

ABSTRAK

PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP PEMBELIAN MELON *SWEET LAVENDER* DI GALERI MELON PREMIUM

Oleh

**Ida Farida
NPM 215009101**

**Dosen Pembimbing:
Nurul Risti Mutiarasari
Suyudi**

Preferensi konsumen terhadap atribut produk merupakan faktor penting dalam keputusan pembelian, khususnya pada komoditas hortikultura yang mempunyai ekonomi tinggi seperti buah melon. Melon *sweet lavender* sebagai melon unggulan di Galeri Melon Premium Tasikmalaya dan memiliki berbagai karakteristik yang menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen, namun karakteristik buah melon memunculkan perbedaan preferensi konsumen terhadap atribut melon yang ditawarkan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui preferensi konsumen terhadap atribut-atribut melon *sweet lavender*, menganalisis perbedaan preferensi konsumen terhadap atribut melon *sweet lavender* di Galeri Melon Premium Tasikmalaya, serta menganalisis atribut yang paling dipertimbangkan dalam keputusan pembelian di Galeri Melon Premium Tasikmalaya. Penelitian ini menggunakan metode studi kasus dengan teknik sampel insidental sampling terhadap 36 responden ditentukan melalui perhitungan *linear time function*. Data dianalisis menggunakan uji *Chi-Square*, serta analisis *multiatribut Fishbein*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa preferensi konsumen terhadap atribut melon *sweet lavender* adalah warna kulit kuning oren, beraroma kuat, rasa sangat manis, ukuran buah sedang (1,30–1,59 kg), tekstur daging renyah dan berair, serta harga sedang pada rentang Rp37.000–Rp43.000. Seluruh atribut warna kulit, aroma, rasa, ukuran, tekstur, dan harga memiliki perbedaan preferensi konsumen serta atribut yang paling dipertimbangkan konsumen dalam keputusan pembelian adalah ukuran buah, rasa buah, warna kulit buah, tekstur buah, aroma buah, dan harga buah. Ukuran dan rasa merupakan faktor utama yang dipertimbangkan konsumen terhadap keputusan pembelian, sedangkan harga merupakan atribut yang paling rendah tingkat pertimbangannya.

Kata kunci : Atribut, Preferensi Konsumen, Melon *Sweet Lavender*.

ABSTRACT
**CONSUMER PREFERENCES FOR THE PURCHASE OF SWEET
LAVENDER MELONS AT THE GALLERY MELON PREMIUM**

By:

**Ida Farida
NPM 215009101**

**Supervisor:
Nurul Risti Mutiarasari
Suyudi**

Consumer preference for product attributes is an important factor in purchasing decisions, especially in horticultural commodities that have a high economy such as melons. Melon sweet lavender as the flagship type at the Gallery Melon Premium Tasikmalaya has various characteristics that are its own attraction for consumers, but the characteristics of melons give rise to differences in consumer preferences for the melon attributes offered. The study aims to find out consumer preferences for the attributes of sweet lavender melon, analyze the differences in consumer preferences for sweet lavender melon attributes at Tasikmalaya Premium Melon Gallery, and analyze the attributes that are most considered in purchasing decisions at Gallery Melon Premium Tasikmalaya. The study used a survey method with an incidental sampling technique of 36 respondents determined through linear time function calculations. The data were analyzed using the Chi-Square test, as well as Fishbein's multiattribute analysis. The results of the study show that consumer preferences for the attributes of sweet lavender melon are orange-yellow skin color, strong aroma, very sweet taste, medium fruit size (1.30–1.59 kg), crispy and juicy flesh texture, and medium price in the range of Rp37,000–Rp43,000. All attributes of skin color, aroma, taste, size, texture, and price have differences in consumer preferences and the attributes that consumers consider the most in purchasing decisions are fruit size, fruit taste, fruit skin color, fruit texture, fruit aroma, and fruit price. Size and taste are the main factors that consumers consider when making a purchase decision, while price is the attribute with the lowest level of consideration

Keywords: Attributes, Consumer Preferences, Melon Sweet Lavender.