

RINGKASAN

Perubahan pola konsumsi masyarakat yang cenderung memilih produk yang lebih praktis telah mendorong terjadinya pergeseran preferensi konsumen dari teh tubruk ke teh celup dan minuman RTD (*Ready to Drink*). Kondisi tersebut menjadi tantangan bagi keberlanjutan produk teh tubruk lokal, termasuk di Kecamatan Slawi yang dikenal sebagai sentra produksi teh tubruk dengan berbagai merek lokal seperti Teh Poci, Tong Tji, Gopek, dan Dua Tang. Perbedaan karakteristik produk, baik dari segi rasa, warna, kemasan, harga, maupun distribusi, berpotensi memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui urutan kepentingan atribut yang dipertimbangkan konsumen, menganalisis preferensi konsumen terhadap teh tubruk lokal, serta mengetahui tingkat kepuasan konsumen teh tubruk di Kecamatan Slawi berdasarkan atribut kualitas, harga, merek, rasa, warna teh, kemasan, dan kemudahan memperoleh produk.

Metode penelitian yang digunakan adalah survei dengan teknik *accidental sampling* terhadap 100 responden konsumen teh tubruk di Kecamatan Slawi. Penelitian dilaksanakan pada 1–30 November 2025. Data yang digunakan terdiri atas data primer dan sekunder yang dikumpulkan melalui kuesioner, wawancara, dan studi pustaka. Instrumen penelitian telah melalui uji validitas dan reliabilitas untuk memastikan kelayakan pengukuran. Alat analisis yang digunakan meliputi analisis deskriptif, analisis konjoin, dan analisis multiatribut fishbein.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa atribut merek merupakan atribut yang paling dipertimbangkan oleh konsumen dengan nilai kepentingan tertinggi, diikuti oleh atribut harga, warna, rasa, kemasan, dan kemudahan memperoleh produk. Nilai kepentingan atribut merek yang tinggi menunjukkan bahwa konsumen cenderung mengandalkan merek yang telah dikenal luas dan memiliki reputasi baik dalam menentukan pilihan produk. Kepercayaan terhadap merek berfungsi sebagai jaminan kualitas bagi konsumen, sehingga mampu mengurangi risiko ketidakpuasan dalam pembelian. Preferensi konsumen terhadap teh tubruk Slawi menunjukkan bahwa konsumen lebih menyukai teh tubruk dengan merek Teh Poci, harga Rp8.000–Rp12.000, warna seduhan yang pekat, rasa yang sepet, kemasan *pack*, serta produk yang mudah diperoleh. Berdasarkan tingkat kepuasan konsumen, hasil penelitian menunjukkan bahwa atribut rasa merupakan faktor yang paling memengaruhi kepuasan konsumen terhadap teh tubruk Slawi. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun merek menjadi faktor utama dalam menarik minat awal konsumen, kepuasan jangka panjang lebih banyak ditentukan oleh kualitas rasa yang dirasakan saat mengonsumsi produk.

SUMMARY

Changes in consumption patterns toward more practical products have encouraged a shift in consumer preferences from traditional loose-leaf tea (teh tubruk) to tea bags and ready-to-drink (RTD) beverages. This shift poses a challenge to the sustainability of local loose-leaf tea products, including those in Slawi Subdistrict, which is widely recognized as a production center for local tea brands such as Teh Poci, Tong Tji, Gopek, and Dua Tang. Differences in product characteristics, including taste, color, packaging, price, and distribution, are expected to influence consumers' purchasing decisions. This study aims to determine the order of importance of product attributes considered by consumers, analyze consumer preferences for local loose-leaf tea, and assess consumer satisfaction with loose-leaf tea products in Slawi Subdistrict based on attributes of quality, price, brand, taste, tea color, packaging, and ease of availability.

The research employed a survey method using accidental sampling, involving 100 respondents who were consumers of loose-leaf tea in Slawi Subdistrict. The study was conducted from November 1 to November 30, 2025. Both primary and secondary data were collected through questionnaires, interviews, and literature reviews. The research instrument was tested for validity and reliability to ensure measurement accuracy. Data were analyzed using descriptive analysis, conjoint analysis, and multi-attribute fishbein analysis.

The results of the study indicate that brand is the most important attribute considered by consumers, followed by price, color, taste, packaging, and ease of availability. The high importance value of the brand attribute shows that consumers tend to rely on well-known brands with a good reputation when making purchasing decisions. Trust in the brand serves as a guarantee of product quality for consumers, thereby reducing the risk of dissatisfaction in the purchase process. Consumer preferences for loose-leaf tea in Slawi indicate that consumers prefer loose-leaf tea with the Teh Poci brand, a price range of IDR 8,000–12,000, a dark-colored infusion, an astringent taste, pack packaging, and products that are easy to obtain. Based on the level of consumer satisfaction, the results show that taste is the attribute that most strongly influences consumer satisfaction with loose-leaf tea in Slawi. This finding indicates that although brand is the main factor in attracting initial consumer interest, long-term satisfaction is more strongly determined by the quality of taste experienced during consumption.