



PRODUCTION MANAGEMENT

 PERPUSTAKAAN	PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
Tanggal	10 MAY 2007
Dimasukkan	3180/EM/Hd.5/2007
Revisi	Rf 658.5 IND 06
Selesai Diproses :	

 PERPUSTAKAAN	UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA FAKULTAS EKONOMI Departemen Manajemen
---	--

PENILAIAN KONSUMEN TERHADAP

ATRIBUT PRODUK MIZONE

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana Ekonomi (S1)

Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi

Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Disusun oleh :

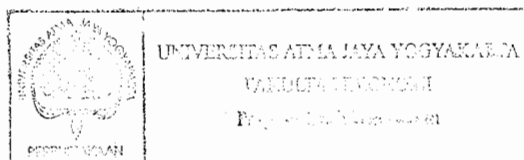
INDRIYANTO WAHYU UTOMO

NPM : 01 03 13281

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

DESEMBER, 2006



PENILAIAN KONSUMEN TERHADAP

ATRIBUT PRODUK MIZONE

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana Ekonomi (S1)

Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi

Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Disusun oleh :

INDRIYANTO WAHYU UTOMO

NPM : 01 03 13281

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

DESEMBER, 2006

PENILAIAN KONSUMEN TERHADAP

ATRIBUT PRODUK MIZONE

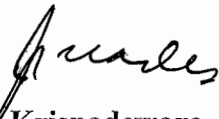
Disusun oleh :

INDRIYANTO WAHYU UTOMO

NPM : 01 03 13281

Telah dibaca dan disetujui oleh :

Pembimbing Utama



P. Didit Krisnadewara, Drs., MM

Tanggal 16 November 2006

SKRIPSI

**PENILAIAN KONSUMEN TERHADAP
ATRIBUT PRODUK MIZONE**


Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

**INDRIYANTO WAHYU UTOMO
NPM : 01 03 13281**

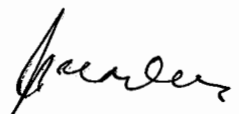
**Telah dipertahankan di depan panitia penguji pada tanggal 9 Desember 2006
dan dinyatakan telah memenuhi persyaratan untuk mencapai derajat
Sarjana Ekonomi (S1) pada Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Atma Jaya Yogyakarta**

SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji


Ign. Sukirno, Drs., MS.

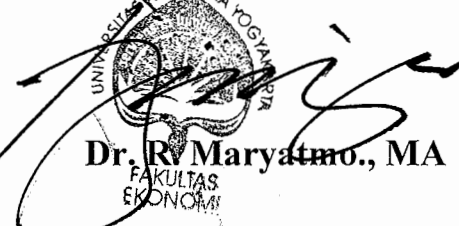
Anggota Panitia Penguji


P. Didit Krisnadewara, Drs.,MM


D. Koeshartono, Drs.,MM.

Yogyakarta, 9 Desember 2006

Dekan Fakultas Ekonomi


Dr. Rv Maryatmo., MA
FAKULTAS
EKONOMI

PERNYATAAN

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

PENILAIAN KONSUMEN TERHADAP ATRIBUT PRODUK MIZONE

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 bentuk 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, 13 November 2006

Yang menyatakan,



(Indriyanto Wahyu Utomo)

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, yang telah melimpahkan kesabaran berkat rahmat-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Penulisan skripsi ini merupakan kewajiban untuk memenuhi tugas akhir dan merupakan salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi, Program Manajemen Pemasaran pada universitas Atma Jaya Yogyakarta. Adapun judul skripsi ini adalah PENILAIAN KONSUMEN TERHADAP ATRIBUT PRODUK MIZONE.

Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak P. Didit Krisnadewara, Drs., MM., selaku Dosen Pembimbing yang telah mencurahkan waktu untuk memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penulisan skripsi ini.
2. Bapak dan Ibuku yang selalu berdoa, berkorban materiil maupun spiritual demi selesainya skripsi ini.
3. Terima kasih buat kakakku Mas Ari Jawul dan adikku Septian yang selalu mendukung dan mengingatkan dalam kuliah sampai selesainya skripsi ini.
- 4.. Segenap civitas akademika Fakultas Ekonomi Atma Jaya Yogyakarta yang telah banyak memberikan bantuan dan fasilitas yang penulis perlukan selama menempuh studi.
5. Teman-teman dari komunitas **Anak Tangga**, Paul, Hendi, Indro, Galih, Gembeng, Gembong, Anang, Tedi, Della, Ucil, Banu, Dani, Dwek, Aris, Dody, Canthang, Albert, Restu, Danang dan lain-lain. Terima kasih atas semuanya.

6. Teman-teman seperjuangan Danang, Mbendol, Eko, Tanti, Yussi terus berjuang, dan maju terus jangan menyerah dan Wawan, Mblembong yang sudah lulus.
7. Teman-teman FE UAJY angkatan 2001 yang sudah lulus, hampir, maupun yang belum. Terima kasih buat persahabatan dan pertemanan yang menyenangkan selama ini.
8. Semua saudara-saudaraku keluarga besar *Mbah Mo'in* dan Keluarga besar *Mbah Asmo Semito*, yang tidak bisa kami sebutkan satu persatu.
9. Teman-teman PROT Community yang tidak bisa kami sebutkan satu persatu.

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, 15 november 2006

Penulis



Untuk ytc :

- *Bapak dan Ibu : atas semua bimbingan, kesabaran dan supportnya*
- *Mas Ari Jawul, Septian atas semua rasa persaudaraan, dukungan, bantuan, dorongan semangat yang saya peroleh selama ini.*

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
INTISARI	xi
BAB I. PENDAHULUAN	1
I.1. Situasi Problematik	1
I.2. Masalah Masalah	4
I.3. Persoalan Penelitian.....	5
I.4. Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
I.5. Batasan Masalah.....	6
I.6. Metodologi Penelitian.....	6
I.7. Metode Pengujian Instrumen.....	8
I.8. Metode Analisis Data.....	9
I.9. Sistematika Penulisan.....	10
BAB II. LANDASAN TEORI	17
2.1. Penilaian Konsumen.....	17
2.2. Produk	19
2.3. Atribut Produk.....	20
2.3.1. Atribut Harga.....	21

2.3.2	Atribut Merk.....	22
2.3.3	Atribut Kemasan	24
2.3.4	Atribut Promosi.....	27
BAB III. ANALISIS DATA		29
3.1	Gambaran Obyek penelitian	29
3.2.	Analisis Validitas dan Reliabilitas kuesioner	29
4.2.1.	Analisis Validitas Kuesioner	20
4.2.2.	Analisis Reliabilitas Kuesioner	30
3.3.	Analisis Deskriptif	32
3.4.	Analisis penilaian Konsumen	34
3.4.1	Analisis Konsumen terhadap produk Mizone.....	34
3.4.2	Analisis <i>One Sample T-Test</i>	40
3.4.3	Analisis <i>One Way Anova</i>	43
3.4.4	Analisis <i>Independent Sample T-test</i>	44
3.5.	pembahasan.....	47
BAB IV. PENUTUP		49
4.1.	Kesimpulan dan Saran	49
4.2.	Implikasi terapan	51
4.3.	Keterbatasan Penelitian	52
4.4.	Penelitian Mendatang.....	53

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Uji Validitas Atribut Produk Mizone	30
Tabel 3.2	Uji Reliabilitas Atribut Produk Mizone	31
Tabel 3.3.1	Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	32
Tabel 3.3.2	Identitas Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	32
Tabel 3.3.3	Identitas Responden Berdasarkan Usia	33
Tabel 3.3.4	Identitas Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan	33
Tabel 3.4.1	Penilaian Konsumen Mengenai Harga Produk Mizone	35
Tabel 3.4.2	Penilaian Konsumen Mengenai Merek Produk Mizone	36
Tabel 3.4.3	Penilaian Konsumen Mengenai Kemasan Produk Mizone	37
Tabel 3.4.4	Penilaian Konsumen Mengenai Promosi Produk Mizone	38

PENILAIAN KONSUMEN TERHADAP ATRIBUT PRODUK MIZONE

Disusun Oleh :

Indriyanto Wahyu Utomo

NPM : 01 03 13281

Pembimbing Utama

P. Didit Krisnadewara, Drs., MM.

Intisari

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis penilaian masyarakat Kabupaten Sukoharjo terhadap atribut produk Mizone, berdasarkan empat atribut yaitu Atribut Harga, Atribut Merk, Atribut Kemasan, Atribut promosi. Metode penelitian yang digunakan adalah : (1) kajian literature, (2) penyebaran kuesioner, (3) menganalisis data dengan metode *one sample t-test*/uji *mean* untuk mengetahui penilaian konsumen terhadap atribut produk izone, *independent sample t-test* dan *one-way ANOVA* untuk mengetahui ada tidaknya perbedaan penilaian responden atribut produk Mizone tersebut berdasarkan karakteristik responden.

Ada dua hasil yang diperoleh dari penelitian ini. Pertama, produk Mizone dinilai sebagai produk yang lebih dari cukup baik, jika mengacu pada nilai mean dari atribut harga, atribut merek, atribut kemasan. Terutama Atribut merk dan atribut kemasan, serta mean total produk Mizone tersebut.

Kedua, terdapat perbedaan penilaian responden khususnya pada Atribut promosi, sedangkan untuk ketiga elemen lainnya, responden memiliki penilaian yang sama.

Kata kunci :Produk, penilaian produk, Atribut Harga, Atribut Merk, Atribut Kemasan, Atribut promosi.