

ABSTRAK

SIKAP KONSUMEN TERHADAP ATRIBUT IKAN NILA

Oleh

**GINA ASRIAH
165009128**

**Dosen Pembimbing:
Hj. Rina Nuryati
Tedi Hartoyo**

Kebutuhan masyarakat untuk memenuhi gizi pada tubuhnya diperlukan protein hewani, yang salah satunya dengan mengkonsumsi ikan nila. Penelitian ini dilaksanakan dengan tujuan untuk: 1). Mengetahui tingkat kepercayaan konsumen pada atribut ikan nila. 2). Mengetahui evaluasi tingkat kepentingan konsumen pada atribut ikan nila. 3). Mengetahui sikap konsumen dalam membeli ikan nila. Penelitian dilaksanakan di Pasar Ikan Bersih Padakembang yang ditentukan secara sengaja (*purposive*). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei pada 50 orang responden yang diambil secara *Accidental Sampling*. Analisis yang digunakan adalah analisis Multiatribut Fishbein berdasarkan atribut pada ikan nila . Atribut yang digunakan yaitu tekstur, aroma, ketersediaan, ukuran, harga dan kesegaran. Data sekunder diperoleh dari dinas dan berbagai literatur yang terkait dengan penelitian.. Hasil penelitian menunjukkan tingkat kepercayaan konsumen pada atribut ikan nila termasuk dalam kategori baik, dengan atribut tekstur terkatagori sangat baik, atribut ketersediaan, kesegaran dan ukuran sama-sama terkatagori baik, atribut aroma dan harga yang terkatagori cukup baik. Evaluasi tingkat kepentingan konsumen masuk dalam kategori sangat penting, dimana seluruh atribut nilai evaluasi kepentingan semuanya terkatagori sangat penting. Sikap konsumen dalam membeli ikan nila masuk pada kategori baik.

Kata Kunci: Ikan Nila, Sikap Konsumen, Atribut.

ABSTRACT

CONSUMER ATTITUDES TOWARD THE NILA FISH ATTRIBUTES

by

GINA ASRIAH
165009128

Supervisor

H.j. Rina Nuryati
Tedi hartoyo

The need for society to satisfy its body's nutritional needs is the need for animal proteins, in order to obtain one by consuming the nila fish. The study was carried out with the goal of: 1). Know the level of consumer trust in the nila fish quality. 2). Know the consensual interest rates on the nila fish quality. 3). Know the consumer attitude in buying the nila fish. Research is carried out in the largely defined fish market. The method use in this study was that of a survey of 50 people surveyed Accidental Sampling. The analysis use is a multiatribut fishbein analysis based on the attributes in the nila fish. The attributes used is texture, scent, availability, size, price and freshness. Secondary data are obtained from service and research related literature. According to research, the level of consumer trust in the nila fish attribute falls into a good category, with the highly classified texture attribute , the availability of materials, the freshness and the same size as well, the scent attributes and the price are fairly good. The value consumer interest rates are very important, which all the interest rate assesments are equally classified. The consumer attitude about buying the nila fish falls into a good category.

Key Words : Nila Fish, Consumer Attitude, Attribute.