



Intisari

Penelitian ini bertujuan untuk (1) mengetahui persepsi konsumen terhadap atribut sayuran organik, (2) mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi konsumen terhadap atribut sayuran organik, dan (3) mengetahui hubungan antara preferensi konsumen dengan atribut sayuran organik. Penelitian ini dilakukan di Kota Jakarta Selatan dengan pengambilan sampel daerah secara *purposive sampling*. Jumlah reponden sebanyak 60 konsumen dipilih secara *accidental sampling*. Analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif, analisis regresi linier berganda, dan analisis korelasi Pearson. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi konsumen terhadap atribut bebas bahan kimia, menyehatkan, bergizi, ke higienisan, kesegaran, dan hasil olahan tergolong baik. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi konsumen terhadap atribut sayuran organik adalah pendapatan konsumen dan sumber informasi. Adanya korelasi antara atribut sayuran organik dan preferensi konsumen secara berurutan dari yang terkuat hingga terlemah terhadap sayuran organik adalah ke higienisan, kesegaran, penampilan, rasa, dan warna.

Kata kunci: atribut produk, persepsi, preferensi, sayuran organik.



Abstract

This research aims to (1) determine consumer perceptions of the attributes of organic vegetables, (2) determine the factors that influence consumer perceptions of organic vegetables attributes, and (3) determine the relationship between consumer preferences with attributes of organic vegetables. This research was conducted in South Jakarta with a sampling area by purposive sampling. Number of respondents by 60 consumers selected by accidental sampling. Analysis of the data are used descriptive analysis, multiple linear regression analysis and Pearson correlation analysis. The results showed that consumer perceptions of the attributes of chemical free, healthy, nutritious, hygienic, freshness, and processed quite well. The factors that influence consumer perceptions of organic vegetables attribute is the consumer's income and resources. Correlation between consumer preferences and the attributes of organic vegetables in order from strongest to weakest against organic vegetables is hygiene, freshness, appearance, flavor, and color.

Keywords: product attributes, perception, preference, organic vegetables.