

ABSTRAKSI

Penelitian ini dilakukan untuk mengidentifikasi variabel yang berpengaruh terhadap penilaian kemasan tepung terigu di Daerah Istimewa Yogyakarta. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *stratified random sampling*. Konsumen dibagi menjadi empat tingkatan pengeluaran berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta.

Atribut kemasan yang digunakan dalam penelitian ini adalah atribut perlindungan, informasi, kemudahan penanganan, penampilan dan ukuran kemasan. Sedangkan atribut label yang diteliti meliputi nama produk / merk dagang, identitas produsen, isi / berat bersih, komposisi bahan, nomor pendaftaran, kode produksi, label halal, label gizi, waktu kadaluarsa dan pernyataan khusus.

Dari hasil penelitian terungkap bahwa keempat kelompok konsumen mempunyai penerimaan yang sama yaitu tanggapan yang baik terhadap atribut kemasan dan atribut label dan konsumen menganggap penting untuk memperhatikan atribut kemasan dan atribut label sebelum mengkonsumsi suatu produk tepung terigu.

Keempat kelompok konsumen mempunyai tanggapan yang sama terhadap atribut kemasan, sedangkan untuk atribut label, perbedaan sikap yang signifikan antar keempat kelompok konsumen hanya terjadi pada atribut klode produksi dan atribut pernyataan khusus.

Dari hasil uji regresi berganda didapat bahwa variabel yang paling berpengaruh terhadap penilaian kemasan tepung terigu adalah atribut kemudahan penanganan yang diikuti oleh atribut penampilan, informasi, ukuran kemasan dan perlindungan, tetapi kelima atribut ini hanya dapat menunjukkan 12,1 % dari variasi tingkat kepuasan konsumen, sedangkan sisanya dijelaskan oleh atribut-atribut yang lain.