
 PERPUSTAKAAN	<b>MILIK PERPUSTAKAAN</b> UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
Diterima	: 13 DEC 2005
Inventarisasi	: 2882/em/Hd.12/2005
Klasifikasi	: Rj.658.8/Mey/05
Selesai Diproses	:

 PERPUSTAKAAN	UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA FAKULTAS EKONOMI Program Studi Manajemen
---	---

**PENGARUH FAKTOR INFORMASI, KINERJA, DAN ATRIBUT  
PRODUK INDOFOOD TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN  
SKRIPSI**

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana Ekonomi  
(S1) Pada Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta**



**Disusun Oleh :**

**Meyli Kurnia Saputra**

**NPM : 00 03 11997**

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA  
FEBRUARI 2005**

**SKRIPSI**

**PENGARUH FAKTOR INFORMASI, KINERJA, DAN ATRIBUT**

**PRODUK INDOFOOD TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN**

Disusun Oleh :

Meyli Kurnia Saputra

NPM : 00 03 11997

Telah dibaca dan disetujui oleh :

Pembimbing Utama



**Ign. Sukirno, Drs, MS.**

Tanggal 5 Februari 2005


SKRIPSI  
PENGARUH FAKTOR INFORMASI, KINERJA, DAN ATRIBUT PRODUK  
INDOFOOD TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :  
Meyli Kurnia Saputra  
NPM : 00 03 11997

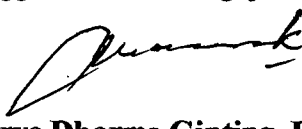
Telah dipertahankan didepan panitia penguji pada tanggal 5 Februari 2005 dan dinyatakan telah memenuhi persyaratan untuk mencapai derajat Sarjana Ekonomi (S1) pada program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta

SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji


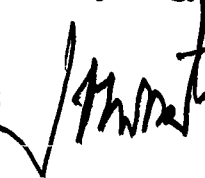
  
**Ign. Sukirno, Drs., MS.**

Anggota Panitia Penguji

  
**Surya Dharma Ginting, Drs., M.Si.**

  
**P. Didit Krisnadewara, Drs., MM.**

Yogyakarta, 5 Februari 2005  
Dekan Fakultas Ekonomi  
Universitas Atma Jaya Yogyakarta

  
  
**Dr. FX. Suwanto, MS**  
FAKULTAS EKONOMI

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul :

PENGARUH FAKTOR INFORMASI, KINERJA, DAN ATRIBUT PRODUK  
INDOFOOD TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN

Benar-benar hasil karya saya sendiri. Pernyataan, ide, maupun kutipan baik langsung maupun tidak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain dinyatakan secara tertulis dalam skripsi ini dalam catatan perut / daftar pustaka. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi sebagian atau seluruhnya dari skripsi ini, maka gelar dan ijasah yang saya peroleh dinyatakan batal dan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 14 Januari 2005

Yang menyatakan,

Meyli Kurnia Saputra

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala limpahan berkah dan bimbingannya sehingga tugas penyusunan skripsi dapat terselesaikan.

Penyusunan skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan atas bantuan dan tenaga yang diberikan oleh berbagai pihak sehingga dalam kesempatan ini penulis dengan sepenuh hati mengucapkan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus dan Bunda Maria Perawan Suci yang telah membimbing langkahku dengan terang Roh Kudus-Nya beserta para malaikatnya.
2. Bapak Ign. Sukirno, Drs. MS., selaku dosen pembimbing dalam penelitian skripsi ini.
3. Bapak Dr. E.F. Slamet S. Sarwono, MBA., selaku Rektor Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
4. Bapak Dr. FX. Suwanto, MS., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
5. Bapak Surya Dharma Ginting, Drs., M.Si., selaku dosen penguji pendadaran.
6. Bapak Didit Kresna Dewara, Drs., MM., selaku dosen penguji pendadaran.

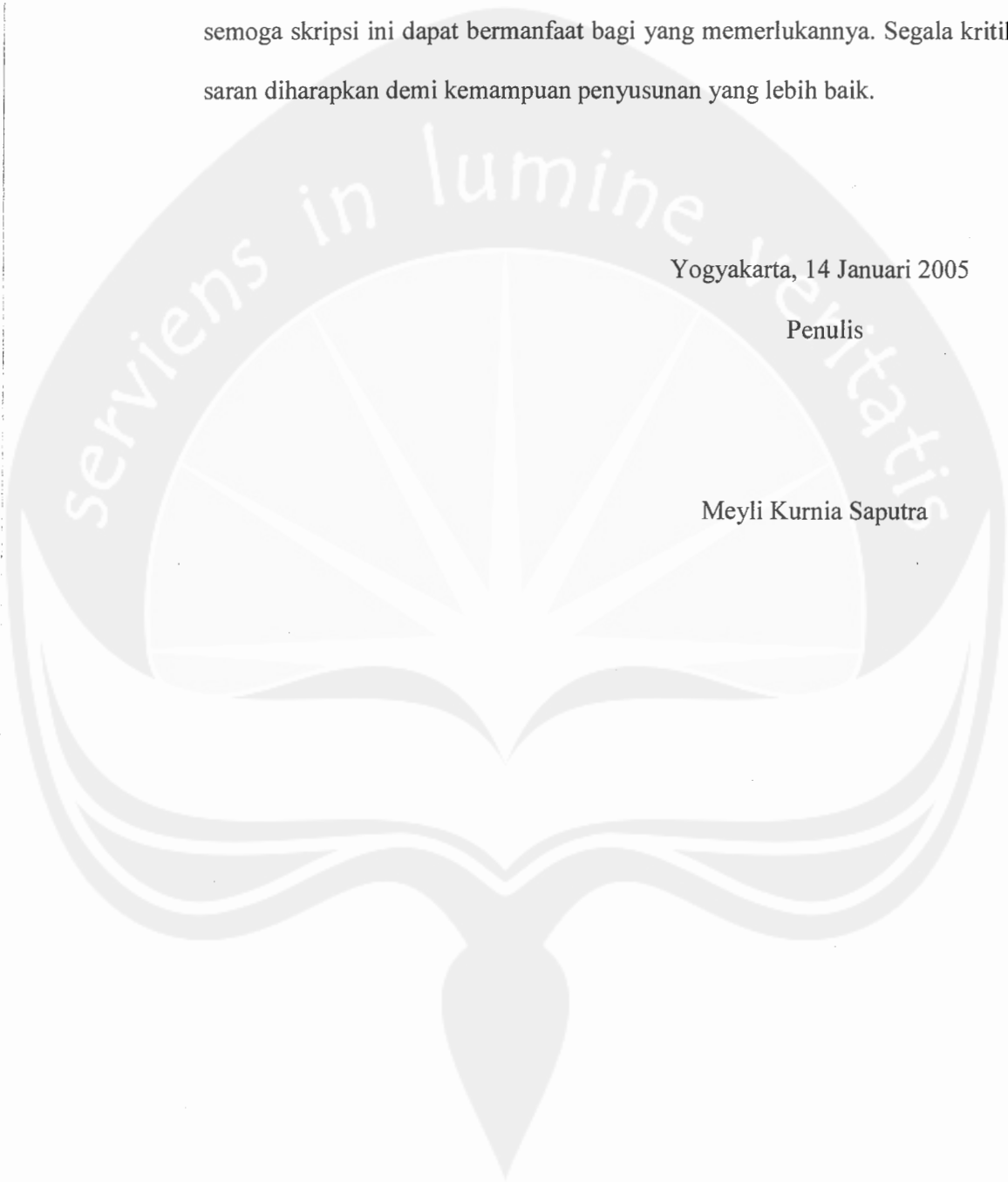
7. Bapak dan ibu dosen Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan kepada penulis sebagai pedoman dalam penyusunan ini.
8. Segenap Staf Pengajar, Staf Tata Usaha, Staf Perpustakaan S1 Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang telah memberikan bimbingan, pelayanan dan bantuan selama penulis menuntut ilmu.
9. Staf Perpustakaan MM Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang telah memberikan pelayanan dan bantuan selama penulis menuntut ilmu di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
10. Mama, Papaku tercinta, dan Kokoku yang tersayang yang selalu memberikan *support*, bantuan, doa, dan motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
11. Sahabat-sahabatku: Hartini, Ita-Bolga, Franky, Any, Evy, Hany, Novi, Khaterine, Lina, Joana, Yuli, Lusy, Rika, Veni, Haryanto, Listiani, Bebez, dan Robert yang telah memberikan motivasi dalam penyusunan skripsi ini.
12. Teman-temanku KKNku: Indri, Deddy, Cahyo, Teo, Ali, Rudy yang telah memberikan *support* dalam penyusunan skripsi ini.
13. Sahabat-sahabat terkasihku dalam Vipassana : A Phei, Angel, Cik Lanny, Cik Wena, Cik Delly, Ita, Ko Jijin, Ko Dek, Adi, Tante Yuni, dan semua peserta Vipassana Desember Klaten 2004.
14. Semua pihak dan teman-teman yang telah banyak membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Dengan segala rasa syukur sekali lagi penulis menghaturkan terima kasih banyak atas segala dukungannya dan dengan kerendahan hati, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi yang memerlukannya. Segala kritik dan saran diharapkan demi kemampuan penyusunan yang lebih baik.

Yogyakarta, 14 Januari 2005

Penulis

Meyli Kurnia Saputra





## MOTTO

" Aku bersyukur kepadaMu, Bapa, Tuhan langit dan bumi, karena semuanya itu Engkau sembunyikan bagi orang bijak dan orang pandai, tetapi Engkau nyatakan kepada orang kecil. Ya Bapa itulah yang berkenan kepada-Mu. " ( Lukas 10 : 21 ).

Tekad, Semangat, Kesabaran, Usaha, Tak Mudah Putus Asa, Bekerja Dengan Rajin, Dan Tenang Seimbang Yang berpangkal pada ANNICA - Hukum Ketidakekalan, merupakan kunci mencapai kesuksesan. ( Vipassana - 2004).

## **PERSEMBAHAN**

Skripsiku ini, aku persembahkan khusus untuk :

- Tuhan Yesus Kristus Juru Selamat Manusia
- Mamaku tercinta
- Papaku terkasih, dan
- Kokoku tersayang

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
HALAMAN MOTTO .....	viii
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	ix
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xv
INTISARI .....	xvi
<b>BAB I. PENDAHULUAN</b>	
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Perumusan Masalah .....	3
1.3. Batasan Masalah .....	3
1.4. Tujuan Penelitian .....	5
1.5. Manfaat Penelitian .....	5
1.6. Hipotesis Penelitian .....	6
1.7. Metodologi Penelitian .....	6
1.8. Sistematika Pembahasan .....	12

## **BAB II. LANDASAN TEORI**

2.1. Konsep Pemasaran .....	14
2.1.1. Kebutuhan, Keinginan, Permintaan .....	15
2.1.2. Produk Dan Jasa .....	15
2.1.3. Nilai, Kepuasan, Dan Mutu .....	15
2.1.4. Pertukaran, Transaksi, Dan Hubungan .....	16
2.1.5. Pasar .....	16
2.2. Market Driven Strategy .....	18
2.3. Perilaku Konsumen Dan Kepuasan konsumen.....	20

## **BAB III. ANALISIS DATA**

3.1. Pengujian Instrumen .....	26
3.1.1. Pengukuran Validitas .....	26
3.1.2. Pengukuran Reliabilitas .....	27
3.2. Analisa Data.....	30
3.2.1. Analisis Karakteristik Responden .....	30
3.2.2. Analisis Penilaian Konsumen Terhadap Faktor Informasi, Kinerja, Dan Atribut Produk Indofood .....	32
3.2.3. Analisis Pengukuran Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Faktor Informasi, Kinerja, Dan Atribut Produk Indofood .....	40
3.2.4. Analisis Pengaruh Faktor Informasi, Kinerja, Dan Atribut Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen .....	48

**BAB IV. PENUTUP**

4.1. Kesimpulan .....	53
4.2. Saran .....	57

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**



## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1. Pengujian Validitas Penilaian Konsumen .....	27
Tabel 3.2. Pengujian Validitas Tingkat Kepuasan Konsumen .....	27
Tabel 3.3. Pengujian Reliabilitas Penilaian Konsumen .....	29
Tabel 3.4. Pengujian Reliabilitas Tingkat Kepuasan Konsumen .....	29
Tabel 3.5. Distribusi Sampel Berdasar Jenis Kelamin .....	30
Tabel 3.6. Distribusi Sampel Berdasar Usia .....	31
Tabel 3.7. Distribusi Sampel Berdasar Pekerjaan .....	31
Tabel 3.8. Penilaian Konsumen Terhadap Faktor Informasi .....	33
Tabel 3.9. Penilaian Konsumen Terhadap Faktor Informasi Kuantitatif .....	33
Tabel 3.10. Hasil Mean Butir 1 Penilaian Konsumen Terhadap Faktor Informasi	33
Tabel 3.11. Hasil Mean Butir 2 Penilaian Konsumen Terhadap Faktor Informasi	34
Tabel 3.12. Hasil Mean Penilaian Konsumen Terhadap Faktor Informasi .....	34
Tabel 3.13. Penilaian Konsumen Terhadap Faktor Kinerja .....	35
Tabel 3.14. Penilaian Konsumen Terhadap Faktor Kinerja Kuantitatif .....	35
Tabel 3.15. Hasil Mean Butir 1 Penilaian Konsumen Terhadap Faktor Kinerja	36
Tabel 3.16. Hasil Mean Butir 2 Penilaian Konsumen Terhadap Faktor Kinerja	36
Tabel 3.17. Hasil Mean Penilaian Konsumen Terhadap Faktor Kinerja .....	36
Tabel 3.18. Penilaian Konsumen Terhadap Faktor Atribut .....	37
Tabel 3.19. Penilaian Konsumen Terhadap Faktor Atribut Kuantitatif .....	38
Tabel 3.20. Hasil Mean Butir 1 Penilaian Konsumen Terhadap Faktor Atribut	38
Tabel 3.21. Hasil Mean Butir 2 Penilaian Konsumen Terhadap Faktor Atribut	38

Tabel 3.22. Hasil Mean Penilaian Konsumen Terhadap Faktor Atribut .....	39
Tabel 3.23. Kepuasan Konsumen Terhadap Faktor Informasi .....	40
Tabel 3.24. Kepuasan Konsumen Terhadap Faktor Informasi Kuantitatif .....	41
Tabel 3.25. Hasil Mean Butir 1 Kepuasan Konsumen Terhadap Faktor Informasi	41
Tabel 3.26. Hasil Mean Butir 2 Kepuasan Konsumen Terhadap Faktor Informasi	41
Tabel 3.27. Hasil Mean Kepuasan Konsumen Terhadap Faktor Informasi .....	42
Tabel 3.28. Kepuasan Konsumen Terhadap Faktor Kinerja .....	43
Tabel 3.29. Kepuasan Konsumen Terhadap Faktor Kinerja Kuantitatif .....	43
Tabel 3.30. Hasil Mean Butir 1 Kepuasan Konsumen Terhadap Faktor Kinerja	43
Tabel 3.31. Hasil Mean Butir 2 Kepuasan Konsumen Terhadap Faktor Kinerja	44
Tabel 3.32. Hasil Mean Kepuasan Konsumen Terhadap Faktor Kinerja .....	44
Tabel 3.33. Kepuasan Konsumen Terhadap Faktor Atribut .....	45
Tabel 3.34. Kepuasan Konsumen Terhadap Faktor Atribut Kuantitatif .....	46
Tabel 3.35. Hasil Mean Butir 1 Kepuasan Konsumen Terhadap Faktor Atribut	46
Tabel 3.36. Hasil Mean Butir 2 Kepuasan Konsumen Terhadap Faktor Atribut	46
Tabel 3.37. Hasil Mean Kepuasan Konsumen Terhadap Faktor Atribut .....	47
Tabel 3.38. Adjusted R .....	49
Tabel 3.39. Uji T .....	51
Tabel 3.40. Uji F .....	52

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Konsep Inti Pemasaran .....	8
Gambar 2.2. Konsep Lingkungan Pemasaran .....	17
Gambar 2.3. Konsep Pemasaran .....	17
Gambar 2.4. Konsep Market Driven Strategy .....	19
Gambar 2.5. Proses Pasca Akuisisi .....	25
Gambar 3.1. Daerah Keputusan Hipotesis (uji T) .....	43



**PENGARUH FAKTOR INFORMASI, KINERJA, DAN ATRIBUT PRODUK  
INDOFOOD TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN**

**Disusun Oleh :**

**Meyli Kurnia Saputra**

**NPM : 00 03 11997**

**Pembimbing Utama**

**Ign. Sukirno, Drs, MS.**

**Intisari**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penilaian konsumen terhadap faktor informasi, kinerja, dan atribut dari produk Indofood, tingkat kepuasan konsumen terhadap faktor informasi, kinerja, dan atribut produk Indofood, serta pengaruh faktor informasi, kinerja, dan atribut produk Indofood terhadap tingkat kepuasan konsumen. Sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah sejumlah 125 responden, yaitu terdiri dari 58 responden laki-laki dan 67 responden wanita. Responden yang diteliti di daerah Tambak Bayan Babarsari Yogyakarta.

Untuk menghitung penilaian konsumen terhadap faktor informasi, kinerja, dan atribut produk Indofood serta tingkat kepuasan konsumen terhadap faktor informasi, kinerja dan atribut produk Indofood digunakan rata-rata hitung (arithmetic mean). Sedangkan untuk mengukur pengaruh faktor informasi, kinerja, atribut produk Indofood terhadap tingkat kepuasan konsumen digunakan regresi.

Hasil yang didapatkan dalam penelitian adalah penilaian konsumen yang dikategorikan baik dan tingkat kepuasan konsumen yang sangat tinggi terhadap faktor informasi, kinerja, dan atribut produk Indofood. Selain itu dengan regresi didapatkan hasil yang dapat disimpulkan bahwa faktor informasi, kinerja, atribut produk Indofood mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen sangat penting untuk diketahui karena sebagai tanda loyalitas konsumen yang menjadi tujuan perusahaan pada umumnya sebagai alat mencapai laba atau tujuan akhir setiap perusahaan.

Kata kunci : informasi, kinerja, atribut, kepuasan konsumen.