

ANALYSIS OF CONSUMER'S PERCEPTION ON CORN PORRIDGE PRODUCT OF JAGUNG F1 AINA BUSINESS AT PADANG CITY

ABSTARCT

The study aimed to analyze consumers' perception on corn porridge product of Jagung F1 Aina business at Padang City. The study was conducted in October 2015. The method used is the survey. The study was conducted in Jagung F1 Aina business, retailers and customers of corn porridge in order to gather information regarding the observed variables. The data were analyzed by using Likert scale and Cartesian diagram Importance-Performance. The results show that consumers' perception on the scent of corn porridge, form and size, mode of promotion, and response to customers' complaint (service of the shops) categorized as underact, which means that the level of consumers' interest against those attributes is high but performance of the business has not met expectations of consumers. There fore, a top priority of Jagung F1 Aina business is to enhance its performance. The study suggests that Jagung F1 Aina business should use seasoning to enhance scent of the product. Thus, more consumers would be attracted to try the products. In terms of form and size, improvement of viscosity and texture of the product into smoother and thicker porridge are highly required. Promotion can be done through advertisement in massa media, using labels in the product packaging, participating in exhibition, and put banners. In response to consumers' complaint, the business can provide information of contact person and suggestion box so that consumes can give inputs to improve porridge product of Jagung F1 Aina business.

Keywords: *Impotance Performance Analysis (IPA), quality attribute, consumer behaviors*

ANALISIS PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP PRODUK BUBUR JAGUNG PADA USAHA JAGUNG F1 AINA DI KOTA PADANG

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis persepsi konsumen terhadap bubur jagung pada usaha jagung F1 Aina di Kota Padang. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Oktober 2015. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survey yang dilakukan pada usaha jagung F1 Aina di Kota Padang dan konsumen akhir produk bubur jagung pada usaha jagung F1 Aina di Kota Padang untuk mendapatkan informasi mengenai variabel-variabel yang akan diamati. Alat analisis yang digunakan untuk persepsi konsumen menggunakan skala *Likert* dan diagram *Cartesius Importance-Performance*. Berdasarkan hasil penelitian ini, persepsi konsumen terhadap atribut aroma, bentuk dan ukuran, usaha promosi, dan kesigapan industri dalam menanggapi keluhan konsumen (pelayanan toko) pada usaha jagung F1 Aina di Kota Padang adalah *underact* yang artinya tingkat kepentingan konsumen terhadap atribut tersebut tinggi namun kinerjanya belum memenuhi harapan konsumen sehingga menjadi prioritas utama usaha jagung F1 Aina di Kota Padang untuk diperbaiki dan ditingkatkan kinerjanya. Berdasarkan hal tersebut, disarankan kepada pihak usaha agar dapat memperbaiki kinerja dari atribut aroma dengan menambahkan sedikit bumbu agar kekuatan aroma dari produk bisa lebih khas lagi dan konsumen lebih tertarik dalam melakukan pembelian. Pada atribut bentuk dan ukuran produk sebaiknya memperhatikan pada kekentalan tekstur bubur jagungnya sehingga bubur jagung jadi lebih kental dan bertekstur lembut. Usaha promosi dengan membuat baliho selain disekitar toko, mengikuti acara bazar atau pameran makanan serta memberikan label pada kemasan. Pada atribut pelayanan toko seperti kesigapan industri terhadap keluhan konsumennya, pihak usaha bisa dengan memberikan kontak person dan kotak saran kepada konsumen, agar konsumen bisa mengemukakan keluhan atau pendapat yang membangun terhadap usaha ataupun produk dari usaha jagung F1 Aina di Kota Padang.

Kata kunci : *Importance Performance Analysis (IPA)*, *atribut kualitas*, *perilaku konsumen*