



DEPARTMENT OF ENERGY AND ENVIRONMENT

Date: 13 FEB 2007

Reference: 3080/EM/Hd.2/2007

Subject: Rf 658.8 Fre 05

Selected Report

1. The Department of Energy and Environment is pleased to inform you that the report titled "Rf 658.8 Fre 05" has been prepared and is available for your reference. The report is available in both hard copy and electronic format. The hard copy is available at the Department of Energy and Environment, while the electronic format is available on the Department's website. The report is available for a limited period of time. If you are unable to access the report, please contact the Department of Energy and Environment for further assistance.

**ANALISA POSISI PRODUK MENURUT PERSEPSI KONSUMEN
STUDY PADA INDUSTRI KANTONG PLASTIK
DI SURAKARTA**

SKRIPSI

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



Disusun oleh:

FREDDY

NPM: 99 03 11183

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
AGUSTUS, 2005**

**ANALISA POSISI PRODUK MENURUT PERSEPSI KONSUMEN
STUDY PADA INDUSTRI KANTONG PLASTIK
DI SURAKARTA**

SKRIPSI

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

Disusun oleh

FREDDY

NPM: 99 03 11183

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

2005

SKRIPSI

**ANALISA POSISI PRODUK MENURUT PERSEPSI KONSUMEN
STUDY PADA INDUSTRI KANTONG PLASTIK
DI SURAKARTA**

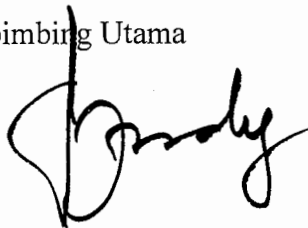
Disusun oleh

Freddy

NPM: 99 03 11183

Telah dibaca dan disetujui oleh:

Pembimbing Utama



A. Dedy Handrimurtjahyo, Drs, MBM

Tanggal 10 Juni 2005

SKRIPSI

**ANALISA POSISI PRODUK MENURUT PERSEPSI KONSUMEN
STUDY PADA INDUSTRI KANTONG PLASTIK
DI SURAKARTA**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

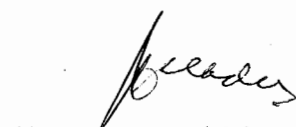
FREDDY

NPM: 99 03 11183

Telah dipertahankan di depan panitia penguji pada tanggal 1 Juli 2005
dan dinyatakan telah memenuhi persyaratan untuk mencapai derajat
Sarjana Ekonomi (SE) pada Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta

SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji



(Drs. P. Didit Krisnadewara, MM)

Anggota Panitia Penguji



(Drs. Dedy Handrimurtjahyo, MBM)



(Budi Suprpto, Ph. D)

Yogyakarta, 8 Agustus 2005
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Atma Jaya Yogyakarta



(Dr. FX. Suwanto, MS)

PERNYATAAN

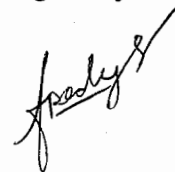
Saya yang bertanda tangan di bawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

**ANALISA POSISI PRODUK MENURUT PERSEPSI KONSUMEN
STUDY PADA INDUSTRI KANTONG PLASTIK
DI SURAKARTA**

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/ catatan kaki/ daftar pustaka. Apabila di kemudian hari 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, 14 Juni 2005

Yang Menyatakan



Freddy

What is Life.....

*Life is hope. Life cannot be lived without hope
Knowledge is the essential ingredients or
mix which keeps hope alive,
life is not a race against time but a precious gift.
Therefore, with hope and knowledge life should be
Ridden to its goals,
Man by his very impulsive nature could end his life,
Like the face of coin where heads you win and tail you loose.
The two sides of the coin shows the Jerkily and Hyde personality
of person where good and bad abides in you.
Through hope with experience gained through knowledge
You should steer life and keep your head up in extreme bad
situations in the cycle of life.
When hope is firmly anchored in your soul, life could
weather all situations even in stormy conditions and
sail to bright future*

Ravi Sathasivam/ Sri Lanka

*Mengetahui masa depan dan mengetahui masa lalu
adalah dua hal yang bermakna sama
Apa bedanya mengetahui hal yang tak terelakkan
dengan mengetahui apa yang telah terjadi*

Aki No Hashi



*Skripsi ini kupersembahkan untuk:
Orangtuaku yang selalu memberikan cinta yang tiada henti,
Kakakku yang memberikan dukungan kepadaku,
Mona yang selalu senantiasa memberikan dukungan,
Dan sahabat-sahabatku yang senantiasa ada pada saat aku membutuhkan
Aishiteru...*

KATA PENGANTAR

Dengan segala syukur kepada Tuhan Yang Maha Kuasa, karena atas berkat dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Analisa Posisi Produk Menurut Persepsi Konsumen Study Pada Industri Kantong Plastik di Surakarta”** dengan baik. Skripsi ini ditujukan sebagai prasyarat untuk memperoleh gelar sarjana S-1 dalam bidang Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis menerima bantuan serta bimbingan yang sangat berharga dari berbagai pihak. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih tak terhingga kepada:

1. Bapak Deddy Handrimurtjahyo, MBA, selaku dosen pembimbing utama yang telah memeberikan bimbingan dan pengarahan dalam penulisan skripsi ini.
2. Kedua orang tua dan kakak: Mami, Papi, dan Ko Apit yang telah memberikan dukungan dalam segala hal.
3. Untuk Mona yang selalu membantu dan mendampingi dalam pembuatan skripsi ini
4. Untuk Hoho dan Erick yang selalu memberikan ejekan tiada henti sehingga membuat saya jadi semangat menyelesaikan skripsi.
5. Buat Encik dan Tony yang sudah memberikan pertolongan dalam segala hal.

6. Semua pihak yang telah membantu penyusunan skripsi ini hingga selesai, yang namanya tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu.

Yogyakarta, Juni 2005

Penulis



DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Halaman Pengesahan.....	iii
Halaman Motto.....	v
Halaman Persembahan.....	vi
Kata Pengantar.....	vii
Daftar Isi.....	ix
Daftar Tabel.....	xii
Daftar Gambar.....	xiii
Daftar Lampiran.....	xiv

BAB I : PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	4
1.3. Batasan Masalah.....	4
1.4. Tujuan Penelitian.....	6
1.5. Manfaat Penelitian.....	6
1.6. Metodologi Penelitian.....	7
1.6.1. Populasi dan Sampel.....	7
1.6.2. Metode Pengumpulan Data.....	8
1.6.3. Metode Pengukuran Data.....	8
1.6.4. Metode Pengujian Instrumen.....	9
1.6.5. Metode Analisis Data.....	10
1. Analisis Persentase.....	10
2. Analisis Jaring Laba-laba.....	11
1.7. Sistematika Penulisan.....	11

BAB II : LANDASAN TEORI

2.1. Pengertian Pemasaran.....	13
2.2. Konsep Orientasi Pemasaran Pada Konsumen.....	14
2.2.1. Pengertian Manajemen Pemasaran.....	17

2.3. Pengertian Perilaku Konsumen.....	17
2.3.1. Model Perilaku Konsumen.....	18
2.3.2. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	19
2.4. Marketing Mix/ Bauran Pemasaran.....	23
2.5. Persepsi.....	24
2.6. Positioning.....	26
2.7. Metode Analisis.....	31
2.7.1. Analisis Persentase.....	31
2.7.2. Jaring Laba-laba.....	31

BAB III : GAMBARAN UMUM PT. ASIA CAKRA CERIA

3.1. Sejarah Perusahaan dan Perkembangannya.....	33
3.2. Tujuan Perusahaan.....	33
3.3. Struktur Organisasi.....	34
3.4. Personalia.....	39
3.4.1. Jumlah Tenaga Kerja.....	39
3.4.2. Jam Kerja.....	40
3.4.3. Sistem Pengupahan.....	41
3.4.4. Jaminan Sosial.....	41
3.5. Pemasaran.....	42
3.5.1. Penetapan Harga.....	42
3.5.2. Promosi.....	42

BAB IV : ANALISIS DATA

4.1. Pengumpulan Data.....	43
4.2. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	44
4.3. Analisis Data Responden.....	45
4.4. Persepsi Responden Mengenai Atribut Responden.....	48
4.5. Urutan Kepentingan Atribut.....	56
4.6. Analisis Posisi.....	58

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan.....	62
5.2. Saran.....	63

DAFTAR PUSTAKA

Lampiran-lampiran



DAFTAR TABEL

4.3.1. Profil konsumen berdasarkan jenis kelamin.....	45
4.3.2. Profil konsumen berdasarkan usia.....	45
4.3.3. Profil konsumen berdasarkan jenis pekerjaan.....	46
4.3.4. Profil konsumen berdasarkan pendapatan.....	46
4.3.5. Profil konsumen berdasarkan tingkat pendidikan akhir.....	46
4.3.6. Profil konsumen berdasarkan mereka tahu produsen (PT. ACC).....	47
4.3.7. Profil konsumen berdasarkan mereka tahu produsen (PT. Hidup Baru)....	47
4.3.8. Profil konsumen berdasarkan mereka tahu produsen (PT. Keris).....	47
4.3.9. Profil konsumen berdasarkan mereka tahu produsen (PT. Diana Plas)....	48
4.4.1. Persepsi responden mengenai harga eceran.....	48
4.4.2. Persepsi responden mengenai harga partai.....	49
4.4.3. Persepsi responden mengenai sistem bonus.....	49
4.4.4. Persepsi responden mengenai sistem kupon.....	50
4.4.5. Persepsi responden mengenai keuletan.....	50
4.4.6. Persepsi responden mengenai kerapian.....	51
4.4.7. Persepsi responden mengenai ketahanan.....	52
4.4.8. Persepsi responden mengenai aroma.....	52
4.4.9. Persepsi responden mengenai variasi warna.....	53
4.4.10. Persepsi responden mengenai ketepatan isi, ukuran, dan ketebalan.....	53
4.4.11. Persepsi responden mengenai garansi.....	54
4.4.12. Persepsi responden mengenai pelayanan pemesanan.....	54
4.4.13. Persepsi responden mengenai pelayanan konsumen.....	55
4.4.14. Persepsi responden mengenai distribusi.....	56
4.5. Urutan tingkat kepentingan atribut.....	57
4.6. Perbandingan keempat produsen menurut nilai standar rata-rata.....	59

DAFTAR GAMBAR

2.2. Konsep Dasar Pemasaran.....	16
2.3. Model Perilaku Konsumen.....	19
4.7. Peta Persepsi Produk.....	60



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner

Lampiran 2 : Validitas dan Reliabilitas

Lampiran 3 : Tabel R

Lampiran 4 : Peta Jaring Laba-laba



**ANALISA POSISI PRODUK MENURUT PERSEPSI KONSUMEN
STUDY PADA INDUSTRI KANTONG PLASTIK
DI SURAKARTA**

Disusun Oleh:

Freddy

NIM: 99 03 11183

Pembimbing Utama

A. Dedy Handrimurtjahyo, Drs, MBM

Intisari

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis: (1). posisi PT. ACC menurut persepsi konsumen di kota Surakarta, (2). Mengetahui urutan atribut yang paling berpengaruh dalam mendorong konsumen untuk melakukan pembelian. Metode penelitian yang digunakan dalam riset ini adalah: (1). Telaah/ kajian literatur, (2). Survey lapangan dan wawancara mendalam.

Ada 2 penemuan yang diperoleh dari penelitian ini. Pertama, PT. ACC memiliki posisi yang paling baik diantara pesaingnya yaitu PT. Hidup Baru, PT. Keris, dan PT. Diana Plas.

Kedua, dari hasil penelitian diketahui bahwa atribut yang paling penting adalah ketahanan/ keawetan. Kemudian urutan atribut selanjutnya adalah keuletan, kerapian, sistem bonus, ketepatan isi, harga eceran, sistem kupon, aroma, harga partai, pelayanan konsumen, garansi, pelayanan pesanan, warna, dan distribusi.

Dari hasil penelitian ini, diketahui bahwa PT. ACC memiliki posisi yang paling unggul dari para pesaingnya, karena PT. ACC mampu menghasilkan produk yang sesuai dengan keinginan konsumen.

Kata kunci: persepsi konsumen, atribut, analisis posisi.