

ABSTRAK

**ANALISIS PERBEDAAN PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP MINUMAN MINERAL
BERMEREK DAN TIDAK BERMEREK BERDASARKAN KUALITAS PRODUK,
KUALITAS
PELAYANAN DAN HARGA**

Reda Dirgantara
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2014

Penelitian ini memiliki tujuan yaitu mengetahui perbedaan persepsi konsumen terhadap minuman mineral bermerek dan tidak bermerek berdasarkan kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga. Penelitian ini dilakukan pada tahun 2014 di Kecamatan Klaten Tengah dan khususnya di Desa Semangak. Pengumpulan data dilakukan dengan kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat di Desa Semangak yang membeli minuman mineral bermerk dan tidak bermerk. Sampel yang diambil sebanyak 100 responden. Pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Teknik analisis data menggunakan uji instrument, dan Uji Beda. Penelitian ini mendapat temuan 1). Ada perbedaan yang signifikan persepsi konsumen terhadap minuman mineral yang bermerek dan tidak bermerek berdasarkan kualitas produk. 2). Ada perbedaan yang signifikan persepsi konsumen terhadap minuman mineral yang bermerek dan tidak bermerek berdasarkan kualitas pelayanan. 3). Ada perbedaan yang signifikan persepsi konsumen terhadap minuman mineral yang bermerek dan tidak bermerek berdasarkan harga.

Kata kunci: Persepsi, Konsumen, Produk, Kualitas Pelayanan, Harga

ABSTRACT

THE ANALYSIS OF CUSTOMER PERCEPTION DIFFERENCES OF BRANDED AND UNBRANDED MINERAL WATER BASED ON QUALITY PRODUCTS, QUALITY SERVICE AND PRICE

Reda Dirgantara
University Sanata Dharma
Yogyakarta
2014

The purpose of this study is to know the customer perception difference of branded and unbranded mineral water based product quality, service quality and price. This study was conducted in 2014 in the village Semangkak. Collected data by questionnaire. The population in this study was a community in the village Semangkak who buy branded and unbranded mineral water. Samples were taken of 100 respondents. Sampling using purposive sampling. Data were analyzed using the test instrument, and a different test. This study found the findings 1). There are significant customer perceptions differences of branded and unbranded mineral water based on the quality of the product. 2). There are significant differences of customer perceptions of branded and unbranded mineral water based on the quality of service. 3). There are significant differences of customer perceptions of branded and unbranded mineral water by price.

Keywords : Perception, Customer, Product, Quality of Service, Price