

ANALISIS *PERCEIVED QUALITY* TERHADAP *PERCEIVED VALUE* PADA AYAM CRISBAR (PT. REKA CIPTA SELERA)

Ditulis oleh:
Anisa Puspita Azhari

Dibimbing Oleh:
Dr. Ir. Dani Dagustani, MM., CMA

ABSTRAK

Ayam Crisbar adalah salah satu merek dagang dari PT. Reka Cipta Selera yang mana bisnis kuliner ini menyediakan menu ayam sebagai menu utamanya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui analisis *perceived quality* terhadap *perceived value* pada Ayam Crisbar (PT. Reka Cipta Selera) secara parsial. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan verifikatif serta pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan data primer berupa observasi dan penyebaran kuesioner dengan menggunakan teknik *Purposive Sampling* dengan jumlah 100 sampel konsumen Ayam Crisbar yang sudah pernah mencoba produk Ayam Crisbar di cabang manapun. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan analisis kuantitatif. Pengujian hipotesis menggunakan analisis regresi linier sederhana, analisis koefisien determinasi, uji normalitas *Kolmogorov-smirnov*, dan uji t (parsial) dengan bantuan SPSS 29. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Perceived Quality* berpengaruh signifikan terhadap *Perceived Value* pada Ayam Crisbar (PT. Reka Cipta Selera). Determinasi 85,1% sedangkan sisanya sebesar 14,9% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

Kata Kunci: *Perceived Quality, Perceived Value*

ANALYSIS OF PERCEIVED QUALITY ON PERCEIVED VALUE IN AYAM CRISBAR (PT. REKA CIPTA SELERA)

Written by:
Anisa Puspita Azhari

Supervised by:
Dr. Ir. Dani Dagustani, MM., CMA

ABSTRACT

Ayam Crisbar is one of the trademarks of PT. Reka Cipta Selera, which operates in the culinary business providing chicken dishes as its main menu. The aim of this research is to determine the analysis of perceived quality towards perceived value of Ayam Crisbar (PT. Reka Cipta Selera) partially. This research employs descriptive and verificative methods, and data collection is conducted using primary data through observations and questionnaire distribution using Purposive Sampling technique with a sample size of 100 Ayam Crisbar consumers who have tried Ayam Crisbar products at any branch. The researcher uses quantitative analysis in this study. Hypothesis testing is conducted using simple linear regression analysis, coefficient of determination analysis, Kolmogorov-Smirnov normality test, and t-test (partial) with the assistance of SPSS 29. The results of this research indicate that Perceived Quality significantly influences Perceived Value of Ayam Crisbar (PT. Reka Cipta Selera). The determination is 85.1%, while the remaining 14.9% is influenced by other factors not examined in this research.

Keywords: *Perceived Quality, Perceived Value*