



Intisari

PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP TEH CELUP DI KOTA YOGYAKARTA

Sesilia Paramitha Novitasari, Lestari Rahayu Waluyati, Jangkung Handoyo Mulyo

**Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian, Fakultas Pertanian
Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (1) preferensi konsumen terhadap teh celup di Kota Yogyakarta dan (2) faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi konsumen terhadap teh celup di Kota Yogyakarta. Pengambilan data dilakukan dengan melakukan wawancara terhadap responden ibu rumah tangga sebanyak 40 orang menggunakan metode *purposive sampling*. Metode analisis yang digunakan yaitu analisis *Friedman* dan analisis regresi linear berganda. Hasil analisis menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan preferensi konsumen terhadap teh celup di Kota Yogyakarta. Secara umum preferensi konsumen terhadap teh celup di Kota Yogyakarta dipengaruhi oleh rasa, aroma, serta media informasi. Konsumen menyukai rasa teh celup 'A' karena rasanya yang pahit. Konsumen menyukai rasa teh celup 'B' karena rasanya yang sedikit pahit. Konsumen menyukai rasa teh celup 'C' karena rasanya yang tidak pahit. Konsumen menyukai aroma teh celup 'A' dan 'B' yang harum. Media informasi non elektronik mempengaruhi preferensi konsumen hanya pada produk teh celup 'A'.

Kata kunci : preferensi konsumen, teh celup, *Friedman*

Abstract

**CONSUMER PREFERENCE TOWARD TEA BAG
IN YOGYAKARTA CITY**

Sesilia Paramitha Novitasari, Lestari Rahayu Waluyati, Jangkung Handoyo Mulyo

*Department of Agricultural Socio Economic, Faculty of Agriculture,
Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta*

This research was aimed to know (1) consumer preference toward tea bag in Yogyakarta City and (2) factors that affected consumer preference toward tea bag in Yogyakarta City. Data gathering was done by interviewing 40 housewives using purposive sampling method. Analysis method used in this research was that Friedman analysis and regression analysis. Analysis result showed that there was no difference in consumer preference toward tea bag in Yogyakarta City. Generally, consumer preference toward tea bag in Yogyakarta City was affected by taste, aroma, and information media. Consumers liked 'A' tea bag because of its bitter taste. Consumers liked 'B' tea bag because of its little-bit bitter taste. Consumers liked 'C' tea bag because it was not bitter. Consumers liked the aroma of 'A' and 'B' tea bag because of its good smell. Non-electronic information media affected consumer preference toward 'A' tea bag.

Keywords : *consumer preference, tea bag, Friedman*