

ABSTRAK

KARAKTERISTIK DAN PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP BERAS ORGANIK (KASUS DI TOSERBA MALL PLAZA ASIA TASIKMALAYA)

Oleh
Muhamad Angga Muntahaa
185009073

Dosen Pembimbing:
Dedi Djuliansah
Hendar Nuryaman

Beras organik menjadi pilihan alternatif masyarakat urban yang mulai menerapkan gaya hidup sehat dan menghindari konsumsi produk berbahan kimia. Namun, konsumsi beras organik masih tergolong rendah, sehingga penting untuk memahami siapa konsumennya dan bagaimana persepsi mereka terhadap produk ini. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui karakteristik dan persepsi konsumen terhadap beras organik di Toserba Mall Plaza Asia Tasikmalaya. Penelitian dilaksanakan pada bulan Maret hingga Juli 2025 menggunakan metode survei dengan pendekatan deskriptif kuantitatif, melibatkan 38 responden yang dipilih melalui teknik *accidental sampling*. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner dan dianalisis secara deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumen beras organik didominasi oleh perempuan, berusia 15-30 tahun, berstatus menikah, berpendidikan perguruan tinggi (Strata 1), bekerja sebagai karyawan swasta, berpenghasilan menengah, dan memiliki keluarga berjumlah 3-4 orang. Persepsi konsumen terhadap semua atribut beras organik seperti rasa, aroma, tekstur, kemasan, label sertifikasi, kebersihan, harga, dan ketersediaan memperoleh persepsi positif, dengan skor terendah pada atribut sertifikasi sebesar 94,74%, dan skor tertinggi pada atribut rasa yang mencapai 97,81%. Hal ini mengindikasikan bahwa beras organik di Toserba Plaza Asia telah memenuhi ekspektasi konsumen dalam aspek kualitas dan manfaat.

Kata kunci: karakteristik konsumen, persepsi, beras organik, atribut produk.