
 UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA PERPUSTAKAAN	20 DEC 2006
Referensi	2966/EM/Hd.12/2006
Klasifikasi	Rf 658.8342 RET 06
Salinan	

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

**PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP PENGGUNAAN
ULANG KEMASAN BOTOL AIR MINERAL**

SKRIPSI

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

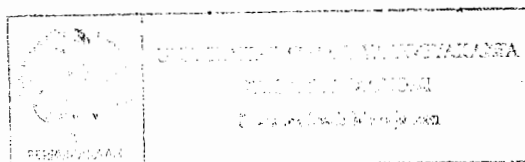


Disusun Oleh:

Retno Dadari

NPM: 01 03 13189

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



SKRIPSI

**PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP PENGGUNAAN
ULANG KEMASAN BOTOL AIR MINERAL**

Disusun Oleh:

Retno Dadari

NPM: 01 03 13189

Telah dibaca dan disetujui oleh:

Pembimbing Utama



Drs. C. Handoyo Wibisono, MM

Tanggal, 9 Agustus 2006

SKRIPSI
PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP PENGGUNAAN
ULANG KEMASAN BOTOL AIR MINERAL

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:
Retno Dadari
NPM: 01 03 13103

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

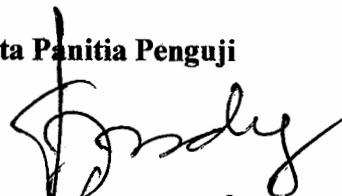
SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji

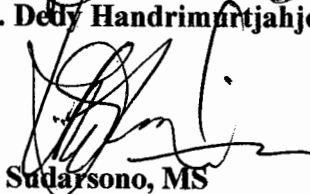


Drs. C. Handoyo Wibisono, MM

Anggota Panitia Penguji



Drs. A. Dedy Handrimuntjahjo, MBM



Drs. J. Sudarsono, MS

Yogyakarta, 14 Oktober 2006
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Drs. B. Maryatno, MA

PERNYATAAN

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

PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP PENGGUNAAN ULANG KEMASAN BOTOL AIR MINERAL

Benar-benar hasil karya saya sendiri. Pernyataan ide, kutipan langsung maupun tidak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide 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 dari skripsi ini, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta,

Yang menyatakan



Retno Dadari

KATA PENGANTAR

Dengan segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa banyak sekali pihak-pihak yang telah membantu baik semangat, dorongan, informasi dan waktu. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus. Tuhan jika hari ini saya dapat menyelesaikan skripsi, itu semua semata-mata adalah karena anugerahMu, Tuhan yang membuat saya dari tidak mengerti apapun menjadi dapat mengerjakan sampai akhir. Dalam setiap proses pembuatan skripsi ini saya melihat bahwa Tuhan menolong dan menyertai saya, ketika saya bingung apa yang harus saya tulis, bagaimana mengolah data dan menganalisisnya, terima kasih Tuhan bahwa akhirnya semua dapat terselesaikan.
2. Bapak Drs. C. Handoyo Wibisono, MM., selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan bimbingan, pengarahan, kepercayaan, dan waktunya kepada penulis sehingga skripsi ini terselesaikan dengan baik.
3. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang telah meberikan bekal ilmu pengetahuan kepada penulis sebagai pedoman penyusunan skripsi ini.

4. Segenap Staf Pengajar, Staf Tata Usaha, Staf Perpustakaan Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya atas semua bantuannya.
5. Bapak dan Ibu tercinta yang telah memberikan kasih yang luar biasa dalam kehidupan penulis. Terima kasih untuk selalu mendoakan saya di hadirat Tuhan setiap pagi. Saudara-saudaraku: Respati Ari Nugroho, Hanung Sumbogo Jati, Yuli Margiani, Septian Rama, Mba Wulan dan Anis, terima kasih untuk semua kebaikan dan motivasi yang diberikan.
6. Daniel Einar dan Christina Tri Setyaningtyas untuk semua doa dan semangat yang diberikan. Kasih Babe dan Mom sangat ajaib dan indah. Terima kasih telah memperjuangkan hidupku di dalam Tuhan dan mendoakanku agar bisa ke Amerika. Banyak perubahan manis yang telah Babe dan Mom bawa dalam hidupku.
7. Komsel Fisher Of Men: Timothy Siahaan, Ria Endriani, Samuel Sahata, Albert Umbu Nday, Ance Hotmaida, Willy Wibowo, Arum Sari, Dwi Sunu, Frilyan, Rico Eko. Terima kasih untuk doa kalian, kalian adalah kebanggaanku di hadapan Tuhan.
8. Anis Anderson untuk semua doa dan kenangan manis selama di Jogja. Terima kasih telah mewarnai hidupku, banyak hal indah terjadi selama bersamamu.
9. Marina, Indri, Yuliana untuk semua doa, kasih dan kebaikannya. Hidup ini terasa indah bila bersama kalian. Terima kasih telah menjadi sister-sister yang luar biasa.

10. Komsel Yes I Can: Ko Jimmy, Ka Jafet, Bayu, Evan-Ivan, Dewi, Iwan, Maruli, Rio, Mba Vina, Mba Rina, Ka Maria, Ka Vidi, Aori untuk semua doa dan dukungannya. Terima kasih buat Ka Jafet telah menjadi saudara yang baik.
11. Gerald, Nancy, Nandar, Johnson, Handy, Anita, Nita, Andreas, Dita, Rosa, Niken, Anton, Tiani, Emi untuk semua bantuannya selama studi di Atma Jaya, banyak hal yang tak terlupakan di Atma Jaya bersama kalian.
12. Teman-teman kos Puspita dan bapak-ibu kos: Rina, Ester, Nani, Novi, Nilda, Mache, Nova, Icha, Sani, Dewi, Rining, Vivin, Dina, mba Santi, mba Elli, mas Rofi, Nia untuk semua doa dan bantuannya. Terima kasih buat Rina yang sudah setia menemani selama bimbingan ke Minomartani.
13. Dimas Sasongko, terima kasih untuk semuanya, semoga Tuhan membuka jalan untuk masa depan kita di dalam Kristus.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan di dalam penyusunan skripsi ini, oleh karena itu kritik dan saran yang membangun bagi kesempurnaan skripsi ini masih penulis harapkan. Akhir kata, semoga skripsi yang masih jauh dari sempurna ini dapat bermanfaat bagi para pembaca.

Yogyakarta, 9 Agustus 2006

Penulis



Retno Dadari

HALAMAN PERSEMBAHAN

Amsal 2:6

'Karena TUHANlah yang memberikan hikmat, dari mulut-Nya datang pengetahuan dan kepandaian'.

Kolose 2:3

'Sebab di dalam Kristus tersembunyi segala hikmat dan pengetahuan'.

Amsal 23:18

'Karena masa depan sungguh ada dan harapanmu tidak akan hilang'.

1 Korintus 2:9

'Apa yang tidak pernah dilihat oleh mata, dan tidak pernah didengar oleh telinga, dan yang tidak pernah timbul di dalam hati manusia : semua yang disediakan Tuhan untuk mereka yang mengasihi Dia'.

Skrripsi ini kupersembahkan untuk
Bapak dan Ibu terkasih
Kakak-kakak dan adikeku terkasih
Babe Daniel dan Mom Tiena tersayang
Saudara-saudaraku tercinta di Komsel Fisher of Men

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRISPSI.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
INTISARI.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
I.1. Latar Belakang Masalah.....	1
I.2. Perumusan Masalah.....	4
I.3. Batasan Masalah	4
I.4. Tujuan Masalah	6
I.5. Hipotesis Penelitian	6
I.6. Manfaat Penelitian	7
I.7. Metode Penelitian.....	8

I.8. Sistematika Penulisan.....	16
BAB II LANDASAN TEORI	
II.1. Produk	18
2.1.1. Konsep Produk.....	18
2.1.2. Atribut-atribut Produk.....	18
II.2. Merek.....	20
II.3. Pengemasan.....	21
II.4. Pelabelan.....	24
II.5. Perilaku Konsumen.....	24
II.6. Keputusan Pembelian Konsumen.....	25
II.7. Nilai Konsumen.....	26
BAB III METODE PENELITIAN	
III.1. Sumber Data.....	27
III.1.1. Metode Pengambilan Data.....	27
III.1.2. Metode Pengumpulan Data.....	28
III.2. Metode Pengambilan sample.....	29
III.3. Metode Pengujian Instrumen.....	30
III.3.1. Uji Validitas.....	30
III.3.2. Uji Reliabilitas.....	32
III.4. Metode Analisis Data.....	33
III.4.1. Analisis <i>One Sample T – Test</i>	33
III.4.2. Analisis <i>Independent Sample T – Test</i>	35

3.4.3. Analisis Varians (<i>Analysis Of Variance – ANOVA</i>).....	38
BAB IV ANALISIS DATA.....	40
IV.1. Penjelasan Penelitian.....	40
IV.2. Analisa Profil Responden.....	41
IV.2.1. Karakteristik Responden Ditinjau dari Jenis Kelamin.....	41
IV.2.2. Karakteristik Responden Ditinjau dari Usia.....	42
IV.2.3. Karakteristik Responden Ditinjau dari Pendidikan Terakhir....	42
IV.2.4. Karakteristik Reponden Ditinjau dari Pekerjaan.....	43
IV.2.4. Karakteristik Reponden Ditinjau dari Pendapatan.....	44
IV.3. Analisis Persepsi Konsumen Terhadap Penggunaan Ulang Kemasan Botol Air Mineral	44
IV.4. Analisis Perbedaan Alasan Penggunaan Ulang Kemasan Botol Air Mineral Berdasarkan Jenis Kelamin.....	48
IV.5. Analisis Perbedaan Alasan Responden Terhadap Atribut Kenyamanan, Keawetan, Merek & Logo, Penampilan, Serta Ramah Lingkungan.....	49
IV.5.1. Analisis Perbedaan Alasan Responden Terhadap Atribut Kenyamanan, Keawetan, Merek & Logo, Penampilan, Serta Ramah Lingkungan Ditinjau dari Usia.....	50
IV.5.2. Analisis Penilaian Responden Terhadap Atribut Kenyamanan, Keawetan, Merek & Logo, Penampilan, Serta Ramah Lingkungan Ditinjau dari Pendidikan Terakhir.....	56

IV.5.3. Analisis Penilaian Responden Terhadap Atribut Kenyamanan, Keawetan, Merek & Logo, Penampilan, Serta Ramah Lingkungan Ditinjau dari Pekerjaan.....	59
IV.5.4. Analisis Penilaian Responden Terhadap Atribut Kenyamanan, Keawetan, Merek & Logo, Penampilan, Serta Ramah Lingkungan Ditinjau dari Pendapatan.....	63
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
V.1. Kesimpulan.....	68
V.2. Saran.....	70
DAFTAR PUSTAKA.....	71
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

		Halaman
Tabel 3.1	<i>Realibility Statistic</i>	33
Tabel 4.1	Profil Responden Ditinjau dari Jenis Kelamin.....	41
Tabel 4.2	Profil Responden Ditinjau dari Usia.....	42
Tabel 4.3	Profil Responden Ditinjau dari Pendidikan Terakhir.....	42
Tabel 4.4	Profil Responden Ditinjau dari Tingkat Pekerjaan.....	43
Tabel 4.5	Profil Responden Ditinjau dari Pendapatan Per Bulan.....	44
Tabel 4.6	Nilai Mean Atribut Kemasan Botol Plastik Air MineraL.....	46
Tabel 4.7	Uji One Sample T Test dengan Test Value 3 One-Sample Test.....	47
Tabel 4.8	One-Sample Statistics.....	47
Tabel 4.9	Atribut Kenyamanan, Keawetan, Merek & Logo, Penampilan, Serta Ramah Lingkungan Ditinjau dari Jenis Kelamin.....	49
Tabel 4.10	Atribut Kenyamanan, Keawetan, Merek & Logo, Penampilan, Serta Ramah Lingkungan Ditinjau dari Usia.....	51
Tabel 4.11	Letak Perbedaan Penilaian Responden Terhadap Atribut Keawetan Ditinjau dari Usia.....	53
Tabel 4.12	Letak Perbedaan Penilaian Responden Terhadap Atribut Penampilan Ditinjau dari Usia.....	54

Tabel 4.13	Atribut Kenyamanan, Keawetan, Merek & Logo, Penampilan, Serta Ramah Lingkungan Ditinjau dari Pendidikan Terakhir.....	56
Tabel 4.14	Letak Perbedaan Penilaian Responden Terhadap Atribut Keawetan Ditinjau dari Pendidikan Terakhir.....	58
Tabel 4.15	Atribut Kenyamanan, Keawetan, Merek & Logo, Penampilan, Serta Ramah Lingkungan Ditinjau dari Pekerjaan.....	60
Tabel 4.16	Letak Perbedaan Penilaian Responden Terhadap Atribut Keawetan Ditinjau dari Pekerjaan.....	62
Tabel 4.17	Atribut Empathy, Persuasion, Impact, Communication Ditinjau dari Pendapat.....	63
Tabel 4.18	Letak Perbedaan Penilaian Responden Terhadap Atribut Keawetan Ditinjau dari Pendapat.....	65

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuisioner
- Lampiran 2 : Uji Validitas dan Reliabilitas
- Lampiran 3 : Data Penelitian
- Lampiran 4 : Tabel Frekuensi
- Lampiran 5 : One Sample T – Test
- Lampiran 6 : One Way ANOVA & Independent Sample T - Test
- Lampiran 7 : Tabel R, T dan F
- Lampiran 8 : Daftar Upah Minimum Propinsi
- Lampiran 9 : BPS & Surat Keterangan

PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP PENGGUNAAN ULANG KEMASAN BOTOL AIR MINERAL

Disusun Oleh:

Retno Dadari

NPM: 03 01 13189

Pembimbing

Drs. C. Handoyo Wibisono, MM

Intisari

Penelitian ini dilakukan untuk mengidentifikasi persepsi konsumen terhadap penggunaan ulang kemasan botol air mineral berdasarkan alasan kenyamanan, keawetan, merek dan logo, penampilan, dan ramah lingkungan dilihat dari jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, pekerjaan, dan pendapatan per bulan konsumen. Penelitian ini menggunakan alat analisis *One Sample T-Test*, *Independent Sample T-Test*, dan *One Way Anova*.

Hasil dari penelitian ini adalah konsumen dalam menggunakan ulang kemasan botol air mineral terbukti mempertimbangkan alasan kenyamanan, keawetan, merek & logo, penampilan, dan ramah lingkungan. Tidak ada perbedaan alasan yang signifikan antara responden pria maupun wanita terhadap alasan penggunaan ulang kemasan botol air mineral. Terdapat perbedaan alasan penggunaan ulang kemasan botol air mineral ditinjau dari usia dalam hal alasan keawetan dan penampilan, ditinjau dari pendidikan terakhir dalam hal keawetan, ditinjau dari pekerjaan dalam hal alasan keawetan, ditinjau dari pendapatan per bulan dalam hal alasan kenyamanan.

Kata kunci: Persepsi konsumen, penggunaan ulang kemasan kemasan botol air mineral