

ABSTRAK

Maria, 2008, “Pengaruh *Brand Image* Produk Minuman Susu UHT “Ultra” Terhadap Volume Penjualan”. Pada PT. Ultrajaya Milk Industry & Trading Company, Tbk.

Studi ini dilatar belakangi oleh meningkatnya kebutuhan manusia akan produk kesehatan. Salah satunya adalah minuman susu UHT “Ultra”. Dalam kondisi persaingan yang semakin ketat, Setiap perusahaan yang menghasilkan suatu produk harus terus berusaha mempertahankan pangsa pasar dan meningkatkan volume penjualannya. Kendala yang dihadapi perusahaan dalam usahanya adalah perubahan selera pelanggan, teknologi baru, dan persaingan. Salah satu cara yang digunakan perusahaan untuk mempertahankan siklus hidup produknya adalah dengan cara meningkatkan *Brand Image* produk, yaitu membuat suatu citra merek atau kesan yang ditanamkan dalam benak konsumen sehingga mampu bersaing dipasaran. *Brand Image* mencakup atribut produk, manfaat yang diperoleh konsumen, karakter yang diasosiasikan oleh konsumen terhadap merek, karakter si pemakai, asosiasi yang dilakukan konsumen dengan kredibilitas perusahaan, dan hubungan antara merek dengan konsumennya. PT. Ultrajaya Milk Industry & Trading Company, Tbk. Adalah salah satu perusahaan makanan dan minuman di Bandung. Dan minuman susu UHT merupakan salah satu produk yang dipasarkannya. Dari hasil penelitian diperoleh hasil koefisien korelasi sebesar 0.716 menunjukkan adanya hubungan yang cukup kuat antara *brand image* produk dengan volume penjualan. Sedangkan dari hasil perhitungan koefisien determinasi diperoleh sebesar 51.27% yang berarti besarnya pengaruh *brand image* produk terhadap volume penjualan sebesar 51.27% sedangkan sisanya sebesar 48.73% dipengaruhi faktor-faktor lain diluar *brand image* produk yang tidak diteliti oleh penulis.

Kata Kunci: *Brand Image* Produk, Volume Penjualan, Pengaruh *Brand Image* Produk terhadap Volume Penjualan.

ABSTRACT

Maria, 2008, “Influence *Brand Image* Product of Drink Milk UHT “Ultra” To The Sales Volume”. At PT. Ultrajaya Milk Industry & Trading Company, Tbk.

Background of this research is the demand of human being of sanitary product that increase rapidly. One of them is health milk drink UHT (*Ultra High Temperature*) “Ultra”. In highly competitive industry, every company yielding a product must be continuously try to maintain market share and increase the sales volume of the product. The constraint which the company is facing in dealing the effort of selling is to make some style changes of the clients, a new technology and competitiveness in selling the product. One of way that the company is using for maintaining the life cycles of the product is by processing brand image product to increase the product, which is make some brand image or image they hold in their minds and able to compete at market. The brand image of the product consist of product attributes, consumer benefit, brand personality, user imagery, organizational association, dan brand consumer relationship. PT. Ultrajaya Milk Industry & Trading Company, Tbk. Is one of the food and beverages company in Bandung and milk is one of a product that sale out of market result from the research which Is obtained by correlation coefficient is 0.716 shows that there is quite strong relation between brand image product and sales volume. Where as from calculation result coefficient of determination is 51.27% which mean the level of influence of brand image product to sales volume is 51.27%, the rest 48.73% influence by other factors off the brand image product which is not verified by writer.

Keyword: Brand Image Product, Sales Volume, Influence of Brand Image Product to Sales Volume.

DAFTAR ISI

Abstrak	i
Kata Pengantar	iii
Daftar Isi	vi
Daftar Tabel	viii
Daftar Gambar	xi
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	11
1.3. Maksud dan Tujuan penelitian.....	12
1.4. Kegunaan Penelitian	12
 BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN	
2.1. Kajian Pustaka.....	14
2.1.1. Merek	14
2.1.2. Brand Image.....	27
2.1.3. Volume Penjualan.....	35
2.1.4. Pengaruh Brand Image Produk Terhadap Volume Penjualan.....	38
2.2. Kerangka Pemikiran.....	39
2.3. Hipotesis Penelitian	42
 BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN	
3.1. Objek Penelitian	43
3.2. Metode Penelitian.....	43
3.2.1. Desain Penelitian	43
3.2.2. Operasional Variabel.....	44
3.2.3. Teknik Penentuan Sampel.....	51
3.3. Teknik Pengumpulan Data	54
3.4. Metode Analisis.....	55
3.5. Pengujian Hipotesis	58
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1. Hasil Penelitian.....	59
4.1.1. Sejarah Perusahaan	59
4.1.2. Struktur Organisasi	60
4.1.3. Uraian Tugas	62
4.1.4. Profil Pelanggan	66

4.2. Pembahasan	70
4.2.1. Analisis Deskriptif	71
4.2.2. Data Penelitian	72
4.2.3. Tanggapan Responden Mengenai Pengaruh Brand Image Produk Minuman Susu UHT “Ultra” Terhadap Volume Penjualan di PT. Ultrajaya Bandung.....	72
4.2.4. Brand Image Produk Minuman Susu UHT Ultrajaya.....	72
4.2.5. Tanggapan Responden Mengenai Volume Penjualan	115
4.2.6. Uji Validitas dan Reliabilitas	126
4.2.7. Analisis Korelasi Untuk Mengukur Berapa Kuatnya Derajat Pengaruh Brand Image Produk Minuman Susu UHT “Ultra” Terhadp Volume Penjualan	131
4.2.8. Perhitungan Koefisien Korelasi Pearson	131
4.2.8.1. Analisis Korelasi Dengan Perhitungan Manual	132
4.2.9. Perhitungan Koefisien Determinasi	133
4.2.10. Uji Hipotesis	133
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Kesimpulan.....	136
5.2. Saran	139
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

1.1.	Volume Penjualan Produk Minuman susu UHT ULtrajaya (Januari-Desember 2007).....	3
1.2.	Data Jenis Produk PT. Ultrajaya	5
1.3.	Data Jenis Produk Minuman susu UHT PT. Ultrajaya	6
1.4.	Daftar Harga Retail, Modern Produk minuman susu UHT	7
3.1.	Operasional Variabel	45
3.2.	Penduduk Kota Bandung menurut Kelompok Umur Thn 2006	52
4.1.	Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	66
4.2.	Data Responden Berdasarkan Status.....	67
4.3.	Data Responden Berdasarkan Usia.....	67
4.4.	Data Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	68
4.5.	Data Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan	69
4.6.	Tanggapan Responden tentang desain kemasan produk minuman susu UHT “Ultra” mudah diingat.....	73
4.7.	Tanggapan Responden tentang Bentuk kemasan produk minuman susu UHT “Ultra” memiliki karakteristik	74
4.8.	Tanggapan Responden tentang Produk minuman susu UHT “Ultra” memiliki warna kemasan yang sesuai dengan produk	76
4.9.	Tanggapan Responden tentang Produk minuman susu UHT “Ultra” mempunyai kualitas yang tinggi	78
4.10.	Tanggapan Responden tentang Ukuran kemasan produk minuman susu UHT “Ultra” beraneka ragam	80
4.11.	Data Jenis produk minuman susu UHT PT. Ultrajaya.....	81
4.12.	Tanggapan Responden tentang Produk minuman susu UHT “Ultra” memiliki manfaat untuk menyehatkan tubuh	82
4.13.	Tanggapan Responden tentang Produk minuman susu UHT “Ultra” memiliki manfaat untuk menjaga kondisi tubuh.....	83

4.14.	Tanggapan Responden tentang Produk minuman susu UHT “Ultra” memiliki manfaat untuk meningkatkan daya tahan tubuh	85
4.15.	Tanggapan Responden tentang Produk minuman susu UHT “Ultra” adalah produk yang berhasil memenuhi harapan konsumen	87
4.16.	Tanggapan Responden tentang Produk minuman susu UHT “Ultra” memiliki manfaat untuk kegiatan <i>outdoor</i>	89
4.17.	Tanggapan Responden tentang Produk minuman susu UHT “Ultra” merupakan produk yang dapat diandalkan.....	90
4.18.	Tanggapan Responden tentang Produk minuman susu UHT “Ultra” dikonsumsi oleh orang dengan aktivitas yang sibuk.....	92
4.19.	Tanggapan Responden tentang Produk minuman susu UHT “Ultra” dikonsumsi oleh orang yang mementingkan kualitas	94
4.20.	Tanggapan Responden tentang Produk minuman susu UHT “Ultra” dikonsumsi oleh orang yang mementingkan nilai gizi.....	96
4.21.	Tanggapan Responden tentang “Ultra” menyediakan layanan keluhan konsumen dengan cepat	98
4.22.	Tanggapan Responden tentang “Ultra” merupakan perusahaan yang ahli di bidangnya.....	99
4.23.	Tanggapan Responden tentang “Ultra” menyampaikan produk melalui iklan yang efektif	101
4.24.	Tanggapan Responden tentang “Ultra” selalu menghasilkan produk yang sesuai dengan harapan konsumen	103
4.25.	Tanggapan Responden tentang Produk minuman susu UHT “Ultra” sesuai dengan kebutuhan konsumen	105
4.26.	Tanggapan Responden tentang Produk minuman susu UHT “Ultra” mudah didapatkan	107
4.27.	Tanggapan Responden tentang Produk minuman susu UHT “Ultra” mudah dikenal	108
4.28.	Tanggapan Responden tentang Produk minuman susu UHT “Ultra” membuat konsumen tidak memilih produk lain.....	110

4.29.	Tanggapan Responden tentang Harga Produk minuman susu UHT “Ultra” sesuai dengan daya beli konsumen	111
4.30.	Daftar Harga Retail, Modern Trade Local (Java & Outer Java) Produk minuman susu UHT (<i>Ultra High Temperature</i>).....	112
4.31.	Tanggapan Responden tentang Harga Produk minuman susu UHT “Ultra” sesuai dengan manfaat yang saya peroleh dan pengorbanan yang dikeluarkan	113
4.32.	Tanggapan Responden tentang Tingkat kesesuaian peningkatan pendapatan konsumen dengan pembelian produk minuman susu UHT “Ultra”	115
4.33.	Tanggapan Responden tentang Kesesuaian Harga minuman susu UHT “Ultra” sesuai dengan Pendapatan.....	116
4.34.	Tanggapan Responden tentang Kesesuaian Manfaat yang Diperoleh dengan Harga yang Dikeluarkan untuk Membeli minuman susu UHT “Ultra”	118
4.35.	Tanggapan Responden tentang Kesesuaian Kinerja minuman susu UHT “Ultra” dengan Harapan yang Diinginkan.....	119
4.36.	Tanggapan Responden tentang Harga minuman susu UHT “Ultra” mampu bersaing dengan produk pesaingnya	121
4.37.	Tanggapan Responden tentang Manfaat minuman susu UHT “Ultra” mampu bersaing dengan produk pesaingnya	123
4.38.	Tanggapan Responden tentang Kualitas minuman susu UHT “Ultra” mampu bersaing dengan produk pesaingnya	124
4.39.	Validitas Variabel <i>Brand Image</i> Produk	126
4.40.	Reliabilitas Variabel <i>Brand Image</i> Produk	128
4.41.	Validitas Variabel <i>Brand Image</i> Produk	128
4.42.	Reliabilitas Variabel <i>Brand Image</i> Produk	129
4.43.	Validitas Variabel Volume Penjualan.....	129
4.44.	Reliabilitas Variabel Volume Penjualan	130
4.45.	Pengaruh <i>Brand Image</i> produk minuman susu UHT “Ultra” terhadap Volume Penjualan	131

DAFTAR GAMBAR

2.1.	Paradigma Pengaruh Brand Image Produk minuman susu UHT terhadap Volume Penjualan Pada PT. Ultrajaya Milk Industry & Trading Company, Tbk.....	42
2.2.	Struktur Organisasi PT. Ultrajaya.....	61
2.3.	Berbagai Macam Kemasan Minuman Susu UHT “Ultra”.....	77
2.4.	Uji Laboratorium Minuman Susu UHT “Ultra”.....	79
2.5.	Perbandingan Kemasan Minuman Susu UHT “Ultra” dengan Pesaingnya	109
2.6.	Kurva Uji t	135

DAFTAR LAMPIRAN

1. Surat Penelitian Penyusunan Skripsi
2. Berita Acara Bimbingan
3. Surat Pernyataan Keaslian Skripsi
4. Kuesioner Penelitian
5. Tabel t
6. Tabulasi Nilai Total Tanggapan Responden (Ordinal)
7. Tabulasi Nilai Total Tanggapan Responden (Interval)