


CONSUMER BEHAVIOR

	UNIVERSITAS INDONESIA FAKULTAS EKONOMIKA JURUSAN MANAJEMEN
Tanggal	16 JAN 2007
Tempat	3030/EM/Hd.1/2007
Revisi	Rf 658.8342.SUG.06
Selesai	

	UNIVERSITAS INDONESIA FAKULTAS EKONOMIKA JURUSAN MANAJEMEN
VERIFIKASI	

**PENGARUH FAKTOR INFORMASI, KINERJA, DAN ATRIBUT
PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DARI
PERUSAHAAN GUNUNG LAUT EMAS YOGYAKARTA
SKRIPSI**

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



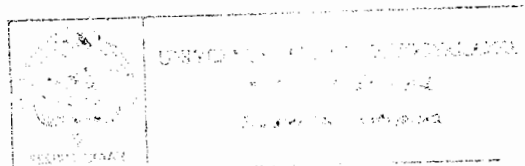
Disusun Oleh :

Sugihono Saputra

NPM : 99 03 11638

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

Mei 2006



SKRIPSI

**PENGARUH FAKTOR INFORMASI, KINERJA, DAN
ATRIBUT PRODUK TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN DARI PERUSAHAAN GUNUNG LAUT
EMAS YOGYAKARTA**


Disusun Oleh :

Sugihono Saputra

NPM : 99 03 11638

Telah dibaca dan disetujui oleh :

Pembimbing Utama



W. Mahestu Noviandra K, SE, MScib

Tanggal 15 Mei 2006

SKRIPSI

**PENGARUH FAKTOR INFORMASI, KINERJA, DAN ATRIBUT PRODUK
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DARI PERUSAHAAN GUNUNG
LAUT EMAS YOGYAKARTA**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

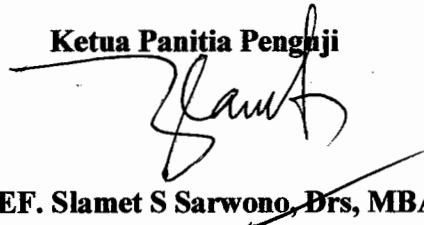
Sugihono Saputra

NPM : 99 03 11638

**Telah dipertahankan di depan panitia penguji pada tanggal 15 Juni 2006
dan dinyatakan telah memenuhi persyaratan untuk mencapai derajat Sarjana
Ekonomi (S1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Atma Jaya Yogyakarta**

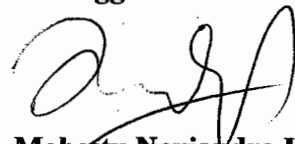
SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji

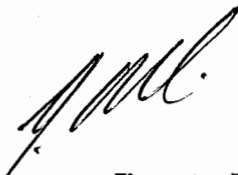


EF. Slamet S Sarwono, Drs, MBA

Anggota Panitia Penguji



W. Mahestu Novianindra K, SE, MScib

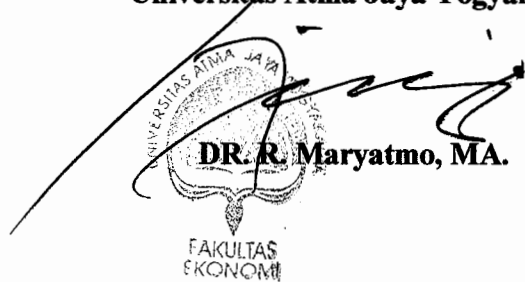


Drs. Gunawan Jiwanto, MBA


Yogyakarta, 15 Juni 2006

Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Atma Jaya Yogyakarta



DR. R. Maryatmo, MA.



PERNYATAAN


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

PENGARUH FAKTOR INFORMASI, KINERJA, DAN ATRIBUT PRODUK
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DARI PERUSAHAAN GUNUNG LAUT
EMAS YOGYAKARTA

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, 16 Mei 2006

Yang menyatakan,



Sugihono Saputra

KATA PENGANTAR

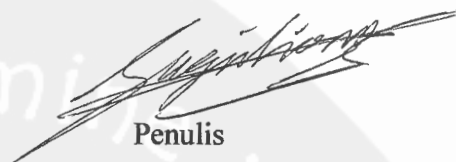
Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat, kasih dan bimbingan-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi berjudul “ Pengaruh Faktor Informasi, Kinerja, Dan Atribut Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Dari Perusahaan Gunung Laut Emas Yogyakarta”. Adapun penulisan skripsi ini disusun dengan tujuan untuk memenuhi salah satu persyaratan mencapai derajat sarjana ekonomi (S1) pada program studi ekonomi Manajemen Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Selama proses penyusunan skripsi ini penulis mendapat banyak masukan, dorongan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih dan rasa hormat yang sebesar-besarnya kepada :

1. Hati Kudus Yesus yang telah mengabulkan doa permohonanku. Terpujilah Engkau kini dan sepanjang masa.
2. Ibu W. Mahestu Noviandra K, SE, MScib sebagai dosen pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan bimbingan dalam proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih karena telah menjadi pribadi yang menyenangkan.
3. Papa dan Mama atas dukungan moral dan material, terutama untuk kesabarannya menunggu aku lulus.
4. Meyli Kurnia Saputra, adikku tercinta atas dukungan dan pengertiannya.
5. Teman- teman kost semua atas bantuan dan semangat serta persahabatan selama ini.
6. Serta semua pihak yang telah banyak membantu sehingga selesainya skripsi ini, yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi penyempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca.

Yogyakarta, 15 Mei 2006



Penulis



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
INTISARI.....	xv
BAB I. PENDAHULUAN	
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

BAB II. LANDASAN TEORI

2.1. Konsep Pemasaran	16
2.2. Market Driven Strategy.....	16
2.3. Perilaku Konsumen Dan Kepuasan konsumen	19

BAB III. ANALISIS DATA

3.1. Pengujian Instrumen	26
3.1.1. Pengukuran Validitas	26
3.1.2. Pengukuran Reliabilitas	27
3.2. Analisa Deskriptif	28
3.2.1. Analisis Karakteristik Responden	29
3.2.2 Analisis Rata-rata Hitung (Arithmetic Mean)	30
3.3. Analisa Regresi.....	34
3.3.1. Uji t	35
3.3.2. Uji F	37
3.3.3. Koefisien Determinasi.....	39
3.4 Pembahasan	39

BAB IV. PENUTUP

4.1. Kesimpulan.....	42
4.2. Saran	43

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1. Pengujian Validitas Faktor Informasi	26
Tabel 3.2. Pengujian Validitas Variable Kinerja Produk.....	27
Tabel 3.3. Pengujian Validitas Variable Atribut Produk	27
Tabel 3.4. Pengujian Validitas Variable Kepuasan Konsumen	27
Tabel 3.5 Pengujian Reliabilitas.....	28
Tabel 3.6. Deskripsi Profil Jenis Toko.....	29
Tabel 3.7.Deskripsi Profil Produk Yang Diorder..	30
Tabel 3.8. Distribusi Frekuensi Variabel Faktor Informas	31
Tabel 3.9. Distirbusi Frekuensi Variabel Kinerja Produk.....	31
Tabel 3.10. Distirbusi Frekuensi Variabel Atribut Produk.....	32
Tabel 3.11. Distirbusi Frekuensi Variabel Kepuasan Konsumen.....	33
Tabel 3.12. Koefisien Regresi.....	36
Tabel 3.13. Anova.....	38

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Daerah Kritis Uji t Dua Sisi	12
Gambar 1.2. Daerah Kritis Uji F.....	14
Gambar 2.1. Konsep Pemasaran	16
Gambar 2.2. Konsep Market Driven Strategy	18
Gambar 2.3. Proses Pasca Akuisisi	24

**PENGARUH FAKTOR INFORMASI, KINERJA, DAN ATRIBUT PRODUK
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DARI PERUSAHAAN GUNUNG
LAUT EMAS YOGYAKARTA**

Disusun Oleh :

Sugihono Saputra

NPM : 99 03 11638

Pembimbing Utama

W. Mahestu Noviandra K, SE, MScib.

Intisari

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penilaian konsumen terhadap faktor informasi, kinerja, dan atribut dari produk GLM, tingkat kepuasan konsumen terhadap faktor informasi, kinerja, dan atribut produk GLM, serta pengaruh faktor informasi, kinerja, dan atribut produk GLM terhadap tingkat kepuasan konsumen. Sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah sejumlah 125 responden, yaitu terdiri dari 67 responden baby shop dan 58 responden toserba. Responden yang diteliti baby shop dan toserba di Yogyakarta.

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

Hasil yang didapatkan dalam penelitian adalah penilaian konsumen yang dikategorikan baik dan tingkat kepuasan konsumen yang tinggi terhadap faktor informasi, kinerja, dan atribut produk GLM. Selain itu dengan regresi didapatkan hasil yang dapat disimpulkan bahwa faktor informasi, kinerja, atribut produk GLM 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.