

ANALISIS CITRA MEREK PAKAN TERNAK NUTRIFEED PADA KONSUMEN KJUB PUSPETASARI KLATEN JAWA TENGAH

Mei Wahyunita

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui citra merek pakan ternak Nutrifeed pada KJUB Puspetasari. Metode yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah *simple random sampling* berjumlah 87 responden. Pengumpulan data primer dilakukan dengan metode kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Teknik pengujian data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi uji validitas, uji reliabilitas dengan *Cronbach Alpha* dan mean aritmatik. Berdasarkan pada hasil akhir perhitungan *mean* aritmatik, hasil dari Citra Pembuat meliputi indikator nama Besar Perusahaan, Jaringan Penjualan dan Layanan Perusahaan mendapatkan perolehan nilai sebesar 2,98 nilai tersebut tergolong kategori skor setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa Citra Pembuat produk pakan ternak Nutrifeed mempunyai reputasi yang baik dan jaringan distribusi sangat luas serta pelayanan yang diberikan sesuai dengan yang diharapkan. Hasil dari Citra Pemakai meliputi indikator Percaya Diri dan Pilihan Produk mendapatkan perolehan nilai sebesar 2,93 nilai tersebut tergolong kategori setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa Citra Pemakai lebih aman membeli produk pakan ternak Nutrifeed serta produk pakan ternak lebih banyak dipilih oleh Petani dan Peternak sapi. Hasil dari Citra Produk meliputi indikator Kemasan dan Kualitas mendapatkan perolehan nilai sebesar 2,89 nilai tersebut tergolong kategori skor setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa bahwa konsumen setuju dengan merek Nutrifeed mudah diingat dan memiliki kualitas yang unggul di setiap produknya.

Kata Kunci : *Citra Pembuat, Citra Pemakai, Citra Produk*

8/9 '21


 Ace
21/8-21

**ANALYSIS OF NUTRIFEED ANIMAL FEED BRAND IMAGE ON
CONSUMERS OF KJUB PUSPETASARI KLATEN, CENTRAL JAVA**

Mei Wahyunita

Abstract

This study aims to determine the brand image of Nutrifeed animal feed at KJUB Puspetasari. The method used in sampling is simple random sampling totaling 87 respondents. Primary data collection is done by questionnaire method that has been tested for validity and reliability. Data testing techniques used in this study includes validity test, reliability test with Cronbach's Alpha and arithmetic mean. Based on the final result of arithmetic mean calculation, the result of Image. The maker includes the Big Name Company indicator, Sales Network and Company Service getting a score of 2.98, the value is classified as an agreed score category. The results from User Image include indicators of Confidence and Product Choice, getting a score of 2.93, the value is classified as an agreed category. This shows that User Image is safer to buy Nutrifeed animal feed products and animal feed products are more chosen by farmers and Cattle Breeders. The results of Product Image include indicators of Packaging and Quality, obtaining a score of 2.89. This value is classified as an agreed score category. This indicates that consumers agree that the Nutrifeed brand is easy to remember and has superior quality in each of its products.

Keywords: *Maker Image, User Image, Product Image*

