

Analisis Persepsi Konsumen Produk Minuman Isotonik

Andrini, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=116238&lokasi=lokal>

Abstrak

Tujuan utama dalam karya akbir ini adalah mengetahui persepsi konsumen terhadap produk minuman isotonik. Dalam tujuan utama terdapat tiga tujuan yang lebih spesifik yaitu : (1) Untuk mengetahui awareness target pasar terhadap merek-merek minuman isotonik (2) Mengetahui atribut-atribut apa saja yang menjadi pertimbangan konsumen dalam membeli produk minuman isotonik (3) Untuk mengetahui persepsi konsumen mengenai minuman isotonik.

Riset pemasaran diawali dengan riset eksplorasi yang terdiri dari studi literature dan depth interview. Selanjutnya dilakukan riset deskriptif yaitu melakukan penyebaran kuesioner untuk mendapatkan data primer, atribut minuman isotonik dan persepsi konsumen mengenai minuman isotonik. Metode pengumpulan data primer dilakukan dengan cara self administered survey (Non Probability Sampling). Jumlah responden sebanyak 100 orang dengan metode convenience sampling. Data sekunder didapatkan melalui internet, surat kabar, artikel majalah, buku-buku. Hasil survey kemudian dianalisis dengan menggunakan metode distribusi frekuensi, cross tabulation analysis, analisis faktor dan analisis atribut (importance & rating analysis).

.....The main objective of this thesis is to analyze consumer perception of isotonic beverage. This main objective was implemented into three specific objective as follows: (1) to know the awareness of target market to isotonic beverage brands, (2) to identify attributes which become the consumer consideration (3) to know consumer's perception about isotonic beverage.

Market research is started with exploration research consisting of literature study and depth interview. The second step is descriptive research. In descriptive research, the writer propagates questionnaire to get primary data to identify attributes of consumer isotonic drink, and to identify consumer perception of isotonic beverage. Primary data collecting method is self administered survey (Non probability sampling). Number of responders are one hundred with method convenience sampling. Secondary data is obtained through internet, newspaper, magazine article and text books. The result is analysed by using frequency distribution method, cross tabulation analysis, factor analysis and attribute analysis (importance & rating analysis).