

ABSTRAK

ANALISIS TINGKAT KEPENTINGAN DAN KINERJA ATRIBUT TEH PUCUK HARUM SIAP MINUM DI UNIVERSITAS LAMPUNG (Studi Kasus Pada Kantin Universitas Lampung)

Oleh

SHAHELIA HAKIM

Teh adalah minuman seduhan yang paling sering diminum oleh masyarakat Indonesia selain air mineral. Permintaan masyarakat yang tinggi terhadap teh kemasan siap minum menyebabkan beberapa perusahaan mengeluarkan produk barunya dan mulai bersaing untuk mendapatkan respon baik dari masyarakat agar produknya tetap bertahan dan semakin berkembang.Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui atribut apa saja yang dapat mempengaruhi preferensi konsumen dalam memilih Teh Pucuk Harum dan mengetahui atribut yang paling diminati oleh konsumen terhadap keputusan pembelian Teh Pucuk Harum di Universitas Lampung. Survei dilakukan dengan penyebaran kuisioner dikoperasi mahasiswa dan beberapa kantin di lingkungan Universitas Lampung yang menjual teh pucuk harum siap minum.Data yang telah didapat ditabulasikan, disajikan dalam bentuk tabel dan grafik lalu dianalisis dengan menggunakan analisis deskriptif, dan *ImportancePerformance Analysis* (IPA). Data diperoleh Atribut-atribut yang dianggap penting oleh konsumen terhadap produk teh pucuk harum adalah atribut yang menempati kuadran I (kualitas bahan baku aroma, pengemasan dan higienitas) dan kuadran II (rasa, label halal, kemudahan dalam menemukan produk dan tanggal kadaluwarsa). Atribut-atribut yang dianggap kurang penting oleh konsumen terhadap produk teh pucuk harum adalah atribut

Shahelia Hakim

yang menempati kuadran III dan kuadran IV (warna, ukuran persaji, harga, potongan pada event tertentu dan media iklan).

Kata kunci: analisis preferensi, pengambilan keputusan, teh pucuk harum

ABSTRACT

ANALISIS TINGKAT KEPENTINGAN DAN KINERJA ATRIBUT TEH PUCUK HARUM SIAP MINUM DI UNIVERSITAS LAMPUNG (Studi Kasus Pada Kantin Universitas Lampung)

By

SHAHELIA HAKIM

Tea is a brewed drink that is most often drunk by Indonesian people besides mineral water. High public demand for ready-to-drink packaged tea has caused several companies to release new products and start competing to get a good response from consumer so that their products can survive and grow. The purpose of this study is to determine what attributes can affect consumer preferences in choosing Teh Pucuk Harum and knowing the attributes that are most in demand by consumers on purchasing decisions for Teh Pucuk Harum at the University of Lampung.

The survey was conducted by distributing questionnaires to student's cafeterias and several canteens at The University of Lampung that sell Teh Pucuk Harum. The data that has been obtained is tabulated, presented in the form of tables and graphs, analyzed using descriptive analysis, and Importance Performance Analysis (IPA). The data obtained are the attributes that are considered important by consumers for Teh Pucuk Harum are the attributes that occupy quadrant I (quality of aroma raw materials, packaging and hygiene) and quadrant II (taste, halal label, ease of finding the product and expiration date). Attributes that are considered less important by consumers for Teh Pucuk Harum

Shahelia Hakim

products are those that occupy quadrant III and quadrant IV (color, serving size, price, discounts on certain events and advertising media).

Keywords: preference analysis, decision making, teh pucuk harum