

ABSTRACT

ANALYSIS OF CONSUMER PREFERENCES FOR BOTTLED SOSRO TEA PRODUCTS IN LAMPUNG UNIVERSITY AREA

By

MUHAMMAD THAREQ

Tea (*Camellia sinensis*) is an agribusiness commodity that has a high economic value. ready-to-drink tea beverage in packaging, which involves consumer behavior towards drinking water as one of the ready-to-drink tea products in packaging. Consumer preference is the selection of someone likes or dislikes the product (goods or services) consumed. The purpose of this study was to determine consumer preferences for bottled sosro bottled tea in the University of Lampung area. To find out what attributes can influence consumer preferences for bottled sosro bottled tea in the University of Lampung area. The method in this study uses descriptive analysis and Fishbein Multi-attribute. From the resulting preference scale, the value of consumer preferences is 138.39 leaning more to the right with a range of maximum preference values of 184.15. This shows that consumers' preference for sosro bottled tea bottles as a whole is good. Good consumer preferences for bottled sosro bottled tea indicate that bottled sosro bottled tea is given by the manufacturer to consumers in

accordance with the beliefs and expectations of consumers. Consumers' preferences in Lampung University Canteens obtained were 138.39, which means that consumers' attitudes towards bottled sosro bottled tea have not yet reached the maximum preference score of 184.15. However, overall consumer preference of bottled sosro bottled tea is good.

Keywords: Tea, ready-made tea, consumer preferences, multi-attribute fisbein

ABSTRAK

ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP PRODUK TEH SOSRO KEMASAN BOTOL DI KAWASAN UNIVERSITAS LAMPUNG

Oleh

MUHAMMAD THAREQ

Teh (*Camellia sinensis*) merupakan salah satu komoditas agribisnis yang memiliki nilai ekonomis cukup tinggi. minuman teh sebagai salah satu produk teh siap saji dalam kemasan. Preferensi konsumen adalah pemilihan suka atau tidak sukanya seseorang terhadap produk yang dikonsumsi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui preferensi konsumen terhadap teh botol sosro kemasan botol di kawasan Universitas Lampung. Untuk mengetahui atribut apa saja yang dapat mempengaruhi preferensi konsumen terhadap teh botol sosro kemasan botol di kawasan Universitas Lampung. Metode dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif dan multiatribut Fishbein. Dari skala preferensi yang dihasilkan, nilai preferensi konsumen adalah 138,39 lebih condong kearah kanan dengan rentang nilai maksimum preferensi sebesar 184,15. Hal ini menunjukkan bahwa preferensi konsumen terhadap teh botol sosro kemasan botol secara keseluruhan adalah baik. Preferensi baik konsumen atas teh botol sosro kemasan botol menunjukkan bahwa

Teh botol sosro kemasan botol yang diberikan produsen kepada konsumen sesuai dengan kepercayaan dan harapan konsumen. Preferensi konsumen pada Kantin-kantin Universitas Lampung yang diperoleh adalah 138,39 artinya sikap konsumen terhadap Teh botol sosro kemasan botol belum mencapai skor preferensi maksimum sebesar 184,15 Akan tetapi preferensi konsumen Teh botol sosro kemasan botol secara keseluruhan adalah baik.

Keywords: Teh, Teh siap saji, Preferensi konsumen, Multiatribut fisbein