

## ABSTRAK

Preferensi merupakan pilihan dari seseorang, mulai dari yang sederhana sampai yang kompleks dengan tujuan agar ia dapat merasakan atau menikmati segala sesuatu yang ia perlukan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis keputusan pembelian sayuran, preferensi konsumen terhadap pembelian sayuran, dan sikap konsumen terhadap produk sayuran. Metode dasar penelitian ini adalah metode kualitatif. Metode pemilihan responden yang digunakan adalah metode *purposive sampling* dengan kriteria berumur >17 tahun dan pernah berbelanja sayuran di pasar. Metode analisis yang digunakan analisis deskriptif, uji validitas, uji reliabilitas, dan model sikap multiatribut fishbein. Hasil penelitian Konsumen sayuran di Kabupaten Jember melewati semua tahap proses keputusan, preferensi konsumen sayuran di Pasar Tradisional dengan preferensi konsumen sayuran di Pasar Modern yaitu sayuran yang memiliki tingkat kesegaran kurang dari 3 hari, berdaun lebar tidak berlubang, rasa sayuran renyah, memiliki keberagaman jenis lebih dari 3, dengan harga kurang dari Rp 5.000 dan berkemas plastik, dan berdasarkan analisis multiatribut fishbein terhadap sayuran segar, maka dalam membeli sayuran segar konsumen akan melihat atribut sayuran seperti kesegaran daun, harga, rasa, kesesuaian fisik, keberagaman, dan kemasan. Sikap konsumen sayuran segar di pasar wilayah Kabupaten Jember adalah positif.

**Kata Kunci:** konsumen sayuran, sikap konsumen, proses keputusan

## ABSTRACT

*Preferences are the choices of a person, ranging from simple to complex with the aim that he can feel or enjoy everything he needs. This study aims to analyze vegetable buying decisions, consumer preferences for buying vegetables, and consumer attitudes towards vegetable products. The basic method of this research is a qualitative method. The respondent selection method used was a purposive sampling method with criteria > 17 years old and had shopped for vegetables at the market. The analytical method used is descriptive analysis, validity test, reliability test, and fishbein multi-attribute attitude model. The results of the research Vegetable consumers in Jember Regency went through all stages of the decision process, vegetable consumer preferences in Traditional Markets with vegetable consumer preferences in Modern Markets, namely vegetables that have a freshness level of less than 3 days, broad leaves without holes, crunchy vegetable taste, have more species diversity. of 3, with a price of less than IDR 5,000 and packed in plastic, and based on Fishbein's multi-attribute analysis of fresh vegetables, when buying fresh vegetables consumers will look at vegetable attributes such as leaf freshness, price, taste, physical suitability, diversity, and packaging. The attitude of consumers of fresh vegetables in markets in Jember Regency is positive.*

**Keywords:** *vegetables consumers, consumers, decision processes*