

ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN DALAM PEMBELIAN BERAS BERLABEL DI KOTA PADANG

SKRIPSI

Oleh

NASHINTA ASSYURA

NIM. 2210221027



**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2026**

ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN DALAM PEMBELIAN BERAS BERLABEL DI KOTA PADANG

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis preferensi dan sikap konsumen dalam pembelian beras berlabel di Kota Padang. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei yang dilaksanakan di Pasar Raya Padang sebagai representasi pasar tradisional dan Budiman Swalayan sebagai representasi ritel modern. Data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden konsumen beras berlabel. Analisis data dilakukan secara deskriptif dan menggunakan Model Sikap Multiatribut Fishbein untuk mengukur tingkat kepercayaan, evaluasi, dan sikap konsumen terhadap atribut produk. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumen cenderung memilih beras premium dengan ukuran butir sedang, beraroma, berwarna putih, dikemas dalam ukuran 10 kg, menggunakan desain kemasan sederhana, serta mencantumkan label SNI, informasi nutrisi, tanggal kedaluwarsa, logo halal, merek, dan tempat produksi. Harga yang paling sesuai dengan preferensi konsumen berada pada kisaran Rp16.000–Rp17.000 per kg. Berdasarkan analisis Fishbein, atribut yang paling dipertimbangkan dalam keputusan pembelian beras berlabel di Kota Padang adalah logo halal, tingkat harga, tanggal kedaluwarsa, label SNI, dan merek. Terdapat perbedaan prioritas atribut berdasarkan lokasi pembelian. Konsumen Pasar Raya Padang lebih memprioritaskan logo halal, tingkat harga, dan tanggal kedaluwarsa, sedangkan konsumen Budiman Swalayan lebih mengutamakan label SNI, merek, dan tingkat harga. Secara umum, sikap konsumen terhadap beras berlabel berada pada kategori positif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keputusan pembelian tidak hanya dipengaruhi karakteristik fisik produk, tetapi juga kelengkapan informasi dan jaminan produk pada kemasan.

Kata kunci: Beras berlabel, keputusan pembelian, pasar, preferensi konsumen, sikap konsumen.

ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN DALAM PEMBELIAN BERAS BERLABEL DI KOTA PADANG

Abstract

This study aims to analyze consumer preferences and attitudes toward purchasing of labeled rice in Padang City. The study employed a quantitative approach using a survey method conducted at Pasar Raya Padang, representing traditional markets and Budiman Swalayan, representing modern retail outlets. Primary data were collected through questionnaires from 100 respondents who had purchased labeled rice. Data were analyzed using descriptive and the Fishbein Multi-Attribute Attitude Model to assess consumers' beliefs, evaluations, and attitudes toward product attributes. The results showed that consumers generally preferred premium rice with medium-sized grains, a fragrant aroma, white color, 10 kg packaging, a simple package design, and labels providing information on SNI certification, nutritional information, expiration date, halal logo, brand, and production location. The preferred price range was Rp16,000–Rp17,000 per kg. Based on the Fishbein analysis, the attributes that consumers considered most important in purchasing labeled rice in Padang City were the halal logo, price, expiration date, SNI label, and brand. Differences were observed in the attributes prioritized by consumers according to their purchasing location. Consumers at Pasar Raya Padang prioritized the halal logo, price, and expiration date, while consumers at Budiman Swalayan placed greater importance on the SNI label, brand, and price. Overall, consumers' attitudes toward labeled rice were positive. These findings indicate that consumer's purchasing decisions for labeled rice are influenced not only by the physical characteristics of the product but also by the completeness of product information and the assurance provided by the labeling.

Keywords: *Labeled rice, purchasing decisions, market, consumer preference, consumer attitudes.*

