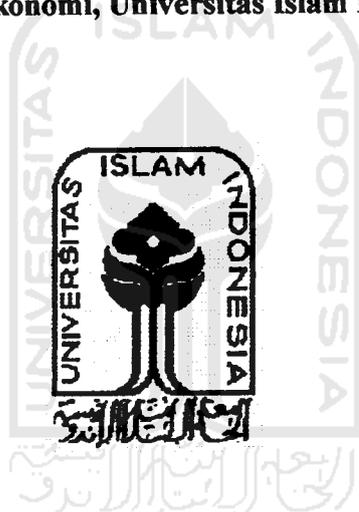


# **Analisis Motivasi Konsumen dalam Membeli Produk Pasta**

## **Gigi Pepsodent**

### **SKRIPSI**

**Ditulis dan diajukan untuk memenuhi syarat ujian akhir guna memperoleh gelar Sarjana Strata-1 di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia**



**ditulis oleh**

**Nama : Sari Pratiwi**  
**No Mahasiswa : 01.311.329**  
**Program Studi : Manajemen**  
**Bidang Konsentrasi : Pemasaran**

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**  
**FAKULTAS EKONOMI**  
**YOGYAKARTA**  
**2005**

**BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI**

**SKRIPSI BERJUDUL**

**ANALISA MOTIVASI KONSUMEN DALAM MEMBELI PRODUK PASTA GIGI  
PEPSODENT**

**Disusun Oleh: SARI PRATIWI  
Nomor mahasiswa: 01311329**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan **LULUS**  
Pada tanggal : 17 Februari 2005

Penguji/Pemb. Skripsi: Drs. Albari, M.Si

Penguji : Drs. Murwanto Sigit, MBA

Mengetahui  
Dekan Fakultas Ekonomi  
Universitas Islam Indonesia



Suwarsono, MA

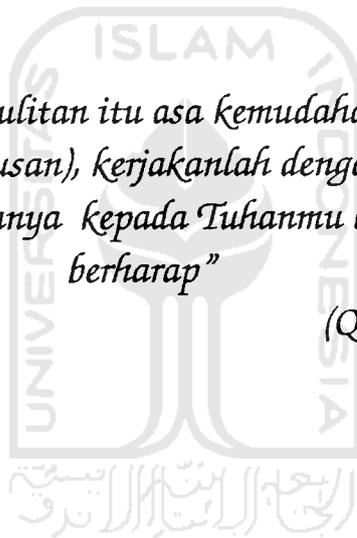
## MOTTO

Bismillahirrohmanirrohiim

*“Tidak ada sesuatu yang lebih baik dari akal yang diperindah dengan ilmu dan ilmu yang diperindah dengan kebenaran (shidiq) dan kebenaran yang diperindah dengan kebaikan dan kebaikan yang diperindah dengan taqwa”*  
(Ulama)

*“Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, maka apabila kamu telah selesai (dari suatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh – sungguh (urusan) yang lain dan hanya kepada Tuhanmu lah hendaknya kamu berharap”*

(QS. Al – Insyiroh : 6 – 8)



## HALAMAN PERSEMBAHAN



Dengan memanjatkan syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah – Nya Alhamdulillah kupersembahkan karya ini untuk :

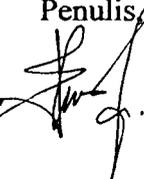
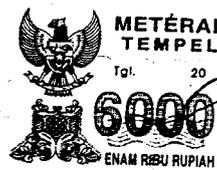
- Suamiku tercinta yang selalu setia mendampingi
- Orang tua dan Mertuaku tercinta
- Adik – adikku terkasih
- Semua sahabatku yang selalu dekat di hati

## PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

“Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan orang lain untuk memperoleh gelar kesarjanaan disuatu 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/saksi apapun sesuai peraturan yang berlaku.”



Yogyakarta, Februari 2005

Penulis,  
  


Sari Pratiwi

## ABSTRAKSI

Pepsodent adalah produk pasta gigi yang paling banyak ditemui dipasaran. Dalam hal ini peneliti mencoba untuk menganalisa motivasi konsumen dalam pembelian pasta gigi tersebut. Motivasi yang dirasakan konsumen berhubungan dengan atribut-atribut yang melekat pada pasta gigi pepsodent yang diproduksi oleh PT. Unilever Indonesia.

Dalam analisa tersebut digunakan tehnik Convenience sampling. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa UII Fakultas Ekonomi yang pernah menggunakan pasta gigi pepsodent baik laki-laki maupun perempuan yang uang kirimannya < Rp.400.000, antara Rp.400.000 hingga Rp.800.000, dan > Rp.800.000, metode pengumpulan datanya menggunakan metode kuisisioner dan metode interview, analisa statistik dengan analisa chi square

Ada perbedaan yang signifikan dalam analisa tersebut berdasarkan masing-masing karakteristik konsumen dimana perbedaan tersebut adalah bahwa konsumen dengan jenis kelamin pria lebih termotivasi untuk memilih atribut image yang tertanam dibenak konsumen, sedangkan berdasarkan karakteristik uang kiriman orang tua, konsumen dengan uang kiriman > dari Rp.800.000 lebih termotivasi untuk memilih atribut jenis produk yang beraneka ragam dalam pembelian pasta gigi pepsodent.

## **KATA PENGANTAR**

### **Bismillahirrohmanirrohim**

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Segala puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan karunia dan hidayah-NYA sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi ini dengan judul “Analisis Motivasi Konsumen Dalam Membeli Pasta Gigi Pepsodent” dengan tujuan untuk mengetahui dan memperoleh gambaran secara kongkret bagaimana atribut - atribut dalam pasta gigi pepsodent dapat mempengaruhi motivasi konsumen dalam membelinya. Penyusunan skripsi ini merupakan syarat akademik yang wajib ditempuh oleh setiap mahasiswa pada akhir studinya untuk memenuhi syarat guna memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Islam Indonesia di Yogyakarta.

Terwujudnya skripsi ini juga berkat bantuan bimbingan dan pengarahan dari berbagai pihak, oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih sebesar – besarnya kepada :

1. Allah SWT, yang telah memberikan rahmat dan hidayah kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar.
2. Bapak Drs. Suwarsono, MA, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia beserta staff dan karyawan yang telah turut serta membantu kelancaran penulisan skripsi ini.
3. Bapak Drs. Albari, Msi, selaku dosen pembimbing skripsi yang dengan kesabaran telah memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penyusunan skripsi.
4. Suamiku tersayang yang telah dengan tulus ikhlas memberikan bantuan, semangat dan kasih sayang sehingga memperlancar terselesainya penyusunan skripsi ini.

5. Papa dan Mama serta adik – adikku tercinta yang selalu menghiburku dengan canda dan tawa, nasehat, doa, semangat dan kasih sayang.
6. Teman – temanku, Anisa, Dewi, Dian, Diana dan Yurin yang telah membantu dengan ikhlas serta memberikan semangat “Genggam Tangan Bersama dan Persahabatan Kita Akan Tetap Terbina”.
7. Lulu, Mba Rini, Alif, Nina, Vika, Nisa, yang telah memberikan semangat kepada penulis

Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat digunakan sebagai khasanah pustaka dan dapat bermanfaat bagi pihak yang memerlukannya.

Wassalamu’alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, Februari 2005

Penulis

Sari Pratiwi

