

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui karakteristik keripik kentang, sikap konsumen terhadap berbagai merek produk keripik kentang, serta perbandingan sikap konsumen terhadap berbagai merek produk keripik kentang yang dipasarkan di Kabupaten Wonosobo. Penelitian dilakukan di empat toko dengan menggunakan 80 responden yang diambil menggunakan *accidental sampling*. Metode analisis yang digunakan dalam mengetahui sikap konsumen adalah model *point ideal*, sedangkan metode analisis untuk mengetahui perbandingan sikap konsumen adalah uji *one way ANOVA*. Hasil menunjukkan bahwa urutan merek produk keripik kentang yang paling ideal bagi konsumen adalah sebagai berikut: Piattos, Chitato, Leo, Lays, Pringles, Pakuwojo, Tri Sakti, Albaeta. Terdapat variasi hasil yaitu ada dan tidak ada perbedaan pada antar merek yang dihasilkan oleh sesama industri kecil serta pada antar merek yang dihasilkan oleh sesama perusahaan. Pada merek produk keripik kentang yang dihasilkan oleh industri kecil dengan merek keripik kentang yang dihasilkan oleh perusahaan terdapat perbedaan.

Kata kunci: sikap, model *point ideal*, merek, keripik kentang

**SIKAP KONSUMEN TERHADAP BERBAGAI MEREK PRODUK KERIPIK
KENTANG DI KABUPATEN WONOSOBO DENGAN
MODEL *POINT IDEAL***

**Consumer Attitude to Potato Chips Products in Wonosobo Regency
by Point-Ideal Model**

**Mutiara Budi Amalia
Dr. Susanawati, S.P., M.P. / Dr. Ir. Widodo, M.P.
Agribusiness Study Program, Faculty of Agriculture
Muhammadiyah University of Yogyakarta**

ABSTRACT

The aim of this research is to know the characteristic of potato chips, consumer attitude to potato chips products, comparison of consumer attitude to potato chips products that marketed in Wonosobo regency. This research was conducted by taking data from 80 respondents using accidental sampling in 4 shops. Analysis method were used to know the attitude of consumer to chip is point ideal model. Analysis method to know the comparison of consumer attitudes to potato chips products is using one way ANOVA. The results of this research showed that the order of potato chips brand from the most preferred to the least favored is: Piattos, Chitato, Leo, Lays, Pringles, Pakuwojo, Tri Sakti, Albaeta. There is variation of comparison consumer's attitudes result that is there and there is no difference in between brands produced by coequal small industries. So is the comparison of consumer attitudes toward the inter-brand produced by the companies. The last one is comparison of consumer attitude toward the inter-brands produced by small industries and companies have differences.

Keywords: attitude, point ideal model, brand, potato chips