

ABSTRAK

ANALISIS PERSEPSI KONSUMEN ROKOK LINTING DRUM PADA USAHA PROMOSI ROKOK LINTING DRUM DI DJOGYA CAFE

Oleh : Theresia Maria Florensia
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta, 2000

Tujuan penelitian ini adalah mengungkapkan apakah ada perbedaan persepsi konsumen rokok linting Drum terhadap usaha promosi rokok linting Drum di Djogya Café apabila dilihat dari tingkat pendidikan konsumen, jenis pekerjaan konsumen, dan tingkat penghasilan konsumen.

Data dikumpulkan dengan cara wawancara, studi pustaka, dan kuisisioner. Wawancara dan studi pustaka digunakan untuk mengetahui gambaran umum perusahaan, dan kuisisioner digunakan untuk mengetahui karakteristik dan persepsi konsumen rokok linting Drum. Sampel penelitian ini adalah 100 orang pengunjung Djogya Café.

Hasil penelitian ini adalah : 1). Konsumen berusia 27 – 28 tahun, 2). Mereka mempunyai pekerjaan lain-lain/bermacam-macam seperti pengusaha, pemilik salon, pengacara, dan lain-lain, 3). Penghasilan mereka lebih dari Rp 1.000.000,00 setiap bulannya, 4). Persepsi mereka pada usaha promosi rokok linting Drum pada umumnya baik, kecuali pada ketrampilan pelayan dan Drum Sales Promotion Girl, 5). Tidak ada perbedaan persepsi konsumen menurut tingkat pendidikan, 6). Ada perbedaan persepsi konsumen menurut jenis pekerjaan dan tingkat penghasilan yaitu pada baliho Drum yang berbunyi “Jangan datang kalau takut rugi”.

ABSTRACT

THE PERCEPTION OF DRUM TABACCO CONSUMERS ON DRUM TABACCO PROMOTION EFFORTS AT DJOGYA CAFÉ

By : Theresia Maria Florensia
Sanata Dharma University
Yogyakarta 2000

The aim of this reseach is to know whether Drum tabacco consumers have a different perception on Drum's promotion efforts at Djogya Café, based on educational level, occupation, and income.

The data were collected by interview, reference study, and questionnaire. Interview and reference study are used to know the general features of the company, while a questionnaire is used to know the characteristics and perception of Drum consumers. Sample of this reseach are 100 visitors of Djogya Café.

The results of this study are : 1). The consumers are 27-28 years of age, 2). They have different occupations such as businessman, salon owner, lawyer, etc, 3). Their income is over than Rp 1.000.000,00 per month, 4). Their perception is "good", except for the waitress and Drum Sales Promotion Girl skills in serving the consumer, 5). Educational level does not effect the perception, 6). There is a different perception of consumers according to occupation and income level, about Drum's slogan that said, "Don't come if afraid to loss".