

ABSTRACT

This research was conducted in Aek Pining Village, Batang Toru District, South Tapanuli Regency, North Sumatera at the Warno Tofu Industry. This study aims to determine what attributes are consumer preferences for Warno Tofu and determine which attributes are most considered by consumers in making purchasing decisions for Warno Tofu. The data used in this study are primary and secondary data. The sampling technique was carried out by chance (*accidental sampling*). The data analysis methods used are *Chi-Square* and Multiatribut *Fishbein* analysis. The result showed that the attributes of tofu that influence consumer preferences in purchasing Warno's Tofu are flavor and durability attributes. It can be seen from the results of the *Chi-Square* analysis that the taste attribute (0,004) and durability (0,028) have a Sig value $< \alpha$ value (0,05), so H_0 is accepted, meaning that the taste and durability attributes affect consumer preferences for purchasing Warno Tofu. The attribute of tofu that is most considered in the decision to purchase tofu is the flavor attribute. The order of attributes that become consumer attitudes in purchasing tofu are taste, durability, price, texture and size.

Keywords: *Chi-Square*, Consumers, Multiatribut *Fishbein*, Preferences, Tofu

RINGKASAN

SRI MULTIANA. Preferensi Konsumen Terhadap Tahu Warno Di Kelurahan Aek Pining Kecamatan Batang Toru Kabupaten Tapanuli Selatan Sumatera Utara. Dibimbing oleh MUHAMMAD AUTHAR ND dan HAFNI ZAHARA.

Penelitian ini dilakukan agar Industri Tahu Warno mengetahui apa saja atribut yang menjadi preferensi konsumen dan atribut apa saja yang paling dipertimbangkan konsumen dalam pembelian tahu. Penelitian ini dilaksanakan dengan melakukan observasi langsung dan mewawancarai konsumen yang membeli Tahu Warno, kemudian dianalisis menggunakan analisis *chi-square* dan multiatribut *fishbein*. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa atribut tahu yang mempengaruhi preferensi konsumen dalam pembelian Tahu Warno adalah atribut rasa dan daya tahan. Hal ini dapat dilihat dari hasil analisis *chi-square* bahwa atribut rasa (0,004) dan daya tahan (0,028) yang memiliki nilai Sig < nilai α (0,05) maka H_0 diterima artinya atribut rasa dan daya tahan mempengaruhi preferensi konsumen terhadap pembelian Tahu Warno. Adapun atribut tahu yang paling dipertimbangkan dalam keputusan pembelian tahu adalah atribut rasa. Urutan atribut yang menjadi sikap konsumen dalam pembelian tahu yaitu rasa, daya tahan, harga, tekstur dan ukuran.

Kata kunci : *Chi-Square*, Konsumen, Multiatribut *Fishbein*, Preferensi, Tahu