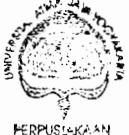



Marketing

 UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA PERPUSTAKAAN	MILIK PEMPUSTAKAAN UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
Diterima	11 JUN 2007
Inventarisasi	3371/EM/HA.6/2007
Klasifikasi	: Rf 658.0 Int 06
Selesai Diproses :	

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

**ANALISIS TANGGAPAN KONSUMEN
TERHADAP KARAKTERISTIK WIRANIAGA
PRODUK YOU.C 1000**

SKRIPSI

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



Disusun oleh:

Intan Setiyawati

NPM : 03 03 14060

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

SKRIPSI

**ANALISIS TANGGAPAN KONSUMEN TERHADAP
KARAKTERISTIK WIRANIAGA
PRODUK YOU.C 1000**

Disusun oleh:

Intan Setiyawati

NPM : 03 03 14060

Telah dibaca dan disetujui oleh:

Pembimbing Utama



Drs. Ign. Sukirno, MS.

Tanggal 14 November 2006

SKRIPSI

**ANALISIS TANGGAPAN KONSUMEN TERHADAP
KARAKTERISTIK WIRANIAGA
PRODUK YOU.C 1000**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Intan Setiyawati

NPM : 03 03 14060

**Telah dipertahankan di depan panitia penguji pada tanggal 9 Desember 2006
dan dinyatakan telah memenuhi persyaratan untuk mencapai derajat
Sarjana Ekonomi (S1) pada Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta**

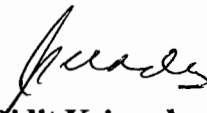
SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji

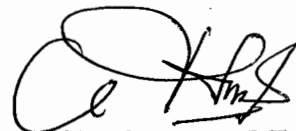


Drs. Ign. Sukirno, MS.

Anggota Panitia Penguji



Drs. P. Didit Krisnadewara, MM.

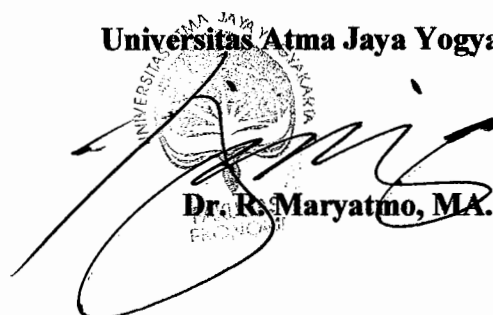


Drs. D. Koeshartono, MM.

Yogyakarta, 9 Desember 2006

Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Dr. R. Maryatno, MA.

PERNYATAAN

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

ANALISIS TANGGAPAN KONSUMEN TERHADAP KARAKTERISTIK WIRANIAGA PRODUK YOU.C 1000

benar-benar hasil karya 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 kakit/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, 9 November 2006

yang menyatakan



(Intan Setiyawati)

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan berkat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini.

Adapun maksud penyusunan skripsi ini untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar kesarjanaan pada Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, yang telah menyumbangkan pikiran, tenaga, dan bimbingan kepada penulis, baik secara langsung maupun tidak langsung, maka dalam kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Drs. Ign. Sukirno, MS. selaku Dosen Pembimbing utama yang telah memberikan bimbingan, pengarahan dan waktu selama penulisan skripsi ini.
2. Segenap dosen di Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis.
3. Segenap karyawan Perpustakaan Fakultas Ekonomi yang telah membantu penulis dalam mencari bahan pustaka.
4. Papa, mama, kakak dan adikku yang selalu di sisiku membuat impianku akhirnya tercapai.
5. Buat Iwan Setiawan, yang selalu ada di sisiku waktu aku butuh dukungan dan harapan. Terima kasih atas harapan dan doamu selalu untukku.

6. Teman-teman kuliah : Putri, Mila, Agnes yang selalu sependaftaran waktu kuliah. Terima kasih atas waktu dan kenangan indah yang selama ini terjalin.
7. Teman-teman kost: Inneke, Elis, Yellie, Lany dan Novie untuk waktunya yang selalu diberikan untuk bersamaku.
8. Teman-teman KKN Dusun Panggang 3A: Cherry, Juny, Bram, Adin, Andius, atas pengalaman yang tak terlupakan selama masa-masa KKN.
9. Teman-teman bimbingan skripsi : Mila, Putri, Sita, Lusi, Santi, Yesi, yang selalu bersama-sama waktu mengantri bimbingan.

Penulis menyadari bahwa penulisan ini masih jauh dari kesempurnaan, maka penulis membuka diri untuk saran dan kritik guna penyempurnaan penulisan skripsi ini.

Akhir kata, penulis berharap semoga penulisan skripsi ini bermanfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

Yogyakarta, 9 November 2006

Penulis

MOTTO

“Kalau kamu tidak menyukai sesuatu, ubahlah. Kalau kamu tidak bisa mengubahnya, ubahlah perilakumu jangan mengeluh.”

(Maya Angelow)

**“Taburkanlah suatu pikiran, maka kamu akan menuai perbuatan.
Taburkanlah suatu perbuatan, maka kamu akan menuai kebiasaan.
Taburkanlah suatu kebiasaan, maka kamu akan menuai karakter.
Taburkanlah suatu karakter, maka kamu akan menuai takdir.”**

(Samuel Smiles)

**“Murnilah orang yang tidak mencari kekuasaan dan kekayaan, lebih
murni lagi orang yang punya kekuasaan dan kekayaan tetapi tidak
korupsi. Mulialah orang yang tidak tahu bagaimana caranya
memainkan siasat, lebih mulia lagi orang yang mengerti siasat tetapi
menolak untuk menggunakannya.”**

(Vegetable Roots)

**“Uang sebanyak apapun tidak bisa dipakai membeli pendidikan,
pendidikan harus kita tuntut sendiri. Uang hanya bisa memberikan
satu jenis pendidikan, yaitu pendidikan yang diperoleh dengan
melihat dunia.”**

(Akio Morita - Pendiri perusahaan Sony)

**“Sukses itu memerlukan semangat ploneir sebab hanya bisa diperoleh
melalui kegagalan yang berulang-ulang, introspeksi, serta
ketabahan.”**

(Soichiro Honda – Pendiri perusahaan Honda)

Ketika aku masih kecil dan bebas, dan imajinasiku tidak ada batasnya, aku mengimpikan untuk mengubah dunia.

Ketika aku semakin besar dan semakin bijaksana, aku sadar bahwa dunia tak mungkin diubah.

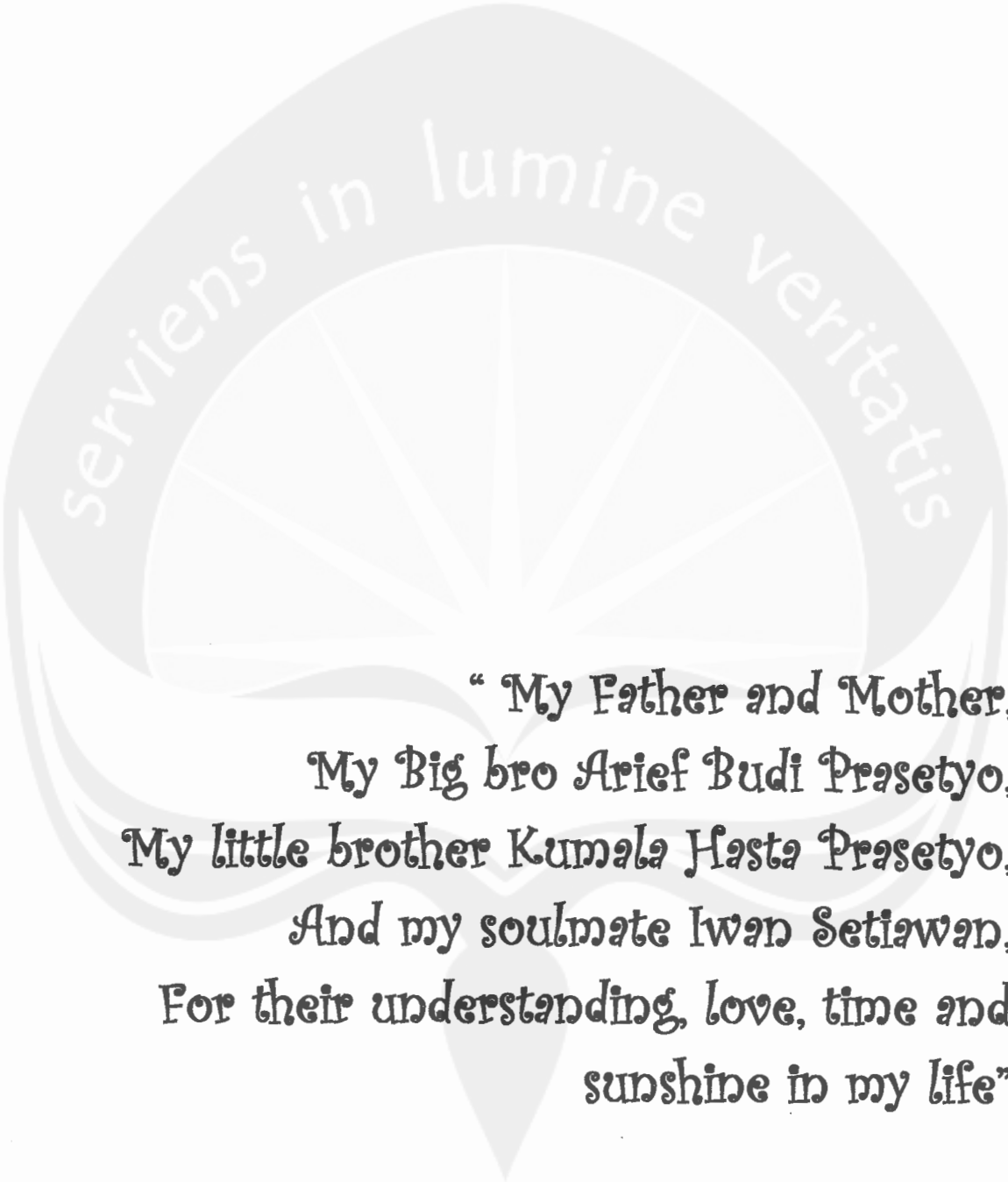
Dan aku putuskan untuk mengurangi impianku sedikit dan hanya mengubah negaraku, tetapi itupun tampaknya tidak mungkin.

Ketika aku memasuki usia senja, dalam suatu upaya terakhir, aku berusaha mengubah keluargaku sendiri, mereka yang paling dekat denganku, tetapi sayang, mereka tidak menggubrisku.

Dan sekarang menjelang ajal, untuk pertama kali aku sadar bahwa kalau saja aku mengubah diriku dulu, lalu dengan teladan mungkin aku bisa mempengaruhi keluargaku.

Dan dengan dorongan serta dukungan mereka mungkin aku bisa membuat negaraku menjadi lebih baik, dan siapa tahu, mungkin aku bisa mengubah dunia.

Dedicated to :



*“ My Father and Mother,
My Big bro Arief Budi Prasetyo,
My little brother Kumala Hasta Prasetyo,
And my soulmate Iwan Setiawan,
For their understanding, love, time and
sunshine in my life”*

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSE'TUJUAN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
HALAMAN MOTTO.....	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
INTISARI	xvi
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	4
1.3. Batasan Masalah.....	4
1.4. Tujuan dan Manfaat penelitian.....	8
1.4.1. Tujuan Penelitian.....	8
1.4.2. Manfaat Penelitian.....	8
1.5. Hipotesis Penelitian.....	9
1.6. Metodologi Penelitian.....	9

1.6.1. Bentuk Penelitian.....	9
1.6.2. Waktu dan Tempat penelitian.....	9
1.6.3. Populasi dan Sampel.....	10
1.6.4. Metode Pengumpulan Data.....	11
1.6.5. Metode Pengukuran Data.....	11
1.6.6. Metode Pengujian Instrumen.....	12
1.7. Metode Analisis Data.....	14
1.8. Sistematika Penulisan.....	18
BAB II. LANDASAN TEORI	19
2.1. Pengertian Pemasaran.....	19
2.2. Pengertian Manajemen Pemasaran.....	20
2.3. Konsep Pemasaran.....	20
2.4. Bauran Pemasaran (Marketing Mix).....	22
2.5. Pengertian Penjualan Perorangan.....	24
2.6. Perilaku Konsumen.....	27
2.6.1. Pengertian Perilaku Konsumen.....	27
2.6.2. Model Perilaku Konsumen.....	28
BAB III. ANALISIS DATA.....	31
3.1. Prosedur Analisis.....	31
3.2. Pengujian Instrumen.....	31
3.2.1. Uji Validitas.....	31
3.2.2. Uji Reliabilitas.....	32
3.3. Analisis Data.....	33

3.3.1. Analisis Karakteristik Responden.....	33
3.3.1.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	33
3.3.1.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	34
3.3.1.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	35
3.3.1.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pembelian Produk.....	36
3.3.2. Analisis Tanggapan Konsumen Terhadap Karakteristik Wiraniaga Produk YOU.C 1000.....	36
3.3.3. Analisis Perbedaan Tanggapan Konsumen Terhadap Karakteristik Wiraniaga Produk YOU.C 1000	52
3.3.4. Analisis Perbedaan Tanggapan Konsumen Terhadap Karakteristik Wiraniaga Produk YOU.C 1000 Ditinjau Dari Frekuensi Pembelian Produk.....	54
BAB IV. KESIMPULAN DAN SARAN.....	61
4.1. Kesimpulan.....	61
4.2. Saran.....	64
DAFTAR PUSTAKA.....	67
DAFTAR LAMPIRAN.....	69

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
3.1. Hasil Uji Validitas.....	32
3.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	33
3.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	34
3.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	35
3.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pembelian Produk.....	36
3.6. Tanggapan Konsumen Terhadap Variabel Kesan Pertama.....	37
3.7. Tanggapan Konsumen Terhadap Variabel Kesan Pertama Setelah Dikuantitatifkan.....	37
3.8. Tanggapan Konsumen Terhadap Variabel Kedalaman Pengetahuan	38
3.9. Tanggapan Konsumen Terhadap Variabel Kedalaman Pengetahuan Setelah Dikuantitatifkan	38
3.10. Tanggapan Konsumen Terhadap Variabel Pengetahuan yang Luas	39
3.11. Tanggapan Konsumen Terhadap Variabel Pengetahuan yang Luas Setelah Dikuantitatifkan	39
3.12. Tanggapan Konsumen Terhadap Variabel Adaptabilitas	40
3.13. Tanggapan Konsumen Terhadap Variabel Adaptabilitas Setelah Dikuantitatifkan	41
3.14. Tanggapan Konsumen Terhadap Variabel Sensitivitas	41
3.15. Tanggapan Konsumen Terhadap Variabel Sensitivitas Setelah Dikuantitatifkan	42
3.16. Tanggapan Konsumen Terhadap Variabel Antusiasme	42

3.17. Tanggapan Konsumen Terhadap Variabel Antusiasme Setelah Dikuantitatifkan	43
3.18. Tanggapan Konsumen Terhadap Variabel Harga Diri	43
3.19. Tanggapan Konsumen Terhadap Variabel Harga Diri Setelah Dikuantitatifkan	44
3.20. Tanggapan Konsumen Terhadap Variabel Fokus Yang Luas	44
3.21. Tanggapan Konsumen Terhadap Variabel Fokus Yang Luas Setelah Dikuantitatifkan	45
3.22. Tanggapan Konsumen Terhadap Variabel Selera Humor	46
3.23. Tanggapan Konsumen Terhadap Variabel Selera Humor Setelah Dikuantitatifkan	46
3.24. Tanggapan Konsumen Terhadap Variabel Kreativitas	47
3.25. Tanggapan Konsumen Terhadap Variabel Kreativitas Setelah Dikuantitatifkan	47
3.26. Tanggapan Konsumen Terhadap Variabel Mengambil Resiko	48
3.27. Tanggapan Konsumen Terhadap Variabel Mengambil Resiko Setelah Dikuantitatifkan	48
3.28. Tanggapan Konsumen Terhadap Variabel Rasa Jujur dan Etika	49
3.29. Tanggapan Konsumen Terhadap Variabel Rasa Jujur dan Etika Setelah Dikuantitatifkan	50
3.30. Rekapitulasi Hasil Analisis Tanggapan Konsumen	51
3.31. One Sample T _{test}	53
3.32. Tanggapan Konsumen Ditinjau Dari Frekuensi Pembelian Produk.....	54

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1. Konsep Inti Pemasaran	19
2.2. Model Tingkah Laku Pembeli	29
2.3. Model Terperinci Tingkah Laku Pembeli	29



ANALISIS TANGGAPAN KONSUMEN TERHADAP KARAKTERISTIK WIRANIAGA PRODUK YOU.C 1000

Disusun oleh :

Intan Setiyawati

NPM : 03 03 14060

Pembimbing Utama

Drs. Ign. Sukirno, MS.

Intisari

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui : (1) Tanggapan konsumen terhadap karakteristik wiraniaga produk YOU.C 1000, (2). Ada tidaknya perbedaan tanggapan konsumen terhadap karakteristik wiraniaga produk YOU.C 1000 ditinjau dari frekuensi pembelian produk. Variabel karakteristik wiraniaga meliputi : *kesan pertama, kedalaman pengetahuan, pengetahuan yang luas, adaptabilitas, sensitivitas, antusiasme, fokus yang luas, mengambil resiko, selera humor, harga diri, kreativitas serta rasa jujur dan etika.*

Penelitian ini dilakukan terhadap konsumen yang berada di Yogyakarta dan Surakarta yang pernah membeli produk minuman YOU.C 1000 dan melakukan kontak langsung dengan wiraniaga produk YOU.C 1000. analisis yang digunakan untuk melakukan pengujian hipotesis dalam penelitian ini, antara lain: Analisis Persentase, Analisis Rata-rata hitung, Analisis One Sample T_test, Analisis Chi Square.

Hasil analisis rata-rata hitung menunjukkan bahwa tanggapan konsumen terhadap karakteristik wiraniaga produk YOU.C 1000 secara umum adalah baik namun tanggapan yang terendah ada pada karakteristik adaptabilitas. Analisis Chi Square menunjukkan bahwa terdapat perbedaan tanggapan konsumen terhadap karakteristik wiraniaga produk YOU.C 1000 ditinjau dari frekuensi pembelian produk. Perbedaan tanggapan tersebut terdapat pada karakteristik kedalaman pengetahuan, sensitivitas, antusiasme, harga diri, fokus yang luas, selera humor serta rasa jujur dan etika. Saran dari penulis antara lain: (1) Untuk meningkatkan karakteristik adaptabilitas, perusahaan dapat memberikan dasar-dasar pelatihan komunikasi *public speaking* sebelum menerjunkan wiraniaga. (2) Untuk memelihara loyalitas konsumen, perusahaan dapat menerjunkan wiraniaga produk YOU.C 1000 dimana YOU.C 1000 menjadi sponsor acara olah raga tertentu sambil membagikan brosur dan sampel minuman. (3). Penempatan wiraniaga produk YOU.C 1000 bisa dilakukan di kampus-kampus tertentu saat ada acara yang dihadiri anak-anak muda untuk menyentuh segmen anak muda, jadi tidak hanya penempatannya dilakukan di supermarket-supermarket tertentu.

Kata kunci : Tanggapan konsumen, rata-rata hitung, chi square