Analisa pengembangan produk baru susu bubuk instant

Teguh Setiawan, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20184064&lokasi=lokal>

Abstrak

PT. X telah mengembangkan produk baru Susu Bubuk Instant "Alpha". Penelitian bertujuan mengevaluasi penilaian konsumen terhadap produk baru tersebut. Metode penelitian menggunakan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner. Untuk menentukan bobot peranan dari variabel-variabel yang digunakan data yang diperoleh diolah dengan model AHP. Sedangkan untuk memperoleh penilaian konsumen terhadap produk baru digunakan pertanyaan berskala (1-5). Hasil penelitian yang merupakan kesimpulan penelitian menunjukkan bahwa responden mementingkan pilihan berdasarkan kualitas produk sebagai kriteria utama dalam membeli susu bubuk instant, kemudian diikuti oleh distribusi, harga dan program promosi. Dalam menilai kualitas produk, responden lebih mengutamakan nutrisi sebagai pertimbangan utama, kemudian diikuti oleh rasa susu, aroma, kekentalan, kelarutan dan kemanisan. Untuk kriteria distribusi, supermarket merupakan tempat berbelanja yang paling penting, kemudian diikuti oleh toko, pasar tradisional dan warung. Untuk kriteria program promosi, promosi penjualan merupakan alat promosi yang paling penting kemudian diikuti oleh iklan. Program promosi penjualan yang paling menarik bagi responden adalah hadiah langsung, kemudian diikuti sales pushing girls dan sampel gratis. Sedangkan untuk iklan, iklan televisi dianggap paling menarik minat responden dan baru diikuti oleh iklan media cetak. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa penilaian responden terhadap produk baru dalam hal kualitas produk baru adalah "bagus" dan harganya "murah". Dalam hal distribusi dan promosi masih dianggap belum dapat menjangkau konsumen sasarannya, kondisi ini menjadi ancaman jika tidak ada tindakan perbaikan yang antisipatif. Sebagai saran, penulis menekankan pada upaya meningkatkan kegiatan distribusi dan program promosi untuk menangkal kecendrungan ancaman tersebut.