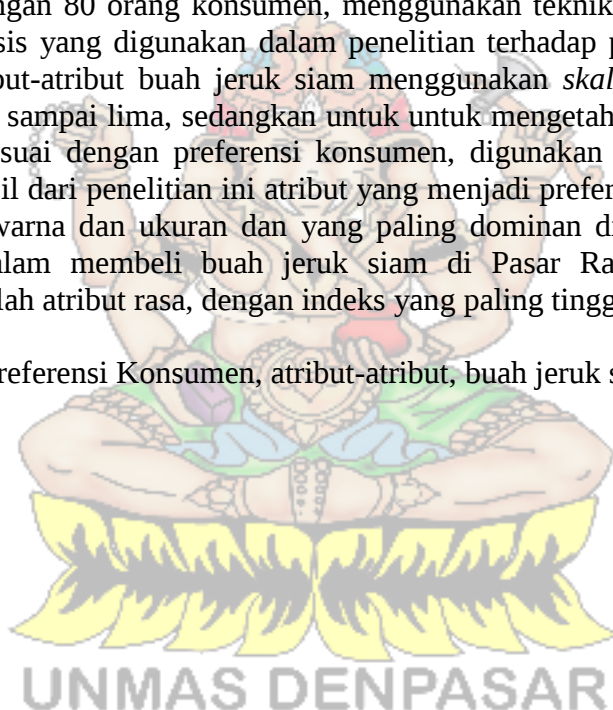


ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “Preferensi Konsumen Buah Jeruk Siam di Pasar Rakyat Kreneng Kota Denpasar.” Buah jeruk siam semakin banyak memasuki pasar lokal dan modern karena digemari oleh konsumen, akan tetapi permintaan dari jenis jeruk siam tersebut berbeda-beda sesuai dengan varian jeruk yang mempunyai ciri khas tersendiri. Preferensi konsumen terhadap atribut-atribut serta jenis varian jeruk yang akan menentukan seberapa besar buah tersebut diterima dan diminati oleh konsumen. Dengan merumuskan masalah apakah atribut yang menjadi preferensi konsumen dan atribut manakah yang paling dominan sebagai preferensi konsumen dalam membeli buah jeruk siam di pasar Rakyat Kreneng Kota Denpasar. Dengan tujuan untuk mengetahui atribut buah jeruk siam dan untuk menganalisis atribut yang paling dominan sebagai preferensi dalam membeli buah jeruk siam di Pasar Rakyat Kreneng Kota Denpasar. Penelitian ini dilakukan dengan 80 orang konsumen, menggunakan teknik *judgment sampling*. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian terhadap preferensi konsumen terhadap atribut-atribut buah jeruk siam menggunakan *skala likert* yang terdiri dari skor satu sampai lima, sedangkan untuk mengetahui atribut buah jeruk siam yang sesuai dengan preferensi konsumen, digunakan analisis *multiatribut Fishbein*. Hasil dari penelitian ini atribut yang menjadi preferensi konsumen yaitu rasa, harga, warna dan ukuran dan yang paling dominan dipertimbangkan oleh konsumen dalam membeli buah jeruk siam di Pasar Rakyat Kreneng Kota Denpasar adalah atribut rasa, dengan indeks yang paling tinggi 16,71.

Kata kunci: Preferensi Konsumen, atribut-atribut, buah jeruk siam.



ABSTRACT

This research is entitled “Consumer Preferences of Siamese Citrus Fruit in the Market the traditional of Kreneng Denpasar City. More and more Siamese oranges are entering local and modern market because it is favored by consumers, but the demand the types of Siamese oranges vary according to the type of orange that is used has its own characteristics. Consumer preferences for attributes and the type of orange that will determine how big the fruit is received and attractive to consumers. By formulating the problem whether the attributes that are become preferences and the most dominant attribute as consumer preferences in buying Siamese oranges at the traditional Market Kreneng Denpasar City. With the aim of knowing the attributes of Siamese oranges to analyze the most dominant attribute as a preference in the Kreneng traditional Market Denpasar City. Research is conducted with 80 consumers, using judgment sampling technique the analytical method used in research on consumer preference on the attributes of Siamese oranges using a likert scale consisting of from a score of one to five, while to determine the attributes of citrus fruit. Which is in accordance with consumers preference, multi-attribute analysis is fish block. The result of this study are that attributes that become consumers preference, namely; taste, price, color and size are that the most dominant considered by consumers in buying Siamese oranges at traditional Market Kreneng Denpasar City is the attribute of taste, with the highest of 16,71.

Keyword: Consumer Preferences, Attributes, Citrus Fruit

