

**Analisis Hubungan Karakteristik Konsumen
Terhadap Penilaian Atribut Produk Dan Keputusan Pembelian Air Mineral
Total pada PT Tirtamas Megah Temanggung**

SKRIPSI



ditulis oleh

**Nama : Ajeng Retno Wardani
Nomor Mahasiswa : 00311056
Program Studi : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Pemasaran**

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
FAKULTAS EKONOMI
YOGYAKARTA
2004**

**Analisis Hubungan Karakteristik Konsumen
Terhadap Penilaian Atribut Produk Dan Keputusan Pembelian Air Mineral
Total pada PT Tirtamas Megah Temanggung**

SKRIPSI

Ditulis dan diajukan untuk memenuhi syarat ujian akhir guna
memperoleh gelar Sarjana Strata – I di Program Studi Manajemen,
Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia



ditulis oleh

Nama : Ajeng Retno Wardani
Nomor Mahasiswa : 00311056
Program Studi : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Pemasaran

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
FAKULTAS EKONOMI
YOGYAKARTA
2004

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

“Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan orang lain untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, saya sanggup menerima hukuman/sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku.”

Yogyakarta, Juni 2004

Penulis,

Ajeng Retno Wardani

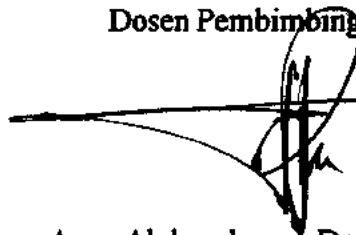
Analisis Pengaruh Karakteristik Konsumen terhadap Penilaian Atribut Produk dan Keputusan Pembelian Air Mineral Total pada PT Tirtamas Megah Temanggung

Nama : Ajeng Retno Wardani
Nomor Mahasiswa : 00311056
Program Studi : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Pemasaran

Yogyakarta, Juni 2004

Telah disetujui dan disahkan oleh

Dosen Pembimbing,

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Agus Abdurrahman', written over a horizontal line. The signature is stylized and includes a large loop at the end.

Agus Abdurrahman, Drs.MM

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

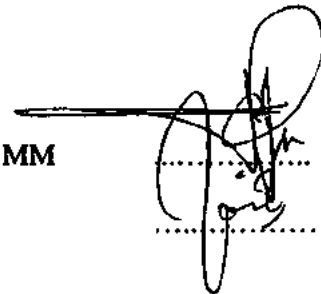
**ANALISIS HUBUNGAN KARAKTERISTIK KONSUMEN TERHADAP PENILAIAN
ATRIBUT PRODUK DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN AIR MINERAL TOTAL PADA
PT. TIRTAMAS MEGAH TEMANGGUNG**

**Disusun Oleh: AJENG RETNO WARDANI
Nomor mahasiswa: 00311056**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan **LULUS**
Pada tanggal : 15 Juli 2004

Penguji/Pemb. Skripsi : DRS. AGUS ABDURRAHMAN, MM

Penguji : DRS. YAZID, MM



Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Indonesia



Drs. Suwarsono, MA

ABSTRAK

Manusia normalnya membutuhkan air minum delapan gelas dalam sehari. Berbagai jenis air minum dapat dikonsumsi oleh manusia untuk memenuhi kebutuhan tersebut, salah satunya yaitu air minum dalam kemasan. Pada saat ini banyak bermunculan produk-produk air minum dalam kemasan dengan berbagai merk, salah satunya adalah air mineral "TOTAL" yang diproduksi oleh PT. Tirtamas Megah Temanggung. Agar sukses memasarkan produknya, berbagai strategi dilakukan oleh perusahaan-perusahaan untuk memuaskan kebutuhan konsumen. Oleh karena itu sangat diperlukan riset pemasaran untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam pemilihan produk air minum dalam kemasan. Perbedaan karakteristik konsumen yang beraneka ragam ternyata memiliki hubungan dalam penilaian konsumen pada atribut produk dan keputusan beli akhir konsumen.

Dalam penelitian ini akan diukur seberapa eratkah hubungan antara karakteristik konsumen terhadap penilaian atribut produk dan keputusan beli konsumen dengan menggunakan analisis kaidah kuadrat dan koefisien kontigensi. Penulis membedakan karakteristik berdasarkan pekerjaan, umur dan penghasilan, sedangkan untuk atribut yang ditawarkan adalah harga, kualitas dan kemasan. Objek penelitian ini adalah masyarakat di daerah Kabupaten Temanggung, Jawa Tengah.

Hasil dari penilaian ini menyimpulkan bahwa ada hubungan antara karakteristik konsumen dan penilaian terhadap atribut dan keputusan beli produk. Namun dalam pengukuran keeratan hubungan, tidak ditemukan hubungan yang kuat. Hal tersebut dimungkinkan karena adanya Exstraneous variabel. Dari hasil penelitian ini penulis menyarankan Perusahaan dalam memasarkan produk harus memperhatikan variabel penting lainnya selain dari atribut yang telah ditawarkan seperti harga, kualitas, dan kemasan. Perusahaan juga harus memperhatikan selera konsumen, concern, dan brand awarenees selain itu perusahaan juga harus melakukan promosi yang lebih agresif agar mampu bersaing dengan Brand lain yang ada, terutama yang merupakan market leader brand bagi produk air minum dalam kemasan.

MOTTO

Aku tahu rizkiku tak mungkin diambil orang lain

Karenanya hatiku tenang

Aku tahu, amalan-amalanku tak mungkin dilakukan orang lain

Maka, aku sibukkan diriku bekerja dan beramal

Aku tahu, Allah selalu melihatku

Karenanya, aku malu bila Allah mendapatiku melakukan maksiat

Aku tahu, kematian menantiku

Maka, kupersiapkan bekal untuk berjumpa dengan Rabbku

(Hasan al Bashri)

Skripsi ini kupersembahkan

teruntuk :

Papa, Mama dan Keluargaku

Yang Tersayang

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Segala puji syukur penulis panjatkan khadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunianya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul "ANALISIS HUBUNGAN KARAKTERISTIK KONSUMEN TERHADAP PENILAIAN ATRIBUT PRODUK DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN AIR MINERAL TOTAL PADA PT. TIRTAMAS MEGAH TEMANGGUNG."

Maksud dan tujuan dari penyusunan skripsi ini untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Jenjang Strata 1 Jurusan Manajemen di Universitas Islam Indonesia.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak sekali kekurangan, meskipun penulis telah berusaha semaksimal mungkin dengan segala tenaga dan pikiran. Sehingga penulis memohon maaf atas segala kekurangan dalam penulisan skripsi ini.

Dalam penyusunan dan penulisan skripsi ini, penulis banyak mendapatkan bantuan baik berupa dorongan, kritikan, dan masukan yang membangun dari berbagai pihak. Untuk itu dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya dan rasa hormat yang mendalam kepada :

1. Drs. H. Suwarsono, MA, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.

2. Drs. Agus Abdurrahman, MM, selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan serta arahan hingga terselesaikannya penulisan skripsi ini.
3. Bapak Suhartono, beserta segenap karyawan PT. Tirtamas Megah Temanggung yang memberikan ijin, waktu, serta tempat untuk mengadakan penelitian ini..
4. Papa, Mama, Mbak Anik, Puput, Fadil, M'waroh, dan segenap keluarga besarku di Temanggung dan Magelang yang tiada pernah lelah memberi kasih sayang, doa dan semangat.
5. Rohmad Nugroho yang bersedia menemaniku dengan kasih sayang dalam suka dan duka seumur hidupnya dan selalu membuatku merasa bahagia.
6. Mbak Peni dan keluarga yang telah mempermudah penulis mendapatkan ijin penelitian
7. Eko Erwinto dan keluarga yang telah membantu penulis dalam penyelesaian penelitian ini dari awal hingga akhir.
8. Para sahabatku, Thia, Linda, Maya, Peni, Wida atas kritik, saran, segala petuah bijak, dan caci maki , kejujuran kalian adalah penghormatan buatku
9. Teman – teman Manajemen kelas A “2000” (Lina, Sita, Toni, Winda, Lia, Ika, Muhajir, Eta, Rika, Siska, Ayu, Mega, Mira, Anik, Eva, Alya, Korin, Fajar, Upay, Yudi, Wawan, Rio, Hasan dll... kalian semua adalah teman terbaik)

10. Semua sahabat lama, Semua Nyawa yang pernah menemani, Waktu untuk masa bahagia dan suram dan Para BintangG dilangitku yang datang dan pergi.

Kepada semua pihak yang telah membantu, penulis mengucapkan terima kasih. Skripsi yang penulis selesaikan ini masih jauh dari sempurna tapi penulis berharap skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat

Yogyakarta, 2 Juni 2004

Penulis

AJENG RETNO WARDANI

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Sampul Depan Skripsi	i
Halaman Judul Skripsi	ii
Halaman Pernyataan Bebas Plagiarisme.....	iii
Halaman Pengesahan Skripsi	iv
Halaman Pengesahan Ujian Skripsi	v
Abstrak	vi
Motto.....	vii
Halaman Persembahan	viii
Kata Pengantar	ix
Daftar Isi	xii
Daftar Tabel	xv
Daftar Gambar	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian	4
1.3 Batasan Masalah dan Asumsi	4
1.4 Tujuan penelitian	6
1.5 Manfaat Penelitian	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
2.1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	8

2.2 Landasan Teori.....	10
2.2.1 Pengertian Pemasaran	10
2.2.2 Pengertian Manajemen Pemasaran.....	12
2.2.3 Konsep Pemasaran dan Orientasi Pada Konsumen.....	14
2.2.4 Perilaku Konsumen.....	17
2.2.5 Kerangka Analisis Perilaku Konsumen	22
2.2.6 Proses Keputusan Untuk Membeli	25
2.2.7 Karakteristik yang mempengaruhi tingkah laku konsumen.....	29
2.2.8 Strategi Pemasaran	36
2.2.9 Atribut Produk	41
 BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Sejarah berdirinya Perusahaan.....	44
3.1.1 Lokasi Perusahaan.....	46
3.1.2 Struktur Organisasi Perusahaan.....	47
3.1.3 Proses Dan Hasil Produksi Air Minum Dalam Kemasan	
“ Total”	50
3.2 Variabel Penelitian	53
3.3 Instrumen atau alat pengumpul data.....	54
3.4 Data dan Teknik pengumpulan data.....	55
3.4.1 Jenis Data	55
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data.....	55
3.5 Populasi dan Sampel	56

3.5.1 Pengertian Populasi dan Sampel.....	56
3.5.2 Penentuan Jumlah Sampel.....	57
3.6 Teknik analisis.....	58
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	
4.1. Analisis dan Pembahasan.....	61
4.1.1 Analisis Kualitatif	62
4.1.2 Analisis Kuantitatif	64
4.1.2.1 Ringkasan Hasil Perhitungan Kai Kuadrat dan Koefisien kontigensi.....	77
BAB V.KESIMPULAN dan SARAN	
5.1 Kesimpulan.....	82
5.2 Saran.....	85
DAFTAR PUSTAKA.....	86
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
3.1 Jenis Produksi.....	51
4.1 Umur Responden.....	62
4.2 Tingkat Pendapatan Responden.....	62
4.3 Pekerjaan responden.....	63
4.4 Tabel Chi square hubungan karakteristik umur terhadap penilaian atribut produk air mineral Total.....	65
4.5 Koefisien kontigensi hubungan karakteristik umur terhadap penilaian atribut produk air mineral Total.....	65
4.6 Tabel Chi square hubungan karakteristik pendapatan terhadap penilaian atribut produk air mineral Total.....	67
4.7 Koefisien kontigensi hubungan karakteristik pekerjaan terhadap penilaian atribut produk air mineral Total.....	67
4.8 Tabel Chi square hubungan karakteristik pekerjaan terhadap penilaian atribut produk air mineral Total.....	69
4.9 Koefisien kontigensi hubungan karakteristik pekerjaan terhadap penilaian atribut produk air mineral Total.....	69
4.10 Hubungan karakteristik umur dengan keputusan beli produk berdasarkan atribut yang ditawarkan.....	71
4.11 Koefisien kontigensi hubungan karakteristik umur dengan keputusan beli produk merdasarkan atribut yang ditawarkan.....	72

4.12 Hubungan karakteristik pendapatan dengan keputusan beli produk berdasarkan atribut yang ditawarkan.....	73
4.13 Koefisien kontigensi hubungan karakteristik pendapatan dengan keputusan beli produk berdasarkan atribut yang ditawarkan.....	74
4.14 Hubungan karakteristik pekerjaan dengan keputusan beli produk berdasarkan atribut yang ditawarkan.....	76
4.15 Koefisien kontigensi hubungan karakteristik pekerjaan dengan keputusan beli produk berdasarkan atribut yang ditawarkan.....	76
4.16 Hubungan karakteristik konsumen dengan penilaian terhadap atribut produk (chi square).....	77
4.17 Hubungan karakteristik konsumen dengan keputusan beli produk berdasarkan atribut yang ditawarkan (chi square).....	78
4.18 Koefisien hubungan kontigensi karakteristik konsumen dengan penilaian terhadap atribut produk.....	79
4.19 Koefisien kontigensi hubungan karakteristik konsumen dengan keputusan beli produk berdasarkan atribut yang ditawarkan.....	80

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
3.1 Denah Lokasi PT. Tirtamas Megah Temanggung.....	47
3.2 Struktur Organisasi PT. Tirtamas Megah Temanggung.....	49
3.3 Bagan Alur Produksi AMDK.....	52