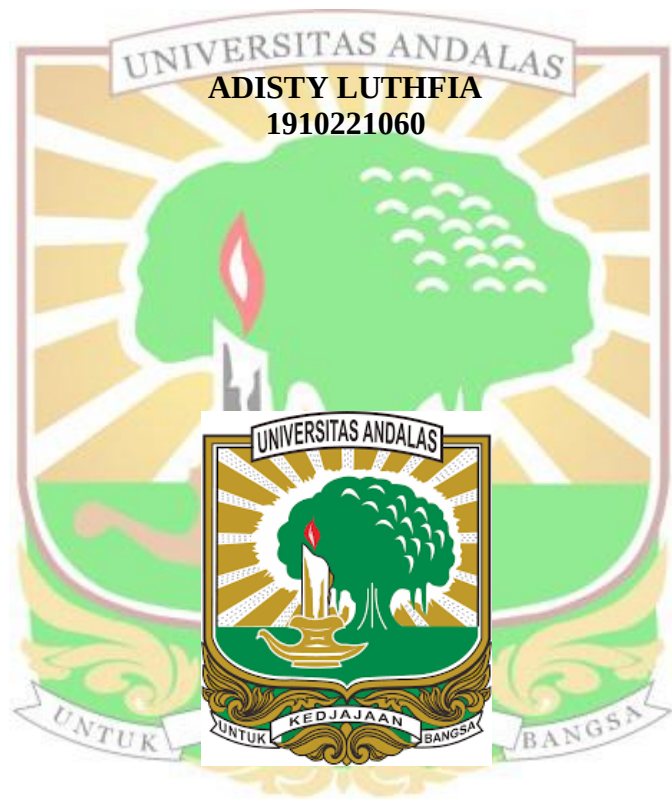


**ANALISIS PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP ROTI
HUSNA BAKERY DI KOTA PADANG**

SKRIPSI

Oleh



**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2026**

ANALISIS PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP ROTI HUSNA BAKERY DI KOTA PADANG

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui karakteristik konsumen Husna Bakery di Kota Padang dan menganalisis persepsi konsumen terhadap roti Husna Bakery di Kota Padang. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kualitatif deskriptif. Data yang digunakan adalah data primer dan sekunder yang didapatkan melalui observasi dan wawancara, serta penyebaran kuesioner kepada responden. Metode pengambilan sampel yang digunakan yaitu metode *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling* sebanyak 30 responden penelitian dengan kriteria berusia minimal 17 tahun dan sudah pernah membeli dan mengonsumsi roti Husna Bakery minimal 1 kali. Analisis data yang digunakan adalah *Importance Performance Analysis* (IPA). Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumen roti Husna Bakery di Kota Padang didominasi oleh perempuan, dengan rentang usia 46-55 tahun (lansia awal), mayoritas tingkat pendidikan SMA, jenis pekerjaan didominasi oleh ibu rumah tangga dengan pendapatan Rp2.000.000-Rp5.000.000. Rata-rata tingkat kepentingan (harapan) konsumen sebesar 4,41, sedangkan rata-rata tingkat kinerjanya adalah 3,94. Nilai tersebut menunjukkan bahwa secara umum konsumen memiliki persepsi yang positif terhadap produk roti Husna Bakery, meskipun masih terdapat kesenjangan antara harapan dan kinerja perusahaan.

Kata kunci: Persepsi Konsumen, *Importance Performance Analysis*, Roti, Karakteristik Konsumen, Kesenjangan Kepentingan dan Kinerja



ANALYSIS OF CONSUMER PERCEPTIONS OF HUSNA BAKERY BREAD IN PADANG CITY

ABSTRACT

This study aims to identify the characteristics of Husna Bakery consumers in Padang City and to analyze their perceptions of Husna Bakery bread products. The research method used is a qualitative descriptive approach. The data consist of primary and secondary data obtained through observation, interviews, and the distribution of questionnaires to respondents. The sampling method used is non-probability purposive sampling, involving 30 respondents aged 17 or older who have purchased and consumed Husna Bakery bread at least once. The data were analyzed using the Importance Performance Analysis (IPA) method. The results show that Husna Bakery consumers in Padang City are predominantly female, aged 46–55 years (early elderly), and have a high school education. Most respondents are housewives with an income ranging from Rp2,000,000 to Rp5,000,000. The average consumer expectation (importance) score for Husna Bakery is 4,41, while its average performance level is 3,94. These results show that while consumers generally view Husna Bakery's products positively, a gap persists between their expectations and the company's performance.

Keywords: Consumer Perseption, Importance Performance Analysis, Bread, Consumer Characteristics, Expectation-Performance Gap

