

## ABSTRAKSI

Penelitian ini adalah penelitian sosial yang bertujuan untuk mengetahui persepsi konsumen biskuit wafer terhadap atribut produk dan untuk mengetahui pangsa pasar masing-masing merek dengan menggunakan analisa rantai Markov yaitu dengan mengetahui tingkat loyalitas dan perpindahan merek yang dilakukan oleh konsumen.

Analisa Rantai Markov dipakai untuk mengetahui pangsa pasar masing-masing merek. Pada penelitian ini diketahui pangsa pasar untuk Tanggo Wafer adalah 42%, Wafero 20,57%, Selamat Wafer 20,55%, Nissin Wafer 13,05% dan Roma Wafer 3,82%. Dengan mengetahui pangsa pasar masing-masing merek tersebut dapat disusun suatu strategi pemasaran untuk masa yang akan datang terutama dengan memperhatikan sikap konsumen terhadap atribut produk.

Dari analisa indeks sikap konsumen diketahui bahwa konsumen mempunyai sikap yang baik terhadap atribut produk. Hal ini ditunjukkan dengan indeks sikap konsumen kelas sosial bawah sebesar 3,935, kelas sosial menengah 3,841 dan kelas sosial atas 4,402. Keadaan ini dapat diartikan bahwa konsumen telah menaruh perhatian pada atribut produk biskuit wafer walaupun belum seluruh atribut menjadi perhatian utamanya saat akan membeli dan mengkonsumsinya.

Untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antara status sosial responden, usia dan tingkat pendidikan dilakukan analisa Kai Kuadrat yaitu dengan tabulasi silang, diperoleh hasil bahwa tidak ada perbedaan antara status sosial responden, usia dan tingkat pendidikan dengan pemilihan merek terakhir yang dilakukan oleh responden.

Penyusunan strategi pemasaran menyangkut proses interaksi antara kekuatan pemasaran di dalam perusahaan dan keadaan diluar perusahaan. Keadaan diluar perusahaan yang utama adalah perilaku konsumen. Telah diketahui bahwa konsumen mempunyai sikap yang positif terhadap atribut produk, dengan demikian perusahaan harus mampu meningkatkan citra produk yang telah dikeluarkan agar konsumen tertarik dan loyal pada produk tersebut. Disamping itu dengan mengetahui sikap konsumen pada masing-masing kelas sosial, lebih memudahkan produsen untuk menyusun kembali langkah-langkah pemasarannya yaitu dengan lebih memperhatikan segmen pasar bagi produknya. Wafer Tanggo sebagai *market leader* dengan pangsa pasar tertinggi (42%) mempunyai tingkat loyalitas 80%, artinya 80% pelanggan Wafer Tanggo tetap setia pada merek tersebut. Hal ini berarti wafer Tanggo berhasil mempertahankan pelanggannya dengan memuaskan kebutuhan dan keinginan pelanggan seperti harga yang terjangkau, rasa dan aroma yang bervariasi, pilihan ukuran kemasan yang sesuai untuk satu kali makan, kemudahan mendapatkan produk, kemasan yang menarik disertai informasi yang lengkap dan pengenalan produk lewat media televisi yang cukup menarik. Kondisi ini bisa diikuti oleh penantang pasar seperti Wafer wafero dan Selamat wafer, juga oleh pengikut pasar seperti Nissin Wafer dan Roma Wafer yang mempunyai pangsa pasar yang rendah.