

**ANALISIS HUBUNGAN VARIASI WARNA DAN RASA
PADA SIKAP KESUKAAN KONSUMEN**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana Ekonomi (S1)

Pada Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Disusun Oleh :

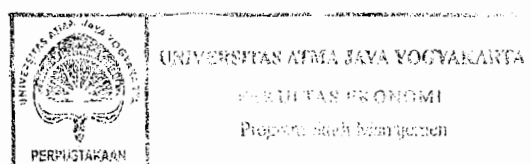
Angela Ria Puspita

NPM : 02 03 13919

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

FEBRUARI, 2007



SKRIPSI

**ANALISIS HUBUNGAN VARIASI WARNA DAN RASA PADA
SIKAP KESUKAAN KONSUMEN**

Disusun Oleh :

Angela Ria Puspita

02 03 13919

Telah dibaca dan disetujui oleh :

Pembimbing Utama



Dr. M.F. Shellyana Junaedi, M.Si.

15 Januari 2007

SKRIPSI

**ANALISIS HUBUNGAN VARIASI WARNA DAN RASA
PADA SIKAP KESUKAAN KONSUMEN**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Angela Ria Puspita

NPM: 02 03 13919

Telah dipertahankan di depan panitia penguji pada tanggal 10 Februari 2007

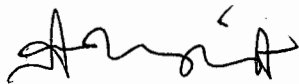
dan dinyatakan telah memenuhi persyaratan untuk mencapai derajat

Sarjana Ekonomi (S1) pada Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta

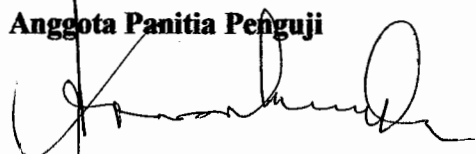
SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji



Dr. M.F. Shellyana Junaedi, M.Si.

Anggota Panitia Penguji



Drs. M. Parnawa Putranta, MBA.



Drs. C. Handoyo Wibisono, MM.

Yogyakarta, 10 Februari 2007

Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Dr. H. Maryatmo, MA.

PERNYATAAN

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

ANALISIS HUBUNGAN VARIASI WARNA DAN RASA PADA SIKAP KESUKAAN KONSUMEN

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 kaki/ daftar pustaka. Apabila dikemudian 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 pada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 15 Januari 2007



Angela Ria Puspita

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, yang telah membimbing dan memberi terang sehingga dapat menyelesaikan dengan baik skripsi yang berjudul ***“ANALISIS HUBUNGAN VARIASI WARNA DAN RASA PADA SIKAP KESUKAAN KONSUMEN”***.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan dan keterbatasan. Namun demikian, penulis berharap skripsi ini dapat memberi manfaat bagi yang memerlukan dan memberi inspirasi bagi penelitian berikutnya.

Dalam kesempatan ini tidak lupa penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Ibu Dr., M.F. Shellyana Junaedi, M.Si., selaku dosen pembimbing yang telah membimbing dan mengarahkan, serta terus mendorong penulis untuk segera menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Drs., C. Handoyo Wibisono, MM., dan bapak Drs., M. Parnawa Putranta, MBA., selaku dosen penguji.
3. Bapak Dr., R. Maryatmo, MA., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta serta staff dan seluruh dosen pengajar Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta, yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan kepada penulis.

4. Bapak dan Ibu tercinta (untuk semua kepercayaan dan dukungannya), adik-adikku Anis, Sinta, Tika, (untuk semua cinta, tawa, dan canda).
5. Teman-teman kuliah sekaligus sahabat seperjuangan : Aciet (akan selalu ku ingat saat-saat konyol, senang dan sedih bersama dirimu. Terima kasih untuk kata-kata bijaknya, rencana Tuhan memang indah pada waktunya.), Rina (semoga persahabatan kita tidak lekang oleh waktu.), Tyas (hidup memang untuk dinikmati, tapi jangan terlalu menganggap ringan semua masalah.), Cizka (terima kasih mau membagi perhatian Ujang untuk Denok. Game di komputernya pindah ke tempatku ya, biar kamu makin konsentrasi ke skripsi, hehehe...), Anie (kapan ajak aku ke Sempu ?? Terima kasih sudah meluangkan waktu saat tur antar kos dalam rangka menyebar kuisisioner.), Acie (terima kasih sudah membagi ilmu Anova nya), Fanny (Mhon, sukses buat skripsinya. Makin dinikmati, makin mengalir idenya, hehehe.....), Lusi (pendadaran memang duluan kamu, tapi wisuda tetap bareng kan...)
6. Teman-teman satu bimbingan : Yunita, Erlina, Erina, Edi (berikutnya kalian yang pendadaran ya...), Ucok, Ricky, dan Yoga (terima kasih sudah saling berbagi ilmu padaku, senang mengenal kalian.).
7. Teman-teman KKN Jeruken`06 Gel. 2 : Arie (kenapa yang tertinggal cuma kita berdua ya???), Admo (aku akan selalu ingat malam terakhir kita di rumah pak dukuh), Indri (akhirnya kamu yang lebih dulu jadi sarjana.), Yuli (semangat buat skripsinya!), dan Louren (walau hanya 2 minggu di atas, semua kenangan itu tak kan ku lupa.).

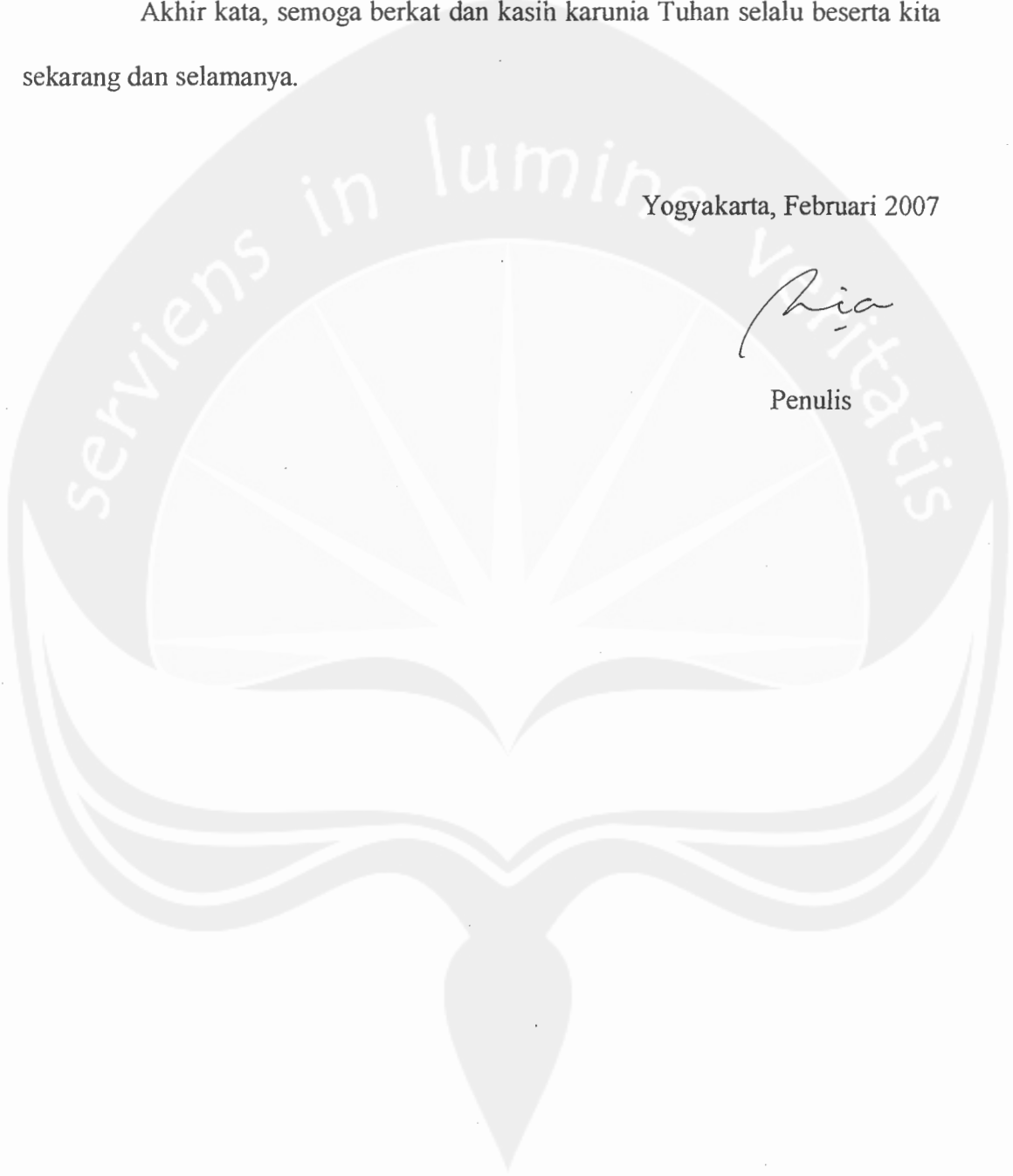
8. Teman-teman yang sudah bersedia dan sukarela untuk menjadi responden yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

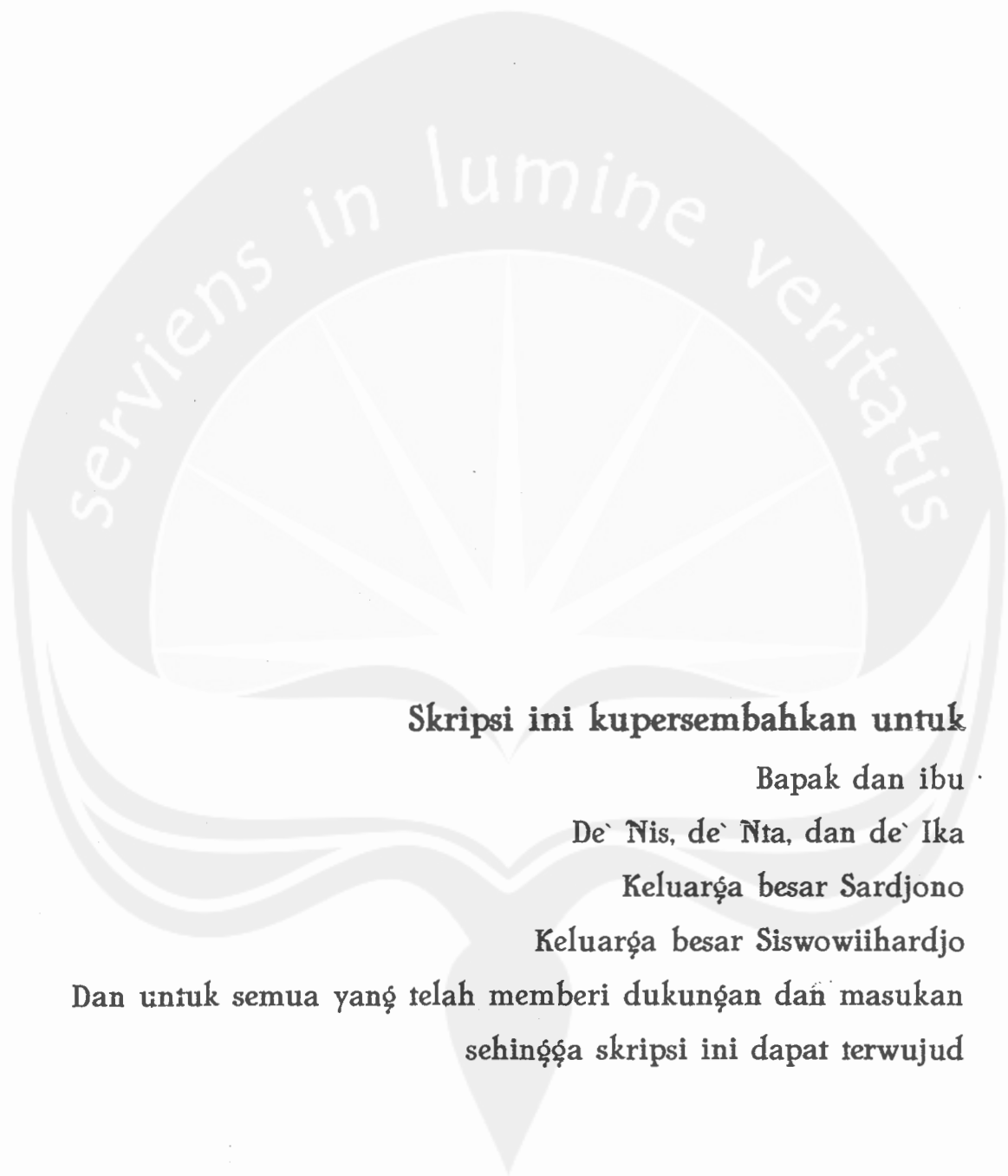
Akhir kata, semoga berkat dan kasih karunia Tuhan selalu beserta kita sekarang dan selamanya.

Yogyakarta, Februari 2007



Penulis





Skripsi ini kupersembahkan untuk

Bapak dan ibu

De` Nis, de` Nta, dan de` Ika

Keluarga besar Sardjono

Keluarga besar Siswiihardjo

Dan untuk semua yang telah memberi dukungan dan masukan

sehingga skripsi ini dapat terwujud

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.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
INTISARI.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	4
1.3. Tujuan Penelitian.....	5
1.4. Manfaat Penelitian.....	5
1.5. Sistematika Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS.....	8
2.1. Konsep Pemasaran.....	8
2.2. Perilaku Konsumen.....	10
2.3. Sensasi.....	10

2.4. Persepsi.....	13
2.5. Warna.....	14
2.6. Atribut Produk.....	15
2.7. Hasil Dari Penelitian Sebelumnya.....	16
2.8. Hipotesis.....	18
BAB III METODA PENELITIAN.....	20
3.1. Lingkup Penelitian.....	20
3.2. Data dan Sumber Data.....	21
3.3. Metoda Pengambilan Sampel.....	21
3.4. Metoda Pengumpulan Data.....	22
3.5. Definisi Operasional	
3.5.1. Definisi Operasional.....	25
3.5.2. Pengukuran Variabel.....	28
3.6 Metoda Pengujian Instrumen.....	30
3.6.1. Pengujian Validitas.....	30
3.6.2. Pengujian Reliabilitas.....	31
3.7. Metoda Analisis Data.....	32
BAB IV ANALISIS DATA.....	39
4.1. Analisis Profil Responden.....	40
4.2. Analisis Persentase.....	42
4.3. Analisis Korelasi.....	43
4.4. Analisis Faktor.....	49
4.5. ANOVA.....	58

4.6. T-test.....	61
------------------	----

BAB V KESIMPULAN DAN IMPLIKASI MANAJERIAL.....64

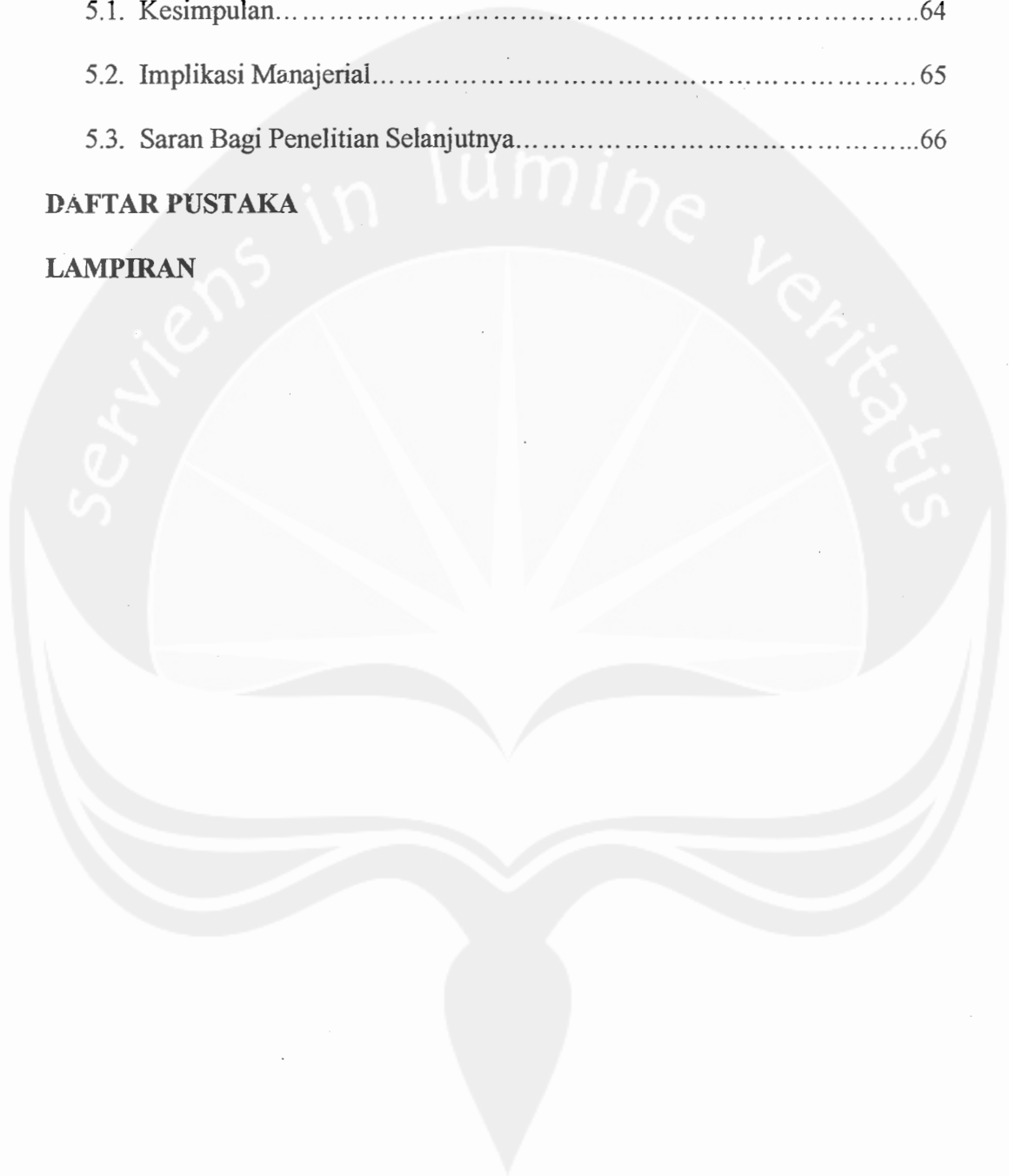
5.1. Kesimpulan.....	64
----------------------	----

5.2. Implikasi Manajerial.....	65
--------------------------------	----

5.3. Saran Bagi Penelitian Selanjutnya.....	66
---	----

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuesioner Analisis Hubungan Variasi Warna Dan Rasa Pada Sikap Suka Atau Tidak Suka Konsumen
- Lampiran 2 : Pengujian Korelasi
- Lampiran 3 : Pengujian Faktor Analisis
- Lampiran 4 : Reliabilitas Faktor
- Lampiran 5 : Pengujian ANOVA
- Lampiran 6 : T-test

DAFTAR TABEL

3.1	Keterangan Penyebaran Kuesioner.....	24
3.2	Pengujian Validitas Penelitian.....	31
3.3	Pengujian Reliabilitas Penelitian.....	32
4.1	Profil Demografi Responden.....	41
4.2	Persentase Identifikasi Rasa.....	43
4.3	Hasil Analisis Korelasi (Minuman Rasa Buah Dengan Warna Merah).....	44
4.4	Hasil Analisis Korelasi (Warna Minuman Dengan Yang Menyukai Warna Minuman Rasa Buah Berwarna Merah).....	45
4.5	Hasil Analisis Korelasi (Minuman Rasa Buah Dengan Warna Kuning).....	46
4.6	Hasil Analisis Korelasi (Rasa Buah Dengan Yang Menyukai Rasa Minuman Buah Berwarna Kuning).....	47
4.7	Hasil Analisis Korelasi (Minuman Rasa Buah Dengan Warna Hijau).....	48
4.8	Hasil Analisis Korelasi (Warna Minuman Dengan Yang Menyukai Warna Minuman Rasa Buah Berwarna Hijau).....	49
4.9	Statistik Deskriptif.....	51
4.10	KMO and Bartlett's Test.....	52
4.11	Komunalitas.....	53
4.12	Total Variance Explained.....	54
4.13	Matrik Komponen.....	55
4.14	Rotasi Matrik Komponen.....	56

4.15 Persepsi Responden Terhadap Dimensi Minuman Rasa Buah Ditinjau Dari Perbedaan Pendapatan / Uang Saku.....	59
4.16 Persepsi Responden Terhadap Dimensi Minuman Rasa Buah Ditinjau Dari Perbedaan Jenis Kelamin.....	61



DAFTAR GAMBAR

1.1 Tahap-tahap Pemrosesan Informasi.....	12
---	----



ANALISIS HUBUNGAN VARIASI WARNA DAN RASA PADA SIKAP KESUKAAN KONSUMEN

Disusun Oleh :

Angela Ria Puspita

NPM : 02 03 13919

Pembimbing :

Dr. MF. Shellyana Junaedi, M.Si.

Intisari

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui hubungan variasi warna dan rasa pada sikap kesukaan konsumen dan untuk mengetahui dimensi faktor yang terbentuk berdasarkan atribut-atribut minuman rasa buah (sirup) serta untuk mengetahui pengaruh variabel demografi terhadap persepsi yang mengarah pada produk minuman rasa buah (sirup).

Penelitian ini dilakukan terhadap 150 responden, dimana 74 responden adalah perempuan dan 72 responden adalah laki-laki. Metoda pengambilan sampel adalah *convenience sampling*. Kuesioner disebarikan pada pelajar dan mahasiswa yang berada di Bantul dan Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. Data primer yang didapat kemudia diuji dengan korelasi untuk mengetahui hubungan warna dan rasa, mengetahui hubungan warna dengan yang menyukai warna minuman rasa buah (sirup), dan untuk mengetahui rasa dengan yang menyukai rasa dari minuman rasa buah (sirup). Faktor Analisis untuk menguji atribut-atribut minuman rasa buah untuk mengetahui pembagian dimensi faktor. Anova untuk menguji pengaruh uang saku / pendapatan terhadap persepsi responden yang mengarah pada dimensi atribut minuman rasa buah (sirup). Uji T untuk menguji pengaruh jenis kelamin terhadap persepsi responden yang mengarah pada dimensi atribut minuman rasa buah (sirup).

Hasil penelitian ini adalah jeruk dan pisang sebagai konsumsi buah tertinggi di Indonesia namun hanya sedikit yang mampu mengidentifikasi rasa pisang dengan baik, sedangkan rasa jeruk dapat diidentifikasi dengan baik karena raa ini lazim digunakan sebagai rasa sirup. Atribut-atribut yang terdapat pada minuman rasa buah (sirup) terkelompok menjadi dimensi praktis, menyegarkan, serta segar dan alami. Dari analisis korelasi yang telah dilakukan, sejumlah responden menyukai rasa dan warna minuman rasa buah yang diberikan kepada mereka, walupun kurang tepat dalam mengidentifikasi rasa minuman. Selain itu juga diperoleh bahwa terdapat perbedaan persepsi responden terhadap faktor alami dan spesial ditinjau dari uang saku / pendapatan. Dan ditinjau dari perbedaan jenis kelamin terdapat perbedaan persepsi responden terhadap dimensi faktor menyegarkan.

Kata kunci : rasa, warna, variabel demografi, dimensi faktor, atribut minuman.