

# SKRIPSI

ELVI KARTIKAWATI

## ANALISIS KESESUAIAN ANTARA HARAPAN DAN PERSEPSI KONSUMEN PADA PRODUK SUHUN MEREK MATAHARI DI BESUKI



No. INDUK	1371 / 01
TGL TERIMA	13 . 4 . 00
<del>E / I</del> G / H	
No. BUKU	FE-m Kar ab-1
P. KE	1 (satu)

FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA  
SURABAYA

2000

**ANALISIS KESESUAIAN ANTARA HARAPAN DAN  
PERSEPSI KONSUMEN PADA PRODUK SUHUN  
MEREK MATAHARI DI BESUKI**

**SKRIPSI**

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

OLEH:

**ELVI KARTIKAWATI**

**3103096047**

**JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA  
SURABAYA**

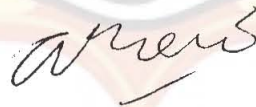
**PEBRUARI 2000**

## LEMBAR PERSETUJUAN

Naskah skripsi berjudul Analisis Kesesuaian Antara Harapan dan Persepsi Konsumen pada Produk Suhun Merek Matahari di Besuki yang ditulis oleh Elvi Kartikawati telah disetujui dan diterima untuk diajukan ke Tim Penguji.



Dosen Pembimbing I: Drs. Ec. Tri Harjono



Dosen Pembimbing II: Dra. Ec. Lydia Ari W., MM

## KATA PENGANTAR

Salam damai sejahtera, segala puji syukur hanya bagi Tuhan Allah Yang Maha Kuasa atas hikmat dan anugerahNya yang telah dikaruniakan, sehingga penulisan skripsi ini bisa tersusun dan terselesaikan. Adapun maksud dan tujuan penulis menyusun skripsi ini adalah guna memenuhi persyaratan mencapai Sarjana Ekonomi (SE) Jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya, Jawa Timur.

Berangkat dari pepatah: "Tiada gading yang tak retak", demikian juga penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna mengingat keterbatasan kemampuan penulis dalam menganalisis suatu masalah dan mengolah kata. Oleh karena itu, segala bentuk saran dan kritik yang membangun sangat penulis harapkan.

Dalam penulisan skripsi ini empati, pemikiran, rekomendasi dan dorongan dari berbagai pihak sangat dirasakan sebagai semangat dan motivasi bagi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karenanya, pada kesempatan yang sangat baik ini penulis hendak menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat:

1. Bapak Drs. Ec. M. Sairozi, MM selaku Pembantu Dekan I Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

2. Bapak Drs. Ec. Tri Hatjono selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktu, tenaga, pikiran serta memberikan petunjuk dan bimbingan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan sebaik-baiknya.
3. Ibu Dra. Ec. Lydia Ari W., MM selaku Dosen Pembimbing II yang telah membimbing penulis dengan penuh kesabaran sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan sebaik-baiknya.
4. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
5. Bapak Richmanto selaku pimpinan perusahaan suhun merek Matahari di Besuki yang telah memberikan izin penelitian serta memberi data yang penulis perlukan.
6. Papa, Mama, dan adikku tercinta yang telah memberikan dorongan semangat dan doa kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Rekan-rekan mahasiswa teristemewa Tommy dan Silvi yang senantiasa memberi motivasi dalam penyusunan skripsi.

Semoga dengan bantuan yang telah diberikan kepada penulis akan mendapat berkat yang melimpah dari Tuhan Yang Maha Kuasa. Akhir kata, semoga skripsi ini berguna bagi setiap pembacanya.

Surabaya, Pebruari 2000

Penulis,

## ABSTRAKSI

Banyaknya produk suhun di pasaran, baik dalam jumlah ataupun jenisnya, menyebabkan pula adanya beragam pilihan bagi konsumen. Kondisi ini menyebabkan semakin tajamnya persaingan antar perusahaan yang sejenis. Agar perusahaan tidak kalah dengan pesaing-pesaingnya, maka syarat yang harus dipenuhi oleh suatu perusahaan agar dapat sukses dalam persaingan adalah berusaha mencapai tujuan untuk menciptakan dan mempertahankan pelanggan. Perusahaan harus mampu memahami perilaku konsumen, karena kelangsungan hidup perusahaan tersebut sebagai organisasi yang berusaha memenuhi kebutuhan dan keinginan para konsumen sangat tergantung pada perilaku konsumennya. Oleh sebab itu perlu dilakukan penelitian mengenai tingkat harapan dan persepsi konsumen atas karakteristik produk suhun merek Matahari, sehingga nantinya dapat dipakai sebagai informasi untuk peningkatan kualitas produk sesuai dengan selera konsumen serta strategi pemasaran, yang pada akhirnya akan mampu meningkatkan volume penjualannya.

Bentuk rancangan penelitian ini merupakan penelitian survey melalui instrumen kuesioner. Pengambilan sampel dilakukan secara *purposive*. Untuk mengetahui tingkat harapan dan persepsi konsumen dilakukan analisis kepentingan-kinerja (*importance-performance analysis*) dengan menggunakan diagram kartesius, sedangkan pengujian hipotesis dilakukan dengan uji statistik non parametrik *Tes Ranking Bertanda Wilcoxon* untuk data berpasangan.

Hasil analisis deskripsi diketahui bahwa elemen-elemen dari atribut produk suhun yang meliputi harga yang kompetitif, kelezatan, dan kemudahan dalam mendapatkan produk suhun di pasaran termasuk dalam kuadran A (prioritas utama). Elemen kesesuaian harga dengan kualitas suhun, kemudahan penyajian, bentuk dan warna produk suhun, kekonsistenan rasa suhun, serta komposisi dan kandungan gizi suhun termasuk dalam kuadran B (pertahankan prestasi). Elemen bentuk dan ukuran kemasan suhun dan kemasan suhun masuk kuadran C (prioritas rendah). Serta tidak ada elemen dari atribut produk suhun yang masuk dalam kuadran D (berlebihan). Hasil pengujian statistik dengan uji Rank bertanda Wilcoxon untuk atribut kesesuaian harga (*value to price relationship*) menunjukkan  $H_0$  ditolak, karena nilai  $Z_{hitung} (= -8,2954) < Z_{tabel} (= -1,96)$ , untuk atribut kualitas (*product quality*), menunjukkan  $H_0$  ditolak, karena nilai  $Z_{hitung} (= -7,1867) < Z_{tabel} (= -1,96)$ , untuk atribut penampilan produk (*product feature*), menunjukkan  $H_0$  ditolak, karena nilai  $Z_{hitung} (= -7,7700) < Z_{tabel} (= -1,96)$ , untuk atribut keandalan produk (*reliability*), menunjukkan  $H_0$  diterima, karena nilai  $Z_{hitung} (= -1,2175) < Z_{tabel} (= -1,96)$ , untuk atribut kemudahan mendapatkan produk (*convenience of aequisation*) suhun merek Matahari di pasaran, menunjukkan  $H_0$  ditolak, karena nilai  $Z_{hitung} (= -8,0388) < Z_{tabel} (= -1,96)$ .

## DAFTAR ISI

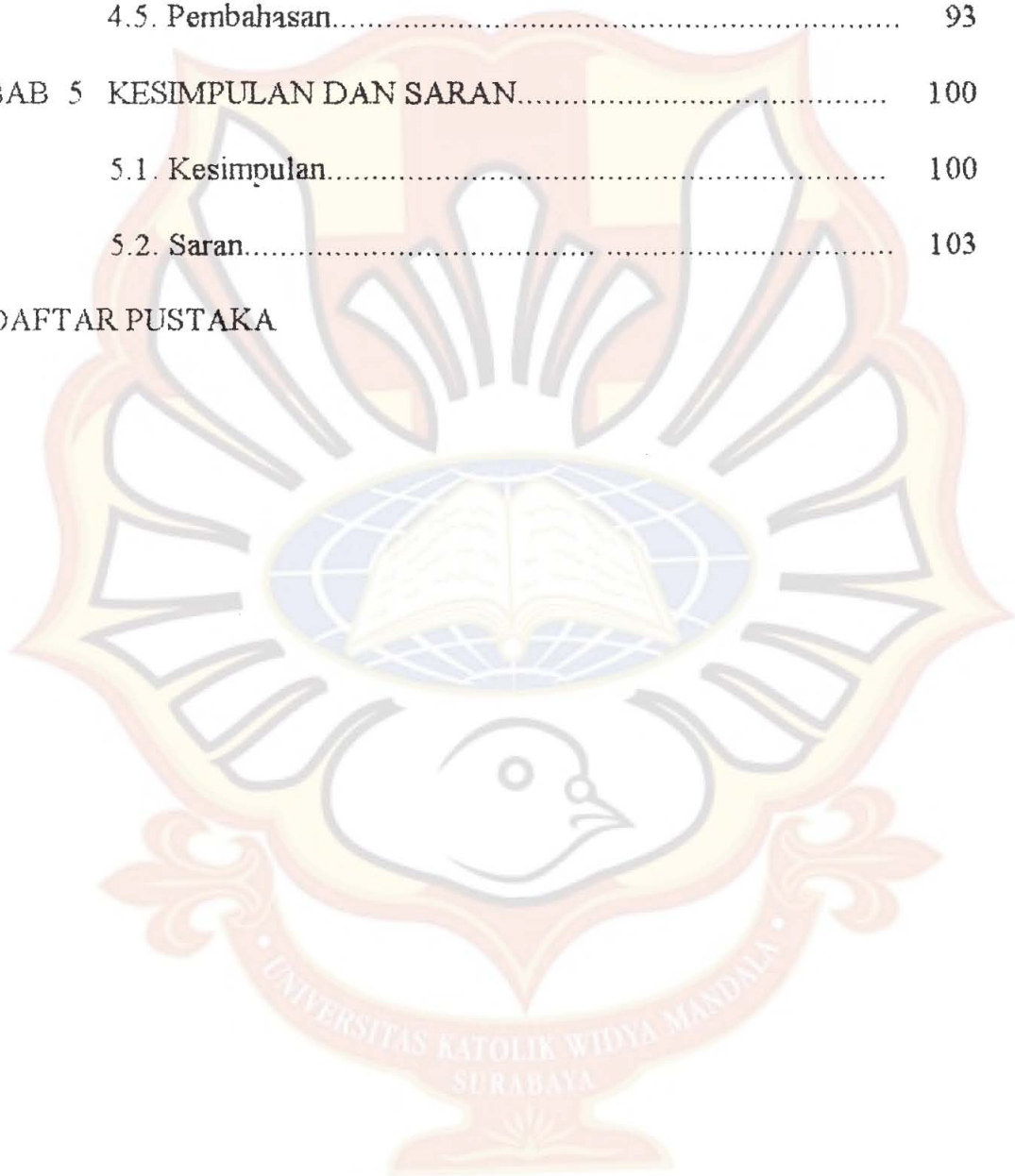
	Halaman
KATA PENGANTAR.....	i
ABSTRAKSI.....	iii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Permasalahan.....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	3
1.3. Tujuan Penulisan.....	3
1.4. Manfaat Penelitian.....	4
1.5. Sistematika Skripsi.....	5
BAB 2 TINJAUAN KEPUSTAKAAN.....	7
2.1. Penelitian Terdahulu.....	7
2.2. Landasan Teori.....	8
2.2.1. Pengertian Pemasaran.....	8
2.2.2. Perilaku Konsumen.....	10
2.2.3. Kepuasan Konsumen.....	13
2.2.3.1. Pengertian Harapan dan Persepsi.....	13

2.2.3.2. Pengetian Kepuasan Konsumen.....	14
2.2.3.3. Pengukuran Kepuasan Konsumen.....	17
2.2.4. Prilaku Konsumen Terhadap Kepuasan dan Ketidakpuasan.....	20
2.2.5. Atribut-atribut Produk.....	21
2.3. Hipotesis.....	24
2.4. Model Analisis.....	25
<b>BAB 3 METODE PENELITIAN.....</b>	<b>26</b>
3.1. Desain Penelitian.....	26
3.2. Definisi Operasional.....	26
3.3. Jenis dan Sumber Data.....	30
3.4. Pengukuran Data.....	31
3.5. Alat dan Metode Pengumpulan Data.....	31
3.6. Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	32
3.7. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel..	34
3.8. Teknik Pengambilan Data.....	35
3.9. Teknik Analisis Data.....	35
3.10. Pengujian Hipotesis.....	38
<b>BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>41</b>
4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	41
4.1.1. Sejarah Singkat Perusahaan.....	41



4.1.2. Struktur Organisasi.....	41
4.1.3. Tujuan perusahaan.....	45
4.1.4. Proses Produksi.....	46
4.2. Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur.....	48
4.3. Deskripsi Data.....	50
4.3.1. Karakteristik Responden.....	50
4.3.2. Tanggapan Responden Terhadap Atribut Produk..	52
4.4. Analisis Data.....	58
4.4.1. Analisis Deskriptif.....	58
4.4.1.1. Kesesuaian Harga ( <i>Value to Price Relationship</i> ).....	59
4.4.1.2. Kualitas Produk ( <i>Product Quality</i> ).....	61
4.4.1.3. Penampilan Produk ( <i>Product Feature</i> ).....	65
4.4.1.4. Keandalan Produk ( <i>Reliability</i> ) .....	68
4.4.1.5. Kemudahan Mendapatkan Produk ( <i>Convenience of Aequsition</i> ).....	71
4.4.1.6. Diagram Kartesius.....	72
4.4.2. Pengujian Hipotesis.....	80
4.4.2.1. Kesesuaian Harga ( <i>Value to Price Relationship</i> ).....	82
4.4.2.2. Kualitas Produk ( <i>Product Quality</i> ).....	84
4.4.2.3. Penampilan Produk ( <i>Product Feature</i> ).....	87

4.4.2.4. Keandalan Produk ( <i>Reliability</i> ).....	89
4.4.2.5. Kemudahan Mendapatkan Produk ( <i>Convenience of Aequsition</i> ).....	92
4.5. Pembahasan.....	93
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN.....	100
5.1. Kesimpulan.....	100
5.2. Saran.....	103
DAFTAR PUSTAKA	



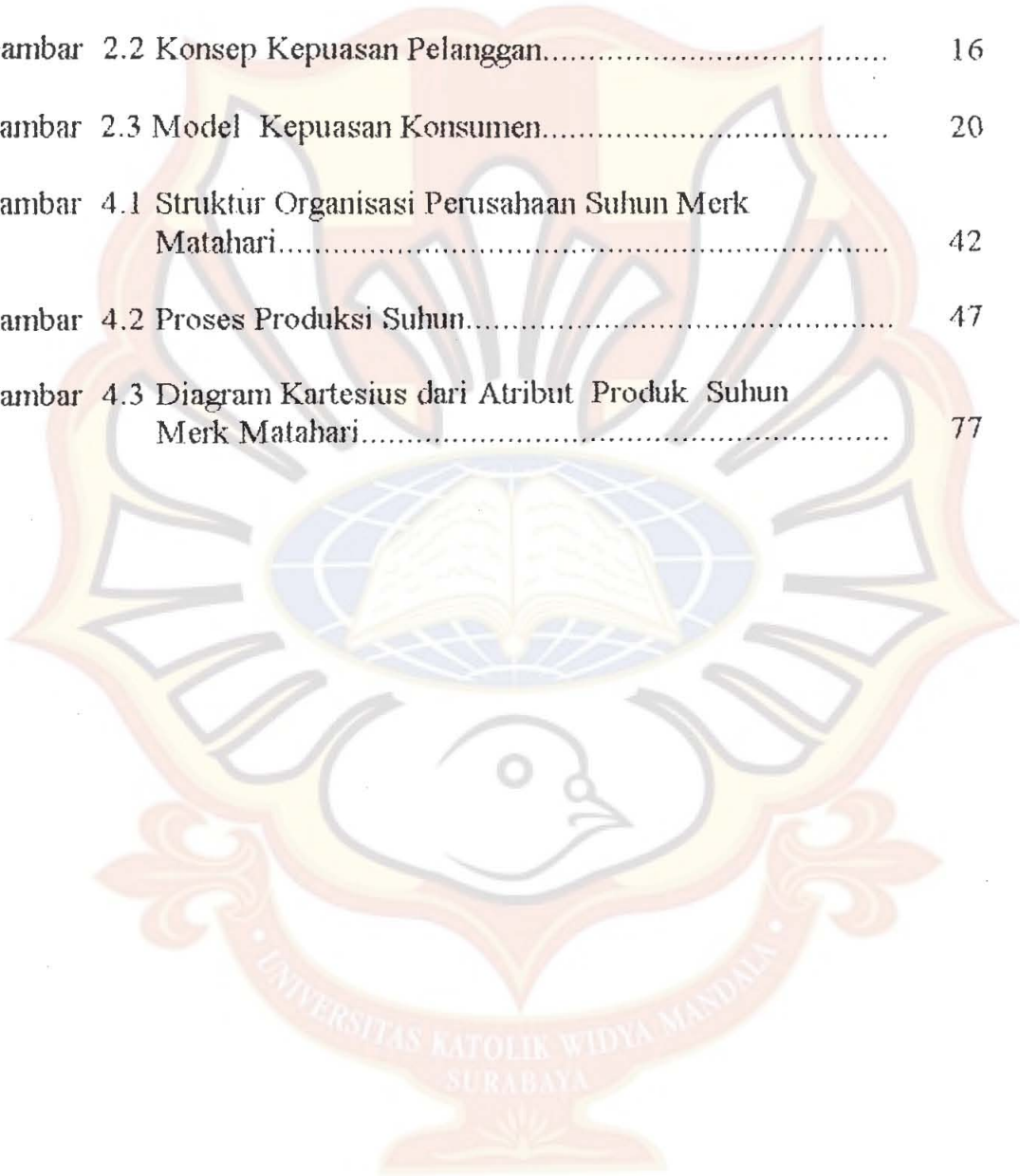
## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1 Tabulasi Hasil Kuisioner.....	36
Tabel 4.1 Uji Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur.....	49
Tabel 4.2 Distribusi Umur Responden.....	50
Tabel 4.3 Jenis Kelamin Responden.....	51
Tabel 4.4 Distribusi Pendidikan Responden.....	51
Tabel 4.5 Bobot Setiap Kategori untuk Harapan dan Persepsi.....	52
Tabel 4.6 Tanggapan Responden pada Atribut Kesesuaian Harga ( <i>Value to Price Relationship</i> ).....	54
Tabel 4.7 Tanggapan Konsumen (Responden) pada Atribut Kualitas Produk ( <i>Product Quality</i> ).....	55
Tabel 4.8 Tanggapan Konsumen (Responden) pada Penampilan Produk ( <i>Product Feature</i> ).....	56
Tabel 4.9 Tanggapan Konsumen (Responden) pada Atribut Keandalan Produk ( <i>Reliability</i> ).....	57
Tabel 4.10 Tanggapan Konsumen (Responden) pada Atribut Kemudahan Mendapatkan Produk ( <i>Convenience of Acquisition</i> ).....	58
Tabel 4.11 Harapan dan Persepsi Konsumen pada Kesesuaian Harga Dengan Kualitas Produk Suhun Merk Matahari...	59
Tabel 4.12 Harapan dan Persepsi Konsumen pada Harga yang Kompetitif.....	61
Tabel 4.13 Harapan dan Persepsi Konsumen pada Kelezatan Kelezatan Suhun.....	62

Tabel 4.14	Harapan dan Persepsi Konsumen pada Kemudahan dalam Penyajian.....	63
Tabel 4.15	Harapan dan Persepsi Konsumen pada Bentuk dan Warna Suhun.....	64
Tabel 4.16	Harapan dan Persepsi Konsumen pada Kemasan Suhun yang Menarik.....	66
Tabel 4.17	Harapan dan Persepsi Konsumen pada Bentuk dan Ukuran Kemasan yang Sesuai .....	67
Tabel 4.18	Harapan dan Persepsi Konsumen pada Kekonsistenan Rasa Produk Suhun .....	68
Tabel 4.19	Harapan dan Persepsi Konsumen pada Komposisi dan Kandungan Gizi.....	70
Tabel 4.20	Harapan dan Persepsi Konsumen pada Kemudahan Mendapatkan Produk Suhun.....	70
Tabel 4.21	Ikhtisar Rata-rata Harapan dan Persepsi Konsumen pada Atribut-atribut Produk .....	73
Tabel 4.22	Rekapitulasi Data Hasil Olahan Pengujian Hipotesis.....	81

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Simple Model of Consumer Behavior.....	12
Gambar 2.2 Konsep Kepuasan Pelanggan.....	16
Gambar 2.3 Model Kepuasan Konsumen.....	20
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Perusahaan Suhun Merk Matahari.....	42
Gambar 4.2 Proses Produksi Suhun.....	47
Gambar 4.3 Diagram Kartesius dari Atribut Produk Suhun Merk Matahari.....	77



## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Daftar Pertanyaan (Kuesioner)
- Lampiran 2. Rekapitulasi Data Harapan dan Persepsi Hasil Jawaban Kuesioner
- Lampiran 3. Print Out Komputer Hasil Perhitungan Uji Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur untuk Item Pertanyaan Harapan Konsumen terhadap Atribut-atribut Produk Suhun dengan Menggunakan SPSS for Windows Release 6.0
- Lampiran 4. Print Out Komputer Hasil Perhitungan Uji Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur untuk Item Pertanyaan Persepsi Konsumen terhadap Atribut-atribut Produk Suhun dengan Menggunakan SPSS for Windows Release 6.0
- Lampiran 5. Print Out Komputer Hasil Perhitungan Uji Wilcoxon untuk Atribut Kesesuaian Harga dengan Menggunakan SPSS for Windows Release 6.0
- Lampiran 6. Print Out Komputer Hasil Perhitungan Uji Wilcoxon untuk Elemen Kesesuaian Harga dengan Kualitas Suhun dengan Menggunakan SPSS for Windows Release 6.0
- Lampiran 7. Print Out Komputer Hasil Perhitungan Uji Wilcoxon untuk Elemen Harga Suhun yang Kompetitif dengan Menggunakan SPSS for Windows Release 6.0
- Lampiran 8. Print Out Komputer Hasil Perhitungan Uji Wilcoxon untuk Atribut Kualitas Produk dengan Menggunakan SPSS for Windows Release 6.0
- Lampiran 9. Print Out Komputer Hasil Perhitungan Uji Wilcoxon untuk Elemen Kelezatan Suhun dengan Menggunakan SPSS for Windows Release 6.0
- Lampiran 10. Print Out Komputer Hasil Perhitungan Uji Wilcoxon untuk Elemen Kemudahan Penyajian dengan Menggunakan SPSS for Windows Release 6.0

- Lampiran 11. Print Out Komputer Hasil Perhitungan Uji Wilcoxon untuk Elemen Bentuk dan Warna suhun dengan Menggunakan SPSS for Windows Release 6.0
- Lampiran 12. Print Out Komputer Hasil Perhitungan Uji Wilcoxon untuk Atribut Penampilan Produk dengan Menggunakan SPSS for Windows Release 6.0
- Lampiran 13. Print Out Komputer Hasil Perhitungan Uji Wilcoxon untuk Elemen Kemasan Suhun dengan Menggunakan SPSS for Windows Release 6.0
- Lampiran 14. Print Out Komputer Hasil Perhitungan Uji Wilcoxon untuk Elemen Bentuk dan Ukuran Kemasan Suhun dengan Menggunakan SPSS for Windows Release 6.0
- Lampiran 15. Print Out Komputer Hasil Perhitungan Uji Wilcoxon untuk Atribut Keandalan Produk dengan Menggunakan SPSS for Windows Release 6.0
- Lampiran 16. Print Out Komputer Hasil Perhitungan Uji Wilcoxon untuk Elemen Kekonsistenan Rasa Suhun dengan Menggunakan SPSS for Windows Release 6.0
- Lampiran 17. Print Out Komputer Hasil Perhitungan Uji Wilcoxon untuk Elemen Komposisi dan Kandungan Gizi Suhun dengan Menggunakan SPSS for Windows Release 6.0
- Lampiran 18. Print Out Komputer Hasil Perhitungan Uji Wilcoxon untuk Atribut Kemudahan Mendapatkan Produk dengan Menggunakan SPSS for Windows Release 6.0