

consumer behavior

 PERPUSTAKAAN	REKORD PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
Diterima	09 JUN 2007
Inventarisasi	3367/EM/Hd.6/2007
Klasifikasi	: R4 658 8342 Har 02
Selesai Diproses :	

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

**Penilaian Konsumen Terhadap Atribut-Atribut Pada  
Lampu Jenis Essensial merk Philips**

**SKRIPSI**

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



**Disusun oleh :  
Yulianus Hariantoro  
No. NPM : 960309307**

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA  
OKTOBER 2006**

**SKRIPSI**

**Penilaian Konsumen Terhadap Atribut-Atribut Pada**

**Lampu Jenis Essensial merk Philips**

**Disusun oleh :**

**Nama : Yulianus Hariantoro**

**NPM : 960309307**

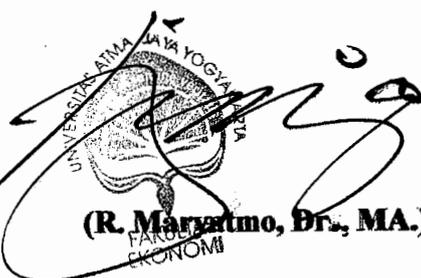
**Telah dibaca dan disetujui oleh :**

**Pembimbing**



**(J.Ellyawati, Dra., MM.)**

**Yogyakarta, 28 Agustus 2006**

**SKRIPSI****Penilaian Konsumen Terhadap Atribut-Atribut Pada  
Lampu Jenis Essensial merk Philips****Yang dipersiapkan dan disusun oleh :****Nama : Yulianus Hariantoro****NPM : 960309307****Telah dipertahankan di depan panitia penguji pada tanggal 14 Oktober 2006****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****(J. Ellyawati, Dra., MM.)****Anggota Panitia Penguji****(C. Jarot Priyogutomo, Drs., MBA.)****(D. Koeshartono, Drs., MM.)****Yogyakarta, 14 Oktober 2006  
Dekan Fakultas Ekonomi  
Universitas Atma Jaya Yogyakarta**

**(R. Maryatmo, Dr., MA.)**

## **PERNYATAAN**

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

### **Penilaian Konsumen Terhadap Atribut-Atribut Pada Lampu Jenis Essensial merk Philips**

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

Yogyakarta, 28 Agustus 2006

Yang menyatakan



**Yulianus Hariantoro**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya penulisan skripsi ini dapat terselesaikan. Terlebih penulis menyadari bahwa semua yang tertuang dalam penulisan skripsi ini dapat terlaksana karena kehendak-Nya.

Penulisan skripsi ini dalam rangka memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Selain itu penulis juga menyadari bahwa penulisan skripsi ini tidak akan dapat terselesaikan tanpa adanya bantuan dan dukungan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, dengan segala ketulusan hati pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang setulus-tulusnya kepada:

1. Ibu J.Ellyawati, Dra., MM, selaku Dosen pembimbing utama yang telah memberikan bimbingan dan dukungan dalam penulisan skripsi ini.
2. Bapak dan ibu Dosen Fakultas Ekonomi yang telah memberikan ilmu pengetahuan selama masa studi penulis di Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
3. Bapak dan ibu yang dengan sabar telah memberikan cinta, doa, kesabaran, perhatian, semangat, dan dukungannya dalam penulisan skripsi ini.
4. Herlambang, Tokek, Mbak Yulis, GT, Antok, Dwi, Tri, yang telah memberikan keceriaan dan dukungannya sehingga terselesaikannya skripsi ini.

5. Kepada rekan-rekan kantor, Bapak Machfud, Bapak Rony, Bapak Budi, Mas Dwi, Bapak JP, Bapak Senen, Bapak Prio, yang memberikan dukungan moril sehingga terselesainya skripsi ini.
6. Sahabat-sahabatku, Inek, Riri, Tisa, Ndaru, Ria, Nina, Nungki, Rico, Ivana, yang telah membagi suka dan duka bersama selama masa studi dan semoga kita tetap selalu bersahabat.
7. Teman-teman MBA(Marching Band Atmajaya), Mas Aar, Mas Yoyok, Mas hendri, Mbak Tia, Mas wisnu, Mbak Kristi, Vera, Widya, Dimas, Yusak, Yosie, serta teman-teman semua yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah memberikan semangat dan dukungan moral maupun spiritual dalam penulisan skripsi ini.
8. Kiki tersayang, yang telah memberikan waktu, kesabaran, bantuan, dorongan, semangat, dan dukungannya selama ini.

Akhir kata penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan-kekurangan dan jauh dari sempurna, yang disebabkan oleh keterbatasan pengetahuan dan pengalaman penulis. Oleh karena itu penulis mengharapkan segala saran dan kritik yang dapat membangun.

Yogyakarta, 28 Agustus 2006

Penulis

# MOTO

**Telur, mentega, tepung dan baking soda tidak akan terasa enak bila di makan satu per satu, tetapi jika dicampur menjadi satu melalui suatu proses, maka menjadi kue yang enak.**

*Tuhan berkerja dengan cara yang sama, dengan segala masa-masa sulit dan tidak menyenangkan. Tapi itulah saatnya kita tampil menjadi manusia yang kuat yang mendapat roh dan kehidupan.*

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
Halaman Judul.....	i
Halaman Persetujuan Pembimbing.....	ii
Halaman Pengesahan.....	iii
Halaman Pernyataan.....	iv
Kata Pengantar.....	v
Halaman Moto.....	vii
Daftar Isi.....	viii
Daftar Tabel.....	xi
Daftar Gambar.....	xii
Intisari.....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Batasan Masalah.....	5
D. Tujuan Penelitian.....	6
E. Manfaat Penelitian.....	7
F. Hipotesis Penelitian.....	7
G. Metodologi Penelitian.....	7

H. Metode Analisis Data.....	13
I. Sistematika Pembahasan.....	17
 <b>BAB II. LANDASAN TEORI</b>	
A. Konsumen.....	20
B. Manajemen Pemasaran.....	21
C. Bauran Pemasaran.....	24
D. Produk.....	24
E. Merk .....	25
 <b>BAB III. GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN</b>	
A. Sejarah Berdirinya Perusahaan.....	30
B. Produk-Produk dari Philips.....	34
 <b>BAB IV. ANALISIS DATA</b>	
A. Prosedur Analisis .....	38
B. Analisis Validitas dan Reliabilitas .....	39
C. Analisis Karakteristik Responden.....	40
D. Analisis Penilaian Konsumen Terhadap Atribut-Atribut Lampu Jenis Essensial Merk Philips.....	44
E. Analisis Perbedaan Penilaian Konsumen Terhadap Atribut-Atribut Lampu Jenis Essensial Merk Philips ditinjau dari Jenis kelamin,	

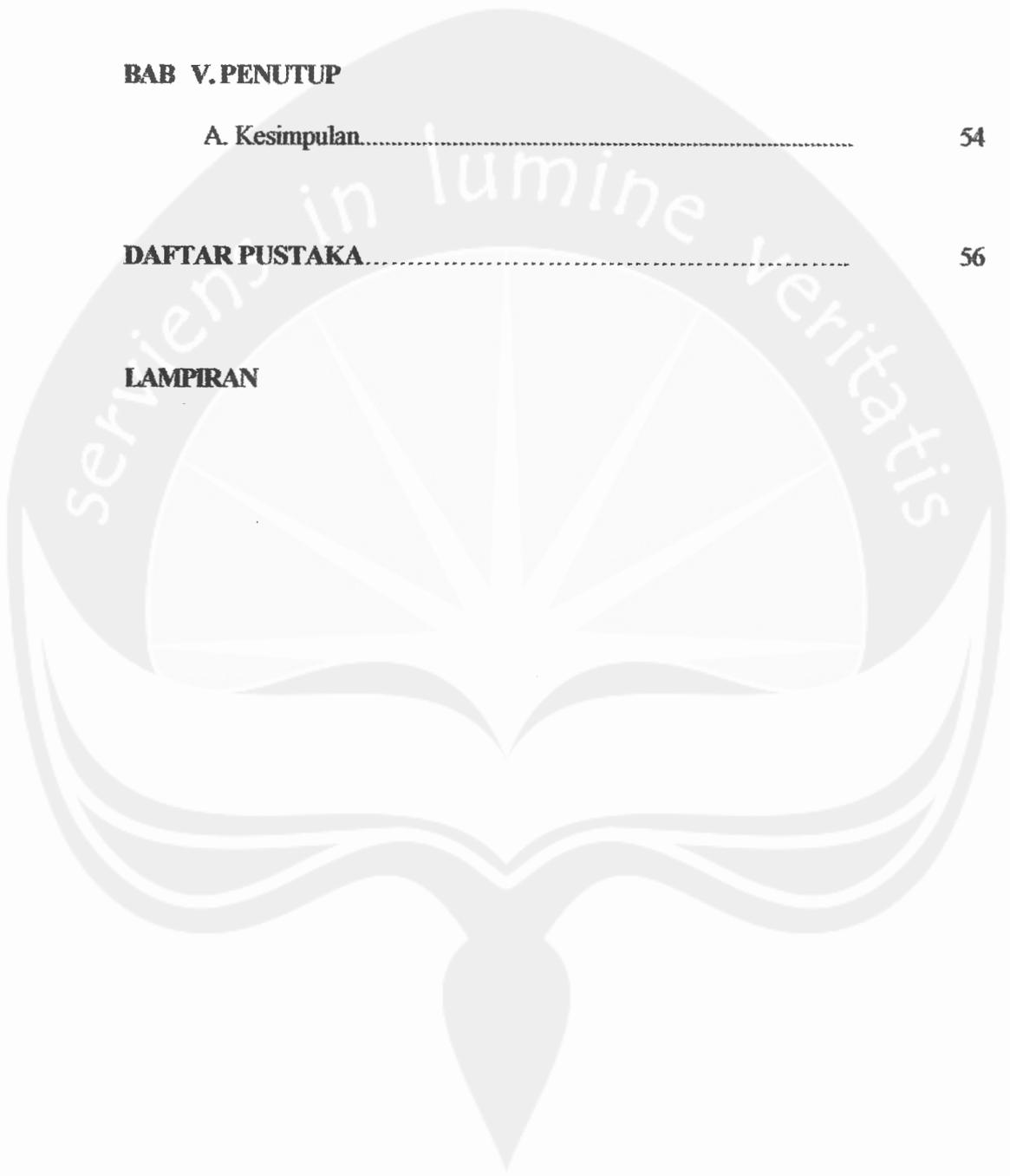
Usia, dan Tingkat pendidikan..... 49

**BAB V. PENUTUP**

A. Kesimpulan..... 54

**DAFTAR PUSTAKA**..... 56

**LAMPIRAN**



**DAFTAR TABEL**

Tabel 3. Tabel Ekuivalensi Cahaya Lampu.....	37
Tabel 3.1. Pengujian Validitas.....	39
Tabel 3.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	40
Tabel 3.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Usia.....	41
Tabel 3.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	42
Tabel 3.5. Distribusi Penilaian Konsumen Terhadap Atribut-Atribut Lampu Essensial Merk Philips.....	43
Tabel 3.6. Hasil Uji Chi Square Pada Atribut-Atribut Lampu Essensial Merk Philips.....	49

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1. Inti Pemasaran..... 22



## **Penilaian Konsumen Terhadap Atribut-Atribut Pada**

### **Lampu Jenis Essensial merk Philips**

**Disusun oleh :**

**Yulianus Hariantoro**

**No. NPM : 960309307**

**Pembimbing**

**J.Ellyawati, Dra., MM.**

#### **Intisari**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis : (1) Penilaian Konsumen terhadap Atribut-Atribut pada Lampu Jenis Essensial Merek Phillips, dan (2) apakah terdapat perbedaan Penilaian Konsumen terhadap Atribut-Atribut pada Lampu Jenis Essensial Merek Phillips.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa desain lampu menarik, desain lampu cocok dan padu dengan segala macam bentuk dan warna ruangan, kuat serta tahan lama pancaran sinar yang di hasilkan tidak menyilaukan dan tidak merusak mata. Lampu jenis essensial merk Philips hemat listrik. tabung flourecent tidak mudah pecah dan tidak membahayakan. menempatkan lampu jenis essensial merk Philips diruangan anda,ruangan akan terlihat lebih artistik dan lebih cantik. Harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas yang di berikan. mendapatkannya juga sangat mudah. Iklan lampu jenis essensial merk Philips membantu konsumen untuk mendapatkan informasi tentang produk tersebut.

Hasil analisis penelitian menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan sikap konsumen terhadap atribut-atribut Lampu Jenis Essensial Merek Philips, berdasarkan jenis kelamin,usia,tingkat pendidikan.

**Kata kunci : Konsumen, Atribut, Lampu Jenis Essensial, Merk, Philips**