

**ABSTRAK**

**ANALISIS PERBANDINGAN PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP  
HARGA, PRODUK DAN PELAYANAN  
TOKO SWALAYAN VIKITA DAN MIROTA GEJAYAN**

Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi  
Universitas Sanata Dharma Yogyakarta

Neko Dewi Apriliawati  
Fakultas Ekonomi  
Universitas Sanata Dharma  
2008

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui 1) bagaimana persepsi konsumen terhadap harga, produk dan pelayanan dari toko swalayan Vikita, 2) bagaimana persepsi konsumen terhadap harga, produk dan pelayanan dari toko swalayan Mirota Gejayan, dan 3) ada tidaknya perbedaan persepsi konsumen terhadap harga, produk dan pelayanan toko swalayan Vikita dan Mirota Gejayan.

Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis persentase dan *uji t test* data berpasangan. Penelitian menggunakan sampel 100 orang responden. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan observasi, wawancara dan kuesioner. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *accidental sampling* dan *purposive sampling*.

Hasil analisis data menunjukkan bahwa 1) persepsi konsumen terhadap produk dan pelayanan toko swalayan Vikita relatif lebih baik dibandingkan persepsi konsumen terhadap harga. 2) persepsi konsumen terhadap harga dari toko swalayan Mirota Gejayan relatif lebih baik dibandingkan persepsi konsumen terhadap produk dan pelayanan toko swalayan Mirota Gejayan. 3) terdapat perbedaan persepsi konsumen terhadap harga, produk dan pelayanan toko swalayan Vikita dan Mirota Gejayan. Perbedaannya yaitu konsumen mempunyai berpersepsi bahwa harga pada toko swalayan Mirota Gejayan relatif lebih baik dibandingkan toko swalayan Vikita pada hal yang sama. Sebaliknya persepsi konsumen terhadap produk dan pelayanan toko swalayan Vikita relatif lebih baik dibandingkan toko swalayan Mirota Gejayan.

**ABSTRACT**

**COMPARATIVE ANALYSIS OF CONSUMER PERCEPTION  
ON THE PRICE, PRODUCT AND SERVICE  
OF VIKITA AND MIROTA GEJAYAN SUPERMARKET**

A Case Study on The Students of Faculty of Economics  
Sanata Dharma University Yogyakarta

Neko Dewi Apriliawati  
Faculty of Economics  
Sanata Dharma University  
2008

The purpose of this research was to know 1) the consumer perception on the price, product and service of Vikita supermarket, 2) the consumer perception on the price, product and service of Mirota Gejayan supermarket, and 3) the difference of the consumer perception on the price, product and service of both supermarket.

The techniques of data analysis used were consumer percentage analysis and paired T-test. This research used 100 respondents as a sample. The data collection techniques were observation, interview and questionnaire. The sampling techniques were accidental sampling and purposive sampling.

The results of data analysis showed that 1) the consumer perception on the product and service of the Vikita supermarket was better than the one to the price, 2) the consumer perception on the price of the Mirota Gejayan supermarket was better than its product and service, 3) there was a difference of the consumer perception to the price, product and service of Vikita and Mirota Gejayan supermarket. The difference was the consumers have perception that the price in Mirota Gejayan supermarket was cheaper than the one in Vikita supermarket. On the other hand, the consumer perception on the product and service of Vikita supermarket was better than the one of Mirota Gejayan supermarket.