

# PERSEPSI KONSUMEN PADA PRODUK *LAWAR PLEK* DI DESA KETEWEL KABUPATEN GIANYAR

Oleh  
**I Made Hadi Purwanatha**  
Program Studi Pendidikan Kesejahteraan Keluarga  
Jurusan Teknologi Industri  
Fakultas Teknik dan Kejuruan  
Universitas Pendidikan Ganesha  
Email: [hadipurwanatha1903@gmail.com](mailto:hadipurwanatha1903@gmail.com)

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan persepsi konsumen terhadap produk *Lawar Plek* di Desa Ketewel Kabupaten Gianyar. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif kuantitatif. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *accidental sampel*. Teknik pengumpulan data menggunakan kuisioner, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan teknik analisis presentase. Teknik analisis presentase digunakan untuk mengetahui deskripsi jawaban responden terhadap sikap dan motivasi dalam membeli, produk, dan keputusan pembelian. Hasil penelitian menunjukkan persepsi konsumen pada produk *Lawar Plek* Di Desa Ketewel Kabupaten Gianyar dilihat dari aspek sikap dan motivasi terkait lawar plek di tiga warung yang berbeda, konsumen menerima keberadaan lawar plek dan keinginan konsumen untuk membeli lawar plek sangat tinggi, dan konsumen tertarik untuk membeli karena unik dan khas Bali. Hasil analisis persentase dari aspek produk, didapatkan bahwa cita rasa yang khas diutamakan konsumen sehingga konsumen tertarik untuk membeli lawar plek. Keputusan membeli produk *lawar plek* berdasarkan hasil analisis persentase diperoleh bahwa konsumen mengutamakan dan tertarik untuk membeli lawar plek karena produk yang dijual terlihat bersih, rapi dan konsumen ingin mencoba sesuatu yang baru.

**Kata Kunci** : Keputusan Membeli, Lawar Plek, Produk, Sikap dan Motivasi.

## ABSTRACT

This study aims to describe consumer perceptions of Lawar Plek products in Ketewel Village, Gianyar Regency. The method used in this research was a quantitative descriptive research method. The sampling technique used in this study was the accidental sample technique. The data were collected through questionnaires, interviews, and documentation. The data were analyzed using percentage analysis technique, it was used to find out the description of respondents' answers on attitudes and motivation in buying, products, and purchasing decisions. The results showed that consumers' perceptions of Lawar Plek products in Ketewel Village, Gianyar Regency were seen from the attitude and motivational aspects related to lawar plek in three different stalls. Consumers accept the existence of Lawar Plek and the desire of consumers to buy Lawar Plek is very high, and

consumers are interested in buying it because it is unique and Balinese. The results of the percentage analysis from the product aspect found that the distinctive taste is prioritized by the consumers so that consumers are interested in buying Lawar Plek. The decision to buy Lawar Plek products based on the percentage analysis results shows that consumers prioritize and are interested in buying Lawar Plek because the products sold look clean, neat and consumers want to try something new.

**Keywords:** Buying Decision, Lawar Plek, Products, Attitudes and Motivation.

