

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan antara lain; (1) untuk menganalisis karakteristik konsumen beras kemasan di Makassar; (2) untuk menganalisis Preferensi konsumen terhadap beras kemasan di Kota Makassar dan (3) untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen terhadap beras kemasan di Kota Makassar. Desain penelitian yang digunakan adalah desain penelitian survei, sedangkan jenis penelitiannya adalah jenis penelitian deskriptif kuantitatif dan kualitatif. Penelitian ini dilaksanakan di Kota Makassar Provinsi Sulawesi Selatan pada Konsumen beras kemasan di Pasar Pa'Baeng-Baeng, Pasar Terong, Pasar Daya dan Swalayan Gelael, yang dilaksanakan pada Bulan Februari sampai dengan Bulan Maret 2024. Teknik penentuan sampel menggunakan *purposive sampling* yakni memilih secara sengaja terhadap Konsumen beras kemasan yang ada pada 4 lokasi penelitian. sebanyak 100 responden. Metode pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner, observasi, dan wawancara. Analisis data menggunakan analisis deskriptif kuantitatif, Analisis Importance Performance Analysis (IPA), Analisis Customer Satisfaction Index (CSI), dan analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Karakteristik konsumen beras kemasan yang menjadi responden yaitu mayoritas berusia diatas 40 tahun, berjenis kelamin perempuan dan berprofesi sebagai Ibu Rumah Tangga, pendidikan terakhir SMA, pendapatan dalam rumah tangga diatas Rp. 3.500.000 dan memiliki tanggungan keluarga 3-4 orang. Hasil analisis IPA (Importance Performance Analysis) menunjukkan bahwa pada kuadran B Kebersihan dan Daya Tahan saat disimpan merupakan atribut yang menunjukkan kinerja dan kepentingan menjadi preferensi konsumen dalam membeli beras kemasan. Indeks kepuasan konsumen berada pada skala  $60\% < CSI < 80\%$  ini artinya konsumen beras jenis premium di Makassar secara keseluruhan menunjukkan bahwa indeks kepuasan konsumen terhadap atribut-atribut beras yang dianalisis adalah puas. Aroma dan Bulir Beras adalah atribut yang secara signifikan berpengaruh terhadap keputusan pembelian beras kemasan.

Kata kunci : Atribut Beras, Customer Satisfaction Index, Importance Performance Analysis