ABSTRAK

Tita Adi Sukma, 21409013, Analisis Diferensiasi Produk pada Steak Ranjang Bandung, Tugas Akhir Program Studi Manajemen Pemasaran Diploma III Fakultas Ekonomi Universitas Komputer Indonesia, dibawah bimbingan Ibu Windi Novianti, SE., MM

Perusahaan dituntut untuk selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen serta berusaha memenuhi apa yang diharapakan oleh konsumen dengan cara yang lebih memuaskan daripada yang dilakukan oleh pesaing. Oleh karena itu perusahaan harus melakukan strategi diferensiasi produk. Seperti yang dilakukan Steak Ranjang Bandung sebagai lokasi penelitian, Steak Ranjang menciptakan produk steak yang berbeda dibanding dengan steak pada umumnya, yaitu keunikan berupa rasa dengan level kepedasan yang bisa disesuiakan dengan selera konsumen.

Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui bagaimana tanggapan konsumen mengenai diferensiasi produk pada Steak Ranjang Bandung.

Metode yang digunakan didalam penyusunan laporan Tugas Akhir ini adalah dengan menggunakan metode deskriptif yaitu suatu penelitian yang menggambarkan keadaan didalam perusahaan yang sebenarnya. Unit analisis dalam penelitian ini pengunjung Steak Ranjang Bandung yang berjumlah 50 orang sebagai sampel pendukung dan teknik pengumpulan data dengan menggunakan studi lapangan (observasi, wawancara, dan kuesioner), dan studi kepustakaan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tanggapan responden mengenai diferensiasi produk pada Steak Ranjang Bandung secara keseluruhan termasuk dalam kriteria baik dengan nilai yang diperoleh sebesar 1621 (72%).

Kata kunci : Diferensiasi Produk