

ABSTRACT

The purpose of this research is to know how consumer behave to make buying decision to isotonic drink product, Mizone, to learn wheter packaging factor, price and apetite effect consument taking decission buying isotonic drink product, Mizone.

In this research, research that is used is applied research. Applied research is research that is used in purpose to get information indorder to solve problem practically. This research is used as a respond to a fenomena that happen in the field. Appropriate to the research title which will be ivestigated by researcher, there for there are two variable in this research, which is the X variable as a dependent variable and Y variable as an independet variable. The X variable (dependent) from this research is packaging, price and apetite. As for Y variable (independent) in this research is consumer loyalty. In this research, researcher test data using quizioner. This Quizioner are made to know wheter if the hypotetic is accept or reject. Quizioner that were made by researcher is using Likert scale, where the answer of the quizioner is divided by 5, which is, for the answer "Very Agree" willbe scored 5, for the answer "Agree" will be scored 4, for the answer "Hesitation" will be scored 3, for the answer "Not Agree" will be scored 2, and for the answer "Completely Disagree" will be scored 1.

After counting the result, it is know that the packaging variable, price and apetite all are affecting significantly to consumer loyalty. Researcher give advice, management give pressure inorder to persuade and grows consumer interest to buy product, and so the company also have to search the other independent variable outside the reserach that assumed could form the consumer loyalty, as example: consumer purchase cappability, lifestyle, demand level, geografic and climate, competitor, way of payment, decission about the outlet, time of purchasing, product total, etc.

Keywords : Price factor, packaging, apetite, consumer loyalty.

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana perilaku konsumen terhadap keputusan konsumen dalam melakukan pembelian terhadap produk minuman isotonik Mizone, untuk mengetahui apakah faktor harga kemasan, harga dan selera mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan untuk melakukan pembelian produk minuman isotonik Mizone.

Dalam penelitian ini, riset yang digunakan adalah riset terapan. Riset terapan adalah riset yang dilakukan untuk mendapatkan informasi guna memecahkan masalah secara praktis. Riset ini dilakukan sebagai respon terhadap suatu fenomena yang terjadi di lapangan. Sesuai dengan judul penelitian yang akan dibahas oleh peneliti, terdapat dua variabel dalam penelitian ini, yaitu variabel X sebagai variabel dependen dan variabel Y sebagai variabel independent. Variabel X (dependen) dari penelitian ini adalah kemasan, harga dan selera. Sedangkan variabel Y (independen) dalam penelitian ini adalah loyalitas konsumen. Dalam penelitian ini, peneliti menguji data dengan menggunakan kuesioner. Kuesioner ini dibuat untuk mengetahui apakah hipotesis diterima atau ditolak. Kuesioner yang dibuat oleh peneliti menggunakan skala Likert, dimana jawaban dari kuesioner dibagi menjadi 5, yaitu untuk jawaban “Sangat Setuju” akan diberi skor 5, untuk jawaban “Setuju” akan diberi skor 4, untuk jawaban “Ragu-ragu” akan diberi skor 3, untuk jawaban “Tidak Setuju” akan diberi skor 2, dan untuk jawaban “Sangat Tidak Setuju” akan diberi skor 1.

Setelah melakukan perhitungan, dapat diketahui bahwa variabel kemasan, selera dan harga secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang berarti terhadap loyalitas konsumen. Dalam hal ini peneliti memberikan saran, seyogyanya manajemen memberikan penekanan upaya untuk menggugah dan menumbuhkembangkan minat konsumen untuk membeli produk, dan agar perusahaan juga mencari faktor pengaruh variabel bebas lainnya diluar penelitian yang diasumsikan dapat membentuk loyalitas konsumen, yang antara lain: daya beli konsumen, gaya hidup, tingkat kebutuhan, kondisi geografis dan iklim, kompetitor, cara pembayaran, keputusan tentang outlet, waktu pembelian, jumlah produk dan lain sebagainya.

Kata kunci : Faktor harga, kemasan, selera, loyalitas konsumen

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi masalah	3
1.2.1 Perumusan masalah	3
1.2.2 Pembatasan masalah	4
1.2.3 Tujuan Penelitian	5
1.2.4 Kegunaan Penelitian	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA	7
2.1 Landasan Teori	7
2.1.1 Pengertian produk.....	7
2.1.2 Pasar Konsumen	14
2.1.3 Perilaku Konsumen	16
2.1.4 Keputusan Pembelian	20
2.1.5 Pemasaran.....	27
2.2 Kerangka Pemikiran	29
2.3 Hipotesis	29
BAB III METODE PENELITIAN	31
3.1 Metode Penelitian	31
3.1.1 Objek Penelitian	31

3.1.2	Jenis Penelitian	32
3.2	Definisi Operasional Variabel.....	33
3.2.1	Operasional Variabel	33
3.3	Populasi dan Sampel.....	38
3.4	Metode Pengujian	40
3.5	Analisis Data.....	42
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		49
4.1	Analisis Data Responden	49
4.2	Analisis Jawaban Responden.....	52
4.2.1	Kemasan	52
4.2.2	Selera	55
4.2.3	Harga	61
4.2.4	Loyalitas Konsumen	64
4.3	Analisis Regresi Linier Berganda	67
4.4	Pengujian Hipotesis	69
4.4.1	Uji t (t-test)	69
4.4.2	Uji F (F-test)	72
4.5	Koefisien Determinasi	74
4.6	Pembahasan	74
4.7	Pengujian Validitas Dan Reliabilitas	76
4.7.1	Uji Validitas.....	76
4.7.2	Uji reliabilitas	80
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		82
5.1	Kesimpulan	82
5.2	Saran	83
LAMPIRAN		86
DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENULIS.....		92

DAFTAR TABEL

	Hal.
Tabel I Definisi Operasional Variabel.....	34
Tabel II Populasi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha angkatan 2009.....	40
Tabel III Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	50
Tabel IV Data Responden Berdasarkan Usia	50
Tabel V Data Responden Berdasarkan Tingkat Pengeluaran Umum.....	51
Tabel VI Ketertarikan konsumen terhadap kemasan Mizone	52
Tabel VII Kepraktisan Kemasan Mizone Menurut Konsumen	53
Tabel VIII Daya Tahan (Keamanan) Dari Kemasan Mizone.....	54
Tabel IX Keharuman Aroma Dari Minuman Mizone	55
Tabel X Kekuatan Rasa Pada Minuman Mizone.....	56
Tabel XI Efek Kesegaran Yang Diberikan Oleh Minuman Mizone Pada Saat Dikonsumsi Oleh Konsumen.....	57
Tabel XII Kesetiaan Konsumen Berdasarkan Rasa Dan Aroma Minuman Mizone	59
Tabel XIII Keselarasan antara aroma dengan rasa dari minuman Mizone.....	60
Tabel XIV Harga Mizone yang ditawarkan kepada konsumen.....	61
Tabel XV Kepuasan konsumen terhadap harga Mizone yang ditawarkan.....	62
Tabel XVI Kesesuaian harga jual Mizone yang ditawarkan pada konsumen jika dibandingkan dengan minuman isotonik lainnya	63
Tabel XVII Loyalitas konsumen dalam mengkonsumsi Mizone	64
Tabel XVIII Konsumen telah sering mengkonsumsi Mizone	65
Tabel XIX Kesetiaan konsumen dalam mengkonsumsi Mizone dipengaruhi juga oleh faktor harga yang ditawarkan	66
Tabel XX Hasil Analisis Regresi Berganda	68
Tabel XXI Hasil Uji Anova.....	73
Tabel XXII Nilai R Square	74

Tabel XXIII Hasil Uji Validitas Variabel Kemasan.....	77
Tabel XXIV Hasil Uji Validitas Variabel Selera	78
Tabel XXV Hasil Uji Validitas Variabel Harga.....	79
Tabel XXVI Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Konsumen	80
Tabel XXVII Hasil Uji Reliabilitas	81

DAFTAR GAMBAR

	Hal.
Gambar 1 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian	25
Gambar 2 Kerangka Pemikiran	29
Gambar 3 Konsep, Dimensi-dimensi, dan Elemen-elemen.....	33
Gambar 4 Populasi dan Sampel.....	39
Gambar 5 Hipotesis Pengaruh Kemasan (X_1) Terhadap Loyalitas Konsumen (Y) ...	70
Gambar 6 Hipotesis Pengaruh Selera (X_2) Terhadap Loyalitas Konsumen (Y)	71
Gambar 7 Hipotesis Pengaruh Harga (X_3) Terhadap Loyalitas Konsumen (Y).....	72
Gambar 8 Hasil Uji Anova	73