectangular-shaped, medium size (20-25 cm), price for <Rp 2,500, medium texture, and labels require to be included with the information is sufficiently equipped (brand, contact person, and address of production). The attributes of tempe with banana leaf packaging that become the most considered by consumers are the price of attributes (Rp. 1,000 - Rp. 4,000), whereas the plastic packaging being the most considered are the texture of attributes (medium texture).

Keywords: Consumers Preferences, Tempe Packed by Banana Leaf, Tempe Packed by Plastic