

**PERBEDAAN PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP TOKO ROTI
DIKECAMATAN SEBERANG ULU II (STUDI KASUS TOKO ROTI
BRASSERIE BAKERY, BREAD TALK DAN NEW HOLLANDO**



Skripsi

Nama : Elin

Nim : 212015031

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

2019

**PERBEDAAN PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP TOKO ROTI
DIKECAMATAN SEBERANG ULU II (STUDI KASUS TOKO ROTI
BRASSERIE BAKERY, BREAD TALK DAN NEW HOLLANDO**

**Diajukan Untuk Menyusun Skripsi Pada Program Strata Satu Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang**



Nama : Elin

Nim : 212015031

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

2019

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Elin

Nim : 212015031

Konsentrasi : Pemasaran

Judul Skripsi : Perbedaan persepsi konsumen terhadap toko roti dikecamatan seberang ulu II (studi kasus toko roti brasserie bakery, bread talk dan new hollando).

Dengan ini saya menyatakan:

1. Karya tulis ini adalah Asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Sarjana Strata 1 baik di Universitas Muhammadiyah Palembang maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang diperoleh karena karya ini serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Palembang, Agustus 2019



Elin

**Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah
Palembang**

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Judul: Perbedaan persepsi konsumen terhadap toko roti dikecamatan seberang ulu II (studi kasus toko roti brasserie bakery,bread talk dan new hollando.

Nama : Elin
Nim : 212015031
Fakultas : Ekonomi
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Pemasaran

Diterima dan Disahkan
Pada Tanggal,

Pembimbing I,



DR. H.M. Idris, S.E., M.Si
NIDN/NBM:0213106001/786.01

Pembimbing II,



DR. Diah Isnaini A.S.E., M.M.
NIDN/NBM : 0207046301/652.72

Mengetahui,

Dekan

U.B. Ketua Program Studi Manajemen



HJ. Maftuhah Nurrahmi, S.E., M.Si

NIDN: 0216057001

PERSEMBAHAN DAN MOTO

MOTTO :

**“ kegagalan bukan akhir dari segalanya,bakit dan usaha
karna usaha tidak akan mengkhianati hasil**

**“Barang siapa yang bersungguh sungguh, sesungguhnya
kesungguhan tersebut untuk kebaikan dirinya sendiri”**

(Qs. Al-Ankabut:6)

**Dengan Mengucap Rasa Syukur Alhamdulillah Kepada Allah
Swt. Kupersembahkan Teruntuk Orang-orang Yang Kusayangi :**

- ❖ Ayah Ibu tercinta, motivator dalam hidupku yang selalu mendoakan dan menyayangiku, atas semua pengorbanan dan kesabaran membesarkanku sampai kini dan membimbingku sampai menyelesaikan pendidikan S1. Tak pernah cukup ku membalas cinta bapak dan ibu kepadaku.**
- ❖ Saudaraku Kakak dan kakak perempuanku tersayang.**
- ❖ Bapak / Ibu Dosen, Guru dan Semua Orang yang Mendidik dan Menasehatiku terutama pembimbingku yang sangat berjasa dalam pembuatan skripsi ini M.Idris,H.S.E,M.Si.,DR Ibu Diah Isnaini, SE., M.M**
- ❖ Sahabat-sahabat terbaikku dan Teman-teman seperjuangan.**
- ❖ Almamater kebangganku**

PRAKATA

Assalamu'alaikum.wr.wb

Alhamdulillahirabbil'alamin,puji syukur atas kehadiran allah SWT yang telah memberikan berkah,rahmat,hidayah dan karunia-nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini yang berjudul **Perbedaan Persepsi Konsumen Terhadap Toko Roti Di Kecamatan Seberang Ulu II(Studi Kasus Toko Roti Brasserie Bakery,Bread Talk,New Hollando)** dengan baik dan tepat waktunya.

Dengan penuh rasa hormat,cinta ,kasih sayang dan kerendahan hati, skripsi ini penulis mempersembahkan terkhusus kepada kedua orang tua ayahanda Subai Rosip dan ibunda Darul Aina yang telah berjasa dalam mendidik ,mendoakan , memberikan dana ,dorongan ,semangat, dan motivasi, serta telah membersarkan penulis dengan rasa cinta, kasih sayang tanpa keluh kesah. Terima kasih Ya Allah, Engkau telah memberikan penulis keluarga dan orang tua yang terbaik dalam hidup ini.

Selesainya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan ,bimbingan , dorongan serta motivasi dari berbagai pihak, maka pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih yang sedalam-dalamnya kepada :

1. Bapak Dr. Abid Djazuli, S.E.,MM selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang.
2. Bapak Drs. Fauzi Ridwan, S.E.,MM., Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Palembang.
3. Ibu Hj. Maftuhah Nurrahmi, S.E., M.Si,dan Ibu Dr. Diah Isnaini A, S.E, M.M selaku Ketua dan wakil Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang dan pembimbing penelitian yang telah mengajarkan, membimbing, mendidik, serta memberikan dorongan kepada penulis sehingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik.

4. Bapak Yudha Mahrom Darmasaputra S.E.,M.Si selaku pembimbingan akademik yang telah membimbing selama perkuliahan di Universitas Muhamadiyah Palembang dan Bapak dan ibu dosen serta staff pengajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhamadiyah Palembang.
5. Ibu Hj. Belliawati Kosim, S.E.,M.M dan Ibu Mardiana Puspasari,S.E.,M.Si selaku penelaah yang terus membantu penulisan untuk menyempurnakan hasil penelitian ini. Bapak dan Ibu Dosen Pengajar Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
6. Bapak M.Idris ,H.S.E.,M.Si.,DR dan Ibu Dr. Diah Isnaini A, S.E., M.M selaku pembimbingan skripsi yang telah membantu dalam penyusunan skripsi
7. Responden yang telah membantu memberikan jawaban untuk membuat penulisan dalam skripsi
8. Sahabat terbaikku risnawati, dewi sutarti(temin), ayu mulatina,putri andam,dwinta,fenty, Yolanda,lia
9. Kakak terbaikku dan adekku,ponaanku kak hilal, beni hidayat, tiara novita(nyot), hesty dan santri wati
10. Teman-teman KKN posko 148 karya mulya,sematang borang, andri saputra,denis tarores, desa mandala,reska,jeprianto,rendi, indra Daniel,ning, devita, aisyah

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kesalahan dan kekurangan. Oleh karena itu penulis mengharapkan saran dan kritik dari pembaca dan berbagai pihak demi kesempurnaan skripsi ini, atas perhatian dan masukan saya ucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr.Wb.

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Luar	
Halaman Judul	
Halaman Pernyataan Bebas Plagiat.....	i
Halaman Pengesahan	ii
Halaman Persembahan dan Moto.....	iii
Halaman Prakata	iv
Daftar Isi.....	vi
Daftar Tabel	viii
Daftar Lampiran	x
Abstrak	xi
Abstrac	xii

BAB I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian.....	8

BAB II. KAJIAN KEPUSTAKAAN, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

A. Landasan Teori.....	9
B. Penelitian Sebelumnya	17
D. Hipotesis.....	19

BAB III. METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian	20
B. Lokasi Penelitian	21
C. Operasionalisasi Variabel	21
D. Populasi Dan Sampel	21
E. Data Yang Diperlukan	23
F. Metode Pengumpulan Data.....	24
G. Analisis Data Dan Teknik Analisis	25

BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian.....	28
B. Pembahasan Hasil Penelitian.....	62

BAB V. SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan.....	71
B. Saran	71

BAGIAN AKHIR

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel I.1 Alamat Toko Roti Brasserie Bakery, Bread Talk, new hollando	4
Tabel I.2 Persepsi konsumen terhadap toko roti	5
Tabel III.1 Operasional variabel	21
Tabel IV.1 karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin	33
Tabel IV.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	34
Tabel IV.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Sumber Pendapatan	35
Tabel IV.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Sumber Pendidikan	36
Tabel IV.5 Karakteristik Responden Berdasarkan pencinta toko roti	37
Tabel IV.6 karakteristik Responden Berdasarkan lebih sering ke toko roti	38
Tabel IV.7 karakteristik jawaban Responden mengenai Toko Roti Brasserie bakery	39
Tabel IV.8 karakteristik jawaban responden mengenai Toko Roti Bread Talk	41
Tabel IV.9 karakteristik jawaban responden mengenai Toko Roti New Hollando	43
Tabel IV.10 hasil uji crostab	44
Tabel IV.11 hasil uji chi square	45
Tabel IV.12 hasil uji crostab	45
Tabel IV.13 hasil uji chi square	46
Tabel IV.14 hasil uji crostab	47

Tabel IV.15	hasil uji uji chi square	48
Tabel IV.16	hasil uji crostab	49
Tabel IV.17	hasil uji chi square	49
Tabel IV.18	hasil uji crostab	50
Tabel IV.19	hasil uji chi square	51
Tabel IV.20	hasil uji crostab	52
Tabel IV.21	hasil uji chi square	52
Tabel IV.22	hasil uji crostab	53
Tabel IV.23	hasil uji chi square	54
Tabel IV.24	hasil uji crostab	55
Tabel IV.25	hasil uji chi square	55
Tabel IV.26	hasil uji crostab	56
Tabel IV.27	hasil uji chi square	57
Tabel IV.28	hasil uji crostab	58
Tabel IV.29	hasil uji chi square	58
Tabel IV.30	hasil uji crostab	59
Tabel IV.31	hasil uji chi square	60
Tabel IV.32	Rangkuman Hasil Penelitian	61

DAFTAR LAMIRAN

Lampiran 1	Jadwal Penelitian
Lampiran 2	Data Tabulasi Kuesioner
Lampiran 3	Kuesioner
Lampiran 4	Z tabel
Lampiran 5	X ² tabel
Lampiran 6	Hasil Spss
Lampiran 7	Kartu Bimbingan
Lampiran 8	Surat Pernyataan Selesai Melakukan Penelitian
Lampiran 9	Seterfikat Aik
Lampiran 10	Seterfikat Toefl
Lampiran 11	Tanda Pengesahan Bayaran
Lampiran 12	Tanda Plagiarism
Lampiran 13	Biodata Penulis

ABSTRAK

Elin /21 2015 031 / 2019 / Perbedaan Persepsi Konsumen Terhadap Toko Roti Dikecamatan Seberang Ulu II (Studi Kasus Toko Roti Brasserie Bakery,Bread Talk, New Hollando

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah adakah perbedaan persepsi konsumen terhadap toko roti di Kecamatan Seberang Ulu II (Studi Kasus toko Roti Brasserie Bakery, Bread Talk dan New Hollando). Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui perbedaan persepsi konsumen terhadap toko roti dikecamatan Seberang Ulu II (Studi Kasus toko roti Brasserie Bakery, Bread Talk dan New Hollando)

Penelitian ini termasuk jenis penelitian komparatif. Variabel yang digunakan adalah persepsi yang dikembangkan menjadi tampilan menarik, lebih sesuai selera, roti yang lembut ,ragam rotinya banyak rasanya lezat, interior yang menarik, pegawainya ramah, suasana toko yang nyaman, pelayanan ramah, harga sesuai kualitas. Populasi Penelitian adalah konsumen dikecamatan seberang ulu II yang pernah melakukan pembelian di toko roti Brasserie Bakery, Bread Talk, New Hollando. Sampel Penelitian Diambil Sebanyak 288 orang secara *purposive sampling*. Data yang diperlukan adalah data primer dengan metode pengumpulan data kuesioner. Alat analisis penelitian ini menggunakan chi-square. Hasil penelitian menunjukan bahwa 1) tidak ada perbedaan persepsi konsumen terhadap toko roti berdasarkan indikator rasanya lezat, pegawainya ramah, pelayanan ramah. 2) Ada perbedaan persepsi konsumen terhadap toko roti berdasarkan indikator tampilan menarik, lebih sesuai selera, roti yang lembut, ragam rotinya banyak, interior yang menarik, suasana toko yang nyaman harga sesuai kualitas.

Kata kunci : Persepsi Konsumen, Faktor Pribadi, Faktor Stimulus.

Abstract

Elin / 212015031 / 2019 / The Difference of Consumer Perception on The Bakery in Kecamatan Seberang Ulu II (Case Study of Brasserie Bakery, Bread Talk, New Holando).

Formulation of the problem in this research was to know there was a difference of consumer perception on the bakery in Kecamatan Seberang Ulu II (Case Study of Brasserie Bakery, Bread Talk, New Holando). The purpose of this study was to know the difference of consumer perception on the bakery in Kecamatan Seberang Ulu II (Case Study of Brasserie Bakery, Bread Talk, New Holando).

This study included a type of comparative research. The variables used perceptions that were developed into attractive appearance, more suitable, soft bread, many varieties of bread, delicious, attractive interior, friendly staff, comfortable shop atmosphere, friendly service, and price according to quality. Research population was the consumer in kecamatan seberang ulu II, who bought the bakery in Brasserie Bakery, Bread Talk, New Holland. Research samples was 288 people were taken by purposive sampling. Data needed were primary data with questionnaire data collection methods. This research analysis tool used chi-square. The results showed that 1) there was no any difference of consumer perceptions on the bakery based on the indicators that the taste was delicious, the employees were friendly, the service was friendly, attractive interiors, comfortable shop atmosphere, and price according to quality.

Keywords: consumer perception, personal factor, stimulus factor.

PENGESAHAN

NO. 368/Abstract/LB/UMP/ VII / 20 19

Telah di Koreksi oleh

Lembaga Bahasa

Universitas Muhammadiyah Palembang *[Signature]*

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang masalah

untuk menyesuaikan tawarannya. Pemasaran merupakan salah satu bentuk dari proses sosial dan bagian dari manajemen diri ataupun kelompok untuk mendapatkan kebutuhannya dengan menciptakan sebuah peluang, pertukaran, maupun penawaran terhadap sekelompok orang yang juga turut memiliki kebutuhan dan keinginan dari permintaan tersebut (Kotler dan Philip 2000:4). Peranan pemasaran sangat penting bagi pertumbuhan dan pengembangan perekonomian pada saat ini, sejalan dengan perekonomian di negara Indonesia ini menyebabkan munculnya beraneka ragam bidang usaha yang menawarkan produk guna memenuhi kebutuhan konsumen, dan harga guna menunjang kualitas produk.

Salah satu kajian menarik dalam pemasaran adalah perilaku konsumen. Perilaku konsumen merupakan proses yang berkaitan erat dengan proses pencarian produk, pencarian informasi, proses pembelian, bahkan evaluasi pasca pembelian produk. Konsumen melakukan aktifitas – aktifitas seperti melakukan pencarian, penelitian dan pengevaluasian produk sehingga semua kegiatan itu mendasari konsumen untuk membuat keputusan pembelian. Berbagai aktifitas konsumen tersebut tentunya menjadi pelajaran bagi setiap pemasar

Banyak kajian menarik dalam perilaku konsumen, salah satunya adalah persepsi. Menurut Kotler dan Keller (2009:179) persepsi adalah proses dimana orang

memilih, mengatur dan menterjemahkan informasi untuk membentuk gambaran dunia yang berarti. Persepsi merupakan salah satu aspek yang sangat penting. Hal ini memungkinkan manusia mengetahui dan memahami dunia sekeliling. Poin utama adalah bahwa persepsi tidak juga tergantung pada rangsangan fisik, namun juga pada hubungan rangsangan terhadap bidang yang mengelilinginya dan kondisi dalam diri konsumen.

Di antara karakteristik pribadi dari pelaku persepsi yang lebih relevan mempengaruhi persepsi adalah sikap, motif, kepentingan atau minat, pengalaman masa lalu dan pengharapan (ekspektasi). Obyek atau target bisa berupa orang, benda atau peristiwa. Sifat-sifat obyek atau target itu biasanya berpengaruh terhadap persepsi orang yang melihatnya. Situasi adalah konteks objek atau peristiwa, yang meliputi unsur-unsur lingkungan sekitar dan waktu.

Konsumen sering menilai produk yang ditawarkan oleh perusahaan berdasarkan persepsinya. Apabila persepsi konsumen terhadap berbagai produk yang ditawarkan oleh perusahaan adalah baik, maka demikianlah harapan perusahaan. Dalam kenyataan tidak semua produk dipersepsikan dengan baik oleh konsumen. Oleh karena itu penting bagi setiap perusahaan memastikan bahwa produknya dipersepsikan baik oleh konsumen sehingga akan lebih dekat pada keputusan pembelian konsumen. Terlebih apabila terdapat banyak kemiripan antara produk perusahaan dengan milik perusahaan lain sejenis.

Palembang merupakan salah satu kota besar yang ada di pulau Sumatera Selatan dan terbagi atas wilayah dalam penataan kota, salah satu wilayah perkotaan di

kota Palembang yaitu Plaju ini merupakan wilayah perkotaan yang padat penduduk dan terdapat banyak berdiri toko-toko roti yang menawarkan berbagai macam varian rasa.

Bisnis kuliner memang menjanjikan untuk membuka usaha, dari sekadar hobi makan pun kini bisa dijadikan sebagai peluang bisnis yang menjanjikan. Berbagai macam jenis makanan bermunculan dengan ragam kreatifitas yang menarik dan unik. Makanan biasa dikreasikan menjadi makanan yang memiliki cita rasa dan nilai jual tinggi. Salah satunya adalah bakery atau roti yaitu salah satu jenis makanan yang merupakan hasil olahan dari tepung terigu.

Roti adalah makanan berbahan dasar utama tepung terigu dan air, yang difermentasikan dengan ragi, tetapi ada juga yang tidak menggunakan ragi. Namun kemajuan teknologi manusia membuat roti diolah dengan berbagai bahan seperti garam, minyak, mentega, ataupun telur untuk menambahkan kadar protein di dalamnya sehingga didapat tekstur dan rasa tertentu. Roti termasuk makanan pokok di banyak negara Barat. Roti adalah bahan dasar pizza dan lapisan luar roti lapis. Roti biasanya dijual dalam bentuk sudah diiris, dan dalam kondisi segar yang dikemas rapi dalam plastik.

Pada jaman dahulu orang membeli makanan hanya berpedoman pada rasanya yang enak dan murah, ini terutama bagi kalangan masyarakat menengah ke bawah. Dua hal inilah yang menjadi prioritas utama dalam membeli makanan. Mereka tidak begitu memikirkan kandungan gizi dan nutrisi yang terkandung didalam makanan yang mereka beli. Akan tetapi akhir-akhir ini kecenderungan masyarakat kita dalam

membeli makanan adalah memperhatikan rasa, gizi yang terkandung dalam makanan tersebut, baru kemudian memikirkan harga. Oleh karena itu, roti banyak menjadi pilihan manusia untuk makanan ringan, dimana dari segi rasa, roti menawarkan cukup banyak rasa yang ditawarkan dan enak, dari segi gizi juga memenuhi kebutuhan gizi manusia, dari segi harga, roti mudah dijangkau semua kalangan masyarakat.

Terdapat beberapa toko roti yang dikenal masyarakat secara umum. Toko-toko roti tersebut memiliki banyak cabang dan biasa dijadikan tempat pemesanan kue-kue untuk acara-acara tertentu. Di wilayah Seberang Ulu II, diantara beberapa toko roti yang pada umumnya dikenal konsumen adalah ;

Tabel I.1
Toko Roti Yang Dikenal Konsumen

No	Nama Toko Roti	Alamat
1	Toko roti brasserie bakery	Jalan Mayor Jendral, Jl. Mayjen HM Ryacudu No.8,7 ulu, seberang ulu 1, kota Palembang, Sumatera Selatan 30259
2	Toko roti breadtalk	Jl .Di panjaitan RT 45/RW 14, kelurahan 16 ulu, kecamatan seberang ulu II
3	Toko roti new hollando	Jl. Jenderal Ahmad Yani No.89-90, Kelurahan 9 - 10 Ulu, Seberang Ulu I, Kota Palembang, Sumatera Selatan 30259

Sumber : Google Map toko roti, Palembang , (Plaju), 2018

Secara umum tampaknya masyarakat memiliki penilaian yang beragam terhadap ketiga macam toko roti ini. Masing-masing memiliki penilaian lebih baik dalam atribut tertentu, misalnya harga, pelayanan, menu, rasa, dan lain-lain. Berikut

ditampilkan hasil pra-riset tentang persepsi masyarakat terhadap beberapa atribut yang dimiliki oleh ketiga toko roti tersebut:

Tabel I.2
Persepsi Konsumen Terhadap Toko Roti

No	Nama toko roti	Rasa	Pelayanan	Harga
1	Brasserie bakery	5	4	5
2	Bread talk	3	4	3
3	New Hollando	2	2	2
Jumlah		10	10	10

Sumber : Wawancara Pra-riset , 2019

Berdasarkan tabel pra riset diatas pada ketiga toko roti dipersepsikan relatif berbeda meskipun ketiga toko roti tersebut sama-sama menyediakan kue yang bervariasi dari kue karakter dan kue untuk acara-acara tertentu . Lebih lanjut diuraikan beberapa penilaian orang terhadap ke 3 toko roti tersebut yaitu:

1. Brasserie tampaknya dipersepsikan lebih baik dalam hal rasa, pelayanan, dan harga dibandingkan dua toko roti lainnya. Rasanya dinilai terbaik, pelayanan juga baik, dan harganya juga dinilai baik (harga sesuai dengan rasa). Brasserie adalah toko roti terbesar di kota Palembang yang bisa dijumpai di empat tempat, yaitu di Palembang Indah Mall, Palembang Trade Center Mall, Palembang Square Mall, dan komplek Hotel Anugerah. Brasserie juga merupakan tempat nongkrong yang asyik. Berkunjung ke toko roti ini bisa

menikmati suasana kafe yang sangat nyaman sembari menikmati berbagai macam roti tawar, brownies, sampai roti-roti manisnya. Roti jagung dan roti abon merupakan menu yang enak sekali untuk dinikmati. anda juga dapat memesan untuk acara tertentu. adapun kelebihan dari brasserie ialah tempat yang mudah ditemui, soal rasa gurih dan lembut saat di makan. akan tetapi harga cukup mahal.

2. Breadtalk secara keseluruhan dinilai sedang dibandingkan kedua toko roti yang lain. Hal ini ditunjukkan oleh jumlah jawaban konsumen yang berada di tengah antara penilaian terhadap Brasserie dengan New Hollanda. BreadTalk didirikan pada tahun 6 Maret 2003 oleh George Quek, seorang wirausahawan yang sebelumnya memulai jaringan pujasera yang sukses di Singapura, *Food Junction*. Konsepnya berbeda dibandingkan dengan toko-toko roti lainnya pada umumnya, dengan memperhatikan penampilan toko yang dirancang agar terlihat eksklusif serta memperlihatkan dapur pembuatan roti kepada para pengunjungnya melalui kaca transparan. Berkat strategi pemasaran pelanggan (*consumer marketing*) yang baik, saat pertama kali dibuka, toko-toko BreadTalk seringkali dipenuhi pengunjung yang rela antri untuk mencoba produknya. Soal rasa sama dengan toko lain akan tetapi harga bread talk di bawah standar dari toko brasserie. Dan tempat mudah di temui yaitu giant plaju.

3. New Hollanda Bakery tampaknya dinilai berada di urutan paling bawah diantara kedua toko roti. Konsumen menilai rasa, pelayanan, dan harga yang ditawarkan kurang menarik. New Hollando Bakery merupakan salah toko roti tertua dan sudah menjadi roti paling di kenal di Palembang. New Hollando Bakery menjual roti dengan konsep khas gaya Belanda yang diajikan dengan kualitas terbaik. Akan tetapi toko roti new hollando dari segi rasa,pelayanan relatif standar . untuk lokasi sendiri toko roti new hollando mudah ditemukan dan soal harga new hollando lebih murah ketimbang ke 2 toko tersebut.

Berdasarkan uraian diatas dikemukakan tersebut maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul: **Perbedaan Persepsi Konsumen Terhadap Toko Roti di Kecamatan Seberang Ulu II (studi kasus toko roti Brasserie Bakery, Bread Talk, New Hollando)**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka rumusan masalah nya adalah adakah perbedaan persepsi konsumen terhadap toko roti di Kecamatan Seberang Ulu II (Studi Kasus toko Roti Brasserie Bakery, Bread Talk dan New Hollando)

C. Tujuan penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui perbedaan persepsi konsumen terhadap toko roti dikecamatan Seberang Ulu II (Studi Kasus toko roti Brasserie Bakery, Bread Talk dan New Hollando)

D. Manfaat penelitian

1. Bagi penulis

Kegunaan penelitian ini terhadap penulis yaitu agar dapat mengaplikasikan ilmu pengetahuan yang dapat selama menjadi mahasiswa muhammadiyah palembang.

2. Bagi almamater

Diharapkan hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bacaan dan sarana referensi dalam belajar para mahasiswa universitas muhamadiyah palembang

DAFTAR PUSTAKA

Angelina Permatasari.2015.Rancangan Sistem Informasi Penjualan Pada Toko Kue.comtech vol, 6 No (1): 31-43

Fandy Tjiptono .2008. *Strategi Pemasaran*. Edisi 3. Yogyakarta: Andi

Ida Ayu Ratih Pravita Dewi,Wayan Sudarta & I Nyoman Gede Ustriyana.2013. Persepsi konsumen terhadap beras organic dan anorganik di toko satvika boga Sanur Denpasar.E-jurnal Agribisnis dan Agrowisata vol, 2 No 2.

Kotler dan Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Prehallindo

Kotler dan keller .2009. *Manajemen Pemasaran*.Jilid I. Edisi ke 13.Jakarta : PT Indeks

Marcus Remiasa & Yenny Lukman. 2007. Analisis Persepsi Pelanggan Terhadap Kualitas Layanan Coffee Shop Asing dan Coffee Shop Lokal. Jurnal manajemen Perhotelan vol, 3 No 2, 70-79

Donni Juni, Priansa.2017. *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Kontemporer*. Bandung : Alfabeta

Riduwan. (2014) .*Metode dan Teknik Menyusun Tesis*. Bandung: alfabeta

Saban Echdar.2017. *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis*.Bogor : Ghalia Indonesia.

Sangadji, Etta Mamang &Sopiah . 2013. *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis* Yogyakarta: Andi

Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, Bandung:Alfabeta

Ujang Sumarwan. 2011. *Perilaku Konsumen* .Bogor : Ghalia Indonesia

Ujang sumarwan, 2014.*perilaku konsumen teori dan penerapannya dalam pemasaran* ,Jakarta : Ghalia indonesi