

SKRIPSI

DAVID SUSANTO


**ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN MENURUT
PRIA DAN WANITA DALAM MEMILIH PRODUK
SABUN LUX DAN LIFEBOUY**



No. INDUK	2345 / 01
TGL TERIMA	13. 4. 00
DI H	
No. BUKU	FE-m Sus ac-1
P K	1 (satu)

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

**ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN MENURUT PRIA DAN WANITA
DALAM MEMILIH PRODUK SABUN LUX DAN LIFEBOUY**



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

OLEH:

David Susanto

3103095135

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA

SURABAYA

FEBRUARI 2000

SKRIPSI

ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN MENURUT

**PRIA DAN WANITA DALAM MEMILIH
PRODUK SABUN LUX DAN LIFEBOUY**

OLEH :

DAVID SUSANTO

3103095135

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA BAIK OLEH :

DOSEN PEMBIMBING I,



DR. HARYONO, SU.

TANGGAL : 23/2 2006

DOSEN PEMBIMBING II,



Dra. EC. LIDYA ARI W., MM.

TANGGAL : 21/2 2006

KETUA JURUSAN



Dra. EC. CHRISTINA WIDYA UTAMI, MM.

TANGGAL : 21/2 2006

LEMBAR PERSETUJUAN

Naskah skripsi berjudul Analisis Preferensi Konsumen Menurut Pria dan Wanita Dalam Memilih Produk Sabun LUX dan Lifebuoy yang ditulis oleh David Susanto telah disetujui dan diterima untuk diajukan ke Tim Penguji.

Pembimbing

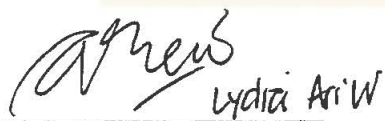
I :



DR. Haryono, S4

Pembimbing

II :



Lydizi Ari'W

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh David Susanto NRP 3103095135. Telah disetujui pada tanggal 21 Februari 2020 Dan dinyatakan LULUS oleh Ketua Tim Penguji:



Drs. Ec. Tri Harjono

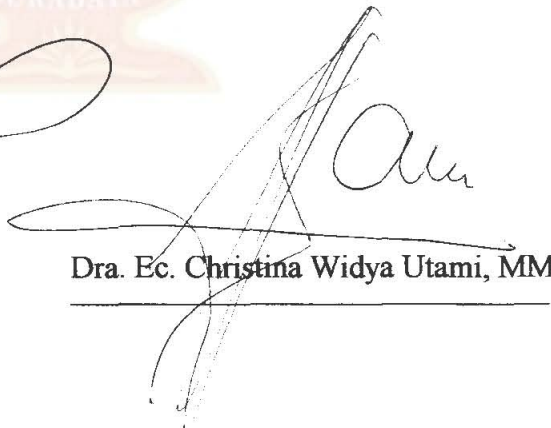
Mengetahui:

Dekan,

Ketua Jurusan



Drs. Ec. Rido Tanago, MBA



Dra. Ec. Christina Widya Utami, MM

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena hanya dengan rahmat dan kasihNya penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini.

Adapun penulisan skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Widya Mandala Surabaya.

Tanpa mengurangi arti penyertaanNya, penulis menyadari bahwa tanpa dukungan dari berbagai pihak, tidak mungkin penulisan skripsi ini dapat terselesaikan. Oleh karena itu tepat dan selayaknya bila pada kesempatan ini penulis ungkapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak DR. Haryono, SU selaku dosen pembimbing I yang telah berkenan meluangkan waktunya dan dengan penuh kesabaran membimbing penulis selama penulisan skripsi ini.
2. Ibu Dra. Ec. Lidya Ari Widyarini, MM. selaku dosen pembimbing II yang telah berkenan meluangkan waktunya dan dengan penuh kesabaran membimbing penulis selama penulisan skripsi ini.
3. Bapa-bapak dan Ibu-ibu Dosen serta karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandala yang telah membimbing dan membantu penulis selama masa studi.
4. Pimpinan beserta karyawan PT. Unilever Indonesia yang banyak membantu penulis selama pelaksanaan survey.

5. Orang tua dan sahabat terdekat yang tercinta yang banyak memberikan dorongan dan bantuan baik materiil dan spirituil selama penulisan skripsi ini.
6. Dan semua pihak yang penulis tidak dapat sebutkan satu persatu yang telah banyak membantu.

Semoga bantuan dan dorongan yang telah diberikan pada penulis mendapatkan balasan serta rahmat dari Tuhan Yang Maha Kuasa.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, karenanya penulis mengharapkan kritik dan saran dari pembaca.

Akhirnya, penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak.

Surabaya, Februari 2000

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	v
ABSTRAKSI	vi
BAB 1: PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Perumusan Masalah	2
1.3. Tujuan Penelitian	3
1.4. Manfaat Penelitian	4
1.5. Sistematika Penulisan Skripsi	4
BAB 2: LANDASAN TEORI	7
2.1. Penelitian Terdahulu	7
2.2. Pengertian Pemasaran	8
2.3. Penentuan Pasar Sasaran	10
2.4. Perilaku Konsumen	10
2.5. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	13
2.6. Atribut Produk	25
2.7. Preferensi Konsumen	28
2.8. Hipotesis Penelitian	29

2.9. Model Analisis	30
BAB 3: METODE PENELITIAN	31
3.1. Desain Penelitian	31
3.2. Definisi Operasional	31
3.3. Jenis dan Sumber Data	32
3.3.1 Prosedur Pengukuran Data	33
3.4. Prosedur Pengumpulan Data	33
3.4.1. Library Research	33
3.4.2. Field Research	33
3.5. Populasi, Sampel dan Teknik Pengumpulan Sampel	34
3.5.1. Populasi	34
3.5.2. Sampel	34
3.5.3. Prosedur Penentuan Sampel	35
3.6. Teknik Analisis Data	35
BAB 4: ANALISIS DAN PEMBAHASAN	40
4.1. Gambaran Umum Perusahaan	40
4.1.1. Sejarah Perkembangan Unilever Di Indonesia	40
4.1.2. Lingkup Usaha dan Lokasi PT. Unilever Indonesia	41
4.1.3. Tujuan Perusahaan	42
4.1.4. Struktur Organisasi	43
4.2. Analisis dan Pembahasan	45
4.2.1. Analisa Pendapat Responden	45
4.2.2. Analisa Ketergantungan Antar Faktor	49

BAB 5: SIMPULAN DAN SARAN	83
5.1. Simpulan	83
5.2. Saran	85
DAFTAR PUSTAKA	89



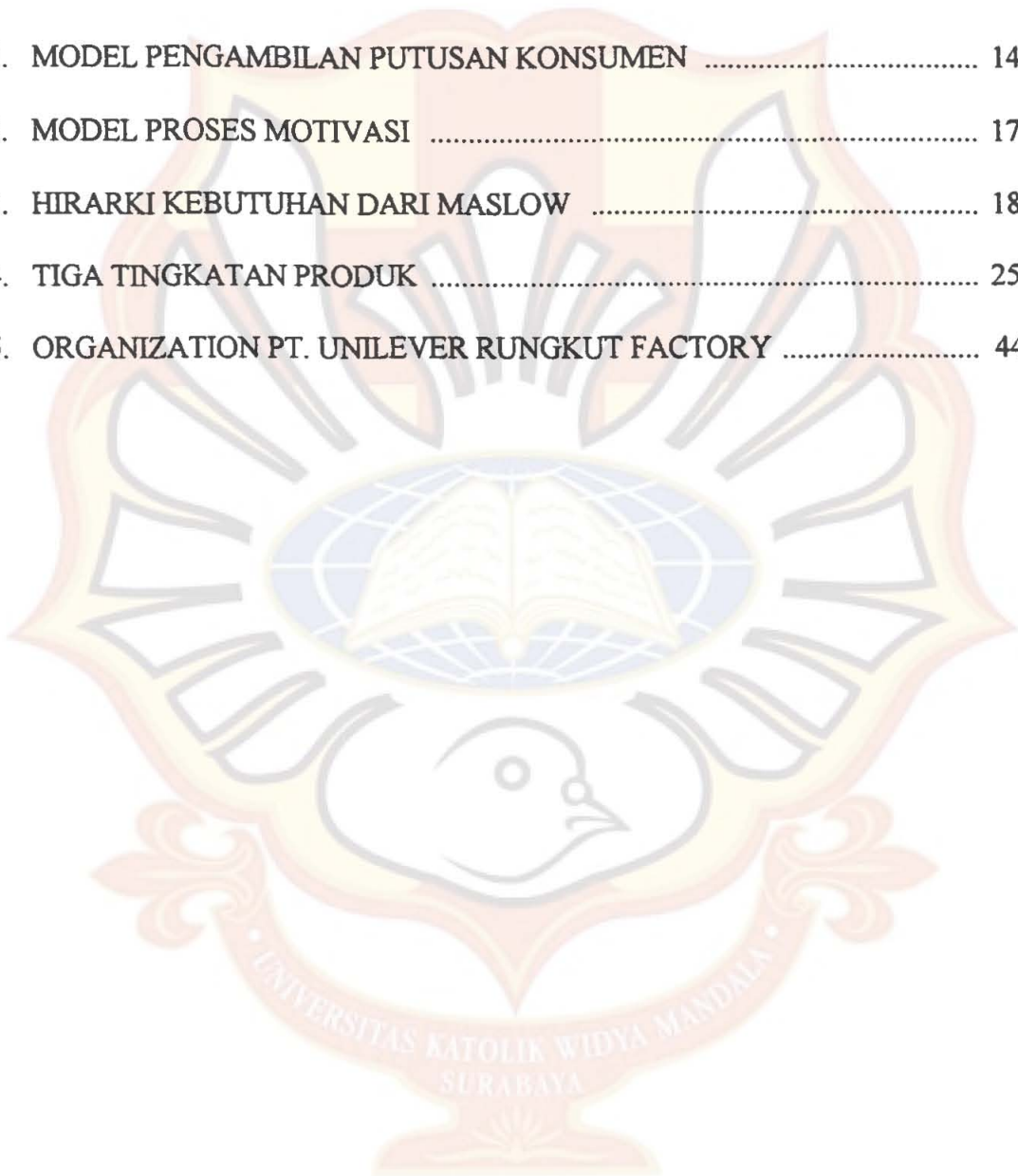
DAFTAR TABEL

Nomor	Halaman
1. TABEL CONTIGENCY	36
2. PERSIAPAN ANALISIS KETERGANTUNGAN ANTARA FAKTOR JENIS KELAMIN DENGAN HARGA SABUN LUX	49
3. ANALISIS KETERGANTUNGAN ANTAR FAKTOR ANTARA JENIS KELAMIN DENGAN HARGA SABUN LUX	50
4. HUBUNGAN KETERGANTUNGAN ANTARA JENIS KELAMIN DENGAN HARGA SABUN LUX DALAM PROSENTASE	51
5. PERSIAPAN ANALISIS KETERGANTUNGAN ANTARA FAKTOR JENIS KELAMIN DENGAN HARGA SABUN LIFEBOUY	53
6. ANALISIS KETERGANTUNGAN ANTARA FAKTOR JENIS KELAMIN DENGAN HARGA SABUN LIFEBOUY	54
7. HUBUNGAN KETERGANTUNGAN ANTARA JENIS KELAMIN DENGAN HARGA SABUN LIFEBOUY DALAM PROSENTASE	55
8. PERSIAPAN ANALISIS KETERGANTUNGAN ANTARA FAKTOR JENIS KELAMIN DENGAN KEMASAN SABUN LUX	58
9. HUBUNGAN KETERGANTUNGAN ANTARA JENIS KELAMIN DENGAN KEMASAN SABUN LUX DALAM PROSENTASE	59
10. PERSIAPAN ANALISIS KETERGANTUNGAN ANTARA FAKTOR JENIS KELAMIN DENGAN KEMASAN SABUN LIFEBOUY	62

11. HUBUNGAN KETERGANTUNGAN ANTARA JENIS KELAMIN DENGAN KEMASAN SABUN LIFEBOUY DALAM PROSENTASE	63
12. PERSIAPAN ANALISIS KETERGANTUNGAN ANTARA FAKTOR JENIS KELAMIN DENGAN MANFAAT SABUN LUX	65
13. HUBUNGAN KETERGANTUNGAN ANTARA JENIS KELAMIN DENGAN MANFAAT SABUN LUX DALAM PROSENTASE	67
14. PERSIAPAN ANALISIS KETERGANTUNGAN ANTARA FAKTOR JENIS KELAMIN DENGAN MANFAAT SABUN LIFEBOUY	71
15. HUBUNGAN KETERGANTUNGAN ANTARA JENIS KELAMIN DENGAN KEMASAN SABUN LIFEBOUY DALAM PROSENTASE	71
16. PERSIAPAN ANALISIS KETERGANTUNGAN ANTARA FAKTOR JENIS KELAMIN DENGAN BUSA SABUN LUX	74
17. ANALISIS KETERGANTUNGAN ANTAR FAKTOR ANTARA JENIS KELAMIN DENGAN BUSA SABUN LUX	74
18. HUBUNGAN KETERGANTUNGAN ANTARA JENIS KELAMIN DENGAN BUSA SABUN LUX DALAM PROSENTASE	76
19. PERSIAPAN ANALISIS KETERGANTUNGAN ANTARA FAKTOR JENIS KELAMIN DENGAN BUSA SABUN LIFEBOUY	78
20. ANALISIS KETERGANTUNGAN ANTARA FAKTOR JENIS KELAMIN DENGAN BUSA SABUN LIFEBOUY	79
21. HUBUNGAN KETERGANTUNGAN ANTARA JENIS KELAMIN DENGAN BUSA SABUN LIFEBOUY DALAM PROSENTASE	80

DAFTAR GAMBAR

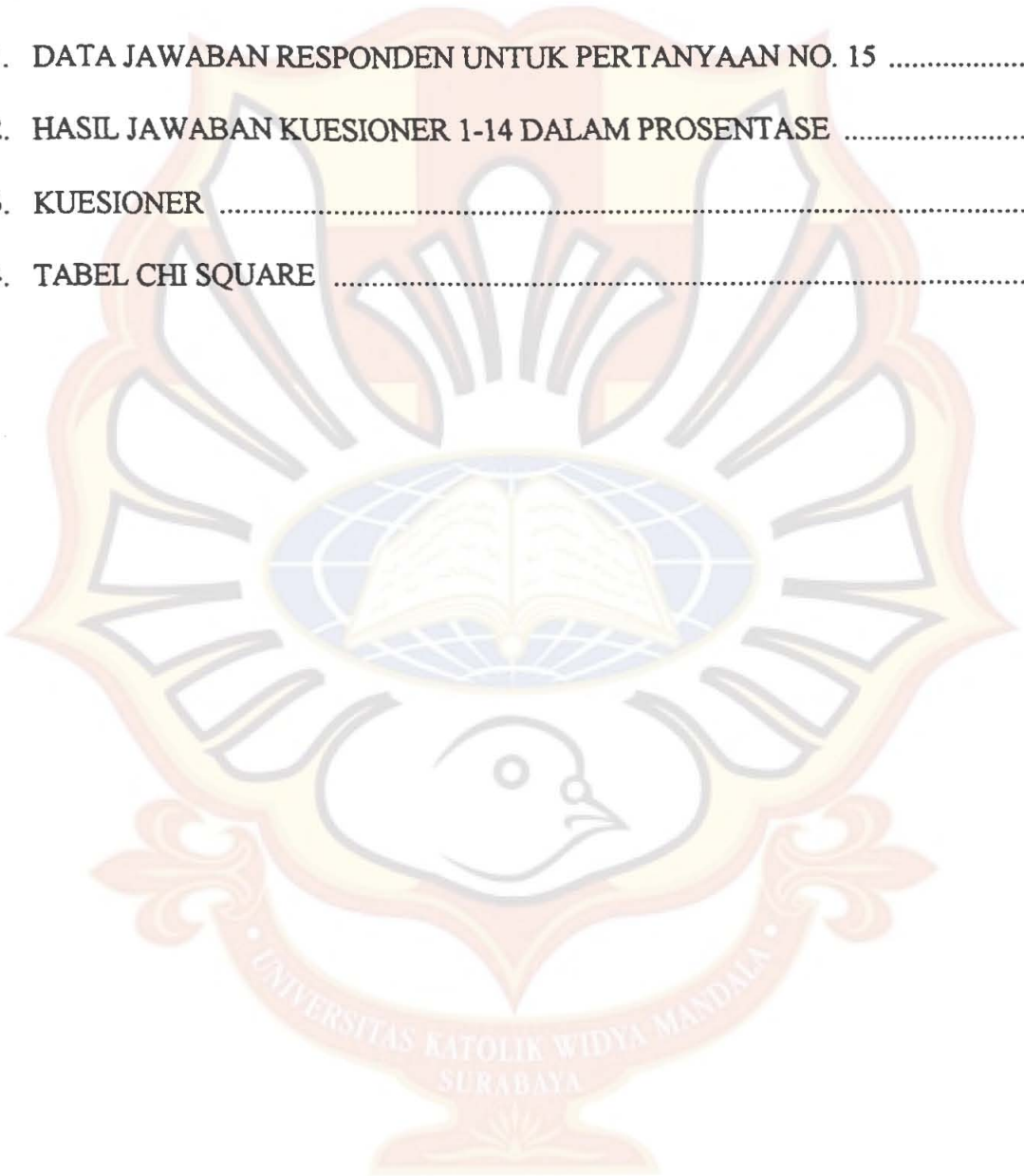
Nomor	Halaman
1. MODEL PENGAMBILAN PUTUSAN KONSUMEN	14
2. MODEL PROSES MOTIVASI	17
3. HIRARKI KEBUTUHAN DARI MASLOW	18
4. TIGA TINGKATAN PRODUK	25
5. ORGANIZATION PT. UNILEVER RUNGKUT FACTORY	44



DAFTAR LAMPIRAN

Nomor

1. DATA JAWABAN RESPONDEN UNTUK PERTANYAAN NO. 15
2. HASIL JAWABAN KUESIONER 1-14 DALAM PROSENTASE
3. KUESIONER
4. TABEL CHI SQUARE



ABSTRAKSI

Dalam penelitian ini penulis mengambil judul analisis preferensi konsumen menurut pria dan wanita dalam memilih produk sabun LUX dan Lifebuoy. 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, manfaat, busa dan kemasan produk. Untuk itu penulis menyebarkan kuesioner kepada konsumen dan mengolahnya menggunakan skala semantic differential. Sedangkan untuk pengujiannya menggunakan chi square test. Dari analisis yang dilakukan diperoleh hasil bahwa untuk faktor harga tidak ada perbedaan preferensi menurut pria dan wanita, faktor manfaat ada perbedaan preferensi menurut pria dan wanita, faktor kemasan untuk sabun LUX tidak ada perbedaan dan untuk sabun Lifebuoy ada perbedaan preferensi menurut pria dan wanita sedangkan untuk faktor busa tidak ada perbedaan preferensi menurut pria dan wanita.

