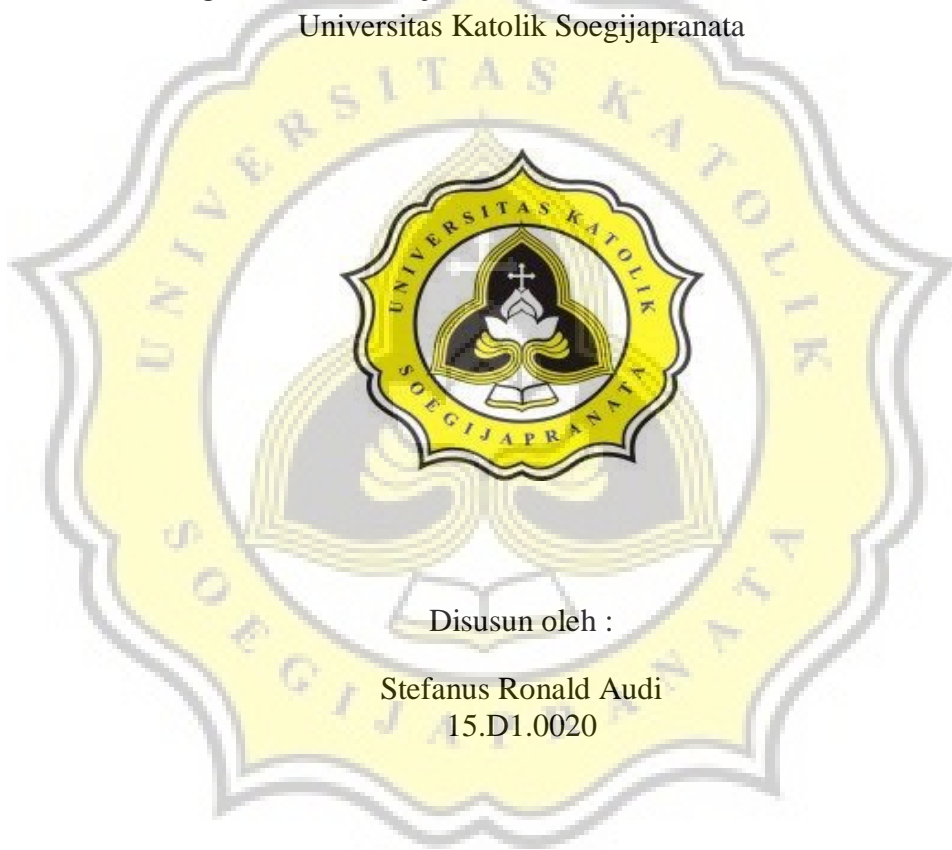


**ANALISIS PERSEPSI DAN KEINGINAN KONSUMEN UNTUK
PENGEMBANGAN INOVASI PRODUK PADA USAHA
MINUMAN DUM.BOO**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi syarat guna mencapai gelar Sarjana pada
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Katolik Soegijapranata



Disusun oleh :

Stefanus Ronald Audi
15.D1.0020

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG
2019**

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Stefanus Ronald Audi

NIM : 15.D1.0020

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul **“Analisis Persepsi dan Keinginan Konsumen Untuk Pengembangan Inovasi Produk Pada Usaha Minuman Dum.booo”** adalah hasil penelitian saya dengan supervisi dosen pembimbing, dan bukan hasil plagiat. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang dijunjung tinggi. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa ada tekanan dan paksaan dari pihak mana pun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata di kemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Semarang, 27 November 2019

Yang menyatakan,



Stefanus Ronald Audi


15.D1.0020

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Stefanus Ronald Audi
NIM : 15.D1.0020
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Judul : **“Analisis Persepsi dan Keinginan Konsumen Untuk Pengembangan Inovasi Produk Pada Usaha Minuman Dum.boq”**
.Dosen Pembimbing : A. Haryo Perwito, SE.,MA-TRM

Disetujui di Semarang, 27 November 2019

Dosen Pembimbing,



(A. Haryo Perwito, SE.,MA-TRM)

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul:
“Analisis Persepsi dan Keinginan Konsumen Untuk Pengembangan Inovasi Produk Pada Usaha Minuman Dum.boo”

Yang disusun oleh :

Nama : Stefanus Ronald Audi
Nim : 15.D1.0020
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen

telah dipertahankan di hadapan Tim Penguji pada hari Senin, tanggal 28 Oktober 2019 dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata

Penguji 1

Penguji 2

Penguji 3

(Dr. Rustina Untari, M.SI) (Dr. CH. Yekti Prawihatmi, M.SI) (A. Haryo Perwito, SE.,MA-TRM)

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Dr. Octavianus Digdo Hartomo, S.E., M.Si.,Akt

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena berkat dan rahmat - Nya penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul : “Analisis Persepsi dan Keinginan Konsumen Untuk Pengembangan Inovasi Produk Pada Usaha Minuman Dum.boo” ini dengan baik .

Penulisan Skripsi ini dibuat oleh penulis dengan tujuan untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Katolik Soegijapranata Semarang. Proses penyusunan Skripsi ini pun tidak terlepas dari bantuan, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak, di antaranya keluarga, teman , dosen pembimbing, dan pihak lainnya. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nya sehingga penulisan skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
2. Bapak Dr. Octavianus D. Hartomo, S.E, M.Si., Akt selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata Semarang beserta Ibu Dr. Widuri Kurniasari, S.E, M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.
3. Bapak Drs. Y. Sugiharto, MM selaku Ketua Rumpun Kewirausahaan Prpgram Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.
4. Bapak A. Haryo Perwito, SE.,MA-TRM selaku dosen pembimbing yang telah membimbing dan memberikan arahan dengan baik selama proses penyusunan Skripsi ini.
5. Ibu Dr. Rustina Untari, M.SI dan Ibu Dr. CH. Yekti Prawihatmi, M.SI selaku tim penguji yang telah memberikan bimbingan, motivasi, dan saran yang bermanfaat untuk penulisan skripsi ini.

6. Kedua orangtua , keluarga, dan teman – teman yang telah memberikan semangat dan dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata Semarang yang telah memberikan motivasi dan arahan kepada penulis selama proses penyusunan Skripsi ini.
8. Mahasiswa Konsentrasi Kewirausahaan Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis jurusan Manajemen Universitas Katolik Soegijapranata yang telah membantu dalam pengisian kuesioner sebagai obyek penelitian.
9. Semua pihak yang turut terlibat dalam penyusunan Skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Apabila dalam penulisan Skripsi ini ada banyak kesalahan baik dalam hal sistematika penulisan, isi, maupun penyebutan nama dan gelar, penulis memohon maaf dan dengan senang hati menerima kritik serta saran yang membangun. Semoga penulisan proposal ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membaca. Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih .

Semarang, 27 November 2019

Penulis,



Stefanus Ronald Audi

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademik Universitas Katolik Soegijapranata, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Stefanus Ronald Audi
NIM : 15.D1.0020
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Katolik Soegijapranata Hak bebas Royalti Noneksklusif (*Non – exclusive Royalti – Free Right*) atau skripsi yang berjudul :

“Analisis Persepsi dan Keinginan Konsumen Untuk Pengembangan Inovasi Produk Pada Usaha Minuman Dum.boo”

Dengan hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Katolik Soegijapranata berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan skripsi di atas dengan mencantumkan nama saya sebagai penulis.

Demikian pernyataan dibuat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Semarang

Pada tanggal : 27 November 2019

Yang menyatakan,



Stefanus Ronald Audi

ABSTRAK

Stefanus Ronald Audi
15.D1.0020

Program Studi Manajemen

ANALISIS PERSEPSI DAN KEINGINAN KONSUMEN UNTUK PENGEMBANGAN
INOVASI PRODUK PADA USAHA MINUMAN DUM.BOO

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Persepsi dan Keinginan Konsumen untuk Pengembangan Inovasi Produk Pada Usaha Minuman Dum.boo. Selain itu, penelitian ini juga dimaksudkan untuk mengetahui Persepsi dan Keinginan Konsumen untuk Pengembangan Inovasi Produk Pada Usaha Minuman Dum.boo secara deskriptif.

Penelitian ini mengambil sampel sejumlah 31 responden yang merupakan konsumen produk Dum.boo yang ada di Kota Semarang. Ada pun metode analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif. Sedangkan data yang diolah didapatkan dari hasil survei melalui kuesioner.

Berdasarkan hasil penghitungan yang dilakukan dengan menggunakan analisis rentang skala dan tabulasi frekuensi, dapat diketahui bahwa *existing* produk, persepsi konsumen, dan keinginan konsumen berpengaruh kepada pengembangan inovasi produk. Selain itu, ada pula analisis data yang digunakan dalam inovasi produk yaitu *generating ideas, harvesting ideas, developing and implementing these ideas*.

Kata Kunci : Persepsi Konsumen, Keinginan Konsumen, Inovasi Produk

ABSTRACT

This study aims to determine the consumer's perceptions and desires for the development of product innovation in Dum.boo beverage business. In addition, this study is also intended to determine the consumer's perceptions and desires for the development of product innovation in Dum.boo beverage business descriptively.

This study took a sample of 31 respondents who are consumers of Dum.boo product in Semarang City. As for the data analysis method used is descriptive analysis. Meanwhile, data processed is obtained from the results of the survey through a questionnaire.

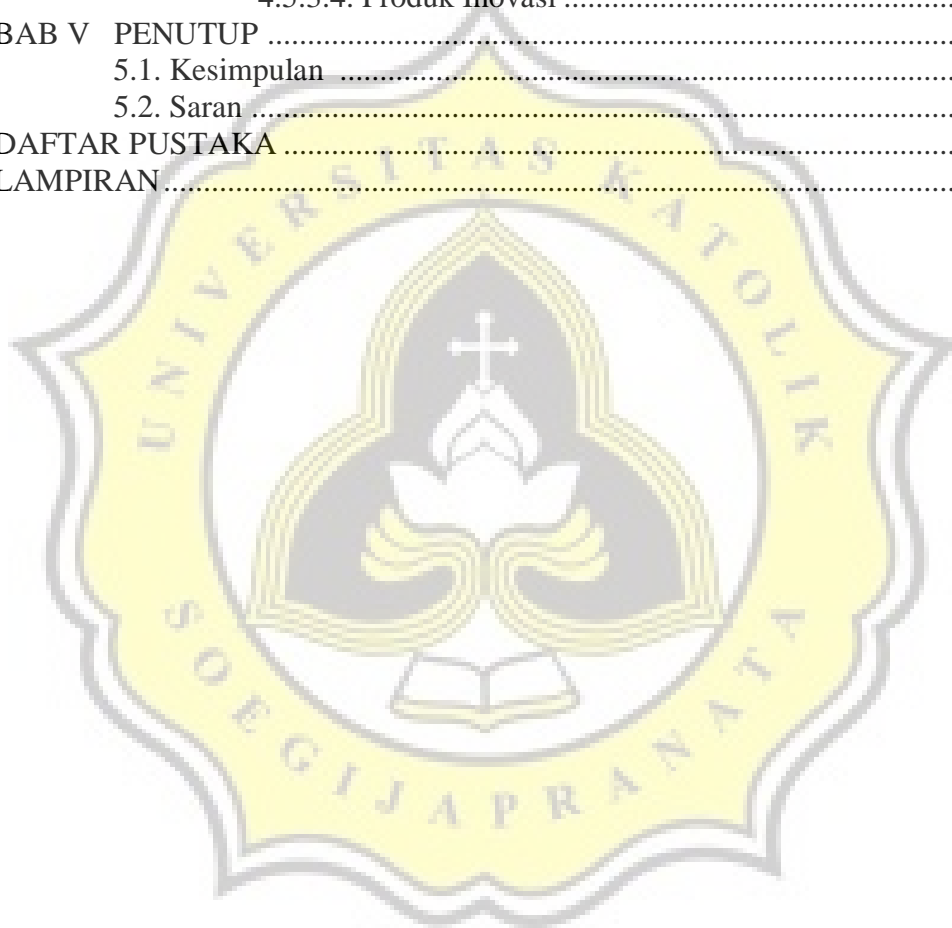
Based on the calculation result using scale range analysis and tabulation frequency, can be known that existing product, consumer's perceptions, and consumer's desires have an influence on the development of product innovation. Meanwhile, there are also data analysis used in the product innovation, such as generating ideas, harvesting ideas, developing and implementing these ideas.

Keywords : ConsumerPercepstions, Consumer Desire, Product Innovation

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
KATA PENGANTAR	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	vii
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	6
1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
BAB II LANDASAN TEORITIS	8
2.1. Teori yang Berkenaan dengan Variabel Penelitian	8
2.1.1. Produk	8
2.1.2. Pengembangan Produk.....	9
2.1.3. Inovasi Produk	11
2.1.4. Desain Produk	13
2.1.5. Atribut Produk.....	14
2.1.6. Kualitas Produk.....	16
2.1.7. Persepsi Konsumen	17
2.2. Penelitian Terdahulu	21
2.3. Kerangka Pikir	23
2.4. Definisi Operasional.....	24
BAB III METODE PENELITIAN.....	26
3.1. Objek dan Lokasi Penelitian	26
3.2. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling.....	26
3.3. Metode Pengumpulan Data	27
3.3.1. Jenis dan Sumber Data	27
3.3.2. Teknik Pengumpulan Data	27
3.4. Alat Analisis Data	28
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	32
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	32
4.2. Karakteristik Responden Penelitian	33
4.3. Persepsi Konsumen Terhadap Produk yang Sudah Ada Pada Usaha Dum.boo	41
4.4. Keinginan Pasar Sebagai Dasar Pengembangan Produk yang Akan Datang Pada Usaha Dum.boo	45

4.5. Desain Inovasi Produk Dikembangkan Berdasarkan Persepsi Konsumen Dum.boo	47
4.5.1. <i>Generating Ideas</i>	47
4.5.2. <i>Harvesting Ideas</i>	50
4.5.2.1. Mengkerucutkan Kedua Ide yang Sudah Didapat. 50	
4.5.2.2. Mengevaluasi Dua Ide yang Sudah Tercatat.....	54
4.5.3. <i>Developing and Implementing These IdeasI</i>	55
4.5.3.1. Desain Awal.....	55
4.5.3.2. <i>Prototype</i>	56
4.5.3.3. Uji <i>Prototype</i> Produk	64
4.5.3.4. Produk Inovasi	66
BAB V PENUTUP	68
5.1. Kesimpulan	68
5.2. Saran	70
DAFTAR PUSTAKA	71
LAMPIRAN.....	74



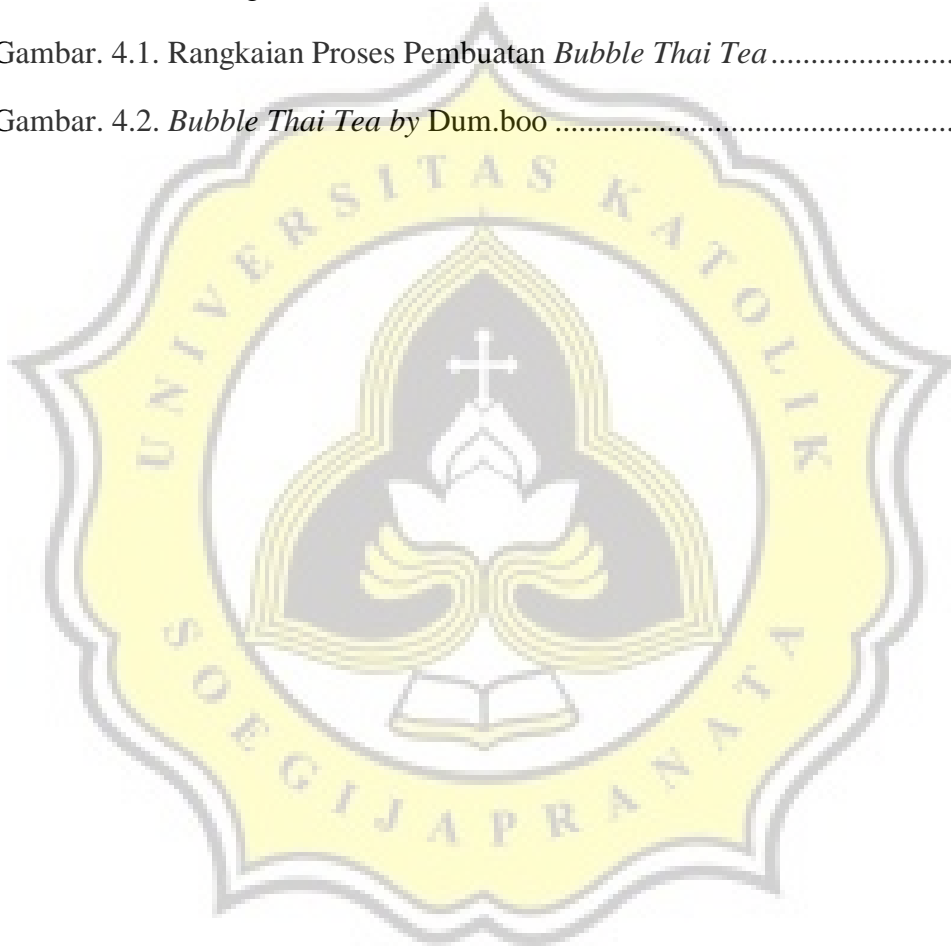
DAFTAR TABEL

Tabel. 1.1.	Daftar Nama Produk Minuman Dum.boo.....	2
Tabel. 1.2.	Daftar Nama Produk Makanan dan Minuman Dum.boo	4
Tabel. 2.1.	Penelitian Terdahulu	21
Tabel. 3.1.	Kategori Rentang Skala	29
Tabel. 3.2.	Tabulasi Frekuensi	29
Tabel. 4.1.	Daftar Nama Produk Makanan dan Minuman Dum.boo	32
Tabel. 4.2.	Jenis Kelamin Pelanggan Dum.boo	33
Tabel. 4.3.	Usia Pelanggan Dum.boo	33
Tabel. 4.4.	Status Pernikahan Pelanggan Dum.boo	34
Tabel. 4.5.	Pekerjaan Pelanggan Dum.boo	34
Tabel. 4.6.	Alamat Pelanggan Dum.boo	35
Tabel. 4.7.	Kecenderungan Pembelian Pelanggan Dum.boo	35
Tabel. 4.8.	Frekuensi Pembelian Pelanggan Dum.boo Dalam Satu Bulan.....	36
Tabel. 4.9.	Cara Pembelian Pelanggan Dum.boo	36
Tabel. 4.10.	Jumlah Pembelian Pelanggan Dum.boo Dalam Satu Kali Transaksi	37
Tabel. 4.11.	Kecenderungan Pembelian dan Jenis Kelamin Pelanggan Dum.boo	37
Tabel. 4.12.	Frekuensi Pembelian dan Jenis Kelamin Pelanggan Dum.boo.....	38
Tabel. 4.13.	Cara Pembelian dan Jenis Kelamin Pelanggan Dum.boo.....	38
Tabel. 4.14.	Jumlah Pembelian dan Jenis Kelamin Pelanggan Dum.boo.....	39
Tabel. 4.15.	Kecenderungan Pembelian dan Pekerjaan Pelanggan Dum.boo ...	39
Tabel. 4.16.	Frekuensi Pembelian dan Pekerjaan Pelanggan Dum.boo.....	40
Tabel. 4.17.	Cara Pembelian dan Pekerjaan Pelanggan Dum.boo.....	40

Tabel. 4.18. Jumlah Pembelian dan Pekerjaan Pelanggan Dum.boo.....	41
Tabel. 4.19. Persepsi Konsumen Terhadap Produk yang Sudah Ada Pada Usaha Dum.boo	41
Tabel. 4.20. Persepsi Konsumen Terhadap Harga Produk yang Sudah Ada Pada Usaha Dum.boo	43
Tabel. 4.21. Persepsi Konsumen Terhadap Lokasi Produk yang Sudah Ada Pada Usaha Dum.boo	43
Tabel. 4.22. Persepsi Konsumen Terhadap Promosi Produk yang Sudah Ada Pada Usaha Dum.boo	44
Tabel. 4.23. Keinginan Pasar Sebagai Dasar Pengembangan Produk yang Akan Datang Pada Usaha Dum.boo	45
Tabel. 4.24. Keinginan Pasar Sebagai Dasar Pengembangan Harga Produk yang Akan Datang Pada Usaha Dum.boo	46
Tabel. 4.25. Keinginan Pasar Sebagai Dasar Pengembangan Promosi Produk yang Akan Datang Pada Usaha Dum.boo	46
Tabel. 4.26. Keinginan Pasar Sebagai Dasar Pengembangan Lokasi Produk yang Akan Datang Pada Usaha Dum.boo	47
Tabel. 4.27. Hasil Kuesioner Tahap <i>Generating Ideas</i>	48
Tabel. 4.28. Hasil Ide Diperlukan Variasi Rasa Pada Usaha Dum.boo yang Memiliki Peringkat Tertinggi	49
Tabel. 4.29. Hasil Ide Variasi Rasa yang Perlu Dilakukan Pada Usaha Dum.boo yang Memiliki Peringkat Tertinggi.....	49
Tabel. 4.30. Hasil Pengenalan Peluang Eksternal.....	51
Tabel. 4.31. Hasil Pengenalan Peluang Internal	52
Tabel. 4.32. Evaluasi Ide.....	54
Tabel. 4.33. Hasil Kuesioner <i>Development</i> (Uji <i>Prototype</i> Produk)	65
Tabel. 4.34. HPP Produk Inovasi <i>Bubble Thai Tea</i>	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar. 1.1. Grafik Pendapatan Dum.booo	3
Gambar. 1.2. Grafik Pendapatan Makanan Dum.booo	5
Gambar. 2.1. Kerangka Pikir Penelitian.....	23
Gambar. 4.1. Rangkaian Proses Pembuatan <i>Bubble Thai Tea</i>	64
Gambar. 4.2. <i>Bubble Thai Tea by Dum.booo</i>	66



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian Analisis Persepsi dan Keinginan Konsumen Untuk Pengembangan Inovasi Produk Pada Usaha Minuman Dum.boo.....	74
Lampiran 2	Rekap Identitas Responden.....	78
Lampiran 3	Hasil Kuesioner Penelitian Analisis Persepsi Konsumen Untuk Pengembangan Inovasi Produk Pada Usaha Dum.boo	79
Lampiran 4	Hasil Kuesioner Penelitian Analisis Keinginan Konsumen Untuk Pengembangan Inovasi Produk Pada Usaha Minuman Dum.boo	80
Lampiran 5	Kuesioner Penelitian Tahap <i>Generating Ideas</i>	81
Lampiran 6	Hasil Kuesioner Penelitian Tahap <i>Generating Ideas</i>	83
Lampiran 7	Kuesioner Penelitian Tahap <i>Harvesting Ideas</i>	84
Lampiran 8	Hasil Kuesioner Penelitian Tahap <i>Harvesting Ideas</i>	86
Lampiran 9	Kuesioner Penelitian Tahap <i>Developing and Implementing These Ideas</i>	87
Lampiran 10	Hasil Kuesioner Penelitian Tahap <i>Developing and Implementing These Ideas</i>	90