



INTISARI

Tomat merupakan sayuran prioritas untuk dikonsumsi dan dianggap kaya akan vitamin C. Sementara itu, peningkatan konsumsi yang didorong oleh kebutuhan dan keinginan akan selalu disertai dengan perubahan selera dan preferensi konsumen. Pendekatan konsep atribut dapat menjadi pilihan untuk mendapatkan karakteristik kualitas tomat yang diinginkan oleh konsumen. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk (1) Mengkaji sikap konsumen terhadap atribut tomat; (2) Mengetahui atribut yang paling dipertimbangkan konsumen dalam memilih tomat; (3) Mengetahui kombinasi atribut tomat yang menjadi preferensi konsumen. Pemilihan responden dilakukan secara convenience sampling sebanyak 150 responden di Daerah Istimewa Yogyakarta. Sikap konsumen dianalisis menggunakan Multiatribut Fishbein, dan analisis *Conjoint* digunakan untuk mengidentifikasi preferensi konsumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumen memiliki sikap positif terhadap atribut tomat yaitu kesegaran, warna, tekstur, penampilan kulit, dan rasa. Sedangkan hasil analisis konjoin menunjukkan bahwa warna merupakan atribut tomat yang paling disukai. Kombinasi atribut tomat yang paling diinginkan adalah warna merah, sangat segar, tekstur keras, penampilan kulit tanpa bercak dan luka, serta rasa yang tidak asam.

Kata kunci: Atribut, Tomat, Analisis Conjoint, Multi-atribut Fishbein, Preferensi Konsumen, Sikap Konsumen



ABSTRACT

Tomatoes are a priority vegetable for consumption and are considered rich in vitamin C. Meanwhile, the increase in consumption driven by needs and desires will always be accompanied by changes in consumer tastes and preferences. The attribute concept approach can be an option to obtain the quality characteristics of tomatoes desired by consumers. Therefore, this study aims to (1) examine consumer attitudes towards tomato attributes; (2) Knowing the attributes that consumers consider the most in choosing tomatoes; (3) Knowing the combination of tomato attributes that are consumer preferences. The respondents were selected by the convenience sampling of 150 respondents in the Special Region of Yogyakarta. Consumer attitudes were analyzed using Fishbein's Multi-attribute, and the conjoint analysis was used to identify consumer preferences. The results showed that consumers had positive attitudes towards tomato attributes, i.e., freshness, color, texture, skin appearance, and taste. Meanwhile, the results of the conjoint analysis showed that color was the most preferred tomato attribute. The most desirable combination of tomato attributes is red color, very fresh, firm texture, skin appearance without spots and wounds, and a not acidic taste.

Keywords: Attributes, Conjoint Analysis, Consumer Attitudes, Consumer Preference, Multi-attribute Fishbein