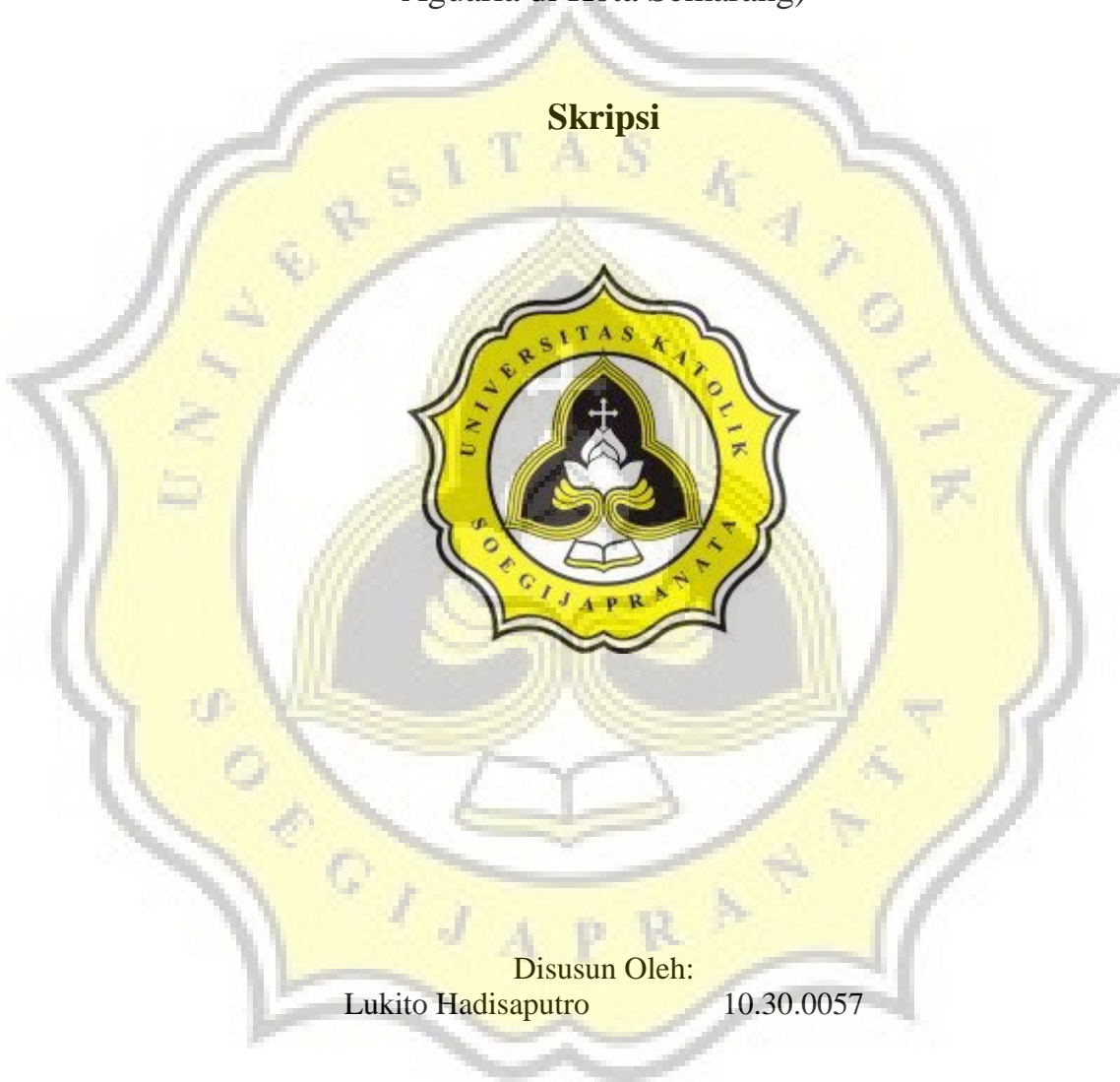


VENDING MACHINE AIR MINUM DALAM KEMASAN MEREK AGUARIA MENURUT KONSUMEN DI SEMARANG

(Studi Kasus pada Tanggapan Konsumen Vending Machine AMDK
Aguaria di Kota Semarang)

Skripsi



Disusun Oleh:

Lukito Hadisaputro

10.30.0057

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGAM STUDI MANAJEMEN
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : “*Vending Machine* Air Minum Dalam Kemasan Merek Aguaria Menurut Konsumen di Semarang”

(Studi Kasus pada Tanggapan Konsumen *Vending Machine* AMDK Aguaria di Kota Semarang)

Disusun Oleh:

Nama : Lukito Hadisaputro

NIM : 10.30.0057

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Jurusan : Manajemen

Telah disetujui dan diterima baik pada

Semarang, 26 Juni 2014

Pembimbing

(M. Widyanto, SE, MM)

PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : “*Vending Machine* Air Minum Dalam Kemasan Merek Aguaría Menurut Konsumen di Semarang”

(Studi Kasus pada Tanggapan Konsumen *Vending Machine* AMDK Aguaría di Kota Semarang)

Disusun Oleh:

Nama : Lukito Hadisaputro

NIM : 10.30.0057

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Jurusan : Manajemen

Telah diterima dan disahkan oleh panitia penguji pada tanggal 26 Juni 2014:

Tim Penguji

Koordinator

Anggota

Anggota

Drs.A.Sentot Suciarto,Ph.D

DR.J.Wijanto Hadipuro,,SE.,MT

M.Widyanto,SE.MM

Mengetahui:

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Katolik Soegijapranata

(Drs.A.Sentot Suciarto,Ph.d)

NPP.058.1.1988.030

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Lukito Hadisaputro

NIM : 10.30.0057

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Jurusan : Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah asli hasil karya saya sendiri. Apabila dikemudian hari ditemukan adanya bukti plagiasi, manipulasi, dan atau bentuk – bentuk kecurangan yang lain, saya bersedia untuk menerima sanksi dalam bentuk apapun dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijaranata Semarang.

Semarang, 14 Juli 2014

Lukito Hadisaputro

MOTO DAN PERSEMBAHAN

MOTO

“*think and act*” atau berpikirlah sebelum bertindak.

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

- Orang Tua saya, Papah dan Mamah saya, Bambang Susianto dan Epifania.
- Linda Siswanto yang selalu mendukung dan menyemangati saya.
- Nenek saya yang selalu sehat Linawati.
- Teman-teman baik saya yang memiliki *basecamp* di Jl. Jendral Sudirman 138:

Charles, Yohanes, Ferry, Pocky, Willy, Eki, Victor, Novian, Pispot, Wawan, Leo,

Jong2, Rebung dan juga teman-teman kuliah saya Angkatan 2010 yang selama ini saling membantu menuju sarjana bersama.

- Bapak M. Widyanto, SE, MM. Pembimbing skripsi saya, dosen saya, dan juga guru saya.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya selalu panjatkan pada Tuhan Yesus Kristus yang selalu menyertai saya dan menjaga saya di kondisi apapun. Berkat dan Kasihnya telah membuat penulis akhirnya dapat menyelesaikan skripsi sebagai tugas akhir mahasiswa ini dengan judul “*Vending Machine* Air Minum Dalam Kemasan Merek Aguarita Menurut Konsumen di Semarang”.

Saya sangat berterimakasih pula kepada orang-orang yang mendukung saya. Dalam kesempatan ini saya ingin berterimakasih khususnya kepada Bapak M. Widyanto SE, MM. yang selalu sabar dalam membimbing saya dengan segala kekurangan saya.

Saya juga ingin menyampaikan terimakasih kepada orang tua saya, Bambang dan Vonny yang saya yakin mereka selalu mendoakan saya dan juga berkat mereka saya dapat menempuh studi di Unika Soegijapranata.

Terakhir saya ingin berterimakasih kepada segenap keluarga besar Unika Soegijapranata atas pengalaman dan kenangan yang sangat baik selama saya berkuliah disini.

Akhir kata, semoga penelitian ini bermanfaat bagi pembaca dan saya mohon maaf apabila masih banyak kekurangan. Kritik dan saran bagi penulis akan diterima dengan senang hati.

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Halaman Persetujuan Skripsi	ii
Halaman Pengesahan Skripsi	iii
Halaman Keaslian Skripsi	iv
Moto dan Persembahan	v
Kata Pengantar	vi
Daftar Isi	vii
Daftar Tabel	ix
Daftar Gambar	x
Abstrak	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Tanggapan Konsumen	7
2.2 Perilaku Konsumen	10
2.3 Pemasaran	16
2.4 Strategi Pemasaran	17
2.5 Pemasaran Ritel	18
2.6 <i>Vending Machine</i>	27
2.7 Kerangka Pikir.....	29
2.8 Definisi Operasional.....	31
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Obyek dan Lokasi Penelitian.....	32
3.2 Populasi dan Sampel	32
3.3 Teknik Pengumpulan Data	34
3.3.1 Jenis dan Sumber Data	34

3.3.2 Metode Pengumpulan Data	34
3.4 Pengujian Validitas dan Reliabilitas	34
3.4.1 Uji Validitas	35
3.4.2 Uji Reliabilitas	36
3.5 Metode Analisis Data.....	36
3.5.1 Distribusi Frekuensi	35
3.5.2 Tabulasi Silang.....	38
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	39
4.1 Gambaran Umum Responden	39
4.1.1 Umur Responden.....	40
4.1.2 Jenis Kelamin	40
4.2 Analisis Data	41
4.2.1 <i>Vending machine</i>	41
4.2.2 Produk	43
4.2.3 Harga	45
4.2.4 Promosi.....	46
4.2.5 Lokasi	48
4.3 Tabulasi Silang.....	50
4.3.1 Tabulasi Silang Usia dan Jenis Kelamin	50
4.3.2 Tabulasi Silang Usia dan Pengoperasian <i>Vending Machine</i> ...	51
4.3.3 Tabulasi Silang Jenis Kelamin dan Kemasan Aguarua di dalam <i>Vending Machine</i> yang Terlihat Lebih Menarik	52
4.3.4 Tabulasi Silang Usia dan Pembelian Kembali	52
4.3.5 Tabulasi Silang Jenis Kelamin dan Branding.....	53
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan	54
5.2 Saran.....	56

Daftar Pustaka

Lampiran

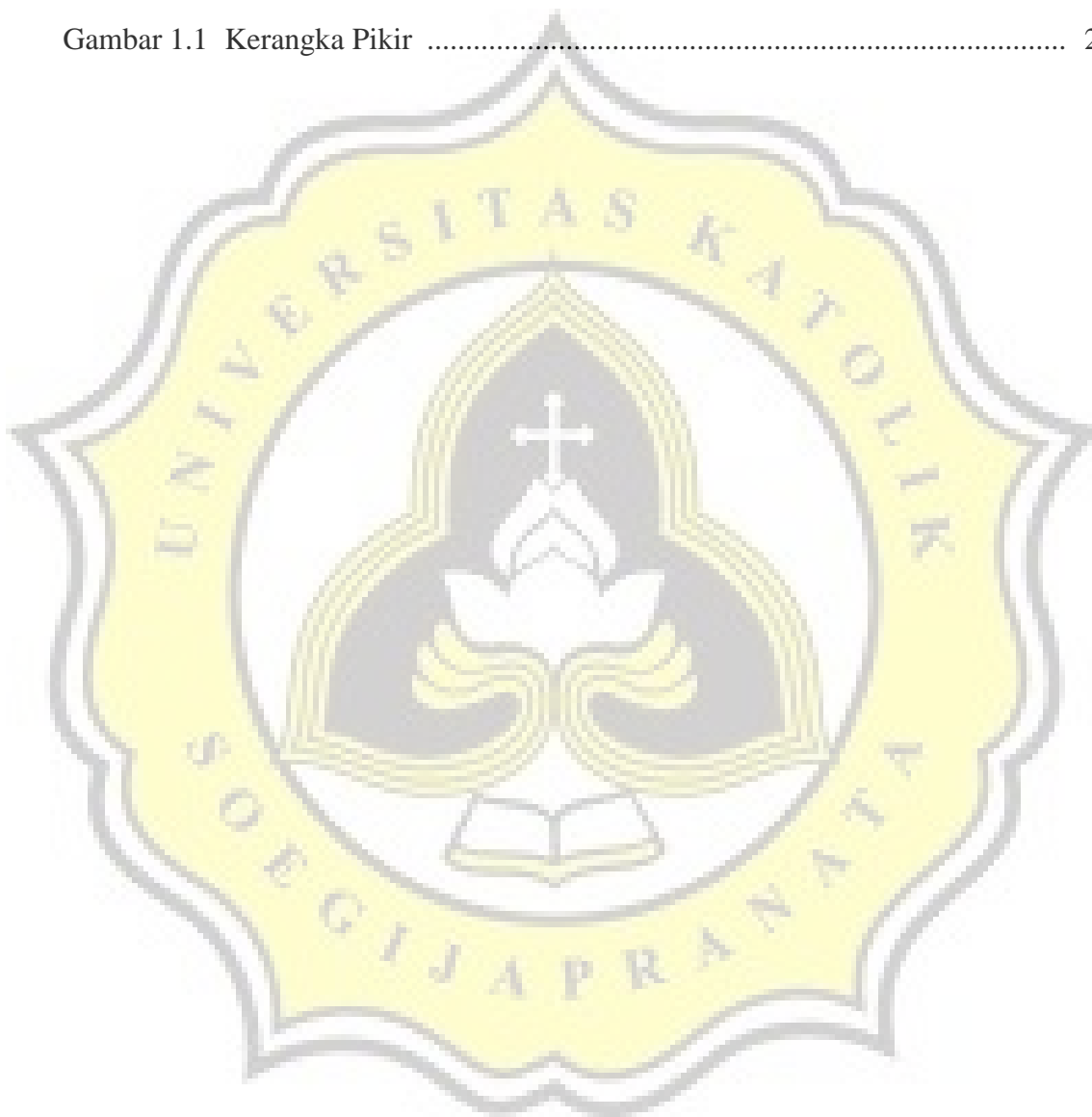
DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	11
Tabel 2.2 Definisi Operasional.....	31
Tabel 3.1 Uji Validitas	35
Tabel 3.2 Uji Reliabilitas	36
Tabel 3.3 Kategori Penilaian.....	37
Tabel 4.1 Umur Responden.....	39
Tabel 4.2 Jenis Kelamin Responden	40
Tabel 4.3 Tanggapan Responden tentang <i>Vending Machine</i>	41
Tabel 4.4 Tanggapan Responden tentang Produk.....	44
Tabel 4.5 Tanggapan Responden tentang Harga.....	45
Tabel 4.6 Tanggapan Responden tentang Promosi	46
Tabel 4.7 Tanggapan Responden tentang Lokasi.....	49
Tabel 4.8 Tabulasi Silang pada Usia dan Jenis Kelamin	50
Tabel 4.9 Tabulasi Silang Usia dan Pengoperasian <i>Vending Machine</i>	51
Tabel 4.10 Tabulasi Silang antara Jenis Kelamin dan Kemasan Menarik	52
Tabel 4.11 Tabulasi Silang antara Usia dan Pembelian Kembali	53
Tabel 4.12 Tabulasi Silang antara Jenis Kelamin dan <i>Branding</i>	53

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 1.1 Kerangka Pikir 29



ABSTRAK

Penelitian ini diadakan untuk mengetahui tanggapan konsumen terhadap inovasi baru di bidang AMDK yaitu AMDK yang berada di dalam *vending machine*. Penelitian ini awalnya direncanakan untuk mengambil sampel di beberapa tempat lain seperti Bandara Ahmad Yani Semarang dan SMAN 1 Semarang, tetapi karena ada beberapa kendala teknis kendati sudah diupayakan, penelitian ini hanya mengambil sampel di dua tempat yaitu Plaza Simpang Lima atau Matahari Semarang dan Java Supermall Semarang masing-masing sebanyak 50 responden.

Populasi dari penelitian ini adalah masyarakat yang telah menggunakan *vending machine* AMDK Aguaria di dua tempat tersebut. Pengumpulan data penelitian ini dilakukan dengan memberi kuesioner kepada orang yang baru saja melakukan pembelian di *vending machine*. Metode analisis yang digunakan adalah Tabel Frekuensi dan Tabulasi Silang.

Dari hasil analisis yang telah dilakukan, *vending machine* Aguaria dapat diterima oleh masyarakat Semarang. Mereka yang telah menggunakan *vending machine* ini, ingin melakukan pembelian kembali (82%). Penelitian ini juga disertai dengan analisis Tabulasi Silang untuk melihat keterkaitan usia atau jenis Kelamin terhadap variabel-variabel yang berkaitan.

Kata kunci: *Vending Machine*, Produk, Harga, Lokasi, Promosi.