

INTISARI

SIKAP KONSUMEN TERHADAP VARIAN RASA PRODUK EMPING JAGUNG KWT TRIMANUNGGAL KECAMATAN PAJANGAN KABUPATEN BANTUL . 2011. (Skripsi dibimbing oleh Dr. Ir. Widodo. MP dan Ir. Diah Rina Kamardiani, MP). Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi sikap konsumen potensial terhadap berbagai atribut varian emping jagung, membandingkan sikap konsumen potensial terhadap empat varian emping jagung dan mengetahui minat beli konsumen potensial terhadap produk emping jagung. Responden pada penelitian ini berjumlah 80 orang yang diambil secara nyaman yaitu mahasiswa dan pegawai di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode eksperimental dengan objek penelitian berupa emping jagung dengan empat varian rasa yaitu original, barbeque, balado, keju dan ukuran yang berbeda yaitu 10 gram dan 20 gram. Pengumpulan data dilakukan pada bulan Oktober sampai dengan November 2015. Analisis yang digunakan untuk mengidentifikasi sikap konsumen terhadap berbagai atribut emping jagung meliputi atribut rasa, warna, label, ukuran, harga dan kerenyahan dengan menggunakan perhitungan sikap model Fishbein kemudian untuk membandingkan perbedaan sikap pada keempat varian emping jagung melalui uji *Paired sample t-test* berdasarkan atribut rasa, warna, label, ukuran, harga dan kerenyahan. Hasil penelitian menunjukkan sikap konsumen terhadap varian barbeque, balado dan keju lebih tinggi dibandingkan original. Berdasarkan uji *Paired sample t-test* menunjukkan bahwa ada perbedaan yang signifikan dalam sikap konsumen pada empat varian rasa yang dibandingkan. Sikap konsumen terhadap varian barbeque, balado dan keju lebih tinggi dibandingkan original. Berdasarkan analisis minat konsumen menunjukkan mayoritas konsumen potensial berminat untuk membeli emping jagung.

Kata kunci : emping jagung, sikap konsumen, minat beli.