

SKRIPSI

MOEDJIONO

**ANALISA PILIHAN UTAMA KONSUMEN DALAM
PEMBELIAN PRODUK PASTA GIGI PEPSODENT
DI SURABAYA**



No. INDUK	0808/01
TGL TERIMA	13. 4. 00
E	/
No. EUKU	FE-M Mor a-1
KCP KE	1 (satu)

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA**

2000

ANALISA PILIHAN UTAMA KONSUMEN DALAM PEMBELIAN

PRODUK PASTA GIGI PEPSODENT DI SURABAYA



SKRIPSI
diajukan kepada
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
untuk memenuhi sebagian persyaratan
memperoleh gelar Sarjana Ekonomi
Bidang Studi Manajemen

OLEH:

Moedjiono

3103095141

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA

SURABAYA

Februari 2000

LEMBAR PERSETUJUAN

Naskah skripsi berjudul Analisa Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Produk Pasta Gigi Pepsodent Di Surabaya yang ditulis oleh Moedjiono telah disetujui dan diterima untuk diajukan ke Tim Penguji.



Pembimbing I: _____



Pembimbing II: _____

Skripsi

ANALISA PERILAKU KONSUMEN DALAM PEMBELIAN PRODUK
PASTA GIGI PEPSODENT DI SURABAYA

OLEH:

MOEDJIONO

NRP: 3103095141

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH:

DOSEN PEMBIMBING I

DOSEN PEMBIMBING II


Drs. Ec. SOEWARDJO


Dra. Ec. LENA ELITAN. Msi.

TANGGAL: 7-2-2000.

TANGGAL: 7-2-2000

KETUA JURUSAN


Dra. Ec. CHRISTINA WHIDYA UTAMI

TANGGAL: 7-2-2000

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh: Moedjiono

NRP: 3103095141

Telah disetujui pada tanggal.....Dan dinyatakan LULUS oleh

Ketua Tim Penguji:



Dra. Ec. Triano Musanto

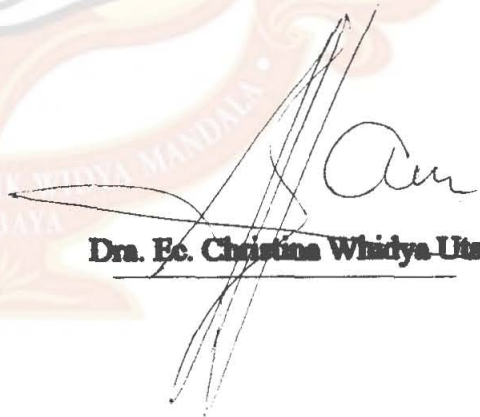
Mengetahui:

Dekan,

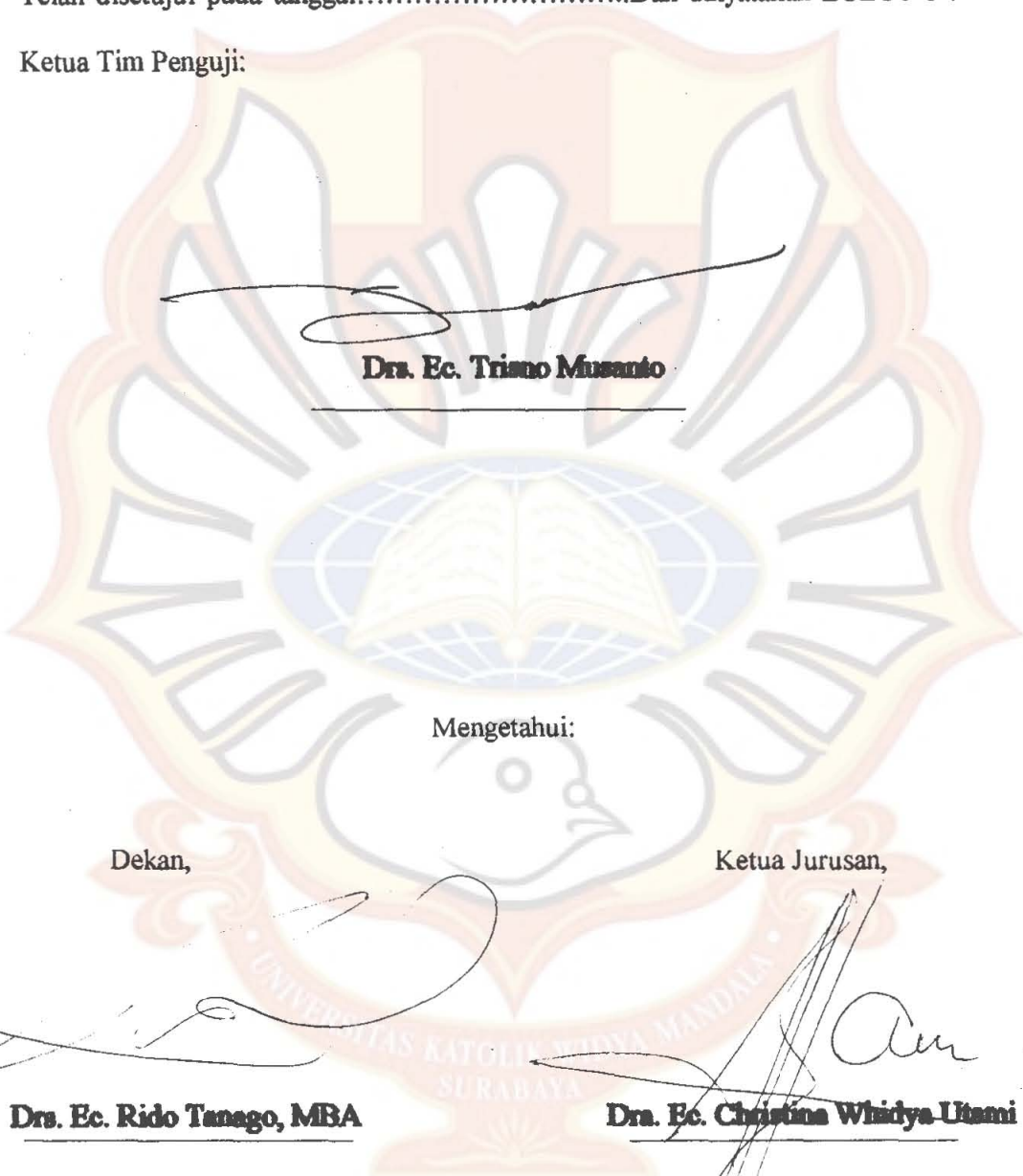
Ketua Jurusan,



Dra. Ec. Rido Tanago, MBA



Dra. Ec. Christina Whidya Utami



KATA PENGANTAR

Atas berkat dan rahmat Tuhan Yang Maha Esa, dan berbekal pada ilmu pengetahuan dan pengalaman yang diperoleh selama mengikuti pendidikan di Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandala, maka penyusunan skripsi dengan judul: Analisis Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Produk Pasta Gigi Pepsodent dapat terselesaikan dengan dengan baik.

Dalam penyusunan skripsi ini, banyak pihak yang telah memberikan bimbingan dan bantuan, oleh karena itu perkenankanlah penulis menyampaikan terima kasih terutama kepada Bapak Drs. Ec. Soewardjo dan Ibu Dra. Ec. Lena Elitan, Msi selaku dosen pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu, tenaga dan pikiran dalam membimbing dan memberi dorongan dalam pelaksanaan dan penyusunan skripsi ini.

Demikian pula, ucapan terima kasih kepada pihak-pihak lain yang turut membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini, antara lain kepada:

- Papa, Mama serta kakak yang telah membantu penulis dan memberikan dorongan mulai dari pemilihan jalur skripsi sampai pada tahap penyusunan skripsi ini hingga selesai.
- Para Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandala, yang telah membimbing dan membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini.
- Lucia Veronica dan seluruh teman-teman yang telah membantu dalam proses penyebaran kuesioner.

- Segenap karyawan perpustakaan yang telah memberikan bantuan dalam penyusunan skripsi ini.
- Responden-responden yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner yang diperlukan dalam rangka pengumpulan data bagi proses penulisan skripsi ini.
- Segenap pihak yang turut membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini.

Akhir kata, penulis menyadari sepenuhnya apabila dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan. Hal ini disebabkan masih terbatasnya pengetahuan dan pengalaman penyusun, sehingga skripsi ini masih jauh dari sempurna. Walaupun demikian penulis berharap materi penulisan ini dapat diterima dan memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan dengan materi skripsi ini.

Surabaya, 7 Februari 2000

Penyusun.

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
ABSTRAKSI	x
BAB 1: PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Permasalahan	1
1.2. Perumusan Masalah	3
1.3. Tujuan Penelitian	3
1.4. Manfaat Penelitian	3
1.5. Sistematika Skripsi	4
BAB 2: TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1. Penelitian Terdahulu	5
2.2. Landasan Teori	6
2.2.1. Pengertian Perilaku Konsumen	6
2.2.2. Beberapa Peranan Dalam Perilaku Konsumen	8
2.2.3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen..	9
2.2.4. Tahap-Tahap Dalam Pembelian	17
2.2.5. Pengertian Produk Dan Penggolongannya	23
2.3. Hipotesis	27

2.4. Model Analisis	27
BAB 3: METODE PENELITIAN	29
3.1. Desain Penelitian	29
3.2. Definisi Operasional	29
3.3. Jenis Dan Sumber Data	30
3.3.1. Jenis Data	30
3.3.2. Sumber Data	30
3.3.3. Pengukuran Data	31
3.4. Prosedur Pengumpulan Data	31
3.5. Populasi, Sampel Dan Teknik Pengambilan Sampel	31
3.5.1. Populasi	31
3.5.2. Sampel	32
3.5.3. Teknik Pengambilan Sampel	33
3.6. Teknik Analisis Data	33
3.7. Pengujian Hipotesis	34
3.7.1. Kriteria Pengujian	34
BAB 4: ANALISIS DAN PEMBAHASAN	35
4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian	35
4.2. Deskripsi Data	37
4.2.1 Analisis Latar Belakang	37
4.3. Pembahasan	41
4.3.1. Harga	41

4.3.1.1. Pilihan Utama Dari Faktor-Faktor Harga Yang Diinginkan Oleh Konsumen	41
4.3.1.2. Pilihan Utama Dari Faktor-Faktor Harga Dalam Hubungannya Dengan Kualitas Produk	42
4.3.1.3. Pilihan Utama Faktor-Faktor Yang Diinginkan Dari Produk Pepsodent Dalam Hubungannya Dengan Tingkat Harga Saat Ini	44
4.3.2. Rasa	46
4.3.2.1. Pilihan Utama Dari Faktor-Faktor Rasa Yang Disukai	46
4.3.2.2. Pilihan Utama Dari Faktor-Faktor Rasa Yang Dominan Pada Saat Menggunakan Pasta Gigi Pepsodent	47
4.3.2.3. Pilihan Utama Dari Faktor-Faktor Yang Dirasakan Setelah Menggunakan Pasta Gigi Pepsodent	48
4.3.3. Manfaat	50
4.3.3.1. Pilihan Utama Dari Faktor-Faktor Manfaat Yang Diinginkan Pada Saat Membeli Produk Pasta Gigi Pepsodent	50
4.3.3.2. Pilihan Utama Dari Faktor-Faktor Manfaat Yang Diperoleh Pada Saat Menggunakan Produk Pasta Pepsodent	51

4.3.3.3. Pilihan Utama Dari Faktor-Faktor Manfaat Yang Diperoleh Setelah Menggunakan Pro Duk Pasta Gigi Pepsodent	53
4.3.4. Kemasan	54
4.3.4.1. Pilihan Utama Dari Faktor-Faktor Yang Di inginkan Pada Tube Pasta Gigi Pepsodent	54
4.3.4.2. Pilihan Utama Dari Faktor-Faktor Yang Di perhatikan Pada Kemasan Kotak Pembungkus...	56
4.3.4.3. Pilihan Utama Dari Faktor-Faktor Yang Di inginkan Pada Kemasan Kotak Pembungkus	58
BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN	60
5.1. Simpulan	60
5.2. Saran	63
DAFTAR PUSTAKA	65

DAFTAR TABEL

No:		Halaman:
1	ANALISIS LATAR BELAKANG KONSUMEN	38
2	FAKTOR-FAKTOR HARGA YANG DIINGINKAN...	41
3	FAKTOR-FAKTOR HARGA DALAM HUBUNGAN NYA DENGAN KUALITAS PRODUK	42
4	FAKTOR-FAKTOR YANG DIINGINKAN DARI PRO DUK PEPSODENT DALAM HUBUNGANNYA DE NGAN TINGKAT HARGA SAAT INI	44
5	FAKTOR-FAKTOR RASA YANG DISUKAI	46
6	FAKTOR-FAKTOR RASA YANG DOMINAN YANG DIRASAKAN PADA SAAT MENGGUNAKAN PAS TA GIGI PEPSODENT	47
7	FAKTOR-FAKTOR YANG DIRASAKAN SETELAH MENGGUNAKAN PASTA GIGI PEPSODENT.....	48
8	FAKTOR-FAKTOR MANFAAT YANG DIINGIN KAN PADA SAAT MEMBELI PRODUK PASTA GI GI PEPSODENT	50
9	FAKTOR-FAKTOR MANFAAT YANG DIPEROLEH PADA SAAT MENGGUNAKAN PRODUK PASTA GIGI PEPSODENT	51
10	FAKTOR-FAKTOR MANFAAT YANG DIPEROLEH SETELAH MENGGUNAKAN PRODUK PASTA GI GI PEPSODENT	53
11	FAKTOR-FAKTOR YANG DIINGINKAN PADA TU BE PASTA GIGI PEPSODENT	54
12	FAKTOR-FAKTOR YANG DIPERHATIKAN PADA KEMASAN KOTAK PEMBUNGKUS.....	56
13	FAKTOR-FAKTOR YANG DIINGINKAN PADA KE MASAN KOTAK PEMBUNGKUS	58

DAFTAR GAMBAR

No:		Halaman:
2.1.	DIAGRAM HIRARKI MOTIVASI MASLOW ...	11
2.2.	TAHAPAN KEPUTUSAN MEMBELI	17
2.3.	CONSUMER DECISION MAKING	22



DAFTAR LAMPIRAN

No:

- 1 ANALISIS LATAR BELAKANG KONSUMEN
- 2 PILIHAN UTAMA DARI FAKTOR-FAKTOR HARGA YANG DIINGINKAN OLEH KONSUMEN
- 3 PILIHAN UTAMA DARI FAKTOR-FAKTOR YANG DIPERTIMBANGKAN DARI FAKTOR HARGA DALAM HUBUNGANNYA DENGAN KUALITAS PRODUK
- 4 PILIHAN UTAMA DARI FAKTOR-FAKTOR YANG DIINGINKAN DARI PRODUK PEPSODENT DALAM HUBUNGANNYA DENGAN TINGKAT HARGA SAAT INI
- 5 PILIHAN UTAMA DARI FAKTOR-FAKTOR RASA YANG DISUKAI
- 6 PILIHAN UTAMA DARI FAKTOR-FAKTOR RASA YANG DOMINAN YANG DIRASAKAN PADA SAAT MENGGUNAKAN PASTA GIGI PEPSODENT
- 7 PILIHAN UTAMA DARI FAKTOR-FAKTOR YANG DIRASAKAN SETELAH MENGGUNAKAN PASTA GIGI PEPSODENT
- 8 PILIHAN UTAMA DARI FAKTOR-FAKTOR MANFAAT YANG DIINGINKAN PADA SAAT MEMBELI PRODUK PASTA GIGI PEPSODENT
- 9 PILIHAN UTAMA DARI FAKTOR-FAKTOR MANFAAT YANG DIINGINKAN PADA SAAT MENGGUNAKAN PRODUK PASTA GIGI PEPSODENT
- 10 PILIHAN UTAMA DARI FAKTOR-FAKTOR MANFAAT YANG DIPEROLEH SETELAH MENGGUNAKAN PRODUK PASTA GIGI PEPSODENT
- 11 PILIHAN UTAMA DARI FAKTOR-FAKTOR YANG DIINGINKAN PADA TUBE PASTA GIGI PEPSODENT
- 12 PILIHAN UTAMA DARI FAKTOR-FAKTOR YANG DIPERHATIKAN PADA KEMASAN KOTAK PEMBUNGKUS
- 13 FAKTOR-FAKTOR YANG DIINGINKAN PADA KEMASAN KOTAK PEMBUNGKUS

ABSTRAKSI

Dalam penelitian ini penulis mengambil judul analisis perilaku konsumen dalam pembelian produk pasta gigi Pepsodent. Alasan daripada pemilihan judul ini ialah karena konsumen pada saat ini dihadapkan pada banyak pilihan sehingga konsumen harus lebih selektif dalam menentukan pilihannya baik dari segi harga, rasa, manfaat, dan kemasan produk. Untuk itu penulis menyebarkan kuesioner untuk mengumpulkan data dan setelah itu diolah menggunakan program SPSS for windows release 6.0 untuk menguji hipotesis. Dari analisis yang dilakukan diperoleh hasil bahwa terdapat perbedaan yang signifikan dalam pilihan utama untuk variabel harga, rasa, manfaat dan kemasan produk.