

ANALISIS PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP

MEREK DOMESTIK VS ASING

(Studi Perilaku Konsumen Pada Produk Susu Indomilk dan Frisian Flag)

Oleh :

NAZARUDIN AMIN

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Perbedaan Persepsi konsumen Terhadap Merek Domestik dan Merek Asing. Merek yang diteliti dalam penelitian ini adalah susu indomilk dan frisian flag yang respondennya diambil dari para pengguna atau pengkonsumsi susu indomilk dan frisian flag yang ada di universitas pembangunan nasional “veteran” jakarta. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan data primer dengan menyebar kuisisioner kepada 100 orang responden yang pernah mengkonsumsi susu indomilk dan frisian flag. Proses analisis data dalam penelitian ini menggunakan bantuan *Statistical Product and Service Solutions* (SPSS) versi 17.0. Metode analisis yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah Paired Sample Test untuk meneliti apakah ada perbedaan Persepsi antara Merek Domestik dengan Merek Asing. Hasil penelitian menunjukkan bahwa responden cenderung memiliki persepsi yang lebih baik pada merek asing dibandingkan dengan merek lokal.

Kata Kunci : Persepsi Konsumen, Merek Lokal, dan Merek Asing

**ANALYSIS OF CONSUMER PERCEPTION
DOMESTIC BRAND VS FOREIGN BRAND BRAND
(Study of Consumer Behavior In Dairy Products Indomilk and Frisian Flag)**

**by:
NAZARUDIN AMIN**

ABSTRACT

This study aimed to determine the difference in consumer perception Against Domestic brands and foreign brands. Brands that examined in this study are milk and Frisian Flag Indomilk the respondents drawn from the users or consuming dairy Indomilk and Frisian Flag is in the university of national development "veteran" jakarta. Data collection techniques in this study using primary data by spreading questionnaires to 100 respondents who had consumed milk Indomilk and Frisian flag. The process of data analysis in this study using the help of Statistical Product and Service Solutions (SPSS) version 17.0. The method of analysis used to test the hypothesis is Paired Sample Test to see if there is a difference between the perception of domestic brands to foreign brands. The results showed that respondents tend to have a better perception of foreign brands compared to local brands.

Keywords: Consumer Perceptions, local brands and foreign brands