

ANALISIS PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP AYAM BAKAR WONG SOLO (Survei pada konsumen rumah makan Ayam Bakar Wong Solo cabang Malang)

 Oleh: Apriliani Kartika Setiowati (05610174)
Management

Dibuat: 2009-07-06 , dengan 7 file(s).

Keywords: Persepsi, Produk dan Harga

ABSTRAK

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif yang bertujuan untuk mengetahui persepsi konsumen terhadap ayam bakar Wong Solo ditinjau dari produk dan harga. Untuk mengukur persepsi konsumen terhadap produk, digunakan variabel kualitas produk, fitur, gaya dan desain, merek kemasan, label, dan jasa pendukung.

Alat analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif. Data primer tentang persepsi konsumen diperoleh dengan menyebarkan kuesioner pada konsumen ayam bakar Wong Solo cabang Malang. Sampel yang digunakan adalah 112 responden dengan teknik sampling judgmental. Judgment yang dipakai dalam penelitian ini adalah usia responden lebih dari 16 tahun.

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh hasil bahwa indikator pelayanan cepat dan bentuk piring saji menarik berada pada rentang penilaian netral. Hal ini menunjukkan bahwa kedua indikator tersebut kurang mendapat respon positif dari responden. Dengan demikian disarankan bagi rumah makan Ayam Bakar Wong Solo untuk mempercepat pelayanan serta mendesain bentuk kemasan yang lebih menarik lagi.

ABSTRACT

This experiment is descriptive experiment with objective to discover consumer's perception toward Ayam Bakar Wong Solo viewed from product and price. To measure this perception toward the product, variable used are product quality, feature, style and design, package brand, label, and support service.

Analysis instrument used in this experiment is descriptive analysis. Primary data for consumer perception is collected by spreading questionnaire to consumer of Ayam Bakar Wong Solo Malang branch. Sample used in this experiment is 112 respondents with judgmental sampling technique. Judgment used in this experiment is respondent age more than 16 years old.

Based on the experiment result, it shows that fast service indicator and attractive plates is in neutral assessment range. This has shown us that both indicators have less positive response from respondent. Therefore, as suggestion for Ayam Bakar Wong Solo, it may be necessary to present better service and design the product package more attractive.