

ABSTRAK

Keinginan konsumen untuk mengkonsumsi kuliner tradisional mulai berkurang dengan adanya kuliner modern. Masalah tersebut terjadi karena gaya hidup manusia yang sering kali mengubah kebiasaan dan tradisi dalam berperilaku, salah satunya dalam mengkonsumsi kuliner tradisional Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) jajanan pasar Buah Batu Bandung. Tujuan melakukan studi pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) jajanan pasar Buah Batu Bandung dengan melakukan analisis persepsi konsumen terhadap kuliner tradisional di Bandung. Penelitian ini menggunakan empat variabel bebas yaitu *perceived quality*, *perceived price*, *trust*, dan *satisfaction* serta variabel terikat yaitu persepsi konsumen kuliner tradisional Bandung. Metode penelitian yang digunakan yaitu metodologi kuantitatif. Populasi pada penelitian ini adalah konsumen Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) jajanan pasar Buah Batu Bandung. Teknik *non-probability sampling* digunakan dalam pengambilan sampel dengan mengolah 300 responden menggunakan *IBM SPSS Version 20*. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini dilihat secara signifikan adalah *perceived quality* (0,000), *satisfaction* (0,000), *perceived price* (0,022) dan *trust* (0,377), dimana konsumen sangat memperhatikan dalam hal *perceived quality* dari Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) jajanan pasar Buah Batu Bandung.

Kata Kunci : Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM), Perceived Quality, Perceived Price, Trust, Satisfaction, Kuliner Tradisional