

ABSTRAK

Ria, **“Pengaruh Atribut Produk Minuman Ringan Jus Kemasan Buavita Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen Di Lingkungan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Kristen Maranatha Bandung”**, Skripsi Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Kristen Maranatha,

Tahun 2007,
Dibawah bimbingan Prof.Dr.H.Seucherly, S.E.,M.S.

Penelitian ini dilakukan untuk memperoleh gambaran mengenai atribut produk minuman ringan jus kemasan Buavita untuk mengetahui sejauh mana komponen-komponen yang terdapat dalam atribut produk (kualitas, merek, kemasan, desain dan label) tersebut berpengaruh terhadap tingkat kepuasan konsumen.

Penelitian yang menggunakan metode *survey deskriptif* dan *survey explanatory* dengan melakukan pendekatan survey pada lokasi penelitian dan juga menggunakan teknik pengumpulan data melalui kuesioner yang disebarakan pada konsumen produk minuman ringan jus kemasan Buavita yang terpilih menjadi sample penelitian, kemudian data tersebut diolah menggunakan metode statistik.

Hasil koefisien korelasi pearson yang diperoleh adalah sebesar 0,627 dengan uji signifikansi α sebesar 5% dan diperoleh hasil t-hitung sebesar 7,803 serta t_{tabel} sebesar 1,98 dengan melalui kriteria uji signifikansi jika t_{hitung} lebih besar dari t-tabel maka dapat diartikan H_0 ditolak dan H_1 diterima. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang positif atribut produk minuman ringan jus kemasan Buavita terhadap tingkat kepuasan konsumen di lingkungan mahasiswa Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Kristen Maranatha Bandung antara dengan keeratan hubungan yang termasuk kategori kuat.

2.1.4.3.	Kemasan Produk	22
2.1.4.4	Desain Produk	23
2.1.4.5	Pelabelan Produk	24
2.1.5.	Kepuasan Pelanggan	26
2.1.5.1.	Teknik Pengukuran Kepuasan Pelanggan	33
2.1.5.2.	Hubungan Atribut-Atribut Produk dengan Kepuasan Pelanggan	32
2.2.	Kerangka Pemikiran	35
2.3	Hipotesis	40
BAB III	METODE PENELITIAN	41
3.1	Metode Yang Digunakan	41
3.2	Operasionalisasi Variabel	43
3.3	Sumber dan Cara Penentuan Data	45
3.3.1	Sumber Data	45
3.3.2	Cara Penarikan Sampel	47
3.4	Teknik Pengumpulan Data	50
3.5	Rancangan Analisis dan Uji Hipotesis	51
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	61
4.1	Gambaran dan Sejarah Singkat Umum PT. Ultrajaya	61
4.1.1	Sejarah Singkat Perusahaan	61
4.1.2	Gambaran Singkat Aktivitas Perusahaan	62

4.1.3	Jenis-Jenis Produk Yang Diproduksi PT. Ultrajaya	64
4.1.4	Produk Jus Kemasan Buavita	65
4.2	Karakteristik Pelanggan	67
4.3	Tanggapan Penilaian Dan Harapan Responden Terhadap Kinerja Atribut Produk Minuman Jus Buah Kemasan Buavita Yang Dirasakan Pelanggan	73
4.3.1	Tanggapan Dan Harapan Responden Terhadap Kinerja Atribut Produk Minuman Jus Buah Kemasan Buavita Untuk Sub Variabel Kualitas	74
4.3.2	Tanggapan Dan Harapan Responden Terhadap Kinerja Atribut Produk Minuman Jus Buah Kemasan Buavita Untuk Sub Variabel Merek	79
4.3.3	Tanggapan Dan Harapan Responden Terhadap Kinerja Atribut Produk Minuman Jus Buah Kemasan Buavita Untuk Sub Variabel Kemasan	84
4.3.4	Tanggapan Dan Harapan Responden Terhadap Kinerja Atribut Produk Minuman Jus Buah Kemasan Buavita Untuk Sub Variabel Desain	89
4.3.5	Tanggapan Dan Harapan Responden Terhadap Kinerja Atribut Produk Minuman Jus Buah Kemasan Buavita Untuk Sub Variabel Label	96
4.4	Pengaruh Kinerja Atribut Produk Minuman Jus Buah Kemasan Buavita Terhadap Tingkat Kepuasan pelanggan	101

4.4.1	Penilaian Tingkat Kepuasan Konsumen	101
4.4.2	Perhitungan Analisis Statistik	105
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	116
5.1	Kesimpulan	116
5.2	Saran	119

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Metode yang digunakan	42
Tabel 3.2	Operasional Variabel Penelitian	43
Tabel 3.3	Sumber Dan Cara Penentuan Data	45
Tabel 3.4	Tingkat Keeratan Hubungan Korelasi	58
Tabel 4.1	Tanggapan dan Harapan Pelanggan Terhadap Kualitas Dipandang Dari Daya Tahan Produk Minuman Ringan Jus Kemasan Buavita Setelah Dibuka	74
Tabel 4.2	Tanggapan dan Harapan pelanggan Terhadap Kualitas Dipandang Dari Kesesuaian Rasa Produk Minuman Ringan Jus Kemasan Buavita	76
Tabel 4.3	Tanggapan dan Harapan pelanggan Terhadap Kualitas Dipandang Dari Kesesuaian Aroma Produk Minuman Ringan Jus Kemasan Buavita	77
Tabel 4.4	Tanggapan dan Harapan pelanggan Terhadap Merek Dipandang Dari Kemudahan Pengucapan Merek Produk Minuman Ringan Jus Kemasan Buavita	79
Tabel 4.5	Tanggapan dan Harapan pelanggan Terhadap Merek Dipandang Dari Kemudahan Mengingat Merek Produk Minuman Ringan Jus Kemasan Buavita	81

Tabel 4.6	Tanggapan dan Harapan pelanggan Terhadap Merek Dipandang Dari Symbolisasi Merek Yang Melambangkan Minuman Berkualitas Produk Minuman Ringan Jus Kemasan Buavita	82
Tabel 4.7	Tanggapan dan Harapan pelanggan Terhadap Kemasan Dipandang Dari Ukuran Kemasan Yang Disajikan Produk Minuman Ringan Jus Kemasan Buavita	84
Tabel 4.8	Tanggapan dan Harapan pelanggan Terhadap Kemasan Dipandang Dari Bentuk Kemasan Yang Praktis Yang Disajikan Produk Minuman Ringan Jus Kemasan Buavita	86
Tabel 4.9	Tanggapan dan Harapan pelanggan Terhadap Kemasan Dipandang Dari Bahan Kemasan Yang Disajikan Produk Minuman Ringan Jus Kemasan Buavita	87
Tabel 4.10	Tanggapan dan Harapan pelanggan Terhadap Desain Dipandang Dari Daya Tarik Disain Pada Kemasan Produk Minuman Ringan Jus Kemasan Buavita	89
Tabel 4.11	Tanggapan dan Harapan pelanggan Terhadap Desain Dipandang Dari Warna Kemasan Produk Minuman Ringan Jus Kemasan Buavita	91
Tabel 4.12	Tanggapan dan Harapan pelanggan Terhadap Desain Dipandang Dari Logo Pada Kemasan Produk Minuman Ringan Jus Kemasan Buavita	92

Tabel 4.13	Tanggapan dan Harapan pelanggan Terhadap Desain Dipandang Dari Ukuran Huruf Pada Kemasan Produk Minuman Ringan Jus Kemasan Buavita	94
Tabel 4.14	Tanggapan dan Harapan pelanggan Terhadap Desain Dipandang Dari Tipe Huruf Pada Kemasan Produk Minuman Ringan Jus Kemasan Buavita	95
Tabel 4.15	Tanggapan dan Harapan pelanggan Terhadap Label Dipandang Dari Kejelasan Nama Perusahaan Produk Minuman Ringan Jus Kemasan Buavita	97
Tabel 4.16	Tanggapan dan Harapan pelanggan Terhadap Label Dipandang Dari Kejelasan Tanggal Kadaluarsa Produk Minuman Ringan Jus Kemasan Buavita	98
Tabel 4.17	Tanggapan dan Harapan pelanggan Terhadap Label Dipandang Dari Kejelasan Tanda Halal Produk Minuman Ringan Jus Kemasan Buavita	100
Tabel 4.18	Penilaian kepuasan yang diterima secara keseluruhan	101
Tabel 4.19	Penilaian bila dibandingkan dengan produk lain	102
Tabel 4.20	Merekomendasikan Produk Kepada Orang Lain	103
Tabel 4.21	Membicarakan Hal-Hal Positif Mengenai Produk Kepada Orang Lain	104
Tabel 4.22	Memilih sebagai pilihan pertama jika akan membeli produk yang sejenis	105

Tabel 4.23	Koefisien Regresi	106
Tabel 4.24	Hasil Pengujian Uji F	108
Tabel 4.25	Hasil Perhitungan Koefisien Korelasi	
	Moment Product Pearson	109

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	<i>Three Level of Product</i>	10
Gambar 2.2	Konsep Kepuasan Pelanggan	28
Gambar 2.3	Paradigma Penelitian	40
Gambar Grafik 4.1	Karakteristik pelanggan Minuman Ringan Jus Kemasan Buavita Berdasarkan Jenis Kelamin	67
Gambar Grafik 4.2	Karakteristik pelanggan Minuman Ringan Jus Kemasan Buavita Berdasarkan Usia	68
Gambar Grafik 4.3	Karakteristik pelanggan Minuman Ringan Jus Kemasan Buavita Berdasarkan Jurusan Yang Diikuti Sesuai Dengan Wilayah Penelitian	69
Gambar Grafik 4.4	Karakteristik pelanggan Minuman Ringan Jus Kemasan Buavita Berdasarkan Uang Saku Per Bulan Yang Dimiliki	70
Gambar Grafik 4.5	Karakteristik pelanggan Minuman Ringan Jus Kemasan Buavita Berdasarkan Tempat Tinggal Sesuai Dengan Wilayah Penelitian Yang Dilakukan	71
Gambar Grafik 4.6	Karakteristik pelanggan Minuman Ringan Jus Kemasan Buavita Berdasarkan Banyaknya Responden Mengonsumsi Jus Buah Kemasan Buavita Tiap Bulan	72