ANALISIS HUBUNGAN ATRIBUT PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PRODUK LECHITIN PT. NATURAL NUSANTARA (STUDI KASUS DI KODIA TEGAL, JAWA TENGAH)

SKRIPSI

Oleh :

UJANG PRIYANTO
97311210

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2004

PENGESAHAN

ANALISIS HUBUNGAN ATRIBUT PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PRODUK LECHITIN PT. NATURAL NUSANTARA (STUDI KASUS DI KODIA TEGAL, JAWA TENGAH)

SKRIPSI

Disusun sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

pada Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia

Yogyakarta

Yogyakarta, 4 Maret 2004

Disetujui dan diterima dengan baik oleh

Dosen Pembimbing

(DRS. ZAENAL MUSTOFA EQ. M.M.)

Skripsi ini kupersembahkan untuk :

Abah dan Emak (Tahari dan Kasaroh) tercinta serta kelima adik-adikku (Nok, Agus, Dewi, Dian serta sibungsu Yuli) yang sangat kusayangi, beserta adik iparku (Amin) yang kusayangi juga. Tidak lupa peluk dan ciumku untuk keponakanku (Imam) yang lucu dan menggemaskan.

Salam Kangen dan Damai

Untuk

Anak-anak " MEDLLES 90 " " Kaligangsa

Keep Cruiser and Peace !!!

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Dengan segenap rasa syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rakhmat dan hidayah-Nya sehingga penyusunan skripsi ini dapat penulis selesaikan.

Adapun judul yang penulis ambil dalam skipsi ini adalah **"Analisis Hubungan Atribut Poduk Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Lechitin PT. Natural Nusantara (Studi Kasus Di Kodia Tegal, Jawa Tengah"**. Merupakan salah satu syarat untuk mencapai gelar sarjana pada Faku;tas Ekonomi Jurusan Manajemen, Universitas Islam Indonesia.

Skripsi ini dapat terwujud antara lain berkat adanya bantuan berbagai pihak, maka dari itu dalam kesempatan ini penulis banyak mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini, khususnya kepada :

1. Bapak Drs. H. Suwarsono, MA selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
2. Ibu Dra. Nurfauziah, MM selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
3. Bapak Drs. Zaenal Mustofa EQ.,MM selaku Dosen pembimbing yang telah memberikan petunjuk, saran dan masukan sehingga terwujudnya skripsi ini.
4. Kepada Kepala Badan Pusat Statistik Kota Tegal dan segenap anggota instansinya yang telah membeerikan data dan petunjuk kepada penulis.

5. Kepada Stockist dan Distributor-ditributor PT. Natural Nusantara yang telah membantu penulis didalam melakukan penelitian.
6. Bapak dan Ibu tercinta, adik-adikku dan iparku yang telah memberikan do'a, semangat, nasehat dan petunjuk sehingga membantu memperlancar selesainya skripsi ini.
7. Teman-temanku : Eko, Firdaus, Adenk, Agus, Jawir, Willie, Loseph, Heri, Syaeful serta teman-teman Genap A-97 yang tidak dapat disebutkan disini.
8. Susi Irmawati SH yang pernah singgah didalam relung hati yang terdalam, semoga Allah SWT selalu melimpahkan rizky dan hidayahnya.
9. Wisma N'dog Dworowati 165 Mancasan Kidul ; Simon, Yeyen, Ebet, Panca"kampret", Rozie "Amrozie", Muhajir, Iwan "Ndut", Adit "Kumis", Arie, Bowo "Singo", Rio "Ribounding", Hendro "Gondrong", Dion "Sastro", Syahrul, Dewa, Yudha "Doey", dan A'am.
10. Dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu, yang telah memberikan petunjuk, saran dan do'a. Semoga Allah SWT membalas segala kebaikan yang telah diberikan.

Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi pihak yang berkenan menelaah. Penulis menyadari skripsi ini kurang sempurna, oleh karenanya segala kritik yang membangun sangat penulis harapkan guna memotivasi semangat untuk berbuat yang lebih baik lagi. Amiin.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, Maret 2004

Penulis

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

ANALISIS HUBUNGAN ATRIBUT PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PRODUK LECHITIN PT. NATURAL NUSANTARA (STUDI KASUS DI KODIA TEGAL JAWA TENGAH)

Disusun Oleh: UJANG PRIYANTO
Nomor mahasiswa: 97311210

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan ***LULUS***
Pada tanggal : 13 April 2004

Penguji/Pemb. Skripsi : DRS. ZAINAL MUSTOFA EQ. MM

Penguji : DRS. AL HASIN, MBA

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Indonesia

Drs. H. Suwarsono, MA

DAFTAR ISI

Halaman Judul i

Halaman Pengesahan ii

Halaman Motto iii

Halaman Persembahan iv

Kata Pengantar v

Berita Acara vii

Daftar Isi viii

Daftar Tabel x

BAB I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah 1

1.2 Perumusan Masalah 6

1.3 Batasan Masalah 6

1.4 Tujuan Penelitian 8

1.5 Manfaat Penelitian 8

1.6 Hipotesis Penelitian 9

1.7 Metode Penelitian 9

BAB II. LANDASAN TEORI

2.1 Arti Pemasaran 18

2.2 Pengertian Manajemen Pemasaran 19

2.3 Konsep Pemasaran 20

2.4 Segmentasi Pasar 22

2.5 Marketing Mix 24

2.6 Perilaku Konsumen 27

2.7 Teori-teori Perilaku Konsumen 28

2.8 Faktor-faktor Utama Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen . 30

2.9 Pengertian Sikap 38

3.0 Konsep Kepuasan Pelanggan 41

BAB III. GAMBARAN UMUM DAERAH PENELITIAN

3.1 Sejarah Singkat Kota Tegal 45

3.2 Keadaan Geografis Daerah Penelitian 49

3.3 Gambaran Umum Produk 53

BAB IV. ANALISIS DATA

4.1 Analisis Kualitatif 58

4.2 Analisis Kuantitatif 66

4.2.1 Keandalan Produk 67

4.2.2 Citra Produk 71

4.2.3 Jaminan Dan Layanan Produk 75

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan 81

5.2 Saran 84

DAFTAR TABEL

Tabel IV.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 59

Tabel IV.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan 60

Tabel IV.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan 61

Tabel IV.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan 62

Tabel IV.5 Tanggapan Konsumen Terhadap Keandalan Produk 63

Tabel IV.6 Tanggapan Konsumen Terhadap Citra Produk 64

Tabel IV.7 Tanggapan Konsumen Terhadap Jaminan dan Layanan Produk . 65

Tabel IV.8 Tanggapan Kosumen tentang kepuasan terhadap produk 66

Tabel IV.9 Tabel kontingensi untuk Fo dari tanggapan terhadap keandalan Produk dengan kepuasan 67

Tabel IV.10 Tabel kontingensi Fh dari tanggapan konsumen terhadap Keandalan produk dikaitkan dengan kepuasan 68

Tabel IV.11 Perhitungan Chi Kuadrat tanggapan konsumen terhadap Keandalan produk dikaikan dengan kepuasan 69

Tabel IV.12 Tabel kontingensi untuk Fo dari tanggapan terhadap Citra produk dikaitkan dengan kepuasan 72

Tabel IV.13 Tabel kontingensi Fh dari tanggapan terhadap citra produk Dikaitkan dengan kepuasan 72

Tabel IV.14 Perhitungan Chi Kuadrat tanggapan konsumen terhadap Citra produk dikaitkan dengan kepuasan 73

Tabel IV.15 Tabel kontingnsi untuk Fo dari tanggapan terhadap jaminan
Dan layanan dikaitkan dengan kepuasan 76
Tabel IV.16 Tabel kontingensi Fh dari tanggapan terhadap jaminan dan
Layan dikaitkan dengan kepuasan 76
Tabel IV.17 Perhitungan Chi kuadrat tanggapan konsumen terhadap
Jaminan dan layanan produk dikaitkan dengan kepuasan 77
Tabel IV.18 Tabel Rangkuman Hasil Analisis Chi Squares 79