

ABSTRAK

Garam fortifikasi kelor merupakan garam baru yang dilakukan penambahan ekstrak kelor sebagai fortifikan. Tujuan penelitian ini adalah 1) untuk mengetahui atribut apa saja yang menjadi preferensi konsumen terhadap garam fortifikasi kelor. 2) mengetahui urutan kepentingan atribut-atribut yang menjadi pertimbangan konsumen dalam melakukan pembelian terhadap garam fortifikasi kelor. Metode yang digunakan adalah analisis chi square dan analisis multiatribut fishbein. Hasilnya bahwa yang menjadi preferensi konsumen dalam melakukan pembelian terhadap garam fortifikasi kelor jika dilihat dari produknya adalah rasa yang berbeda dengan garam iodium, warna hijau yang menarik, tekstur kasar, dengan harga garam yang murah, dan masa simpan yang lebih lama dibandingkan dengan garam iodium. Sedangkan jika dilihat dari kemasan garam fortifikasi kelor preferensi konsumen adalah bahan kemasan yang sesuai dengan keinginan konsumen, desain yang menarik, dilengkapi dengan informasi yang lengkap, dengan kemasan yang tidak mudah rusak/ tahan lama dan dan dicantumkan berat bersih yang sesuai dengan isinya. Atribut yang paling dipertimbangkan dalam melakukan pembelian terhadap garam fortifikasi kelor jika dilihat dari produk garam fortifikasi kelor berturut-turut adalah masa simpan, harga, rasa, tekstur dan warna. Sedangkan jika dilihat dari kemasan garam fortifikasi didapatkan hasil atribut yang paling dipertimbangkan dalam melakukan pembelian adalah berat bersih, kelengkapan informasi, bahan kemasan, desain dan ketahanan kemasan.

Kata kunci: *garam fortifikasi kelor, preferensi konsumen, chi square, multiatribut fishbein*