

## **Abstrak**

Gea, agustinus, 2025. Analisis persepsi pelanggan pada kualitas produk pertanian di toko makmur tani. Skripsi. Universitas Nias. Dosen pembimbing idarni harefa, S.E., M.E.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis persepsi pelanggan terhadap kualitas produk pertanian yang dijual di Toko Makmur Tani serta mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhinya. Latar belakang penelitian ini didasarkan pada fenomena beragamnya penilaian pelanggan terhadap kualitas produk pertanian yang bersifat subjektif dan dipengaruhi oleh kesegaran, harga, pelayanan, maupun pengalaman belanja. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Informan penelitian terdiri dari pemilik, karyawan, serta pelanggan Toko Makmur Tani. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi pelanggan sangat dipengaruhi oleh faktor pengalaman pribadi, ekspektasi, pelayanan, serta informasi yang diperoleh baik secara langsung maupun melalui media digital. Selain itu, kualitas produk yang dinilai dari kesegaran, tampilan, kemasan, dan harga juga menjadi indikator utama dalam membentuk persepsi. Temuan ini menegaskan pentingnya peningkatan kualitas produk dan pelayanan secara konsisten untuk menjaga kepuasan dan loyalitas pelanggan.

**Kata Kunci:** Persepsi pelanggan, kualitas produk, kepuasan pelanggan.

## Abstract

*Gea, Agustinus, 2025. Analysis of Customer Perceptions of Agricultural Product Quality at the Makmur Tani Store. Thesis. Nias University. Supervisor: idarni harefa, S.E., M.E.*

*This study aims to analyze customer perceptions of the quality of agricultural products sold at Toko Makmur Tani and to identify the factors that influence them. The background of this research is based on the phenomenon of diverse customer assessments of agricultural product quality, which are subjective and influenced by freshness, price, service, and shopping experience. A qualitative research approach was employed, using data collection techniques such as interviews, observations, and documentation. Research informants included the owner, employees, and customers of Toko Makmur Tani. The findings indicate that customer perceptions are strongly shaped by personal experiences, expectations, service quality, and information obtained both directly and through digital media. In addition, product quality—evaluated through freshness, appearance, packaging, and price—serves as the main indicator in shaping customer perceptions. These results highlight the importance of consistently improving product quality and service to maintain customer satisfaction and loyalty.*

**Keywords:** *Customer perception, product quality, agricultural products, customer satisfaction.*