

**ANALISIS PREFERENSI MEREK PRODUK ROKOK
BERDASARKAN PERSEPSI KONSUMEN
(Tinjauan Pada Merek Rokok LA, Sampoerna Dan Surya Pro)**



**UNIVERSITAS
MERCU BUANA
YOGYAKARTA**

Oleh:

Muhammad Yahya Musabiqul Khair

13051140

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

YOGYAKARTA

2017

Intisari

Muhammad yahya musabiqul khair 13051140. Analisis Preferensi Merek Produk Rokok Berdasarkan Persepsi Konsumen (Tinjauan pada rokok merek LA, Sampoerna, SuryaPro) di bawah bimbingan Drs. Raswan Udjang, M.Si. Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana Yogyakarta.

Tingkat persaingan industri di Indonesia sangat ketat karena setiap perusahaan senantiasa berusaha untuk dapat meningkatkan pangsa pasar dan meraih banyak konsumen. Atribut produk yang ada pada suatu merek produk akan menimbulkan persepsi pada konsumen. Jika persepsi konsumen terhadap merek produk tersebut baik, maka akan menimbulkan tingkat kesukaan seseorang terhadap suatu merek produk tersebut di bandingkan merek produk yang lainnya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat preferensi merek produk rokok LA, Sampoerna dan SuryaPro. Penelitian ini juga dimaksudkan untuk mengetahui atribut produk rokok yang menjadi preferensi atau kesukaan konsumen di Universitas Mercu Buana Yogyakarta. Metode dasar yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif. Lokasi penelitian berlangsung di kampus 3 Universitas Mercu Buana Yogyakarta dengan 100 responden sebagai sample. Data yang digunakan adalah primer dan sekunder melalui data kuesioner, dokumentasi atau kepustakaan, wawancara dan observasi. Alat analisis yang digunakan adalah *mean aritmatic* dan preferensi model *compensatory*.

Berdasarkan analisis menggunakan *mean aritmatic* dan preferensi model *compensatory*. Hasil yang ditunjukkan rokok LA memiliki hasil preferensi 32,94 rokok Sampoerna memiliki preferensi 34,02 dan rokok SuryaPro memiliki hasil preferensi 30,84. Dari hasil ini dapat disimpulkan bahwa tingkat preferensi merek rokok Sampoerna lebih tinggi dari preferensi merek rokok LA dan SuryaPro.

Kata Kunci : Atribut Produk, Persepsi konsumen, Preferensi merek.