

ANALISIS PERSEPSI KUALITAS TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN TEH SIAP MINUM DALAM KEMASAN

Elok Surayya Al Idrus, Ir. Muhammad Fakhry, MP, dan

Banun Diah Probowati, STP., M.Si

Program Studi Teknologi Industri Pertanian Fakultas Pertanian Universitas

Trunojoyo Madura, Bangkalan, PO BOX 2 Kamal 69162

Email: elooksurayyaalidruss@gmail.com

ABSTRAK

Teh merupakan salah satu produk minuman terpopuler yang banyak dikonsumsi masyarakat Indonesia maupun masyarakat dunia. Hal ini dikarenakan teh memiliki aroma dan rasa yang khas dan memiliki manfaat untuk kesehatan. Terdapat persaingan teh siap minum dalam kemasan dengan variasi dan kualitas yang bagus. Salah satu produk top brand yaitu teh sosro, teh gelas dan teh pucuk harum. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui persepsi kualitas dan mendapatkan peta posisi TSMDK di lingkungan UTM. Teknik pengambilan data dalam penelitian ini yaitu non Probability Sampling. Pengambilan data menggunakan kuisioner dengan 100 responden. Hasil penelitian menunjukkan perceived quality dan peta posisi TSMDK pada segmen pasar mahasiswa UTM menunjukkan nilai PQ tertinggi dan peta posisi tertinggi yaitu merek S dengan nilai PQ 52,39 dan nilai bobot pada peta posisi yaitu 20%.

Kata kunci : Teh, Perceived Quality, peta posisi

**PERCEIVED QUALITY ANALYSIS OF CUSTOMER SATISFACTION IS
READY FOR DRINKING TEA IN PACKAGING**

**Elok Surayya Al Idrus, Ir.Muhammad Fakhry, MP, dan
Banun Diah Probawati, STP., M.Si**

Program Studi Teknologi Industri Pertanian Fakultas Pertanian Universitas
Trunojoyo Madura, Bangkalan, PO BOX 2 Kamal 69162

Email: elooksurayyaalidruss@gmail.com

ABSTRACT

Tea is one of the most popular drink products are widely consumed dunia.teh public in Indonesia and has a distinctive aroma and flavor and have benefits for health. There is competition ready bottled tea with a good variety and quality. One of the top brand products that sosro tea, tea cups and tea shoots fragrant. The purpose of this study is to determine the perception of quality and get maps TSMDK position in UTM environment. Data collection techniques in this study are non Probability Side. Retrieving data using questionnaires with 100 respondents. Results showed perceived quality and map position TSMDK at UTM student market segment showed the highest value of PQ and maps highest position the brand S with values and weight values PQ 52.39 pda map position is 20%.

Keyword : Tea, Perceived Quality, map position