

ABSTRAK

PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN JERUK MEDAN DI TOSERBA PLAZA ASIA KOTA TASIKMALAYA

Oleh:

**Rendi Maolana
NPM 225009031**

Dosen Pembimbing:

**Rina Nuryati
Cici Aulia Permata Bunda**

Penurunan hasil produksi buah jeruk di Indonesia pada tahun 2024 diduga turut memengaruhi perubahan perilaku konsumen terhadap pembelian dan tingkat konsumsi buah jeruk lokal. Kota Tasikmalaya merupakan salah satu daerah perkotaan di Provinsi Jawa Barat, yang turut terdampak dari perubahan perilaku konsumen yang ditandai dengan fluktuasinya penjualan jeruk Medan, sebagai salah satu varietas buah jeruk lokal di Toserba Plaza Asia Kota Tasikmalaya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis perbedaan preferensi konsumen dan atribut yang paling dominan memengaruhi konsumen terhadap pengambilan keputusan pembelian jeruk Medan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei, dengan melibatkan 50 responden yang dihitung menggunakan *linear time function* berdasarkan *accidental sampling*. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji *Chi-Square* (X^2) yang digunakan untuk menganalisis perbedaan preferensi konsumen, dan Model Multiatribut Fishbein yang digunakan untuk menganalisis atribut yang paling dominan memengaruhi konsumen terhadap pengambilan keputusan pembelian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat perbedaan preferensi konsumen terhadap atribut jeruk Medan seperti ukuran, kesegaran, rasa, dan harga, sedangkan atribut warna menunjukkan tidak terdapat perbedaan preferensi. Adapun preferensi konsumen terhadap jeruk Medan berdasarkan atributnya yaitu: ukuran buah sedang dengan jumlah antara 6-9 buah per kilogram; warna kulit kuning kehijauan; permukaan buah mengkilap sebagai indikator kesegaran; rasa manis; serta harganya relatif rendah yaitu tidak lebih dari Rp32.000 per kilogram. Sementara itu, atribut yang paling dominan memengaruhi konsumen terhadap pengambilan keputusan pembelian jeruk Medan secara berurutan adalah rasa, kesegaran, harga, warna, dan ukuran.

Kata Kunci: Jeruk Medan, Keputusan Pembelian, Preferensi Konsumen.

ABSTRACT

CONSUMER PREFERENCES TOWARD PURCHASE DECISION MAKING OF MEDAN ORANGES AT TOSERBA PLAZA ASIA TASIKMALAYA CITY

By:

**Rendi Maolana
NPM 225009031**

Advisors:

**Rina Nuryati
Cici Aulia Permata Bunda**

The decline in orange production in Indonesia in 2024 is presumed to have contributed to shifts in consumer behavior regarding the purchase and consumption levels of local oranges. Tasikmalaya City is one of the urban areas in West Java Province also affected by shifts in consumer behavior, as evidenced by the fluctuation in sales of Medan orange, one of the local orange varieties at Toserba Plaza Asia in Tasikmalaya City. This study aims to analyze differences in consumer preferences and to identify the dominant attributes influencing consumer decision-making in the purchase of Medan oranges. A survey method was employed, with 50 respondents who were determined using the linear time function formula and selected through accidental sampling. Two analytical tools were applied: the Chi-Square (X^2) Test to analyze differences in consumer preferences, and the Fishbein Multi-Attribute Model to identify the dominant attributes influencing purchasing decisions. The findings reveal significant differences in consumer preferences for Medan orange attributes, including size, freshness, taste, and price, whereas no significant difference is observed for the color attribute. Consumer preferences for Medan oranges, based on individual attributes, were identified as follows: medium size ranging from 6–9 fruits per kilogram; greenish-yellow skin color; shiny fruit surface as a freshness indicator; sweet taste; and a price considered relatively low, not exceeding Rp32,000 per kilogram. The attributes most influential in consumer purchasing decisions, in descending order, are taste, freshness, price, color, and size.

Keywords: Consumer Preferences, Medan Orange, Purchase Decision.