PENGARUH KEMASAN TERHADAP PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN EXTRA JOSS PADA PT.BINTANG TOEDJOE

(Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Komputer Indonesia Bandung, Angkatan 2001-2004)

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Ujian Sidang
Guna Memperolah Gelar Sarjana Ekonomi

Oleh :
Dadun Abdul Manaf
21201068

J U R U S A N M A N A J E M E N
F A K U L T A S E K O N O M I
U N I V E R S I T A S K O M P U T E R I N D O N E S I A
B A N D U N G
2 0 0 5

PENGARUH KEMASAN TERHADAP PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN EXTRA JOSS PADA PT.BINTANG TOEDJOE

(Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Komputer Indonesia Bandung, Angkatan 2001-2004)

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Ujian Sidang
Guna Memperolah Gelar Sarjana Ekonomi
Pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Komputer Indonesia
Bandung

Menyetujui,

Bandung,…….2005

Pembimbing I	Pembimbing II
Dra.Umi Narimawati,SE. M.Si	Raeni Dwisanty, S.E. M.Si
NIP : 132.005.084	NIP : 412.73.402.006

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi	Ketua Jurusan Manajemen
Prof. Dr. Hj. Ria Ratna Ariawati., M.S.,AK	Dra. Tutty S. Martadiredja., M.Si
NIP : 131.217.713	NIP : 131.124.775

PERSETUJUAN REVISI SKRIPSI

Judul	:	Pengaruh Kemasan Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Extra Joss Pada PT. Bintang Toedjoe.
Nama	:	Dadun Abdul Manaf
NIM	:	21201068
Program Studi	:	S1
Jurusan	:	Manajemen
Fakultas	:	Ekonomi
Nilai	:	A

Pembimbing I	Pembimbing II
Dra.Umi Narimawati,SE. M.Si	Raeni Dwisanty, SE. M.Si
NIP : 132.005.084	NIP : 412.73.402.006

Tim Penguji

1. AnastasuryaGinting SE,,MSi (..……)

2. Isniar Budiarti, SE (……)

3. Raeni Dwisanty, SE.M.Si (……)

“ Apa yang Tidak bisa dihindari
Hadapilah dengan Ikhlas
Karena Allah tidak membebani seseorang
Melainkan sesuai dengan kesanggupannya”.

Tidak ada Kegagalan bagi orang yang terus berjuang.
Karena sesungguhnya bersama kesulitan akan ada
kemudahan.(Q.S Al-Insyirah :6)

Sebagai rasa terimakasih dan baktiku yang dalam
karya ini ku persembahkan untuk Ayahanda (Al-marhum)
dan Ibunda yang tercinta
serta untuk orang yang selalu mencintaiku
yang senantiasa berharap akan keberhasilanku

ABSTRAK

Dadun Abdul Manaf, "Pengaruh Kemasan Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Produk Extra Joss Pada PT. Bintang Toedjoe (Studi kasus pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Komputer Indonesia Bandung, Angkatan 2001-2004), dibawah bimbingan Dra. Umi Narimawati,M.Si dan Raeni Dwisanty, SE, M.Si

Judul dalam penelitian ini adalah pengaruh kemasan terhadap proses keputusan pembelian konsumen produk extra joss (Studi kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Komputer Indonesia Bandung, Angkatan 2001-2004). Ada tiga permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini: pertama, bagaimana tanggapan konsumen terhadap kemasan produk extra joss, kedua bagaimana proses keputusan pembelian konsumen produk extra joss, dan ketiga bagaimana pengaruh kemasan terhadap proses keputusan pembelian konsumen extra joss.

Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah metode deskriptif verifikatif dengan instrument penelitian berupa angket. Adapun kemasan diukur berdasarkan ukuran, label, bentuk, bahan, warna, gambar, dan merek dagang. Sedangkan proses keputusan pembelian konsumen diukur melalui empat indikator yaitu faktor Pengenalan masalah, pencarian informasi, Evaluasi alternatif dan Keputusan pembelian.

Dari hasil analisis data diperoleh skor variabel X sebesar 7735. Ini menunjukan bahwa konsumen mempersepsikan bahwa kemasan extra joss sudah baik meskipun belum mencapai skor ideal, sedangkan untuk variabel Y diperoleh skor sebesar 3083, ini menunjukan bahwa proses keputusan pembelian konsumen extra joss secara umum sudah baik.

Uji korelasi dengan menggunakan koefisien korelasi Rank Spearman diperoleh nilai sebesar 0,475. Berdasarkan klasifikasi korelasi maka hubungan antara kemasan dengan proses keputusan pembelian konsumen extra joss berada pada level sedang, Berdasarkan uji signifikasi t hitung, ternyata t hitung lebih besar dari t tabel (5,24 > 1,66). Hal ini dapat disimpulkan antara variabel X dan variabel Y terdapat hubungan yang positif dan sigifikan sebesar 5,24. Sehingga hipotesis "kemasan berpengaruh signifikan terhadap proses keputusan pembelian konsumen extra joss pada PT.Bintang Toedjoe" dapat diterima.

Besarnya pengaruh kemasan terhadap proses keputusan pembelian konsumen dapat diketahui melalui perhitungan koefisien determinasi. Hasil perhitungan koefisien determinasi, diperoleh 22,56%. Koefisien determinasi menunjukan bahwa pengaruh kemasan terhadap proses keputusan pembelian kosumen extra joss adalah sebesar 22,56% dan sisanya 77,44% dipengaruhi oleh faktor lain seperti harga, mutu produk dan lain-lain yang tidak diteliti oleh penulis.

Berdasarkan kesimpulan diatas, bahwa pada dasarnya kemasan extra joss memiliki tingkat harapan konsumennya sedang, untuk itu kemasan extra joss harus dirancang dan didesain semenarik mungkin untuk menarik perhatian konsumen.

ABSTRACT

Dadun Abdul Manaf, "The Influence Packaging of Extra Joss Product to Consumer Buying Decision Process of PT. Bintang Toedjoe (Study Case of Student Faculty Of Economics Indonesia Computer University-Bandung, class 2001-2004), under tuition Dra. Umi Narimawati,M.Si and Raeni Dwisanty, SE, M.Si

The Title in this research is packaging influence of extra joss product to consumer buying decision process. (Study Case of Student Faculty of Economics Indonesian Computer University-Bandung, class 2001-2004).The are three problems lifted in this research. The First how consumer response to extra joss of packaging, The second how consumer buying decision process of extra joss product , the third how packaging the influence to consumer buying decision process of extra joss produk..

Method used in this research is descriptive and verifikatif with instrument research is enquette. The packaging measured base on the size: lable, Form, Substance, Colour, Draw, and Trademark. While consumer buy decision process measured through four indicator that is problem Recognition factor, information seeking, alternative evaluation and buying decision .

From data analyse obtained X variable score is 7735. This is showing the consumer perception that extra joss packaging is good enough even not yet reached the ideal score, while for Y variable obtained score equal to 3083, this consumer buying decision process of extra joss product in general have the goodness.

Test correlation by using coefficient Rank Spearman correlation obtained value equal to 0,475. Pursuant to correlation clasifikation, the relation between packaging with consumer buying decision process of extra joss product be at middle level, based on t count signifikation, t count bigger than t tables of (5,24 > 1,66). From this concluded between X variable and Y variable there is relation which is positive and significant equal to 5,24. So that the hypothesis " the packaging have influence signifikan to consumer buying decision process of extra joss product of PT.Bintang Toedjoe"is acceptable.

The influence packaging to consumer buying decision process knowable through the calculation of determination coefficient. Result of the calculation of determination coefficient, is rs 22,56%. Determination coefficient that show us packaging influence to buying consumer decision process of extra joss product equal to 22,56% and the rest 77,44% influenced by other factor: like price, quality of product and others which is not researched by writer.

Pursuant to above conclusion, that basically packaging extra joss, his research the consumer expectation in middle level, for that extra joss packaging has to be designed as good as to attract consumer attention.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, yang tak pernah henti memberikan kekuatan dan kemudahan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Sholawat beserta salam semoga senantiasa tercurah kepada khotaman nabiyyin, kekasih Allah, Rasulullah Muhammad SAW beserta keluarganya, para sahabatnya serta ummatnya yang senantiasa istiqomah mengikuti jejak langkahnya hingga akhir zaman.

Dalam penulisan skripsi ini penulis mengangkat judul "**Pengaruh Kemasan Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Extra joss Pada PT Bintang Toedjoe**". Diajukan sebagai salah satu syarat dalam menempuh ujian sarjana program studi strata I Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Komputer Indonesia. Dengan telah selesainya penulisan skripsi ini, tak lupa penulis ucapkan banyak terimakasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan serta bantuan baik materil maupun immaterial sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, terutama kepada yang terhormat :

1. Bapak Ir. Eddy Suryanto Soegoto,M.Sc. Selaku Rektor Universitas Komputer Indonesia.
2. Ibu Prof. Dr. Hj. Ria Ratna Ariawati, Ms.Ak. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Komputer Indonesia.
3. Ibu Dra Tutty S Martadiredja MSi. Selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Komputer Indonesia.

4. Ibu Dra.Umi Narimawati,SE M.Si. Selaku dosen pembimbing I yang selalu memberikan saran, kritik dan bimbingan yang tak akan pernah penulis lupakan.
5. Ibu Raeni Dwisanty,SE, M.Si. Selaku dosen pembimbing II yang selalu memberikan saran, kritik dan bimbingan serta arahan dengan tekun dan sabar sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini.
6. Ibu Marda Tri Melani SE. Selaku Dosen wali kelas penulis yang selalu memberikan kritik dan saran selama penulis menimba ilmu.
7. Seluruh staf pengajar Jurusan Manajemen terutama Ibu Rahma SE.MM, Bpk. Anastasurya Ginting SE.MM dan Staf pengajar lainnya yang tak mungkin penulis sebutkan satu-persatu yang telah sabar mengajar penulis selama penulis menimba ilmu..
8. Kedua orang tua Penulis, terutama Ayahanda (Al-marhum) keduanya guru pertama penulis dalam hidup. Doa keduanya senantiasa mengiringi desah nafas dan langkah kaki penulis serta keduanya pula yang selalu memberikan dorongan serta motivasi baik secara materi ataupun immaterial.
9. Kedua adikku yang selalu memberikan dukungan dan keceriaannya.
10. Kakek dan Nenek, Paman dan Bibi serta seluruh keluarga besar penulis yang ada di Sukabumi yang senantiasa memanjatkan doa untuk keberhasilan penulis dalam menggapai cita dan harapan.

11. Ba Hana dan Ba Nurmin widadari sekretariat manajemen yang telah membantu penulis dalam penyedian data-data yang dibutuhkan oleh penulis.
12. Qibbar Almano , Handi, Doko, Asep, Ajat dan Dede mereka semua sahabat yang selalu menemani penulis dalam suka dan duka.
13. Dewi Sujatni dan sahabat setianya Nophy, Meiske , Herni dan Ujang Sukmawan serta Sandi Rahayu. Mereka semua adalah sahabat satu daerah dengan penulis yang sudah penulis anggap sebagai bagian dari keluarga besar penulis .
14. Sahabat-sahabat kelas Mn-2, Afrida, Desti, Lia dan Eki, Agus, Sandi, Edi dan masih banyak lagi yang tidak mungkin disebutkan satu persatu, semoga persahabatan yang telah kita bangun tidak akan berhenti sampai disini.
15. Sahabat di PPM Miftahul Khoir, K'Heri Azhari dan Dodi teman sekamar penulis, Dendi, Otong, K'Johan dan K,Asep Saepul Islam S.Pd serta K,Saepul Kamil S.Pd keduanya sahabat penulis dalam meniti karir di ajang Fahmil Qur-an, terutama K'Jio yang telah rela meminjamkan printer serta Flash disk sampai tutupnya hilang serta semua santri Miftahul Khoir yang tidak mungkin penulis sebutkan satu persatu.
16. Sahabat di Lembaga Dakwah Kampus UMMI Universitas Komputer Indonesia, Diki, Iwal, Agus, Ipan serta teman-teman lainnya yang senasib sepenanggungan dalam suka dan duka demi menyebarkan Al-Islam dikampus tercinta.

17. Semua pihak yang telah membantu, yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Semoga semua bantuan dan kebaikan yang telah diberikan kepada penulis mendapat balasan yang terbaik dari Allah SWT.

Terakhir penulis sadar, untuk karya yang lebih baik dan sempurna diperlukan berjuta kritik dan saran. Untuk itu penulis sangat mengharap kepedulian dari para pembaca dengan tidak hanya membaca skripsi ini, tetapi juga dapat mengkritiknya. Mudah-mudahan dengan segala keterbatasan, skripsi ini dapat menjelma menjadi sesuatu yang layak dan ada manfaatnya . Amin

Bandung , Agustus 2005

Penulis

DAFTAR ISI

Hal

LEMBAR PENGESAHAN

ABSTRAK……..…….....i

KATA PENGANTAR…….……..…iii

DAFTAR ISI……..……..vii

DAFTAR TABEL…….….x

DAFTAR GAMBAR……...xiii

DAFTAR LAMPIRAN……...…xiv

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang……..……...1

1.2 Identifikasi Masalah……..……...6

1.3 Maksud Dan Tujuan Penelitian……..…….…….6

1.4 Kegunaan Hasil Penelitian……..…….7

1.5 Kerangka Pemikiran ……8

1.6 Hipotesis……..…….....14

1.7 Lokasi Dan Waktu Penelitian…….……..……..14

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Konsep Produk…….…….…..……...15

2.2 Atribut Produk……...16

2.2.1 Pengertian Atribut Produk……...……..……...16

2.2.2 Ruang Lingkup Atribut Produk……..…….…..16

2.3 Konsep Kemasan....……17

2.3.1 Pengertian Kemasan..……...……..……...17

2.3.2 Peranan Kemasan……...……...…....19

2.3.3 Fungsi Kemasan……..……...……...20

2.3.4 Jenis-Jenis Kemasan……...……..……....22

2.3.5 Manfaat Kemasan……...……..23

2.3.6 Strategi Kemasan……...……..26

2.3.7 Syarat-Syarat Kemasan…….27

2.3.8 Unsur-Unsur Kemasan……..29

2.4 Perilaku Konsumen……...…… ……....31

2.4.1 Proses Keputusan Pembelian Konsumen……...……..…….33

2.4.2 Keputusan Pembelian……..……..36

2.4.3 Tipe-Tipe Perilaku Pembelian……...……..……..37

2.4.4 Model Konsumen Dalam mengambil keputusan……..39

2.5 Pengaruh Kemasan Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Produk Extra Joss……41

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 Operasionalisasi Variabel……...……...45

3.2.3 Metode Penarikan Sampel……...……..46

3.2.4 Prosedur Pengumpulan Data……..……...49

3.3 Metode Analisis Dan Rancangan Pengujian Hipotesis……...……...51

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian...……..…….57

4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan……..……....57

4.1.2 Struktur Organisasi ……..……58

4.1.3 Job Description……..……...60

4.2 Pembahasan Penelitian……...……63

4.2.1 Profil responden……..……..…...63

4.2.2 Tanggapan Respononden Tentang Kemasan

Extra Joss…….……..….67

4.2.3 Tanggapan Responden Tentang Proses Keputusan

Pembelian Konsumen Produk Extra Joss……...……....88

4.2.4 Pengaruh Kemasan Terhadap Proses Keputusan

Pembelian Konsumen Extra joss……..……..…97

4.2.4.1 Analisis Korelasi *Rank Spearman*……..……..97

4.2.4.2 Koefisien Determinasi……...98

4.2.4.3 Pengujian Hipotesis……...……99

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan……..…….....102

5.2 Saran……..……...103

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Hal

Tabel

1.1 Pangsa Pasar Minuman Penambah Tenaga…….……3

1.2 Time Schedule Penelitian……..14

2.1 Four Types Of Buying Behaviour…….37

3.1 Rentang Skor…….44

3.2 Operasionalisasi Variabel……...……...46

3.3 Populasi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Komputer Indonesia Angkatan 2001-2004……..47

3.4 Populasi dan Sampel Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Komputer Indonesia Angkatan 2001-2004……48

3.5 Pedoman Untuk Memberikan Interprestasi terhadap Koefisien Korelasi…….55

4.1 Profil Responden Berdasarkan Usia ……...……..64

4.2 Profil Responden Berdasarkan jenis Kelamin ……...……...64

4.3 Profil Responden Berdasarkan Jurusan……...……..65

4.4 Profil Responden Berdasarkan Angkatan…….65

4.5 Profil Responden Berdasarkan mulai mengkonsumsi extra joss……..66

4.6 Profil Responden Berdasarkan banyaknya extra joss yang di konsumsi selama satu bulan…….67

4.7 Tanggapan responden terhadap ukuran kemasan Extra Joss yang praktis….68

4.8 Tanggapan responden terhadap ukuran kemasan Extra Joss yang mudah untuk di bawa……..……..69

4.9 Tanggapan responden terhadap bentuk kemasan Extra Joss yang indah……70

4.10 Tanggapan responden terhadap bentuk kemasan Extra Joss yang mudah untuk dibuka ……71

4.11 Tanggapan responden terhadap bahan kemasan Extra Joss yang kuat …….72

4.12 Tanggapan responden terhadap bahan kemasan Extra Joss yang tidak mudah bocor……73

4.13 Tanggapan responden terhadap bahan kemasan Extra Joss aman terhadap isinya ……74
4.14 Tanggapan responden terhadap warna kemasan Produk Extra Joss nampak jelas ……75
4.15 Tanggapan responden terhadap warna kemasan poduk extra joss menarik...76
4.16 Tanggapan responden terhadap kombinasi warna kemasan Extra Joss yang sangat variatif……...77
4.17 Tanggapan responden terhadap gambar kemasan Extra Joss yang bagus.....78
4.18 Tanggapan responden terhadap gambar kemasan extra joss yang menarik……79
4.19 Tanggapan responden terhadap gambar kemasan Extra Joss nampak jelas…….80
4.20 Tanggapan responden terhadap merek extra joss yang terkenal……..81
4.21 Tanggapan responden terhadap merek extra joss yang dapat dipercaya …..82
4.22 Tanggapan responden terhadap merek extra joss mudah diingat…….83
4.23 Tanggapan responden terhadap informasi dalam label kemasan Extra Joss terbaca jelas……..……84
4.24 Tanggapan responden terhadap Inforamsi dalam label kemasan Extra Joss sesuai dengan manfaatnya……...…85
4.25 Tanggapan responden terhadap kadaluarsa produk yang terdapat pada kemasan Extra Joss terbaca jelas……86
4.26 Tanggapan responden terhadap label halal yang terdapat dalam kemasan Extra Joss terbaca jelas……..87
4.27 Tanggapan responden terhadap minuman bernergi extra joss banyak memberikan manfaat……...…….88
4.28 Tanggapan responden terhadap kebutuhan mengkonsumsi Extra Joss…….89
4.29 Tanggapan responden terhadap dorongan untuk mencari informasi tambahan tentang Extra joss……..90
4.30 Tanggapan responden terhadap kejelasan mendapatkan informasi

produk Extra Joss dengan baik……..91
4.31 Tanggapan responden terhadap kesetujuan mengenai informasi
yang ada dalam kemasan Extra Joss…….92
4.32 Tanggapan responden terhadap perbandingan dengan minuman
berenergi kemasan produk lain ……93
4.33 Tanggapan responden terhadap kemasan extra joss mempunyai
kelebihan dibanding merek lain……94
4.34 Tanggapan responden terhadap keputusan membeli karena kemasannya…95
4.35 Tanggapan responden terhadap keuntungan mengkonsumsi produk ……..96
4.36 Koefisien Korelasi Rank Spearman…….98

DAFTAR GAMBAR

1.1 Model Lima Tahap Proses Pembelian……..10

1.2 Model Penelitian Pengaruh Kemasan Terhadap Proses keputusan Pembelian Konsumen Extra Joss……..…..……13

2.1 Model Lima Tahap Proses Pembelian…….....33

3.1 Daerah Penolakan Dan Penerimaan H_0 dan H_1 56

4.1 Struktur Organisasi.....59

4.2 Daerah Penolakan Dan Penerimaan H_0 dan H_1 101

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner

Lampiran 2 : Perhitungan Rentang Skoring

Lampiran 3 : Tabulasi Variabel X

Lampiran 4 : Tabulasi Variabel Y

Lampiran 5 : Tabel Penolong Untuk menghitung Koefisien Korelasi *Rank Spearman*

Lampiran 6 : Perhitungan manual *Rank Spearman*

Lampiran 7 : Tabel distribusi t dua pihak

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner

Lampiran 2 : Perhitungan Rentang Skoring

Lampiran 3 : Tabulasi Variabel X

Lampiran 4 : Tabulasi Variabel Y

Lampiran 5 : Tabel Penolong Untuk menghitung Koefisien Korelasi *Rank Spearman*

Lampiran 6 : Perhitungan manual *Rank Spearman*

Lampiran 7 : Tabel distribusi t dua pihak