

**PERBEDAAN PERSEPSI TERHADAP PRODUK MINUMAN
COCA COLA DAN PEPSI BLUE PADA KONSUMEN
REMAJA YANG MEMINUM COCA COLA DAN
PEPSI BLUE DI SMU KATOLIK St.LOUIS I
SURABAYA**

SKRIPSI



OLEH :

THERESIA MIRABEL WIDJAYA

7103000098

No. BUKU	2690/04
TGL. TERIMA	01-11-2004
B. I.	Psy
No. BUKU	FPSI
	Wtd
	P-1
KOP. KE	1 (Satu)

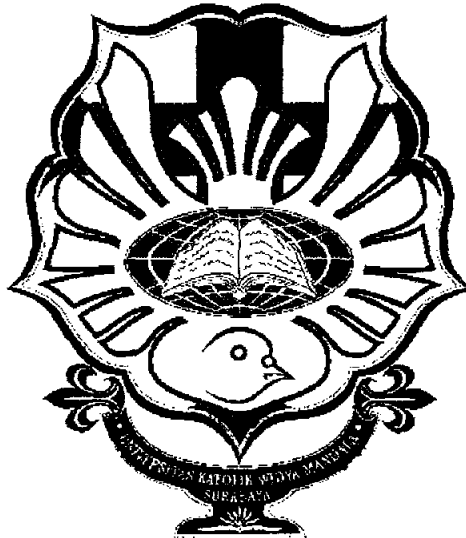
**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2004**

**PERBEDAAN PERSEPSI TERHADAP PRODUK MINUMAN
COCA COLA DAN PEPSI BLUE PADA KONSUMEN
REMAJA YANG MEMINUM COCA COLA DAN
PEPSI BLUE DI SMU KATOLIK St.LOUIS I
SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan kepada

**Fakultas Psikologi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya
untuk memenuhi sebagian persyaratan
memperoleh gelar Sarjana Psikologi**



OLEH :

Theresia Mirabel Widjaya

7103000098

**Fakultas Psikologi
Universitas Katolik Widya Mandala
Surabaya
2004**

SURAT PERNYATAAN

Yang bertandatangan di bawah ini :

Nama mahasiswa : THERESIA MIRABEL WIDJAYA

NRP : 7103000098

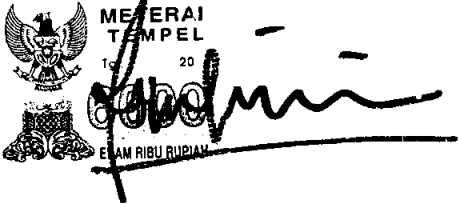
Fakultas : Psikologi

Alamat : NGAGEL JAYA UTARA VII/18
SURABAYA

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang saya buat adalah hasil pemikiran saya sendiri dan tidak merupakan hasil **PLAGIAT**.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, dan bersedia menerima sanksi apabila saya melanggar hal-hal yang tidak sesuai dengan pernyataan ini.

Surabaya, 14 Juli 2004
Yang membuat pernyataan,



METERAI
TEMPEL
10 20
ESEM RIBU RUPIAH

THERESIA MIRABEL WIDJAYA

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

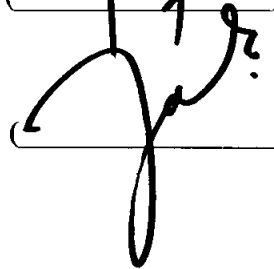
**PERBEDAAN PERSEPSI TERHADAP PRODUK MINUMAN COCA COLA
DAN PEPSI BLUE PADA KONSUMEN REMAJA YANG MEMINUM COCA
COLA DAN PEPSI BLUE DI SMU KATOLIK St. LOUIS I SURABAYA**

Oleh :

THERESIA MIRABEL WIDJAYA
NRP 7103000098

Telah dibaca, disetujui dan diterima untuk diajukan ke tim penguji skripsi

Pembimbing utama : Drs. Psi. Musa Tanaja, M.Si. ()

Pembimbing pendamping : Jaka Santosa S., S.Psi. ()

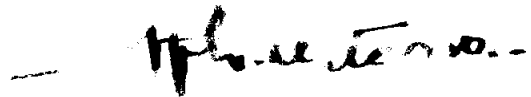
Surabaya, 6 Juli 2004

HALAMAN PENGESAHAN

Dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi
Fakultas Psikologi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya
Dan diterima untuk memenuhi sebagian persyaratan
memperoleh Gelar Sarjana Psikologi

pada tanggal 21 Juli 2004

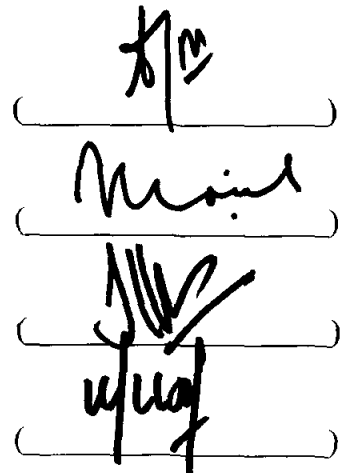
Mengesahkan,
Fakultas Psikologi,
Dekan,



(Drs. Psi. M.L. Oetomo)

Dewan Penguji :

1. Ketua : Agnes Maria S., M.Psych
2. Sekretaris : Monika Eviandaru., S.Psi
3. Anggota : Dessi Christanti, M.Si
4. Anggota : Drs. Psi. Musa Tanaja, M.Si



*A great pleasure in life is doing what people say
you cannot do.*

(Walter Gagehot)

*Imagination is stronger than knowledge.
Knowledge is limited, imagination encircles the
world.*

(Albert Einstein)

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan karuniaNya, akhirnya penulisan skripsi ini dapat terselesaikan. Walaupun dengan waktu yang relatif lama dan dijumpai beberapa rintangan, tetapi akhirnya dengan rahmatNya dan bimbingan dari beberapa dosen, keluarga dan sahabat yang selalu mendukung setiap langkah dalam menyelesaikan skripsi ini, akhirnya penulis dapat menyelesaikan penulisan tugas akhir ini.

Adapun penyusunan skripsi ini dimaksudkan sebagai salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Psikologi pada Fakultas Psikologi Universitas Katolik Widya Mandala, Surabaya.

Penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan dan dorongan dari berbagai pihak, sehingga melalui skripsi ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Drs. Psi. M. L. Oetomo, selaku Dekan Fakultas Psikologi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang telah memberikan ijin kepada peneliti untuk melakukan penelitian, dan telah mengajar, memberikan ilmunya kepada peneliti.
2. Bapak Drs. Musa Tanaja, M.Si, selaku dosen pembimbing I yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, dan memberikan petunjuk serta dorongan dan masukan yang bermanfaat dalam penyusunan skripsi ini.

3. Bapak Jaka Santosa, S.Psi, selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan dan memberikan pengarahan yang teliti kepada penulis.
4. Ibu Ratna Yudhawati, S.Psi, selaku dosen wali yang mendukung penulisan skripsi ini.
5. Ibu Yuni Apsari, S.Psi, selaku pembantu dekan III yang telah memberikan ide awal penulisan skripsi ini dan memberikan banyak saran serta dukungan dalam penyelesaian skripsi ini.
6. Para Bapak dan Ibu dosen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya, yang telah membekali penulis dengan pengetahuan yang berguna dan merupakan bekal yang bermanfaat dalam hidup bermasyarakat.
7. Bagian Tata Usaha Fakultas Psikologi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya, yaitu Ibu Wati, Ibu Dina dan Ibu Eva untuk kerjasamanya selama ini dan membantu urusan administrasi yang diperlukan penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
8. Romo Alex Dwi Widiatna, M.Ed., selaku kepala sekolah SMU Katolik St. Louis I Surabaya beserta seluruh staf yang telah memberikan ijin pengambilan data kepada penulis sehingga penulisan skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik dan lancar.
9. Bapak Tri, Bapak Basuki, dan Ibu Lydia selaku guru di SMU Katolik St. Louis I Surabaya yang telah meluangkan waktu dan membantu penulis dalam menyebarkan angket.

10. Siswa-siswi SMU Katolik St. Louis I Surabaya, yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah meluangkan waktu dan pikiran dalam menjawab pertanyaan dan mengisi angket yang diberikan.
11. Daddy (alm), Mama dan saudara penulis, Grace, Larry dan Yayak, serta Papi Haryadinata yang telah membantu dalam hal materi dan segala pengorbanan, semangat dan dorongan hingga terselesaikannya penulisan skripsi ini dan dapat menyelesaikan pendidikan hingga perguruan tinggi seperti yang diharapkan.
12. Reni dan Diana, terima kasih untuk dukungan doa, semangat dan perhatian serta kerjasama yang telah diberikan kepada penulis selama ini.
13. Nita, Ika, Irene, terima kasih untuk selalu memberikan semangat, dukungan doa dan persahabatan yang terjalin selama ini.
14. Agus “Some”, terima kasih untuk bantuan yang selalu diberikan pada penulis selama perkuliahan sampai akhirnya penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
15. Eli, Weni, Dewi, Dayu, Jepe, Santi dan penulis yang lain di Fakultas Psikologi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya, untuk kerjasama kalian selama ini kepada penulis dalam menempuh pendidikan psikologi ini.
16. Ibu Yuyun, Ibu Irma dan teman-teman di House of Sampoerna, terima kasih untuk dukungan serta kerjasama yang terjalin selama ini.
17. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu-persatu, yang telah ikut membantu penulis dalam kelancaran studi dan proses penulisan skripsi ini.

Akhir tulis, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih kurang sempurna, karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran dari pembaca. Penulis juga berharap semoga skripsi ini dapat menambah pengetahuan, wawasan, dan juga dapat memberikan manfaat bagi semua pembaca.

Surabaya, Juli 2004

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul	i
Halaman Pernyataan	ii
Halaman Persetujuan	iii
Halaman Pengesahan	iv
Motto	v
Kata Pengantar	vi
Daftar Isi	x
Daftar Tabel	xiii
Daftar Lampiran	xiv
Abstraksi	xv
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Batasan Masalah	10
1.3. Rumusan Masalah	11
1.4. Tujuan Penelitian	11
1.5. Manfaat Penelitian	11
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1. Persepsi terhadap Produk Minuman Coca Cola dan Pepsi Blue	13
2.1.1. Persepsi	13
2.1.1.1. Pengertian Persepsi	13
2.1.1.2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Persepsi	14
2.1.1.3. Warna	15
2.1.2. Produk	17
2.1.2.1. Pengertian Produk	17
2.1.2.2. Produk Minuman Coca Cola dan Pepsi Blue	19
2.2. Perilaku Membeli pada Remaja	20

2.2.1. Pengertian Perilaku Membeli	20
2.2.2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Membeli	22
2.2.3. Proses Pengambilan Keputusan Membeli	27
2.2.4. Remaja	29
2.2.5. Batasan Usia Remaja	30
2.2.6. Remaja dan Perilaku Membeli	31
2.3. Perbedaan Persepsi terhadap Produk Minuman Coca Cola dan Pepsi Blue pada Konsumen Remaja	33
2.4. Hipotesis	34
BAB III. METODE PENELITIAN	36
3.1. Identifikasi Variabel Penelitian	36
3.2. Definisi Operasional	36
3.3. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel	37
3.4. Metode Pengumpulan Data	38
3.5. Validitas Alat Ukur	40
3.6. Pengumpulan Data	41
3.7. Teknik Analisis Data	41
BAB IV. PELAKSANAAN DAN HASIL PENELITIAN	42
4.1. Orientasi Kancan Penelitian	42
4.2. Persiapan Penelitian	43
4.3. Pelaksanaan Penelitian	45
4.4. Hasil penelitian	47

4.4.1. Uji Asumsi	47
4.4.2. Uji Hipotesis	51
BAB V. PENUTUP	60
5.1. Bahasan	60
5.2. Simpulan	63
5.3. Saran	67
DAFTAR PUSTAKA	69
LAMPIRAN	72

DAFTAR TABEL

	Halaman
4.1. Uji normalitas pada peminum Coca Cola	47
4.2. Uji normalitas pada peminum Pepsi Blue	48
4.3. Uji homogenitas pada peminum Coca Cola	49
4.4. Uji homogenitas pada peminum Pepsi Blue	50
4.5. Uji perbedaan persepsi terhadap produk minuman Coca Cola dan Pepsi Blue pada peminum Coca Cola	51
4.6. Rangkuman hasil uji perbedaan persepsi terhadap produk minuman Coca Cola dan Pepsi Blue pada peminum Coca Cola	52
4.7. Uji perbedaan persepsi terhadap produk minuman Coca Cola dan Pepsi Blue pada peminum Pepsi Blue	54
4.8. Rangkuman hasil uji perbedaan persepsi terhadap produk minuman Coca Cola dan Pepsi Blue pada peminum Pepsi Blue	55
4.9. Uji perbedaan persepsi terhadap produk minuman Coca Cola pada peminum Coca Cola dan Pepsi Blue	56
4.10. Uji perbedaan persepsi terhadap produk minuman Pepsi Blue pada peminum Coca Cola dan Pepsi Blue	58

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
1. Hasil wawancara penggalan <i>construct</i>	72
2. Hasil analisis isi/kategorisasi <i>construct</i>	78
3. Angket penelitian	85
4. Daftar <i>coding</i> pada peminum Coca Cola	88
5. Daftar <i>coding</i> pada peminum Pepsi Blue	93
6. Hasil uji normalitas pada peminum Coca Cola	98
7. Hasil uji homogenitas pada peminum Coca Cola	108
8. Hasil t-test sample berpasangan pada peminum Coca Cola	108
9. Hasil uji normalitas pada peminum Pepsi Blue	112
10. Hasil uji homogenitas pada peminum Pepsi Blue	122
11. Hasil t-test sample berpasangan pada peminum Pepsi Blue	122
12. Hasil uji normalitas untuk uji Anova	126
13. Hasil Anova peminum Coca Cola vs. peminum Pepsi Blue	145
14. Surat ijin pengambilan data dari Fakultas Psikologi Universitas Katolik Widya Mandala	153
15. Surat keterangan telah melakukan pengambilan data dari SMU Katolik St. Louis I Surabaya	154

Theresia Mirabel Widjaya (2004). “Perbedaan persepsi terhadap produk minuman Coca Cola dan Pepsi Blue pada konsumen remaja yang meminum Coca Cola dan Pepsi Blue di SMU Katolik St. Louis I Surabaya.” **Skripsi Sarjana Strata I**, Fakultas Psikologi, Universitas Katolik Widya Mandala, Surabaya.

ABSTRAKSI

Ketertarikan terhadap suatu produk dipengaruhi oleh banyak hal, di antaranya adalah warna. Coca Cola dan Pepsi Blue adalah minuman ringan cola yang menarik untuk diteliti, karena Coca Cola merupakan produk lama yang sudah dikenal, sedangkan Pepsi Blue adalah produk baru dan inovatif dengan tampilan warna birunya, yang di luar kebiasaan dari warna produk minuman ringan cola pada umumnya.

Konsumen melihat warna jauh lebih cepat daripada melihat bentuk atau rupa. Warnalah yang pertama kali dilihat bila produk berada di tempat penjualan. Dengan tampilan warnanya yang lain dari biasa, Pepsi Blue mencoba membidik pasar remaja, yang secara psikologis memiliki ciri ingin mencari sesuatu yang baru, senang melakukan hal-hal yang inovatif, dan berorientasi pada kelompok referensi. Jadi, secara teoretis, seharusnya terjadi perbedaan persepsi terhadap produk Coca Cola dan Pepsi Blue.

Penelitian ini dilakukan dengan mengambil subjek penelitian yaitu 30 siswa-siswi SMU Katolik St. Louis I, Surabaya, yang lebih sering mengkonsumsi Coca Cola dan 30 siswa-siswi SMU Katolik St. Louis I, Surabaya, yang lebih sering mengkonsumsi Pepsi Blue. Angket untuk penelitian ini dibuat sesuai skala Diferensi Semantik, yang pasangan aitem-aitemnya digali menggunakan metode Repertory Grid terhadap 9 siswa-siswi SMU Katolik St. Louis I, Surabaya. Analisis data dilakukan dengan menggunakan teknik t-test untuk sample berpasangan, dan anova.

Berdasarkan hasil analisis data diperoleh hasil bahwa ada perbedaan persepsi yang signifikan terhadap minuman Coca Cola melawan Pepsi Blue. Peminum Coca Cola mempersepsi Coca Cola sebagai minuman yang menyegarkan, minuman dengan rasa Cola, memiliki kemasan yang menarik, desain/gambar kemasan yang menarik, warna minuman kurang menarik, minuman untuk semua kalangan, produk yang sudah lama ada, merek terkenal, dipromosi dengan gencar, dan diproduksi oleh pabrik yang besar. Sedangkan peminum Pepsi Blue mempersepsi Pepsi Blue sebagai minuman dengan rasa unik/khas, minuman dengan rasa bervariasi, minuman yang membuat penasaran untuk dicoba, minuman yang hanya dikemas dalam botol, minuman yang memiliki desain/gambar kemasan kurang menarik, namun memiliki warna kemasan dan warna produk yang menarik, minuman berharga mahal, minuman untuk kalangan tertentu saja, terutama untuk kalangan remaja, dan merupakan minuman yang inovatif.

Saran bagi produsen, khususnya produsen Pepsi Blue, terobosan inovasinya sebenarnya sudah dapat diterima dan berpotensi besar untuk pangsa pasar remaja, namun potensi tersebut harus dioptimalkan dengan upaya promosi yang efektif untuk meningkatkan persepsi positif di kalangan remaja. Sedangkan bagi produsen Coca Cola, bila akan memperkuat pangsa pasar remaja, maka Coca Cola harus memproduksi pula produk minuman cola yang memiliki identifikasi khas remaja, seperti inovasi unik yang sesuai dengan jiwa/kepribadian para remaja.