

## ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan terhadap produk Teh Kotak sebagai salah satu produk minuman teh dalam kemasan karton yang diproduksi oleh PT Ultra Jaya. Adapun masalah yang dihadapi adalah: 1)Teh Kotak tidak lagi menjadi penguasa pasar minuman teh dalam kemasan karton, 2)Munculnya pesaing dengan merek “Teh Botol Sosro” dan “Frestea”. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen kurang puas terhadap Teh Kotak sehingga berpindah ke produk pesaing. Oleh karena itu, pihak perusahaan perlu mengukur ketidakpuasan konsumen terhadap keseluruhan kualitas atribut Teh Kotak dan perlu mengetahui keunggulan dan kelemahan Teh Kotak dibandingkan pesaingnya.

Model yang digunakan untuk pengolahan data adalah uji hipotesis ketidakpuasan, *Importance Performance Analysis* (IPA) 4 kuadran, *Correspondence Analysis* (CA), dan IPA 6 (Analisis Persaingan). Hasil dari pengolahan data tersebut dapat diketahui atribut yang sudah/belum memuaskan serta diketahui keunggulan dan kelemahan atau posisi Teh Kotak dibandingkan pesaingnya. Selanjutnya ditentukan target prioritas perbaikan Teh Kotak. Total kuesioner yang diolah adalah 112 buah yang disebarakan dengan teknik sampling *purposive*. Kuesioner disebarakan kepada responden yang pernah mengkonsumsi “Teh Kotak”, “Teh Botol Sosro” dan “Frestea”.

Berdasarkan hasil penelitian, dapat diketahui bahwa persepsi konsumen akan keseluruhan kualitas atribut Teh Kotak masih kurang baik karena masih terdapat 9 atribut yang belum memuaskan konsumen, meskipun terdapat 17 atribut yang sudah dapat memuaskan konsumen. Dibandingkan dengan pesaingnya, Teh Kotak mutlak unggul pada 6 atribut, 17 pada posisi bersaing, dan 3 atribut yang mutlak tertinggal.

Agar dapat menciptakan persepsi konsumen yang positif, maka diusulkan: 1) Menampilkan iklan menarik di TV media cetak/reklame dengan slogan yang unik dan bermakna jelas, 2) Melakukan promosi dengan bekerja sama dengan beberapa tempat makan ternama dan kantin-kantin sekolah/kantor 3) Kemasan luar Teh Kotak ditambahkan desain yang menarik tanpa mengubah warna dasar berupa gambar dan slogan “Berasaaaa Segarnya”, 4) Menata ulang kerapihan tata letak tulisan pada kemasan, 5) Mempertimbangkan dan mencari tahu kepada para pakar yang ahli dalam memilah dan meracik teh untuk meningkatkan kesegaran dan kewangian aroma Teh Kotak, 6) Mempertahankan harga murah dengan isi kemasan yang lebih banyak dari pesaing, 7) Memproduksi dengan variasi volume kemasan, 8) Mencantumkan tulisan “BPOM”, kegunaan konsumsi dan informasi layanan telepon bebas pulsa.

## DAFTAR ISI

ABSTRAK .....	iv
KATA PENGANTAR DAN UCAPAN TERIMA KASIH.....	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1-1
1.2 Identifikasi Masalah .....	1-2
1.3 Pembatasan Masalah .....	1-3
1.4 Perumusan Masalah .....	1-3
1.5 Tujuan Penelitian .....	1-4
1.6 Manfaat .....	1-4
1.7 Sistematika Penelitian .....	1-4
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Kepuasan Pelanggan .....	2-1
2.2 Pengertian Kualitas .....	2-2
2.3 Pengertian <i>Perceived Quality</i> .....	2-4
2.3.1 Manfaat <i>Perceived Quality</i> .....	2-4
2.3.2 Pengukuran dan Analisis <i>Perceived Quality</i> .....	2-6
2.4 <i>Correspondence Analysis (CA)</i> / Peta Posisi.....	2-14
2.4.1 Kelebihan dan Kelemahan <i>Correspondence Analysis</i> .....	2-14
2.4.2 Proses <i>Correspondence Analysis (CA)</i> / Peta Posisi.....	2-15
2.4.3 Metode <i>Based On Rank Orders</i> .....	2-18
2.5 Populasi Dan Sampel .....	2-21
2.5.1 Populasi.....	2-21
2.5.2 Sampel.....	2-21
2.6 Teknik Sampling .....	2-21
2.6.1 <i>Probability Sampling</i> .....	2-22

2.6.2 <i>Nonprobability</i> Sampling .....	2-23
2.6.3 Menentukan Ukuran Sampel.....	2-24
2.7 Skala Pengukuran .....	2-25
2.8 Validitas dan Reliabilitas Instrumen .....	2-27
2.8.1 Pengujian Validitas Instrumen .....	2-28
2.8.2 Pengujian Reliabilitas Instrumen .....	2-30
2.9 Teknik Pengumpulan Data.....	2-32

### BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

### BAB 4 PENGUMPULAN DATA

4.1 Data Objek Pengamatan .....	4-1
4.1.1 Filosofi Perusahaan .....	4-1
4.1.2 Data Umum Perusahaan.....	4-2
4.1.2.1 Visi dan Misi Perusahaan .....	4-2
4.1.2.2 Sejarah Singkat Perusahaan .....	4-2
4.1.2.3 Bidang Usaha .....	4-3
4.1.2.4 Lokasi Bahan Baku dan Mitra Usaha.....	4-3
4.1.2.5 Diatribusi dan Penjualan .....	4-4
4.1.2.6 Sumber Daya Manusia .....	4-5
4.1.3 Struktur Organisasi Perusahaan .....	4-5
4.1.4 Filosofi Produk Teh Kotak .....	4-6
4.2 Pengumpulan Data Pendahuluan .....	4-9
4.3 Pengumpulan Data Penelitian .....	4-9
4.3.1 Pengumpulan Data Awal .....	4-9
4.3.2 Pengumpulan Data Lanjutan .....	4-10

### BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS

5.1 Pengujian Validitas Instrumen .....	5-1
5.1.1 Pengujian Validitas Internal.....	5-1
5.1.2 Pengujian Validitas Eksternal .....	5-3
5.2 Pengujian Reliabilitas Instrumen .....	5-6
5.3 Pengolahan Data Perceived Quality.....	5-7
5.3.1 Uji Hipotesis Ketidakpuasan.....	5-7

5.3.2	Importance Performance Analysis (IPA) 4 Kuadran .....	5-11
5.3.3	Correspondence Analysis (CA)/ Peta Posisi .....	5-15
5.3.4	Metode Based On Rank Orders.....	5-30
5.3.5	Importance Performance Analysis (IPA) 6 Kuadran .....	5-33
5.4	Analisis.....	5-37
5.4.1	Analisis Ketidakpuasan Konsumen.....	5-37
5.4.2	Analisis Importance Performance Analysis (IPA) 4 Kuadran ...	5-45
5.4.3	Analisis Correspondence Analysis (CA)/ Peta Posisi .....	5-46
5.4.3.1	Analisis Grafik Row Scores .....	5-47
5.4.3.2	Analisis Grafik Column Scores.....	5-49
5.4.3.3	Analisis Grafik Row and Column Scores .....	5-50
5.4.4	Analisis Importance Performance Analysis (IPA) 6 Kuadran ...	5-52
5.4.5	Analisis Penentuan Target untuk Setiap Atribut.....	5-54
5.5	Pengembangan Usulan .....	5-68
5.5.1	Usulan Untuk Melebihi Harapan Konsumen .....	5-69
5.5.2	Usulan Untuk Melebihi Pesaing .....	5-70
5.5.3	Usulan Untuk Memenuhi Harapan Konsumen .....	5-73
5.5.4	Usulan Untuk Mempertahankan Kinerja .....	5-74

## BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN

6.1	Kesimpulan .....	6-1
6.2	Saran .....	6-3
6.2.1	Saran Bagi Perusahaan .....	6-3
6.2.2	Saran Penelitian Lebih Lanjut .....	6-3

DAFTAR PUSTAKA .....	xiv
----------------------	-----

## LAMPIRAN

## DATA PENULIS

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
4.1	Informasi Teknis Teh Kotak	4-6
5.1	Variabel Penelitian	5-2
5.2	Hasil Pengujian Validitas Eksternal Kuesioner Awal Tingkat Kepentingan	5-3
5.3	Hasil Pengujian Validitas Eksternal Kuesioner Awal Tingkat Performansi	5-4
5.4	Hasil Pengujian Validitas Tingkat Kepentingan dan Performansi Teh Kotak	5-5
5.5	Uji Hipotesis Ketidakpuasan Konsumen terhadap Performansi Atribut Teh Kotak	5-9
5.6	Nilai Rata-rata Tingkat Kepentingan dan Performansi Teh Kotak	5-11
5.7	Prioritas Perbaikan Performansi Teh Kotak Berdasarkan IPA 4 Kuadran	5-14
5.8	Rangking Masing-masing Produk Terhadap Setiap Atribut Berdasarkan Metode Correspondence Analysis	5-29
5.9	Rangkuman Total Rangking Atribut 5	5-30
5.10	Tabel Normal Baku Atribut 5	5-31
5.11	Rangkuman Nilai $\bar{Z}$	5-32
5.12	Rangkuman Nilai K	5-32
5.13	Rangkuman Nilai Y	5-33
5.14	Rata-rata Tingkat Kepentingan	5-34
5.15	<i>Importance Performance Analysis</i> (IPA) Persaingan	5-36
5.16	Analisis Kuadran <i>Row Scores</i>	5-47
5.17	Penentuan Target Atribut Teh Kotak	5-54

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
2.1	Konsep Kepuasan Pelanggan	2-2
2.2	Nilai Perceived Quality	2-4
2.3	Tingkat Performance dan Importance	2-7
2.4	Analisis Kompetitif Tingkat Kepentingan dan Kinerja	2-9
2.5	Analisis IPA 4 Kuadran	2-12
2.6	Posisi Positif Satu Objek Terhadap Sebuah Atribut	2-17
2.7	Posisi Positif Lebih Dari Satu Objek Terhadap Sebuah Atribut	2-17
2.8	Teknik Sampling	2-22
3.1	Bagan Metodologi Penelitian	3-2
3.2	Matrix IPA 4	3-12
3.3	Persaingan 6 Kuadran (IPA 6)	3-14
4.1	Struktur Organisasi Perusahaan	4-5
4.2	Produk Teh Kotak	4-8
5.1	Uji Hipotesis Ketidakpuasan Konsumen	5-9
5.2	Importance Performance Analysis (IPA 4)	5-13
5.3	<i>Row and Column Scores</i>	5-15
5.4	Peta Posisi Atribut 1	5-16
5.5	Peta Posisi Atribut 2	5-16
5.6	Peta Posisi Atribut 3	5-17
5.7	Peta Posisi Atribut 4	5-17
5.8	Peta Posisi Atribut 5	5-18
5.9	Peta Posisi Atribut 6	5-18
5.10	Peta Posisi Atribut 7	5-19
5.11	Peta Posisi Atribut 8	5-19
5.12	Peta Posisi Atribut 9	5-20
5.13	Peta Posisi Atribut 10	5-20
5.14	Peta Posisi Atribut 11	5-21
5.15	Peta Posisi Atribut 12	5-21
5.16	Peta Posisi Atribut 13	5-22
5.17	Peta Posisi Atribut 14	5-22
5.18	Peta Posisi Atribut 15	5-23
5.19	Peta Posisi Atribut 16	5-23
5.20	Peta Posisi Atribut 17	5-24
5.21	Peta Posisi Atribut 18	5-24
5.22	Peta Posisi Atribut 19	5-25
5.23	Peta Posisi Atribut 20	5-25
5.24	Peta Posisi Atribut 21	5-26
5.25	Peta Posisi Atribut 22	5-26
5.26	Peta Posisi Atribut 23	5-27

## DAFTAR GAMBAR (lanjutan)

<b>Gambar</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
5.27	Peta Posisi Atribut 24	5-27
5.28	Peta Posisi Atribut 25	5-28
5.29	Peta Posisi Atribut 26	5-28
5.30	Kurva Normal Baku Atribut 5	5-31
5.31	Informasi Nilai Gizi dan Kadar Bahan Teh Kotak	5-39
5.32	Grafik <i>Row Scores</i>	5-47
5.33	Grafik <i>Column Scores</i>	5-49

## DAFTAR LAMPIRAN

No	Judul	Halaman
1.1	Kuesioner Penelitian (30 Responden)	L1-2
1.2	Kuesioner Lanjutan	L1-5
2.1	Data Mentah Tingkat Kepentingan (30 Responden)	L2-2
2.2	Data Mentah Tingkat Performansi (30 Responden)	L2-3
2.3	Data Mentah Tingkat Kepentingan (112 Responden)	L2-4
2.4	Data Mentah Tingkat Performansi (112 Responden)	L2-8
2.5	Data Mentah Perbandingan Persepsi Antara Teh Kotak, Teh Botol Sosro dan Frestea (112 Responden)	L2-12
3.1	Hasil Pengujian SPSS (Validitas dan Reliabilitas) Tingkat Kepentingan	L3-2
3.2	Hasil Pengujian SPSS (Validitas dan Reliabilitas) Tingkat Performansi	L3-4
3.3	Hasil Pengolahan Correspondence Analysis	L3-6
3.4	Perhitungan Metode <i>Based On Rank Order</i>	L3-17
4.1	Validitas Konstruksi	L4-2
4.2	Komentar Seminar Isi	L4-21
5.1	Tabel r Product Moment	L5-2
5.2	Tabel Harga Kritis z Observasi Distribusi Normal	L5-3