

Hafidz Diky Hidayatullah. NIM 150331100079. Persepsi Konsumen Terhadap Jelly Jambu Mete. Di bawah bimbingan Ibu Rakhmawati, STP., MT dan Prof. Ir. Umi Purwandari, M.App.Sc., P.h D

ABSTRAK

Jelly jambu mete merupakan produk yang belum banyak dikenal oleh konsumen. Oleh karena itu, produsen harus mengetahui keinginan konsumen. Produsen dapat mengetahui dengan cara melakukan riset mengenai persepsi konsumen terhadap produk tersebut. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui atribut-atirbut jelly jambu mete dalam persepsi konsumen. Metode yang digunakan yaitu analisis Chi Square. Hasil dari penelitian yaitu persepsi konsumen terhadap produk jelly jambu mete memiliki rasa yang dominan manis, dengan warna kuning matang, memiliki tekstur yang kenyal, dengan harga jelly seharga 800 rupiah, kemudian masa simpan yang relatif lama yaitu 6 minggu, lalu menggunakan bahan dasar kemasan dari plastik PP (polypropylene), dan desain kemasan yang lebih dominan gambar.

Kata Kunci: Jelly Jambu Mete, Chi Square, Persepsi Konsumen

Hafidz DiK Y Hidayatullah. NIM 150331100079. Consumer Perception Of Cashew Jelly. Supervised By Rakhmawati, STP., MT and Prof. Ir. Umi Purwandari, M.App.Sc., P.h D

ABSTRACT

Cashew jelly is a product that is not widely known by consumers. Therefore, manufacturers should know the wishes of consumers. Manufacturers can find out by doing research on consumer perception of the product. The purpose of this study was to find out the attributes of cashew jelly in consumer perception. The method used is Chi Square analysis. The result of the study is consumer perception of cashew jelly products have a dominant sweet taste, with a ripe yellow color, has a chewy texture, with a jelly price of 800 rupiah, then a relatively long shelf life of 6 weeks, then using the basic packaging material of PP plastic (polypropylene), and a more dominant packaging design image.

Keywords: Cashew Jelly, Chi Square, Perception