ABSTRAK

Hamzah Koesasih Putra, 21407008 “ Analisis Atribut Produk Parfum Ruangan Calpro PT.Hoffmen International Cabang Bandung “, di bawah bimbingan Raeny Dwisanty, SE., M.Si.

Dunia pemasaran yang semakin kompetitif menuntut pemsahaan untuk memiliki ke unggulan daya saing. Untuk dapat tetap eksis di dalam proses produksi dan kontinyuitas perusaham tetap terjaga kita dituntut untuk.semakin bekerja keras, pintar, dan kreatif. Di sisi lain konsumen dihadapkan pada berbagai macam pilihan produk. Membuat produk yang bermutu dan digemari konsumen merupakan tantangan bagi perusahaan.

PT.Hoffmen International adalah perusahaan yang bergerak dibidang jasa kebersihaan dan produk parfum pengharum ruangan, dimana jasa tersebut mencakup beberapa bidang antara lain: restorasi dan kristalisasi marmer dan granit, general cleaning, cleaning servie, washroom hygene system, sanitary, dan sebagainya.

Tujuan penulis melakukan penelitian ini adalah Untuk mengetahui seberapa besar tanggapan konsumen mengenai atribut produk yang dilakukan oleh PT.Hoffmen.

Metode yang digunakan dalam penyusunan Tugas Akhir ini adalah metode yang bersifat deskriptif, menggambarkan suatu fenomena apa adanya berdasarkan kenyataan yang sedang berlangsung, juga dilakukan metode survei. Survei adalah penelitian dengan mengambil sampel dari suatu populasi yang hasilnya dapat mewakili keseluruhan populasi. Sebagai alat pengumpul data yang pokok digunakan kuesioner. Adapun sampel secara Random sederhana dengan jumlah sampel sebanyak 100 orang responden, dan tehnik pengumpulan data dengan cara studi lapangan (observasi, Kuesioner, wawancara) dan studi kepustakaan (dokumentasi).

Dari hasil analisis dan pembahasan tanggapan responden mengenai atribut produk parfum ruangan calpro PT.Hoffmen International Cabang Bandung, dengan menggunakan alat ukur merek, kemasan, lebel dan kualitas dinilai baik dengan total skor 2398 dan persentase 68,5%.

Kata kunci: Atribut Produk