

INTISARI

Konsumsi buah di D.I. Yogyakarta saat pandemi pada tahun 2020 masih sangat rendah dibandingkan tahun 2019. Salah satu jenis buah yang direkomendasikan untuk dikonsumsi adalah apel baik lokal maupun impor. Analisis sikap dan preferensi konsumen perlu dilakukan untuk mengetahui bagaimana konsumen melakukan pengambilan keputusan pembelian. Tujuan penelitian ini adalah (1) mengetahui bagaimana sikap; (2) preferensi konsumen terhadap apel lokal dan impor saat pandemi; dan (3) mengetahui bagaimana perilaku pembelian konsumen apel lokal dan impor sebelum dan saat pandemi. Responden berjumlah 80 orang dan jenis data yang digunakan adalah data sekunder yang disebarkan lewat *Google Form*. Alat analisis yang digunakan adalah Multiatribut Fishbein untuk mengetahui sikap konsumen, analisis konjoin untuk mengetahui preferensi konsumen dan analisis uji McNemar dan *Wilcoxon Signed Rank Test* untuk mengetahui perilaku pembelian konsumen sebelum dan saat pandemi. Hasil analisis menunjukkan konsumen memiliki sikap netral terhadap apel lokal dan sikap positif terhadap apel impor saat pandemi. Preferensi konsumen terhadap atribut apel lokal secara berurutan adalah atribut warna, harga, rasa dan tekstur. Kombinasi atribut yang sesuai dengan preferensi konsumen apel lokal adalah apel manalagi warna hijau kuning, harga Rp 20.000- Rp 29.000 dengan tekstur daging renyah dan rasa manis asam. Preferensi konsumen terhadap atribut apel impor secara berurutan adalah warna, harga, tekstur dan rasa. Kombinasi atribut apel impor yang sesuai dengan preferensi konsumen adalah apel fuji, harga Rp 20.000- Rp 34.000, tekstur renyah dan rasa manis. Perilaku pembelian konsumen apel lokal sebelum dan saat pandemi berdasarkan jumlah, frekuensi, lokasi dan metode pembayaran pembelian terdapat perbedaan yang signifikan. Perilaku pembelian konsumen apel impor sebelum dan saat pandemi berdasarkan jumlah, frekuensi dan metode pembayaran pembelian terdapat perbedaan yang signifikan. Lokasi pembelian signifikan pada pasar tradisional, kios buah dan online, sedangkan supermarket hasilnya tidak signifikan.

Kata Kunci: apel lokal dan impor, perilaku pembelian, preferensi, sikap

ABSTRACT

Fruit consumption in D.I Yogyakarta during the pandemic in 2020 was still very low compared to 2019. One type of fruit that is recommended to consumption is apples, both local and imported. An analysis of consumer attitudes and preferences needs to be done to determine how consumers make purchasing decisions. The aims of this research are (1) to determine how attitudes are; (2) consumer preference for local and imported apples during a pandemic; and (3) to determine how consumers bought local and imported apples before and during the pandemic. The number of respondents is 80 people and the type of data used is secondary data provided via Google Form. The analysis tools used are the Fishbein Multi-attribute to determine consumer attitudes, conjoint analysis to determine consumer preferences and analysis of the McNemar test and Wilcoxon Signed Rank Test to determine consumer buying behavior before and during the pandemic. The results of the analysis show that consumers have a neutral attitude towards local apples and a positive attitude towards imported apples during a pandemic. Consumer preferences for local apple attributes are color, price, taste and texture, respectively. The combination of attributes that suit the preferences of local apple consumers is yellow-green manalagi apples, priced at Rp 20,000- Rp 29,000. Consumer preferences for the attributes of imported apples are color, price, texture and taste, respectively. The combination of imported apple attributes that match consumer preferences is Fuji apple, priced at Rp. 20,000-Rp. 34,000, has a crunchy texture and sweet taste. There were significant differences in the purchasing behavior of local apple consumers before and during the pandemic based on the quantity, frequency, location and method of payment for purchases. There were significant differences in the purchasing behavior of imported apple consumers before and during the pandemic based on the amount, frequency and method of payment of purchases. The location of purchases is significant at traditional markets, fruit stall and online, while the results for supermarkets are not significant.

Keywords: local and imported apples, buying behavior, preferences, attitudes