

Analisis beberapa faktor yang mempengaruhi persepsi dan prreferensi konsumen pada minuman coca cola : suatu telaah di Kotamadya Pontianak

Heriyadi, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=75391&lokasi=lokal>

Abstrak

Propinsi Kalimantan Barat adalah salah satu propinsi di Indonesia yang berbatasan langsung dengan negara asing, yaitu dengan Negara Bagian Sarawak, Malaysia Timur. Kalimantan Barat merupakan satu-satunya propinsi di Indonesia yang secara resmi telah mempunyai akses jalan darat untuk masuk dan keluar ke/dari negara asing tersebut. Hal ini dapat terjadi karena antara Kalimantan Barat dan Sarawak telah terbuka jalan darat antar negara.

Dengan posisi tersebut tentunya akan membawa dampak/implikasi terhadap kegiatan perekonomian yang dilakukan oleh masyarakat di Kalimantan Barat pada umumnya dan khususnya di Kotamadya Pontianak. Adanya jalan raya yang menghubungkan kedua wilayah tersebut, maka arus produk dan jasa menjadi lebih lancar. Tentunya hal ini membuat masyarakat Kotamadya Pontianak cukup mengenali dan bahkan menyenangi produk-produk dari Malaysia.

Dalam penelitian ini mengambil obyek minuman ringan merek Coca-Cola, yang sebenarnya merupakan produk global yang tentunya dikemas dan dipasarkan secara sama. Namun berdasarkan hasil observasi ternyata Coca-Cola buatan Malaysia mempunyai image yang lebih baik dibandingkan dengan Coca-Cola buatan Indonesia.

Dalam pemasaran global dikenal suatu istilah "country-of-origin" atau lebih populer dengan istilah "made in....", yang menerangkan tempat di mana suatu produk berasal atau diproduksi. Banyak bukti penelitian yang menunjukkan bahwa Main "country-of-origin" suatu produk dapat mempengaruhi image atau bahkan penilaian konsumen terhadap suatu produk.

Oleh karena itu penelitian ini mencoba untuk mengetahui apakah image positif yang dimiliki oleh Coca-Cola buatan Malaysia lebih dikarenakan dampak dari klaim "country-of origin" yang berupa halo efek ataukah rasa (taste) dari Coca-Cola buatan Malaysia memang lebih dengan selera konsumen di Kotamadya Pontianak.

Dari hasil taste test dengan metode blind test yang dilakukan ternyata image tersebut lebih dikarenakan oleh halo efek dari "country-of-origin" yang terutama menimpa konsumen golongan umur yang lebih rendah (muda) sedangkan untuk konsumen dengan golongan umur yang lebih tinggi terdapat kecenderungan memang lebih menyukai Coca-Cola buatan Malaysia.