

ABSTRACT

Awareness and carefulness the public choosing of product with good quality has a certain culture of Indonesian people. This awareness also shown by attitude of conscious youth to consume become biscuit of snack everyday. Now, market of Biscuits of which hardly competitive, it this situation become necessary for marketer to knowing consumer evaluation especially after sales evaluation to take care of quality of product so that loyalty and satisfaction of customer even also progressively increased.

This research is researching into business for getting solution. Based on the level of explanation, this research include in associative and descriptive research type that is to know relation between usage habit, perception of quality of by customer, brand loyalty and satisfaction. Apply method survey with amount of 147 respondents. Technique of sampling is done in judge mental and convenience in Mall and Supermarket at Bekasi and Jakarta. Respondent is of youth. Respondent which specified taken consume routine Stikko Fingers product.

Finding from research that purpose of main of youth is happy to consume Stikko Fingers product. While three main reasons of youth consume Stikko Fingers brand is because product easy to get, pricing is reached and felt like by youth.

Generally of youth routine consume Stikko Fingers product. The relation of which are positive and significant also happened between perceptions of quality with level of satisfactions. Finding research also shows existence of relationship which is positive between brand loyalty and customer satisfaction.

Implication available for applied by management marketing is effort extend market share with shelf distribution strategy, product development strategy and pricing strategy. Here in after is effort take care of cutomer satisfaction by increasing quality of product and also effort for taking care of customer loyalty through program related to increasing of distribution dealer loyalty (retail outlet) and also loyalty of product consumer. Loyalty program for applied like : point reward, special discount, website interactive, direct mail, hotline customer service and other programs with can increase loyalty through action of the good relationship between customer and producers.

ABSTRAK

Kesadaran dan kejelian masyarakat untuk memilih produk yang mempunyai kualitas baik sudah menjadi budaya masyarakat Indonesia. Kesadaran ini juga ditunjukkan oleh sikap para remaja untuk membeli produk biskuit untuk dijadikan makanan ringan sehari-hari. Di tengah persaingan pasar biskuit yang sangat kompetitif menjadi penting bagi pemasar untuk mengetahui evaluasi konsumen pascapembelian guna menjaga kualitas produk sehingga kepuasan dan loyalitas pelanggan pun semakin meningkat.

Penelitian ini merupakan riset bisnis untuk mendapatkan solusi dari rumusan masalah. Berdasarkan tingkat penjelasannya, penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian deskriptif dan asosiatif, yaitu untuk mengetahui hubungan antara *usage habit*, persepsi kualitas oleh konsumen, kepuasan dan loyalitas merk. Penelitian ini menggunakan metode *survey* dengan jumlah *sample* 147 responden. Teknik pengambilan *sampling* dilakukan secara langsung di beberapa mal atau supermarket di daerah Bekasi dan Jakarta. Target responden adalah para remaja. Responden yang diambil ditetapkan (*judgemental*) mengkonsumsi rutin produk Stikko Finger.

Dari hasil penelitian diketahui bahwa para remaja cukup senang mengkonsumsi produk Stikko Finger. Sedangkan para remaja tersebut mempunyai 3 alasan mengkonsumsi produk Stikko Finger adalah karena produk mudah didapat, harga terjangkau dan rasa enak. A S

Umumnya para remaja secara rutin mengkonsumsi produk Stikko Finger. Hubungan yang positif dan *significant* juga terjadi antara persepsi kualitas oleh para remaja dengan tingkat kepuasan. Hasil penelitian juga menunjukkan adanya hubungan yang positif antara kepuasan pelanggan dengan loyalitas merk.

Implikasi yang dapat diterapkan oleh manajemen pemasaran adalah usaha memperluas pangsa pasar dengan strategi distribusi, strategi harga dan strategi pengembangan produk. Selanjutnya adalah usaha menjaga kepuasan pelanggan dengan meningkatkan kualitas produk serta upaya untuk menjaga loyalitas pelanggan melalui program yang berhubungan dengan peningkatan loyalitas tenaga penyalur distribusi (*retail outlet*) maupun loyalitas pelanggan pengguna produk. Program loyalitas pelanggan yang dapat diterapkan seperti *point reward*, diskon khusus, *website* interaktif, *direct mail*, *hotline customer service* dan program-program lainnya yang bias meningkatkan loyalitas melalui penciptaan hubungan yang baik antar produsen dan pelanggan.

PENGESAHAN KARYA AKHIR

Judul : **Analisa Persepsi Dan Sikap Konsumen Terhadap Produk Stikko Fingers Rasa Moka dan Vanila**

Bentuk Karya Akhir : Riset Bisnis

Nama : Agung Budhiarto

NIM : 5510412 – 015

Program : Pascasarjana Program Magister Manajemen

Tanggal : 5 Februari 2009



Mengesahkan

Ketua Program Studi Magister Manajemen
UNIVERSITAS
MERCU BUANA

(Dr. Ir. Har Adi Basri, MEc.)

Pembimbing

(Dr. Ir. Mustika S. Purwanegara, MSc.)

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Tesis ini :

Judul : **Analisa Persepsi Dan Sikap Konsumen Terhadap Produk Stikko Fingers Rasa Moka dan Vanila**

Nama : Agung Budhiarto

NIM : 5510412015

Program : Pascasarjana Program Magister Manajemen

Merupakan hasil studi pustaka, penelitian lapangan, dan karya saya sendiri dengan bimbingan Komisi Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Mercu Buana.

Karya ilmiah ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengolahannya yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 5 Februari 2009

Agung Budhiarto

KATA PENGANTAR

Puji syukur alhamdulillah penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas rahmat dan karunianya di awal tahun ini penulis dapat menyelesaikan karya akhir yang merupakan prasyarat dalam program studi di Magister Manajemen Universitas Mercu Buana (MMUMB).

Melalui kesempatan ini penulis tidak lupa mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada berbagai pihak yang telah membantu penulis baik secara moril dan materiel sehingga karya akhir ini dapat diselesaikan. Dalam menyelesaikan keseluruhan rangkaian karya akhir ini tak lupa penulis menghaturkan rasa terima kasih kepada:

1. Rektor Universitas Mercu Buana
2. Bapak Dr. Ir. Dana Santoso, M.Eng. Sc., selaku Direktur Program Magister Manajemen Universitas Mercu Buana
3. Bapak Dr. Ir. Har Adi Basri, MEc., selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Mercu Buana
4. Ibu Dr. Ir. Mustika S. Purwanegara, MSc., selaku Pembimbing Utama yang selalu memberikan semangat untuk menyelesaikan Karya Akhir ini
5. Bapak Dr. A. Arief Adnan, MBA., selaku Dosen penguji yang telah banyak memberikan masukan dan saran
6. Bapak Endi Rekarti, SE., ME., selaku Dosen penguji yang telah banyak memberikan masukan dan saran
7. Bapak dan Ibu Dosen perkuliahan Universitas Mercu Buana yang penuh dedikasi telah memberikan ilmunya kepada penulis selama menjalani proses belajar di Kampus
8. Istriku tercinta Lina Wulansari, Ir., yang selalu memberikan dorongan dan semangat agar penulis dapat segera menyelesaikan karya akhir ini

9. Ananda Muhammad Alistyo Ramadhan tercinta yang selalu menemani ayahnya dengan celotehan dan tingkah lakunya yang lucu pada saat ayahnya sedang mengetik karya akhir ini
10. Para staf kampus dan staf perpustakaan yang selalu sabar dan senantiasa membantu kepada penulis untuk mencari bahan-bahan yang penulis perlukan

Alhamdulillah berkat bantuan, fasilitas dan dengan semangat dari pihak-pihak diatas maka karya akhir ini dapat penulis selesaikan. Semoga Allah SWT membalas segala kebaikan, melimpahkan rahmat dan hidayahnya kepada kita semua. Amien. Penulis mengalami masih banyak kekurangan yang ada pada karya akhir ini.

Akhir kata, penulis berharap semoga karya akhir ini dapat berguna bagi peneliti khususnya tetapi juga bagi dunia akademis dan masyarakat pada umumnya.



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 5 Februari 2009

Penulis

Agung Budhiarto