

SKRIPSI

WILLIAM TALITAN

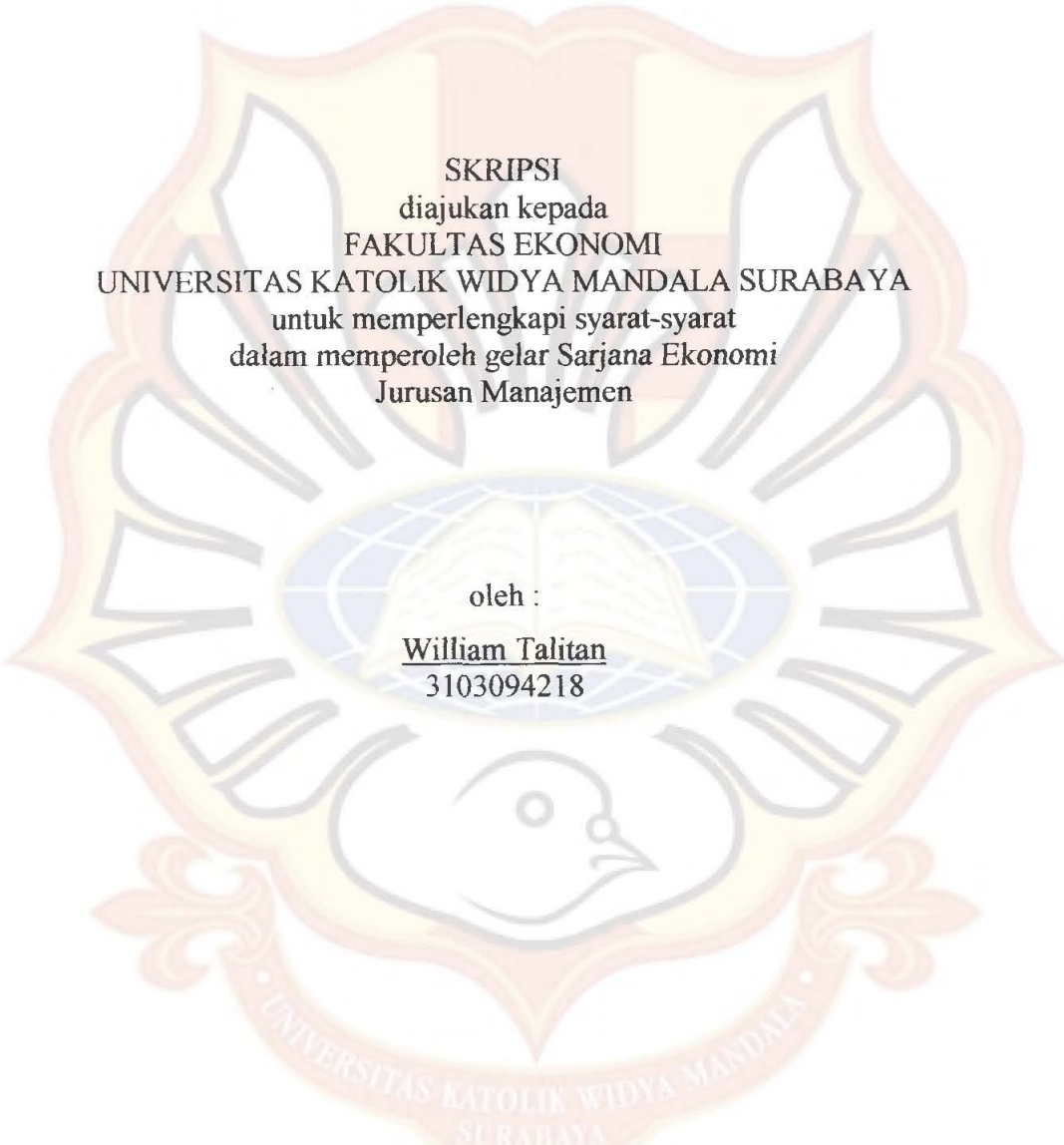
**STUDI KOMPARATIF PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP
ATRIBUT PRODUK ANTARA PRODUK SUSU CAIR
MEREK ULTRA DAN ABC DI SURABAYA**



| | |
|-----------------------------|--------------------|
| No. INDUK | 2707 / 01 |
| TGL. TERIMA | 14-03-01 |
| B.P.T. HADI H | |
| No. BUKU | FE-m Tal s-1 |
| K.C.P. KE | 1 (satu) |

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2000**

**STUDI KOMPARATIF PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP ATRIBUT
PRODUK ANTARA PRODUK SUSU CAIR MEREK ULTRA DAN ABC
DI SURABAYA**



SKRIPSI
diajukan kepada
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
untuk memperlengkapi syarat-syarat
dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi
Jurusan Manajemen

oleh :

William Talitan
3103094218

FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA

2000

**STUDI KOMPARATIF PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP ATRIBUT
PRODUK ANTARA PRODUK SUSU CAIR MEREK ULTRA DAN ABC
DI SURABAYA**

Di ajukan oleh :

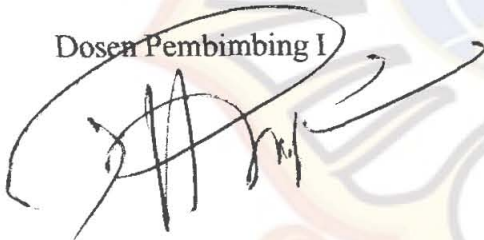
William Talitan

3103094218

Surabaya, 12 06. 2020

Di terima dan di setuju dengan baik oleh :

Dosen Pembimbing I



(Drs. Ec. Tri Harjono)

Dosen Pembimbing II



(Dra. Ec. Christina Esti Susanti)

Pembantu Dekan I



(Drs. Ec. M. Sairozi, MM)

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh: William Talitan NRP: 3103094218

Telah di setujui pada tanggal 28 Juli 2000 Dan dinyatakan **LULUS** oleh

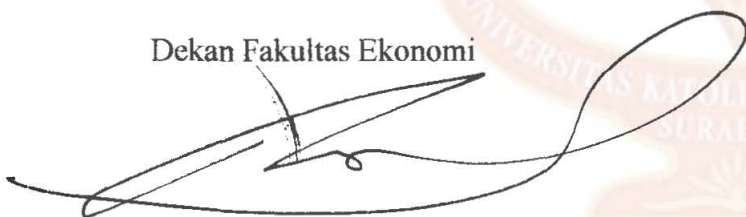
Ketua Tim Penguji :



Drs. Ec. Wasito Hermawan

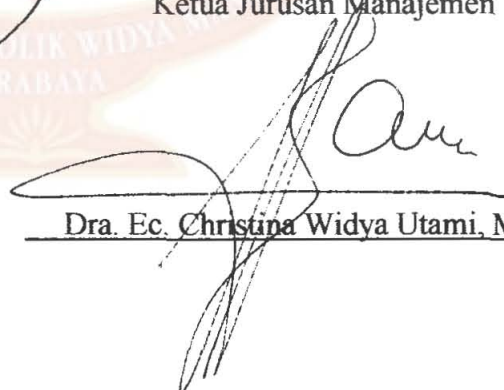
mengetahui :

Dekan Fakultas Ekonomi



Drs. Ec. Rido Tanago, MBA

Ketua Jurusan Manajemen



Dra. Ec. Christina Widya Utami, MM

KATA PENGANTAR

Pertama-tama perkenankanlah penulis memanjatkan puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas segala Rahmat dan KaruniaNya yang dilimpahkan, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, yang merupakan salah satu syarat mutlak bagi setiap mahasiswa untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen pada Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Perlu penulis kemukakan bahwa sejak awal penelitian sampai dengan tersusunnya skripsi ini penulis mendapat banyak bantuan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Drs. Ec. M. Sairozi, MM sebagai Pembantu Dekan I.
2. Drs. Ec. Tri Harjono sebagai Dosen Pembimbing I yang telah banyak meluangkan waktu untuk membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Dra. Ec. Christina Esti Susanti sebagai Dosen Pembimbing II yang telah banyak meluangkan waktu untuk membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. PT. Ultrajaya Milk Industry dan PT. ABC Central Food Industry Incorporation yang telah memberikan data-data yang diperlukan penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
5. Papa dan Mama yang selalu mendoakan dan memberi semangat kepada penulis, sehingga berkat doa dan dukungan tersebut penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.

6. Kakak-kakak dan adik-adik yang senantiasa memberi dukungan bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Teman-teman yang selalu memberikan omelan-omelan kepada penulis, sehingga penulis dapat semangat menyelesaikan skripsi ini.
8. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu di sini yang telah banyak membantu selesainya skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna, dalam arti masih banyak kelemahan dan kekurangannya. Untuk itu penulis mohon maaf atas segala kesalahan dan kekurangan penyusunan skripsi ini. Penulis akan menerima dengan senang hati segala saran-saran dan kritik yang membangun untuk perbaikan penulisan skripsi ini sehingga dapat berguna baik untuk saat ini maupun saat yang akan datang.

Akhir kata penulis berharap agar tugas akhir ini dapat berguna baik bagi Universitas maupun bagi pihak perusahaan, bahkan bagi pihak lain yang membaca skripsi ini.

Surabaya, 19 Juni 2000

Penulis

DAFTAR ISI

Halaman

| | |
|-------------------------------------|------|
| KATA PENGANTAR | i |
| DAFTAR ISI | iii |
| DAFTAR TABEL | vi |
| DAFTAR GAMBAR | vii |
| ABSTRAKSI SKRIPSI | viii |
| BAB 1 : PENDAHULUAN | |
| 1.1. Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| 1.2. Perumusan Masalah..... | 2 |
| 1.3. Tujuan Penelitian..... | 2 |
| 1.4. Manfaat Penelitian..... | 2 |
| 1.5. Sistematika penulisan..... | 3 |
| BAB 2 : TINJAUAN KEPUSTAKAAN | |
| 2.1. Landasan Teori..... | 5 |
| 2.1.1. Pemasaran..... | 5 |
| 2.1.1.1. Pengertian Pemasaran..... | 5 |
| 2.1.2. Produk..... | 6 |
| 2.1.2.1. Pengertian Produk..... | 6 |
| 2.1.2.2. Tingkatan Produk..... | 7 |
| 2.1.2.3. Karakteristik Produk..... | 9 |
| 2.1.2.4. Klasifikasi Produk..... | 11 |

| | |
|--|----|
| 2.1.2.5. Pengembangan Produk..... | 14 |
| 2.1.3. Pengertian Perilaku Konsumen..... | 16 |
| 2.1.4. Persepsi..... | 18 |
| 2.2. Hipotesis..... | 21 |
| 2.3. Metode Penelitian..... | 21 |
| 2.3.1. Definisi Operasional..... | 21 |
| 2.3.2. Desain Penelitian..... | 22 |
| 2.3.3. Jenis dan Sumber Data..... | 23 |
| 2.3.3.1. Jenis Data..... | 23 |
| 2.3.3.2. Sumber Data..... | 23 |
| 2.3.4. Prosedur Pengumpulan Data..... | 23 |
| 2.3.5. Target dan Karakteristik Populasi dan Sampel..... | 24 |
| 2.3.6. Pengolahan Data..... | 24 |
| 2.3.7. Model dan Teknik Analisis..... | 25 |

BAB 3 : ANALISIS

| | |
|--|----|
| 3.1. Gambaran Umum Perusahaan..... | 27 |
| 3.1.1. Perusahaan PT. Ultrajaya Milk Industry..... | 27 |
| 3.1.1.1. Sejarah Singkat Perusahaan..... | 27 |
| 3.1.1.2. Daerah Pemasaran..... | 27 |
| 3.1.1.3. Bauran Pemasaran..... | 28 |
| 3.1.1.3.1. Produk..... | 28 |
| 3.1.1.3.2. Harga..... | 28 |
| 3.1.1.3.3. Saluran Distribusi..... | 29 |

| | |
|--|----|
| 3.1.1.3.4. Promosi..... | 31 |
| 3.1.2. Perusahaan PT. ABC Central Food Industry Incorporatio . | 31 |
| 3.1.2.1. Sejarah Singkat Perusahaan..... | 31 |
| 3.1.2.2. Daerah Pemasaran..... | 32 |
| 3.1.2.3. Bauran Pemasaran..... | 32 |
| 3.1.2.3.1. Produk..... | 32 |
| 3.1.2.3.2. Harga..... | 32 |
| 3.1.2.3.3. Saluran Distribusi..... | 33 |
| 3.1.2.3.4. Promosi..... | 35 |
| 3.2. Pembahasan..... | 35 |
| 3.3. Hasil Pengolahan Data..... | 51 |
| 3.4. Pembahasan Hasil Penelitian..... | 63 |
| BAB 4 : SIMPULAN DAN SARAN | |
| 4.1. Simpulan..... | 68 |
| 4.2. Saran-saran..... | 68 |
| DAFTAR KEPUSTAKAAN | |
| LAMPIRAN-LAMPIRAN | |

DAFTAR TABEL

| Tabel | Halama |
|---|---------------|
| 3.1. Daftar Harga Susu Cair Ultra..... | 29 |
| 3.2. Daftar Harga Susu Cair ABC..... | 33 |
| 3.3. Profil Responden Susu Cair Ultra..... | 36 |
| 3.4. Profil Responden Susu Cair ABC..... | 39 |
| 3.5. Jumlah Responden Berdasarkan Nilai Pernyataan Terhadap Produk Susu Cair Ultra..... | 42 |
| 3.6. Jumlah Responden Berdasarkan Nilai Pernyataan Terhadap Produk Susu Cair ABC..... | 47 |
| 3.7. Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Produk Susu Cair Ultra..... | 52 |
| 3.8. Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Produk Susu Cair ABC..... | 53 |
| 3.9. Tanggapan Responden Terhadap Kemasan dan Label Produk Susu Cair Ultra..... | 55 |
| 3.10. Tanggapan Responden Terhadap Kemasan dan Label Produk Susu Cair ABC..... | 56 |
| 3.11. Tanggapan Responden Terhadap Ciri-Ciri Produk Susu Cair Ultra..... | 58 |
| 3.12. Tanggapan Responden Terhadap Ciri-Ciri Produk Susu Cair ABC..... | 59 |
| 3.13. Tanggapan Responden Terhadap Total Produk Susu Cair Ultra..... | 61 |
| 3.14. Tanggapan Responden Terhadap Total Produk Susu Cair ABC..... | 62 |
| 3.15. Pengolahan Data Tanggapan Responden Terhadap Atribut Produk Susu Cair Ultra Dan Susu Cair ABC..... | 64 |

DAFTAR GAMBAR

| Gambar | Halaman |
|---|---------|
| 3.1 . Saluran Distribusi PT. Ultrajaya..... | 30 |
| 3.2 . Saluran Distribusi PT. ABC..... | 33 |



ABSTRAKSI SKRIPSI

Dengan banyaknya perusahaan yang sejenis menyebabkan makin selektifnya konsumen dalam memilih suatu produk sehingga perusahaan di tuntut untuk mengerti apa yang menjadi keinginan konsumen agar perusahaan tersebut dapat bertahan di dalam pasar.

Dalam hal ini yang dibahas adalah susu cair merek Ultra dan susu cair merek ABC dimana permasalahannya adalah apakah ada perbedaan persepsi konsumen terhadap atribut produk susu cair merek Ultra dan susu cair merek ABC di Surabaya ? yang sama-sama merupakan produsen susu cair dalam kemasan kotak. Sehingga hipotesisnya diduga ada perbedaan persepsi konsumen terhadap atribut produk susu cair merek Ultra dan susu cair merek ABC di Surabaya, dengan tujuan penelitian adalah untuk mengetahui ada tidaknya perbedaan persepsi konsumen terhadap atribut produk susu cair merek Ultra dan susu cair merek ABC di Surabaya.

Dalam melakukan penelitian, peneliti langsung terlibat dengan responden dengan menyebarkan kuesioner kepada responden yang dilakukan selama 2 minggu dengan target karakteristik responden berusia 15-30 tahun dan pernah mengkonsumsi dan membeli susu cair merek Ultra dan susu cair merek ABC pada empat daerah di Surabaya yaitu Surabaya Timur, Surabaya Selatan, Surabaya Barat, dan Surabaya Utara.

Data yang dikumpul dari hasil penyebaran kuesioner yang menggunakan alat ukur skala semantic differensial di hitung dengan menggunakan rumus uji-t dua sisi untuk mengetahui ada tidaknya perbedaan persepsi konsumen terhadap atribut produk susu cair merek Ultra dan produk susu cair merek ABC.

Dari hasil perhitungan tersebut diperoleh bahwa dari keseluruhan atribut produk tidak ada perbedaan secara menyeluruh karena yang membedakan atribut produk susu cair merek Ultra dan atribut produk susu cair merek ABC hanya pada ciri-ciri produknya saja sedangkan pada kualitas produk serta kemasan dan label dari masing-masing produk tidak terdapat banyak perbedaan.

Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa antara Atribut produk susu cair merek Ultra dan Atribut produk susu cair merek ABC secara keseluruhan tidak terdapat banyak perbedaan.