

Analisis perencanaan pengembangan produk baru permen y berdasarkan survei di Wilayah Jakarta pada Tanggal 24 maret s.d 13 april 2003.

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20180867&lokasi=lokal>

Abstrak

Peran merek sebagai salah satu aset berharga yang dimiliki oleh suatu perusahaan merupakan hal yang sangat penting untuk dipertahankan. PT. X Indonesia yang memproduksi permen dengan salah satu mereknya adalah permen Y dengan rasa mint isi coklat merasa perlu melakukan pengembangan produk baru (new product development) untuk meningkatkan peran merek. Untuk mendapatkan produk yang diinginkan, perlu dilakukan survei. Alat ukur yang digunakan dalam survei adalah kuisisioner yang penyebarannya dilakukan selama tiga minggu (24 Maret ? 13 April 2003) dengan total kuisisioner sebanyak 170 buah, namun hanya 148 data yang dapat digunakan untuk analisis. Metode yang digunakan dalam analisis perencanaan pengembangan produk ini adalah Simple Correspondence Analysis (SCA) dan Multiple Correspondence Analysis (MCA). Perencanaan yang dihasilkan dalam analisis ini adalah rasa coklat mint isi cairan coklat sebagai varian rasa baru pilihan responden, iklan TV merupakan media yang tepat untuk melakukan promosi, warna biru dan soundtrack pada iklan televisi perlu dipertahankan akan tetapi perlu dipertimbangkan lagi untuk membuat iklan yang lebih menarik.