

## Intisari

Penelitian ini bertujuan untuk (1) mengetahui persepsi konsumen terhadap produk cokelat lokal Gun-Kid (2) mengetahui faktor - faktor yang memengaruhi persepsi konsumen terhadap produk cokelat Gun-Kid. Pengambilan sampel dengan *simple random sampling* dengan jumlah sampel 60 konsumen. Analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah (1) uji proporsi dan (2) uji regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) sebagian besar konsumen memiliki persepsi yang baik terhadap produk cokelat lokal Gun-Kid dan (2) faktor-faktor yang memengaruhi secara signifikan persepsi konsumen terhadap produk cokelat Gun-Kid adalah penghasilan, daerah asal, frekuensi pembelian cokelat Gun-Kid, frekuensi mengonsumsi cokelat, dan pengetahuan tentang cokelat. Berdasarkan hasil penelitian, saran dari penulis adalah (1) cokelat lokal Gun-Kid harus selalu meningkatkan produknya untuk mempertahankan dan meningkatkan persepsi konsumen, (2) cokelat lokal Gun-Kid dapat melakukan promosi yang edukatif untuk meningkatkan pengetahuan konsumen tentang cokelat dan manfaatnya, (3) cokelat lokal Gun-Kid dapat mendistribusikan produknya ke luar daerah untuk menarget konsumen luar daerah sebagai cokelat khas Gunungkidul, (4) pemerintah dapat memberikan bantuan dan dukungan sehingga cokelat lokal Gun-Kid dapat tumbuh lebih cepat.

Kata kunci: persepsi, konsumen, cokelat Gun-Kid.

### *Abstract*

*This research aims to (1) understand the consumer perception of Gun-Kid local chocolate products and (2) analyze the determinant factors of consumer perception of Gun-Kid local chocolate products. By using simple random sampling, 60 consumers are involved in this research. The analysis used in this research are (1) proportion test and (2) multiple linear regression test. The results show that (1) most of the consumers have good perception toward Gun-Kid local chocolate products and (2) the determinant factors of consumers perception of Gun-Kid local chocolate products are income, place of origin, Gun-Kid chocolate purchase frequency, chocolate consumption frequency, and knowledge of chocolate. Based on the results, the authors suggested (1) Gun-Kid local chocolate should always improve its products to maintain and improve consumer perceptions, (2) Gun-Kid local chocolate can carry out educative promotions to increase consumers knowledge about chocolate and its benefits, (3) Gun-Kid's local chocolate can distribute its products outside the region to target consumers outside the region as Gunungkidul's specialty chocolate, (4) the government can provide assistance and support so that Gun-Kid's local chocolate can grow faster.*

*Key words: perception, consumers, Gun-Kid chocolate.*