



INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sikap konsumen terhadap atribut buah mangga serta perbedaan sikap konsumen terhadap atribut mangga dan jenis buah mangga yang disukai konsumen di Kabupaten Magetan. Analisis Fishbein digunakan untuk mengetahui sikap konsumen terhadap atribut buah mangga. Analisis *crosstab chi-square* digunakan untuk mengetahui perbedaan sikap konsumen terhadap atribut mangga dan jenis buah mangga yang disukai konsumen berdasarkan jenis kelamin, pendapatan, usia, pendidikan, jumlah anggota keluarga, jarak pembelian, dan pengaruh orang lain untuk mengonsumsi buah mangga di Kabupaten Magetan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa atribut rasa, kesegaran, jenis, kematangan, dan aroma dari buah mangga memiliki skor sikap yang tergolong positif sedangkan atribut lain seperti kebersihan kulit, harga dan ukuran dinilai biasa saja atau netral oleh konsumen di Kabupaten Magetan. Selanjutnya terdapat perbedaan pada sikap konsumen di Kabupaten Magetan terhadap atribut buah mangga berdasarkan pendidikan dan pengaruh orang lain serta jenis buah mangga yang disukai oleh konsumen di Kabupaten Magetan berdasarkan pendidikan.

Kata kunci: atribut produk, buah mangga, konsumen, perilaku, sikap



ABSTRACT

This research aims to determine consumer attitudes towards mango attributes and differences in consumer attitudes towards mango attributes and the type of mango that consumers prefer in Magetan Regency. Fishbein analysis is used to determine consumer attitudes towards mango attributes. Chi-square crosstab analysis was used to determine differences in consumer attitudes towards mango attributes and the type of mango that consumers preferred based on gender, income, age, education, number of family members, purchase distance, and the influence of others to consume mangoes in Magetan Regency. The results showed that the attributes of taste, freshness, type, ripeness, and aroma of mangoes had a positive attitude score while other attributes such as skin cleanliness, price and size were considered normal or neutral by consumers in Magetan Regency. Furthermore, there are differences in consumer attitudes in Magetan Regency towards the attributes of mangoes based on education and the influence of others and the types of mangoes preferred by consumers in Magetan Regency based on education.

Keywords: attitudes, product attributes, behavior, consumers, mango