

**ANALISIS PERSEPSI DAN SIKAP KONSUMEN TERHADAP  
MUTU PRODUK MINUMAN SERBUK RASA BUAH "MARIMAS"  
DI KOTA SOLO**

**THE ANALYSIS ON CONSUMERS' PERCEPTION AND  
ATTITUDE ON THE QUALITY OF FRUIT-TASTE OF  
POWDERED DRINK OF "MARIMAS" IN SOLO**

**Disusun Oleh :**

**Nama : MARWITA OKTAVIA**  
**NIM : 00. 70. 0041**  
**Program Studi : Teknologi Pangan (S1)**

**Laporan Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan di hadapan sidang penguji  
pada tanggal 15 Oktober 2004**

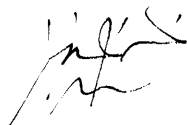
**Semarang, Oktober 2004**

**Pembimbing I**



**Ir. Mardi, M.Sc**

**Pembimbing II**



**Ita Suyawati, STP, M.Sc**

**Mengetahui,**

**Dekan**

**Fakultas Teknologi Pertanian**

**Universitas Katolik Soegijapranata**

**Kristina Ananingsih, ST, M.Sc**





*Laporan Skripsi ini kupersembahkan untuk :  
Papaku Ignatius Maria Soemarno  
Mamaku Maria Cicilia Wiwiek Simoen K.  
Adikku Yohanes Januar Hendrajaya  
Adikku Valentinus Febrian Hendrajaya*

If u have problems, don't say  
" GOD, I have a big problem"  
But say  
"Problem, I have a big GOD"  
And everything will be all right

## RINGKASAN

Seiring perkembangan jaman, masyarakat cenderung berpikir dan berperilaku praktis dan dinamis. Kebutuhan akan produk pangan juga mengarah ke produk siap saji, termasuk halnya dengan minuman praktis yang kini semakin populer di masyarakat. Penelitian ini merupakan jenis penelitian survei dengan cara melalui wawancara dan pembagian kuesioner. Uji beda dan hubungan dilakukan pada tingkat kepercayaan 95%. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui persepsi dan sikap konsumen terhadap mutu produk minuman serbuk dalam hal ini MARIMAS di kota Solo serta memperoleh informasi bagi peningkatan atau perbaikan mutu produk MARIMAS dari segala aspek yang berpengaruh sehingga sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen. Dari hasil survei, MARIMAS berada kuat di benak konsumen terbukti MARIMAS menjadi peringkat pertama *Top of Mind* yang dipilih oleh 68.25% responden di kota Solo, disusul kemudian Nutrisari diperingkat kedua dan ketiga (38.32% dan 20.18%) dan Hore diperingkat keempat (16.61%). Iklan memberikan informasi paling besar tentang produk MARIMAS, yaitu sebesar 88.25% responden. Faktor penentu pembelian MARIMAS karena murah harganya (31.91%), pilihan rasanya banyak (29.23%) dan kemudahan diperoleh (26.43%). Sebesar 36.5% responden memilih rasa jeruk segar sebagai rasa yang paling disukai. Konsumen dapat menerima produk MARIMAS, terbukti dari frekuensi pembelian yang dilakukan secara kontinyu (1-7 kali/minggu), dengan frekuensi pembelian paling banyak dilakukan oleh responden 1 kali/minggu yaitu sebesar 36.25%. Sebesar 40.25% responden pernah mengalami kerusakan pada saat membeli MARIMAS, dimana jenis kerusakan yang paling sering ditemui saat membeli MARIMAS adalah menggumpal (49.78%), dimana hal ini berhubungan dengan *sealing* kemasan primer. Walaupun responden pernah menerima kerusakan produk MARIMAS tetapi tidak mengurangi kemauan untuk membeli MARIMAS. Kepercayaan yang besar kepada produk MARIMAS menjadikan 46.25% responden pernah merekomendasikan MARIMAS kepada orang lain/keluarganya.

## SUMMARY

*In line with recent modernization, people tend to think and act in practical and dynamic ways. The need for food products also tend selects instant products, and include instant drinks which is very popular among the society. The research is conducted by survey, the data were gathered using interview and questionnaire. Difference between frequency and the relationship among variables were evaluated at 95% degree of confidence. The aims of this study were to find out the consumers' attitude and perception on products quality of MARIMAS in Solo and also to find out information for increasing or improving quality all aspects affecting to the consumers' acceptance. Advertisement gave contribute the strongest first information about MARIMAS to 88.25% respondents. MARIMAS was at the first place of the first Top of Mind of respondents (68.25%), which Nutrisari was at the first place of the second and third Top of Mind of respondents (38.32% and 20.18%) and Hore was at the first place of the fourth Top of Mind of respondents (16.61%). Some 36.5% respondents however choose fresh orange flavor as the most favorite flavor. Rebuying determination factors of MARIMAS were available at cheap price (31.91%), wide range of flavor variation (29.23%) and easy to get (26.43%). The acceptance of MARIMAS is proved by the high frequency of rebuying, ranging from 1 up to 7 times per week, with the highest buying frequency was once per week that is about 36.25%. About 40.25% respondents of MARIMAS eves experienced product spoilage, whereas the most common of it is thickening (49.78%) due to improper sealing of their primary packaging materials. However, the respondents whom received the spoilage product were likely not reducing their willingness to rebuy MARIMAS, more over some 46.25% of respondents recommended MARIMAS to other consumers'/family, indicated that MARIMAS has taken an appropriate level of consumers' trust.*

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus, atas rahmat-Nya yang telah diberikan kepada penulis sehingga telah berhasil menyelesaikan laporan Skripsi yang berjudul “ANALISIS PERSEPSI DAN SIKAP KONSUMEN TERHADAP MUTU PRODUK MINUMAN SERBUK RASA BUAH MARIMAS DI KOTA SOLO”. Penulisan Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memenuhi sebagian syarat-syarat guna memperoleh gelar Sarjana Teknologi Pangan.

Penulis menyadari bahwa laporan skripsi ini masih jauh dari sempurna, yang disebabkan karena adanya keterbatasan pengetahuan penulis. Namun berkat bimbingan, dorongan dan nasehat dari berbagai pihak, akhirnya penulis dapat menyelesaikan laporan skripsi ini dengan baik. Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan terima kasih sebesar-besarnya kepada :

1. Ibu Kristina Ananingsih, ST,M.Sc, selaku Dekan Fakultas Teknologi Pertanian, yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melaksanakan skripsi ini,
2. Bapak Ir. Sumardi, M.Sc, selaku pembimbing I skripsi, yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk membimbing penulis hingga selesainya laporan skripsi ini,
3. Ibu Ita Sulistyawati, STP,M.Sc, selaku pembimbing II skripsi yang telah meluangkan waktu dan perhatian untuk membimbing, mengoreksi dan memberi masukan kepada penulis,
4. Bapak Ir. Harjanto Halim, M.Sc, selaku Direktur Utama PT Ulam Tiba Halim, yang telah memberikan ijin untuk mengambil topik skripsi ini serta bantuan demi kelancaran skripsi ini,
5. Ibu Ina dan Ibu Endah, dari PT Ulam Tiba Halim, yang telah memberikan bantuan dan informasi demi kelancaran skripsi ini,

6. Kedua orang tua dan adikku tercinta, yang telah banyak mendukung baik moril maupun materiil kepada penulis selama melakukan survei dan selama penulisan laporan skripsi,
7. Semua saudaraku di Solo dan Semarang, yang telah memberikan dorongan dan doa,
8. Seluruh staf pengajar Teknologi Pangan, mbak Wati, mbak Ros, mas Agus, mas Soleh dan mas Pri, yang telah membantu dan memberi dorongan demi kelancaran penulisan skripsi ini,
9. Sahabatku “Ibu” Dyah, terima kasih sudah memberikan masukan dan dorongan juga menemaniku dalam suka dan duka,
10. Sahabat-sahabatku, Sari “Cik Ion”, Octin “Otong”, Okta “Lampu”, Ayu “Kelinci”, yang telah memberi dorongan, masukan dan doa,
11. Teman-temanku, Firman, Tyas, Rani, Hana, Indah “Brokoli”, Atik, Inez “Dompu”, Angie, Nana, Asti, Sius, Mendi, Ida, Fivit, Erlina, mbak Yuni, koh Sensin, Dion, juga semua temanku angkatan 2000, 2001 dan 1999, yang telah memberi dorongan dan masukan yang sudah pernah diberikan kepada penulis,
12. Teman-temanku, Nana, Dewi, Maya, Tini, Yeny, Diah, Ino, mas Noval, mbak Ida, Zaki, Ithok, Golan, “PG” juga teman-teman Mudika Santa Maria Banyumanik, yang telah memberi bantuan, dorongan dan doa kepada penulis,
13. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu, yang telah membantu penulis dalam bentuk masukan, dorongan dan doa.

Semoga laporan Skripsi ini kelak dapat berguna dalam menambah wawasan para pembaca. “Tak ada gading yang tak retak”, penulis menyadari masih banyak kesalahan dalam penulisan laporan Skripsi ini, maka penulis mengharapkan kritik dan saran lebih lanjut demi kesempurnaan laporan Skripsi ini.

Semarang, Oktober 2004

Penulis,

**Marwita Oktavia**

## DAFTAR ISI

RINGKASAN .....	i
SUMMARY .....	ii
KATA PENGANTAR .....	iii
DAFTAR ISI .....	v
DAFTAR TABEL .....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Tinjauan Pustaka .....	2
1.2.1. Persepsi dan Perilaku Konsumen .....	2
1.2.2. Konsumen MARIMAS .....	6
1.2.3. Minuman Serbuk dan Mutu Makanan .....	7
Tujuan Penelitian .....	10
BAB 2 METODOLOGI PENELITIAN .....	11
2.1. Tempat Dan waktu Penelitian .....	11
2.2. Sampel .....	11
2.2.1. Penentuan Banyaknya Jumlah Sampel .....	11
2.2.2. Penentuan Sampel Responden .....	12
2.3. Jenis Data .....	12
2.4. Pengumpulan Data .....	13
2.5. Analisis Data .....	13
2.5.1. Uji <i>Chi-Square</i> .....	14
2.5.2. Uji <i>Kruskal-Wallis</i> .....	14
2.5.3. Uji <i>Two Independents Samples Mann-Whitney</i> .....	15
2.5.4. Uji <i>Kolmogorov-Smirnov</i> .....	16
2.5.5. Uji Korelasi <i>Kendall's</i> .....	17
2.5.6. Uji <i>Contingency Coefficient</i> .....	18
BAB 3 HASIL .....	19
3.1. Sampel Dan Karakteristik Responden .....	19
3.1.1. Sampel .....	19
3.1.2. Karakteristik Responden .....	20
3.1.2.1. Persentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin ...	20
3.1.2.2. Persentase Responden Berdasarkan Usia .....	20
3.1.2.3. Persentase Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	21

3.1.2.4.	Persentase Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	21
3.1.2.5.	Persentase Responden Berdasarkan Uang Saku .....	22
3.1.2.6.	Persentase Responden Berdasarkan Pendapatan .....	22
3.2.	<i>Top of Mind</i> .....	23
3.2.1.	<i>Top of Mind</i> Pertama .....	23
3.2.2.	<i>Top of Mind</i> Kedua .....	24
3.2.3.	<i>Top of Mind</i> Ketiga .....	26
3.2.4.	<i>Top of Mind</i> Keempat .....	27
3.3.	Informasi Yang Berkaitan Dengan MARIMAS .....	28
3.3.1.	Persentase Responden Berdasarkan Sumber Informasi Tentang MARIMAS .....	28
3.3.2.	Persentase Responden Berdasarkan Anggota Keluarga Yang Mengonsumsi MARIMAS .....	29
3.3.3.	Persentase Responden Berdasarkan Rasa Baru Yang Diusulkan Untuk MARIMAS .....	30
3.3.4.	Persentase Responden Berdasarkan Persepsi Atas Keunggulan MARIMAS .....	30
3.3.5.	Pendapat Responden Terhadap Produk MARIMAS .....	32
3.3.5.1.	Rasanya Bermacam-macam .....	32
3.3.5.2.	Harganya Terjangkau .....	33
3.3.5.3.	Kemasannya Menarik .....	34
3.3.5.4.	Mudah Diperoleh .....	35
3.3.5.5.	Cara Penyajiannya Praktis .....	37
3.3.5.6.	Mudah Dibuka .....	38
3.3.5.7.	Mudah Larut Dalam Air .....	39
3.3.5.8.	Aman Bagi Kesehatan .....	40
3.3.5.9.	Warnanya Menarik Jika Disajikan .....	41
3.3.5.10.	Mengandung Vitamin C dan Ca .....	42
3.3.5.11.	Rasanya Enak .....	43
3.4.	Pembelian Produk MARIMAS .....	44
3.4.1.	Alasan Membeli .....	44
3.4.2.	Tempat Membeli .....	45
3.4.3.	Frekuensi Pembelian Setiap Minggu .....	46
3.4.4.	Rasa Yang Paling Disukai .....	47
3.4.5.	Rasa Yang Paling Tidak Disukai .....	48
3.5.	Kompetisi Produk Sejenis .....	49
3.5.1.	Merek Lain Yang Pernah Dibeli .....	49
3.5.2.	Alasan Membeli Merek Lain .....	49
3.6.	Kerusakan MARIMAS .....	50
3.7.	Kritik Dan Harapan Terhadap Produk MARIMAS .....	51
3.8.	Rekomendasi Kepada Konsumen Lain .....	51
3.9.	Korelasi <i>Kendall's</i> .....	52
3.10.	Koefisien Kontigensi .....	53



BAB 4 PEMBAHASAN .....	55
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN .....	64
5.1 Kesimpulan .....	64
5.2 Saran .....	65
DAFTAR PUSTAKA .....	66

LAMPIRAN



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.	Hasil Perhitungan Sampel Berdasarkan Konsumsi Minuman Serbuk .....	19
Tabel 2.	Komposisi Pekerjaan Responden Konsumen MARIMAS Di Kota Solo .....	21
Tabel 3.	Persentase Pendidikan Terakhir Responden .....	21
Tabel 4.	Persentase Responden Berdasarkan Pemilihan <i>Top of Mind</i> .....	23
Tabel 5.	Persentase Responden Untuk <i>Top of Mind</i> Pertama Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia .....	24
Tabel 6.	Persentase Responden Untuk <i>Top of Mind</i> Kedua Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia .....	25
Tabel 7.	Persentase Responden Untuk <i>Top of Mind</i> Ketiga Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia .....	27
Tabel 8.	Persentase Responden Untuk <i>Top of Mind</i> Keempat Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia .....	28
Tabel 9.	Persentase Responden Berdasarkan Sumber Informasi Mengetahui Produk MARIMAS Menurut Jenis Kelamin dan Usia .....	29
Tabel 10.	Persentase Responden Berdasarkan Persepsi Atas Keunggulan MARIMAS Menurut Jenis Kelamin dan Usia .....	32
Tabel 11.	Persentase Responden Terhadap Pernyataan Bahwa Produk MARIMAS Rasanya Bermacam-macam Menurut Jenis Kelamin dan Usia .....	33
Tabel 12.	Persentase Responden Terhadap Pernyataan Bahwa Produk MARIMAS Harganya Terjangkau Menurut Jenis Kelamin dan Usia .....	34

Tabel 13.	Persentase Responden Terhadap Pernyataan Bahwa Produk MARIMAS Kemasannya Menarik Menurut Jenis Kelamin dan Usia .....	35
Tabel 14.	Persentase Responden Terhadap Pernyataan Bahwa Produk MARIMAS Mudah Diperoleh Menurut Jenis Kelamin dan Usia .....	36
Tabel 15.	Persentase Responden Terhadap Pernyataan Bahwa Produk MARIMAS Cara Penyajiannya Praktis Menurut Jenis Kelamin dan Usia .....	38
Tabel 16.	Persentase Responden Terhadap Pernyataan Bahwa Produk MARIMAS Mudah Dibuka Menurut Jenis Kelamin dan Usia .....	39
Tabel 17.	Persentase Responden Terhadap Pernyataan Bahwa Produk MARIMAS Mudah Larut Dalam Air Menurut Jenis Kelamin dan Usia .....	40
Tabel 18.	Persentase Responden Terhadap Pernyataan Bahwa Produk MARIMAS Aman Bagi Kesehatan Menurut Jenis Kelamin dan Usia .....	41
Tabel 19.	Persentase Responden Terhadap Pernyataan Bahwa Produk MARIMAS Warnanya Menarik Jika Disajikan Menurut Jenis Kelamin dan Usia .....	42
Tabel 20.	Persentase Responden Terhadap Pernyataan Bahwa Produk MARIMAS Mengandung Vitamin C Dan Ca Menurut Jenis Kelamin dan Usia .....	43
Tabel 21.	Persentase Responden Terhadap Pernyataan Bahwa Produk MARIMAS Rasanya Enak Menurut Jenis Kelamin dan Usia .....	44
Tabel 22.	Persentase Responden Berdasarkan Alasan Membeli MARIMAS Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia .....	45
Tabel 23.	Persentase Responden Berdasarkan Tempat Membeli MARIMAS Menurut Jenis Kelamin dan Usia .....	46

Tabel 24.	Persentase Responden Berdasarkan Membeli MARIMAS Setiap Minggunya Menurut Jenis Kelamin dan Usia.....	47
Tabel 25.	Persentase Responden Pernah Tidaknya Merekomendasikan MARIMAS Kepada Teman/Keluarga Menurut Jenis Kelamin dan Usia .....	52
Tabel 26.	Nilai Korelasi Antara Uang Saku dan Pendapatan Dengan Frekuensi Pembelian MARIMAS Setiap Minggunya .....	53
Tabel 27.	Nilai Kontigensi Antara Uang saku, Pendapatan, Jenis Kelamin, Pendidikan dan Usia Dengan Tempat Pembelian MARIMAS Serta Rasa Yang Paling Disukai Dari MARIMAS, Keunggulan MARIMAS, <i>Top of Mind</i> , Pernyataan Produk MARIMAS Aman Bagi Kesehatan dan Produk MARIMAS Rasanya Bermacam-macam .....	53
Tabel 28.	Nilai Kontigensi Antara Frekuensi Dengan Pernyataan Produk MARIMAS.....	54

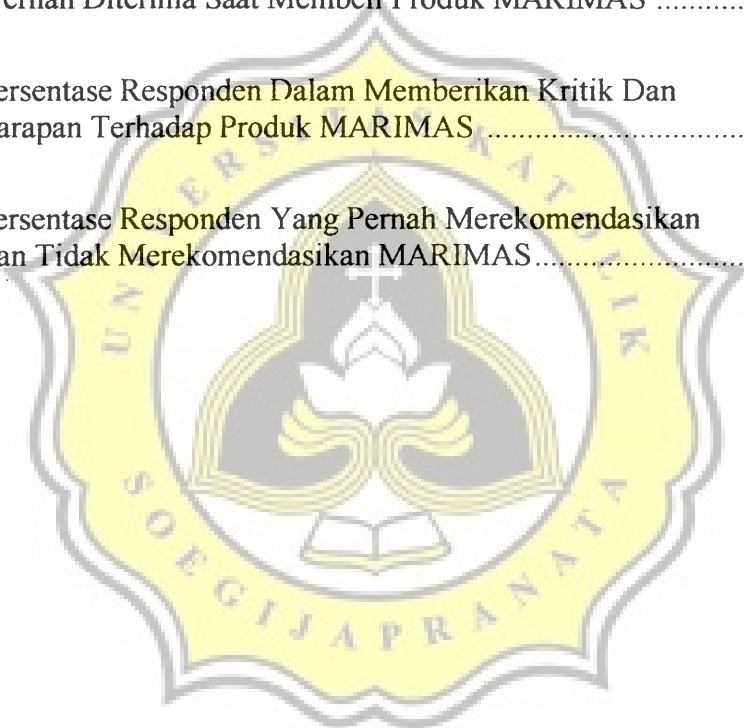


## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.	Persentase Jenis Kelamin Responden MARIMAS Di Kota Solo	20
Gambar 2.	Persentase Usia Responden Konsumen Marimas Di Kota Solo	20
Gambar 3.	Persentase Uang Saku per Bulan Responden Konsumen Anak-anak dan Remaja Di Kota Solo .....	22
Gambar 4.	Persentase Pendapatan per Bulan Responden Konsumen Dewasa MARIMAS Di Kota Solo .....	22
Gambar 5.	Persentase Responden Berdasarkan <i>Top of Mind</i> Pertama .....	23
Gambar 6.	Persentase Responden Berdasarkan <i>Top of Mind</i> Kedua .....	25
Gambar 7.	Persentase Responden Berdasarkan <i>Top of Mind</i> Ketiga .....	26
Gambar 8.	Persentase Responden Berdasarkan <i>Top of Mind</i> Keempat .....	27
Gambar 9.	Persentase Responden Berdasarkan Sumber Informasi Mengetahui Produk MARIMAS .....	29
Gambar 10.	Persentase Anggota Keluarga Responden yang Mengonsumsi MARIMAS .....	30
Gambar 11.	Persentase Responden Berdasarkan Rasa Baru yang Diusulkan Untuk MARIMAS .....	30
Gambar 12.	Persentase Responden Berdasarkan Persepsi Atas Keunggulan MARIMAS .....	31
Gambar 13.	Persentase Responden Berdasarkan Pernyataan Bahwa Produk MARIMAS Rasanya Beragam-macam .....	32
Gambar 14.	Persentase Responden Berdasarkan Pernyataan Bahwa Produk MARIMAS Harganya Terjangkau .....	33
Gambar 15.	Persentase Responden Berdasarkan Pernyataan Bahwa Produk MARIMAS Kemasannya Menarik .....	35

Gambar 16. Persentase Responden Berdasarkan Pernyataan Bahwa Produk MARIMAS Mudah Diperoleh .....	36
Gambar 17. Persentase Responden Berdasarkan Pernyataan Bahwa Produk MARIMAS Cara Penyajiannya Praktis .....	37
Gambar 18. Persentase Responden Berdasarkan Pernyataan Bahwa Produk MARIMAS Mudah Dibuka .....	38
Gambar 19. Persentase Responden Berdasarkan Pernyataan Bahwa Produk MARIMAS Mudah Larut Dalam Air .....	39
Gambar 20. Persentase Responden Berdasarkan Pernyataan Bahwa Produk MARIMAS Aman Bagi Kesehatan .....	40
Gambar 21. Persentase Responden Berdasarkan Pernyataan Bahwa Produk MARIMAS Warnanya Menarik Jika Disajikan .....	41
Gambar 22. Persentase Responden Berdasarkan Pernyataan Bahwa Produk MARIMAS Mengandung Vitamin C Dan Ca .....	42
Gambar 23. Persentase Responden Berdasarkan Pernyataan Bahwa Produk MARIMAS Rasanya Enak .....	43
Gambar 24. Persentase Responden Berdasarkan Alasan Membeli MARIMAS .....	44
Gambar 25. Persentase Responden Berdasarkan Tempat Membeli MARIMAS.....	45
Gambar 26. Persentase Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian MARIMAS Tiap Minggu .....	47
Gambar 27. Persentase Responden Berdasarkan Rasa MARIMAS yang Paling Disukai .....	48
Gambar 28. Persentase Responden Berdasarkan Rasa MARIMAS yang Paling Tidak Disukai .....	48

Gambar 29. Persentase Responden Berdasarkan Merek Lain Yang Pernah Dibeli .....	49
Gambar 30. Persentase Responden Berdasarkan Alasan Membeli Merek Lain .....	49
Gambar 31. Persentase Responden Berdasarkan Pernah Tidaknya Mengalami Kerusakan Pada Saat Membeli MARIMAS .....	50
Gambar 32. Persentase Responden Berdasarkan Jenis Kerusakan yang Pernah Diterima Saat Membeli Produk MARIMAS .....	50
Gambar 33. Persentase Responden Dalam Memberikan Kritik Dan Harapan Terhadap Produk MARIMAS .....	51
Gambar 34. Persentase Responden Yang Pernah Merekomendasikan Dan Tidak Merekomendasikan MARIMAS .....	52



## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Lembar Kuesioner
- Lampiran 2. Hasil Tabulasi Data
- Lampiran 3. Perhitungan Jumlah Sampel
- Lampiran 4. Tabel Nilai Z
- Lampiran 5. Hasil Uji *Chisquare* Dengan Menggunakan Perangkat Lunak *SPSS for Windows*
- Lampiran 6. Hasil Uji *Mann-Whitney* Dengan Menggunakan Perangkat Lunak *SPSS for Windows*
- Lampiran 7. Hasil Uji *Kolmogorov-Smirnov* Dengan Menggunakan Perangkat Lunak *SPSS for Windows*
- Lampiran 8. Hasil Uji *Kruskal-Wallis* Dengan Menggunakan Perangkat Lunak *SPSS for Windows*
- Lampiran 9. Hasil Uji *Kendall's Corellation* Dengan Menggunakan Perangkat Lunak *SPSS for Windows*
- Lampiran 10. Hasil Uji Koefisien Kontigensi Dengan Menggunakan Perangkat Lunak *SPSS for Windows*