

## RINGKASAN SKRIPSI

Aktivitas masyarakat menjadi terganggu karena dihadapkan pada kondisi pandemi Covid-19 yang dapat menyebabkan infeksi ringan pada saluran pernapasan hingga mengakibatkan kematian. Sangat penting bagi masyarakat untuk menjaga kesehatan daya tahan tubuh, seperti mengonsumsi suplemen tambahan Virgin Coconut Oil. Tetapi pengetahuan sebagian besar masyarakat mengenai produk dan manfaat VCO masih sangat minim, karena banyaknya produk substitusi suplemen kesehatan herbal yang mudah ditemui oleh konsumen dipasaran. Penelitian dilaksanakan di enam kecamatan Kota Pontianak dengan 45 responden yang diambil berdasarkan aksidental sampling dan dianalisis menggunakan metode Multiatribut Fishbein untuk mengidentifikasi atribut-atribut produk dan atribut yang paling dipertimbangkan oleh konsumen dalam melakukan pembelian produk VCO.

Hasil penelitian menunjukkan pada penilaian evaluasi kepentingan (Ei) menunjukkan atribut dengan skor tertinggi diperoleh atribut ukuran, dan pada penilaian kepercayaan (Bi) skor tertinggi diperoleh atribut manfaat. Secara keseluruhan sikap konsumen terhadap atribut produk VCO memperoleh nilai 168,49 yang tergolong pada kategori positif. Atribut yang menjadi preferensi konsumen dalam melakukan pembelian produk VCO secara berurutan adalah atribut manfaat (19,93), ukuran (19,26), sertifikasi (19,05), nutrisi (18,87), harga (18,86), rasa (18,75), label (18,56), aroma (18,29), dan bentuk (16,90). Sehingga atribut produk VCO yang paling dipertimbangkan oleh konsumen dalam melakukan pembelian adalah atribut manfaat (19,93).