

Analisis kepuasan konsumen dan positioning produk waralaba teh instan : studi kasus Es Teh Poci = Customer satisfaction and product positioning analysis of instant tea franchise : study case Es Teh Poci

Dila Lustri Resfani, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20331236&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kepuasan konsumen dan positioning produk dari franchise atau waralaba es teh instan, merek Es Teh Poci, terhadap beberapa merek lainnya yang menyediakan produk serupa. Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan metode survei yang menggunakan total sampel konsumen Es Teh Poci yakni sebanyak 100 orang. Analisis yang digunakan yaitu analisis deskriptif, Importance-Performance Analysis, Semantic Differential, dan Multidimensional Scaling. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pesaing utama Es Teh Poci adalah GoodTea, Teh 2Tang, dan Tong Tji. Sedangkan Tastea cukup terdiferensiasi dari Es Teh Poci karena posisinya berada cukup jauh.

This research is intended to find out product positioning of instant tea franchise, Es Teh Poci, towards some brands which provide similar product. This research used quantitative approach with survey method using in total 100 consumers of Es Teh Poci as a sampling. Analysis technique which is used are descriptive analysis, Importance-Performance Analysis, Semantic Differential, and Multidimensional Scaling. This research result shows that Es Teh Poci's main competitors are GoodTea, The 2Tang, dan Tong Tji. Meanwhile Tastea is differentiated from Poci due to its far enough position.