

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji atribut kecap manis olahan dari CV NIRA JAYA SEJAHTERA yang menjadi preferensi atau kesukaan konsumen khususnya pedagang bakso, sate, dan soto di Kota Semarang. Mengkaji atribut yang paling dipertimbangkan konsumen dalam keputusan membeli kecap manis tersebut. Metode dasar dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif, dan pelaksanaannya dengan teknik survey. Teknik penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik acak (*random sampling*). Jenis data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Analisis yang digunakan adalah analisis *chi square*.

Hasil analisis *chi-square* menunjukkan bahwa preferensi konsumen terhadap atribut kecap manis (harga, rasa, kemasan, warna, dan kekentalan) dari CV NIRA JAYA SEJAHTERA mempunyai hubungan atau asosiasi. Keliman atribut pada kecap manis Udang Terbang dan Monggo Mas memiliki nilai pearsons chi square dan probabilitas signifikansi sebagai berikut: harga Udang Terbang 48,629, harga Monggo Mas 60,830 signifikansi keduanya 0,000. Rasa Udang Terbang 75,623, rasa Monggo Mas 44,483 signifikansi keduanya 0,000. Kemasan Udang Terbang 77,157, kemasan Monggo mas 37,067 signifikansi keduanya 0,000. Warna Udang Terbang 76,288, warna Monggo Mas 49,602 dengan signifikansi keduanya 0,000. Kekentalan Udang Terbang 86,525, kekentalan Monggo Mas 42,361 signifikansi keduanya 0,000.

Kata Kunci :Preferensikonsumen, Analisis *chi-square*, Atribut kecap manis (Harga, Rasa, Kemasan, Warna, Kekentalan).