

**ANALISIS POSISI PRODUK AIR MINUM DALAM KEMASAN MEREK AQUA,  
ADES, TOTAL, 2TANG, DAN VIT DI PURWOKERTO**

**SKRIPSI**

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana Ekonomi (S1)**

**Pada Program Studi Manajemen**

**Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta**



**Disusun Oleh :**

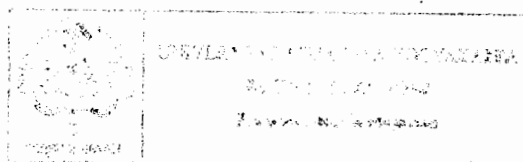
**Margaret Hadi Sudjatmiko**

**NPM : 01 03 12826**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

**MARET 2006**



**SKRIPSI**

**ANALISIS POSISI PRODUK AIR MINUM DALAM KEMASAN MEREK AQUA,  
ADES, TOTAL, 2TANG, DAN VIT DI PURWOKERTO**

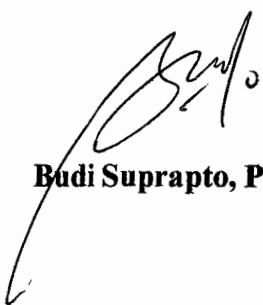
Disusun oleh :

**Margaret Hadi Sudjatmiko**

**NPM. 01 03 12826**

Telah dibaca dan disetujui oleh :

Pembimbing Utama



**Budi Suprpto, Ph.D., MBA**

Tanggal 15 Februari 2006

SKRIPSI

**ANALISIS POSISI PRODUK AIR MINUM DALAM KEMASAN  
MEREK AQUA, ADES, TOTAL, 2TANG, DAN VIT DI  
PURWOKERTO**

**Yang dipersiapkan dan disusun oleh:**

**Margaret Hadi Sudjatmiko**

**NPM : 01 03 12826**

Telah dipertahankan di depan panitia penguji pada tanggal 10 Maret 2006

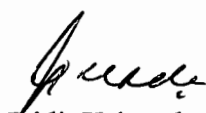
dan dinyatakan telah memenuhi persyaratan untuk mencapai derajat

Sarjana Ekonomi (S1) pada Program Studi Manajemen


Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta

SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji

  
Drs. P. Didit Krisnadewara, MM.

Anggota Panitia Penguji


  
Drs. Jarot Priyogutomo, MBA.

  
Budi Suprpto, Ph.D

Yogyakarta, 10 Maret 2006

Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Atma Jaya Yogyakarta

  
R. Maryatmo, DR., MA.  
EKONOMI

## **SURAT PERNYATAAN**

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

### **ANALISIS POSISI PRODUK AIR MINUM DALAM KEMASAN MEREK AQUA, ADES, TOTAL, 2TANG, DAN VIT DI PURWOKERTO**

Benar – benar hasil karya sendiri. Pernyataan, ide maupun kutipan baik langsung dan tidak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain dinyatakan secara tertulis dalam skripsi ini dalam catatan perut, catatan kaki atau daftar pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi sebagian atau seluruhnya dalam skripsi ini, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta,



(Margareth Hadi Sudjatmiko)

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan pada Allah Bapa Tritunggal Yang Maha Kudus, Tuhan Yesus Kristus, dan Santa Perawan Maria yang selalu menyertai dalam segala hal selama ini. Sampai akhirnya juga penulis bisa menyelesaikan tugas akhir di jenjang strata satu ini dengan baik.

Proses menemukan masalah, pencarian data di lapangan, analisis data, penyusunan laporan hingga mempertahankannya tidak lepas dari bantuan-bantuan berbagai pihak. Untuk itu, ungkapan terima kasih yang mendalam ingin penulis sampaikan pada :

1. Bpk. Budi Suprpto sebagai dosen pembimbing dalam penyusunan skripsi ini yang banyak memberikan masukan, arahan, dan waktu serta dorongan semangat bagi penulis sehingga tugas ini dapat diselesaikan dengan baik.
2. Perpustakaan Atma Jaya Yogyakarta yang telah menyediakan buku – buku yang diperlukan.
3. Mama, Papa, dan adik –adikku yang mendorongku dalam penulisan skripsi ini baik berupa materiil maupun doa.
4. Semua temen2 kost babarsari I/13.. Special to..... C bab, Pac, Tulit hope our friendship will be forever.. Genk anak atas ( Vivi reikanansi ku, Culie beserta partner Jemblunxz, Jebraaaa..., Alin, C-ly, Markincho si 42z ) We alwayz do the crazy things together... Mizz U All..... ^oo)^

5. Aiya Genkz ( Uminchu, Daniel Kunyuk, Kuntet, Kampret, Sonbo ) Thanks 4 all... ^-^ n Rendy Lola hehe.... Keep in ROCK babe!!!!!!!!!!
6. Mache nehh... ( Vv Cherry, Renny Nyet, Vi2n the crazy girl, Lia Miss Confused, Echa, Neszon, Wa2n, Wi2n Cherry, Gutenkz, Bebek, Benny kao, cs) Thanks 4 being my best friend n 4 all the moment we share... n Kristanto A lot of thanks hehe...
7. Selfi Cay n Nana... Hope our friendship are 4ever.... >.<
8. Speciall 2 My Vellonny... U are my Man!!!! It means Everything....!!!
9. Teman – teman lain yang tidak dapat disebutkan satu per satu telah banyak memberikan semangat maupun bantuan baik berupa pinjaman buku, masukan, kritik dan saran.

Semoga Tuhan Yesus Kristus senantiasa memberikan berkat kepada semua pihak yang telah membantu penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa karya ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu penulis mengharaapkan kritik dan saran dari pembaca. Akhir kata, semoga karya skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi para pembacanya.

Yogyakarta, 10 Februari 2006

Penulis

..HALAMAN PERSEMBAHAN..

Bersukacitalah senantiasa. Tetaplah Berdoa. Mengucap syukurlah dalam segala hal, sebab itulah yang dikehendaki Allah di dalam Kristus Yesus bagi kamu...  
(I Tes 5:16-18)

Hal yang paling penting ketika berhadapan dengan kesulitan adalah dengan berkonsentrasi pada apa yang harus dilakukan selanjutnya, bukan pada kesalahan yang sedang terjadi.

Skripsi ini kupersembahkan pada :  
Yesus Kristus Penolongku  
Bunda Maria  
Mamah, Papa, Adikku Yohannes n Melissa  
My Luvely Friends

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI .....	iii
HALAMAN PERNYATAAN .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vi
DAFTAR ISI .....	vii
DAFTAR TABEL .....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	x
INTISARI .....	xi
<b>BAB I      PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	8
1.3 Batasan Masalah .....	8
1.4 Tujuan Penelitian .....	10
1.5 Manfaat Penelitian .....	10
1.6 Hipotesis .....	11
1.7 Metodologi Penelitian .....	11
1.8 Metode Analisis Data .....	14
1.9 Sistematika Laporan .....	18
<b>BAB II     LANDASAN TEORI .....</b>	<b>20</b>
2.1 Definisi Pemasaran dan Manajemen Pemasaran .....	20
2.2 Konsep Pemasaran .....	22
2.3 Bauran Pemasaran .....	24
2.4 Merek dan Ekuitas Merek .....	26
2.5 Perilaku Konsumen .....	31
2.5.1 Teori Perilaku Konsumen .....	33
2.5.2 Faktor-Faktor Perilaku Konsumen .....	34
2.6 Atribut Produk .....	38
2.7 Segmentasi Pasar .....	41
2.8 Penetapan Pasar Sasaran .....	42
2.9 Posisi Produk .....	43
2.9.1 Pengertian Posisi Produk .....	43
2.9.2 Strategi Posisi Produk .....	44
2.9.3 Tujuan Pokok Strategi Posisi .....	45
2.9.4 Syarat Penentuan Posisi .....	47



<b>BAB III</b>	<b>METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>49</b>
	3.1 Proses Penelitian .....	49
	3.2 Metode Pengambilan Sampel .....	50
	3.3 Pengumpulan Data .....	50
	3.4 Analisa Data .....	52
	3.4.1 Metode Pengujian Instrumen .....	52
	3.4.2 Analisis Data (Aritmatic Mean) .....	54
	3.4.3 Perceptual Mapping .....	55
<b>BAB IV</b>	<b>ANALISIS DATA .....</b>	<b>57</b>
	4.1 Tahapan Analisis .....	57
	4.2 Pengujian Validitas dan Reliabilitas .....	58
	4.3 Penilaian Konsumen terhadap Atribut AMDK .....	60
	4.4 Analisis Persepsi Konsumen terhadap AMDK .....	66
	4.5 Analisis Posisi Produk .....	72
<b>BAB V</b>	<b>PENUTUP .....</b>	<b>78</b>
	5.1 Kesimpulan .....	78
	5.2 Saran .....	80
	5.3 Kelemahan Penelitian .....	83

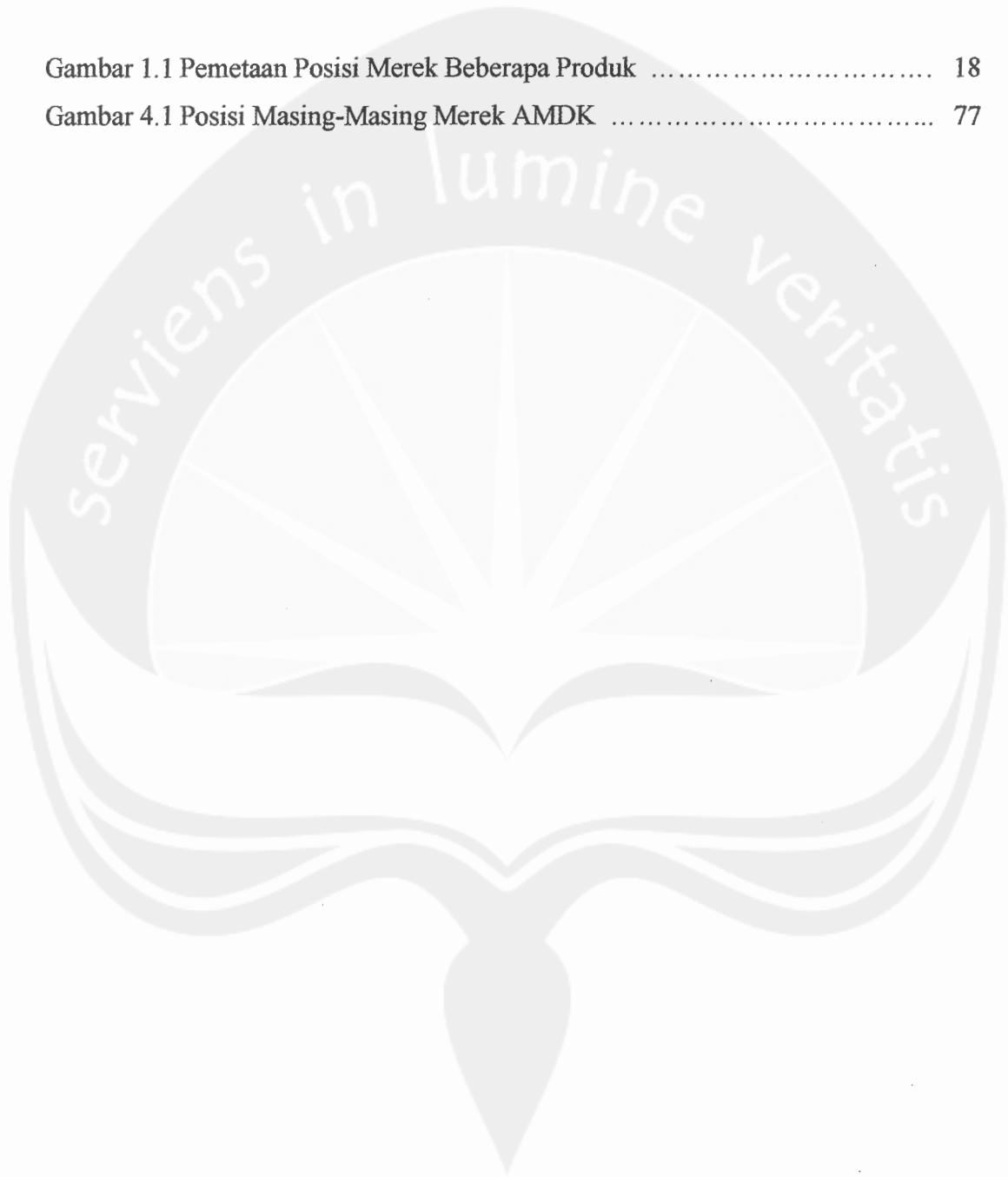
DAFTAR PUSTAKA  
LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Nilai Validitas Atribut AMDK.....	59
Tabel 4.2 Nilai Reliabilitas Atribut AMDK .....	60
Tabel 4.3 Jawaban Responden terhadap Atribut AMDK merek Aqua .....	61
Tabel 4.4 Jawaban Responden terhadap Atribut AMDK merek Ades .....	62
Tabel 4.5 Jawaban Responden terhadap Atribut AMDK merek Total .....	63
Tabel 4.6 Jawaban Responden terhadap Atribut AMDK merek Vit .....	64
Tabel 4.7 Jawaban Responden terhadap Atribut AMDK merek 2Tang .....	65
Tabel 4.8 Nilai Total Kuantitatif Responden terhadap Atribut-Atribut AMDK merek Aqua .....	67
Tabel 4.9 Nilai Total Kuantitatif Responden terhadap Atribut-Atribut AMDK merek Ades .....	68
Tabel 4.10 Nilai Total Kuantitatif Responden terhadap Atribut-Atribut AMDK merek Total .....	69
Tabel 4.11 Nilai Total Kuantitatif Responden terhadap Atribut-Atribut AMDK merek Vit .....	70
Tabel 4.12 Nilai Total Kuantitatif Responden terhadap Atribut-Atribut AMDK merek 2Tang .....	71
Tabel 4.13 Jumlah Nilai Responden Terhadap Produk AMDK .....	74
Tabel 4.14 Nilai Rata-Rata Masing-Masing Merek AMDK .....	75
Tabel 4.15 Posisi Produk Menurut Persepsi Konsumen atas Atribut-Atribut Dalam Kuisisioner .....	76

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pemetaan Posisi Merek Beberapa Produk .....	18
Gambar 4.1 Posisi Masing-Masing Merek AMDK .....	77



**ANALISIS PERSEPSI KONSUMEN DAN POSISI PRODUK AIR MINUM  
DALAM KEMASAN MEREK AQUA, ADES, TOTAL, 2TANG, DAN VIT DI  
PURWOKERTO**

**Disusun oleh:**

**MARGARET HADI S**  
**NPM : 01 03 12826**

**Dosen Pembimbing :**

**Budi Suprpto, Ph.D, MBA**

**Intisari**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis persepsi konsumen dan posisi produk pada Air Minum Dalam Kemasan merek Aqua, Ades, Total, 2Tang, dan Vit di kota Purwokerto.

Hasil penelitian bahwa persepsi konsumen terhadap AMDK Aqua, Ades, Total, 2Tang, dan Vit adalah baik dan Aqua menduduki peta posisi tertinggi berdasarkan atribut-atribut yang telah diteliti. Yang artinya Aqua sampai saat ini masih tetap menjadi pionir AMDK dan mempunyai ekuitas merek yang membekas dalam ingatan setiap orang.

**Kata kunci :** persepsi konsumen, posisi produk.