

## INTISARI

PT Indofood Fritolay Makmur merupakan salah satu produsen makanan ringan yang cukup besar di Indonesia, memiliki enam merek makanan ringan baik lokal maupun internasional, antara lain Chitato, Lay's, Qtela, JetZ, Cheetos, dan Chiki. Qtela merupakan merek makanan ringan keripik singkong yang baru diluncurkan pada bulan Desember 2007 oleh PT Indofood Fritolay Makmur.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa posisi makanan ringan keripik singkong Qtela terhadap pesaingnya berdasarkan persepsi konsumen.

Dengan menggunakan metode *Correspondence Analysis*, dihasilkan peta persepsi merek-merek keripik singkong beserta atribut yang paling dekat asosiasinya. Pada peta persepsi nampak dua kelompok merek yaitu kelompok A yang terdiri dari keripik singkong merek Payung, Del Santos, Maxi, Hottest, dan Kingkong dan kelompok B yang terdiri dari keripik singkong merek Qtela dan Kusuka. Kelompok A lebih diasosiasikan kuat terhadap atribut harga dan kelompok B lebih diasosiasikan kuat terhadap atribut iklan.

Keripik Singkong Qtela dipersepsikan sebagai keripik singkong yang memiliki harga jual lebih mahal dibanding pesaingnya pada kelompok A. Selain itu, Qtela diposisikan berdampingan dengan Kusuka atau dengan kata lain Kusuka merupakan kompetitor utama, karena dipersepsikan memiliki harga yang sama mahal dan sama-sama melakukan komunikasi di media iklan.

**Kata Kunci:** *Correspondence Analysis*, Peta Persepsi, Keripik Singkong



## **ABSTRACT**

*PT Indofood Fritolay Makmur is one of big snack manufacturer in Indonesia, have 6 brands neither local nor international, such as Chitato, Lay's, Qtela, JetZ, Cheetos, and Chiki. Qtela is cassava chips that has launched on December 2007 by PT Indofood Fritolay Makmur.*

*This research is aiming to analyze positioning Qtela Cassava Chips against its competitors based on consumer's perception*

*Using Correspondence Analysis, the method build perceptual map of cassava chips brands and its attributes that highly associated to the brands. Through the map, it is shown that there are two groups of brands. Those are group A, which consist of cassava chips: Payung, Del Santos, Maxi, Hottest, and Kingkong and group B, which consist of cassava chips: Kusuka and Qtela. Group A is highly associated to price attribute and group B is highly associated to advertising attribute.*

*Qtela Cassava Chips is being perceived as cassava chips at higher price among its competitor in group A. In addition, Qtela is positioned side by side with Kusuka or in other words Kusuka is the major competitor of Qtela, because it is perceived to have the same higher price and both go advertise through the commercial media.*

**Keywords:** *Correspondence Analysis, Perceptual Map, Cassava Chips*