

2m.  
658.40354.  
Jul.  
9  
98

**ANALISIS PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP FAKTOR-FAKTOR  
YANG BERHUBUNGAN DENGAN KEPUTUSAN PEMBELIAN  
MINUMAN KESEHATAN SAKA GINSENG  
( Studi Kasus di Komplek Perumahan Puri Anjasmoro Semarang )**

**SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan  
Program Sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomi  
Universitas Katolik Soegijapranata  
Semarang



NAMA : YULIA  
NIM : 92.30.1355  
NIRM : 93.6.111.02016.50007  
JURUSAN : MANAJEMEN

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA  
SEMARANG  
1998**

## HALAMAN MOTTO

“Sebab karena kasih karunia, kamu diselamatkan oleh iman : itu bukan hasil usahamu, tetapi pemberian Allah, itu bukan hasil pekerjaanmu, jangan ada orang yang memegahkan diri”.

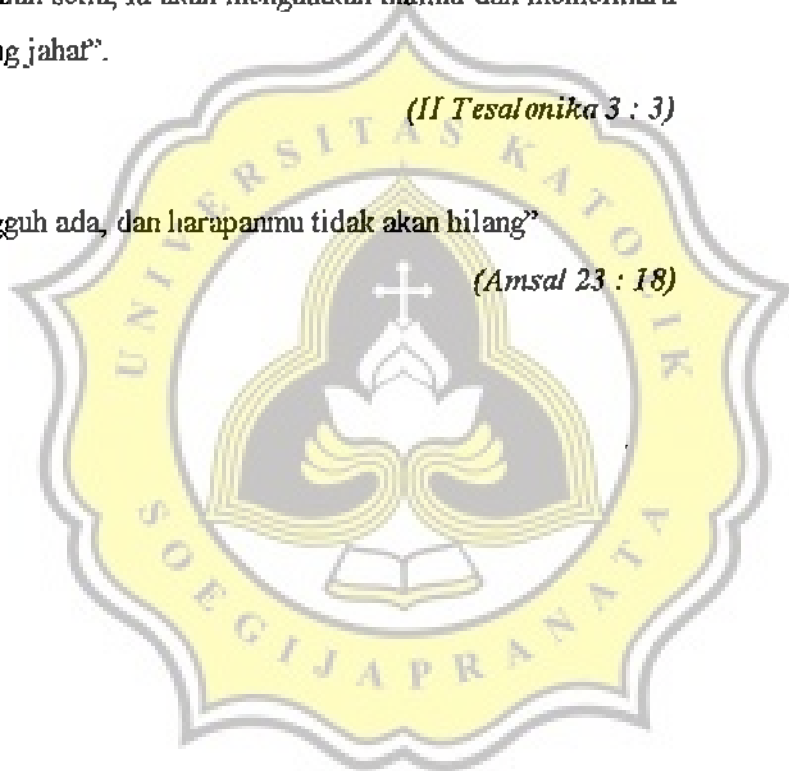
*(Efesus 2 : 8,9)*

“Tetapi Tuhan adalah setia, Ia akan menguatkan hatimu dan memelihara kamu terhadap yang jahat”.

*(II Tesalonika 3 : 3)*

“Masa depan sungguh ada, dan harapanmu tidak akan hilang”

*(Amsal 23 : 18)*



## HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

**NAMA** : YULIA  
**NIM** : 92.30.1355  
**NIRM** : 93.6.111.02016.50007  
**Fakultas** : Ekonomi  
**Jurusan** : Manajemen  
**Judul** : **ANALISIS PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP FAKTOR-FAKTOR YANG BERHUBUNGAN DENGAN KEPUTUSAN PEMBELIAN MINUMAN KESEHATAN SAKA GINSENG (Studi Kasus di Komplek Perumahan Puri Anjasmoro Semarang)**



Disetujui di : Semarang

Pada tanggal : Februari 1998

Pembimbing I

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Retno Yustini'.

(Dra. Retno Yustini, Msi)

Pembimbing II

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Benedictus Karno'.

(Benedictus Karno BP, SE, MM)

## HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Judul Skripsi : ANALISIS PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP FAKTOR-FAKTOR YANG BERTHUBUNGAN DENGAN KEPUTUSAN PEMBELIAN MINUMAN KESEHATAN SAKA GINSENG  
(Studi Kasus di Komplek Perumahan Puri Anjasmoro Semarang)

Telah diuji dan dipertahankan di hadapan Dewan Penguji pada :

Hari : Selasa  
Tanggal : 3 Maret 1998

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Penguji I

(Drs. Alex Emyli, MSP)

Penguji II

(Drs. J. Sugiharto)

Penguji III

(Dra. Dwi Hayu A, MBA)

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ekonomi

(Komala Inggarwati, SE, MM)

## A B S T R A K

Suatu produk tertentu yang laku di pasaran akan merangsang pengusaha untuk masuk ke dalam bisnis tersebut sehingga menimbulkan persaingan, baik kualitas produk, harga, promosi maupun saluran distribusi yang relatif tidak jauh berbeda. Pada tahap persaingan yang kompetitif tersebut akan percuma bagian produksi memacu produksinya tetapi barang yang dihasilkan tetap menumpuk di gudang, karena bagian pemasaran tidak berhasil melaksanakan tugas dengan baik. Peranan bauran pemasaran tersebut dalam rangka meningkatkan pembelian sangat penting artinya bagi Perusahaan farmasi PT. Saka Farma.

Ketatnya persaingan di bidang minuman kesehatan menjadikan permintaan akan produk "Saka Ginseng" mengalami penurunan. Permasalahan yang dihadapi perusahaan farmasi PT. Saka Farma Semarang adalah terdapat penurunan permintaan produk minuman kesehatan Saka Ginseng pada perusahaan farmasi PT. Saka Farma Semarang. Masalah tersebut perlu analisis guna mencari pemecahan masalahnya, berkenaan dengan persepsi konsumen terhadap bauran pemasaran, sehingga dapat diketahui faktor manakah (produk, harga, promosi atau saluran distribusi) yang paling besar hubungannya dengan keputusan pembelian yang telah dilakukan konsumen.

Obyek penelitian adalah konsumen yang berada di Komplek Perumahan Puri Anjasmoro Kotamadia Semarang wilayah Semarang Barat dan yang membeli produk minuman kesehatan merk "Saka Ginseng". Pemilihan lokasi penelitian di komplek perumahan tersebut, berdasarkan pertimbangan bahwa konsumen Saka Ginseng di komplek tersebut adalah tertinggi di Kodia Semarang, sehingga dapat dijadikan tolok ukur penelitian perilaku pembelian konsumen berkaitan dengan strategi marketing mix yang ditetapkan perusahaan.

Upaya peningkatan permintaan Saka Ginseng pada perusahaan PT. Saka Farma ini memerlukan strategi bauran pemasaran yang meliputi kebijakan akan produk, harga, promosi dan saluran distribusi yang tepat, dalam arti dapat memuaskan konsumen sehingga dapat meningkatkan permintaan akan produk tersebut. Pertimbangan konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian dalam hal produk dapat dipengaruhi oleh khasiat, rasa maupun kemasannya. Pertimbangan akan harga diantaranya adalah besarnya, kelayakan harga serta perbandingan harga dengan produk lainnya.

Populasi penelitian ini adalah konsumen yang berada di Komplek Perumahan Puri Anjasmoro Kotamadia Semarang wilayah Semarang Barat dan yang membeli produk minuman kesehatan merk "Saka Ginseng". Pengambilan sampel dapat menggunakan Teknik Purposive sampling.

yaitu jumlah sampelnya ditetapkan terlebih dahulu sesuai dengan tujuan penelitian, yaitu dari 16 (enam belas) blok (dari blok A - Blok P) yang ada, masing-masing blok ditetapkan diambil sebanyak 4 (empat) responden sebagai sampel penelitian. Keseluruhan sampel di Komplek Perumahan Furi Anjasmoro berjumlah sebanyak 64 (enam puluh empat) responden.

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi analisis kuantitatif dan analisis kualitatif. Analisis kuantitatif dilakukan melalui perhitungan tabel silang tanggapan responden, analisis chi-square, koefisien kontingensi (C). Sebelum data dianalisis, sebelumnya dilakukan uji validitas dan reliabilitas.

Saran yang dapat diajukan berdasarkan hasil penelitian yaitu mengingat karakteristik konsumen masih memilih minuman saka ginseng dengan harga yang lebih murah, namun tidak yang paling murah (karena memberikan image khasiatnya kurang bermutu). Untuk semakin meningkatkan penjualan tanpa harus menurunkan harga, perusahaan dapat mengadakan bulan promosi berhadiah (sales promotion), tanpa harus menurunkan harga ataupun diskon untuk pembelian konsumen dalam jumlah yang banyak.

Promosi melalui iklan tetap perlu dilaksanakan, hal ini tidak saja untuk menginformasikan produk minuman kesehatan Saka Ginseng, tetapi juga untuk mempertahankan loyalitas konsumen serta dengan adanya iklan sekaligus mengangkat image produk dan perusahaan sebagai produk minuman kesehatan yang "paling laku". Produk minuman kesehatan yang tidak mengandung alkohol serta mengandung ginseng banyak diminati konsumen, namun dengan semakin banyaknya minuman kesehatan yang menambah kandung/ekstrak makanan kesehatan lainnya, perlu inovasi untuk mengembangkan mutu khasiat produk, seperti menambah ekstrak sarang burung walet, jamur *ling-zhi*, Royal Jelly ataupun menambah kandung ginseng itu sendiri.

Strategi yang dapat dijalankan untuk memperluas pasar adalah melakukan konsinyasi (titip jual) pada daerah-daerah yang penjualannya relatif kecil namun penataannya dibuat semenarik mungkin pada tempat khusus di dalam toko/pedagang eceran tersebut.

## KATA PENGANTAR

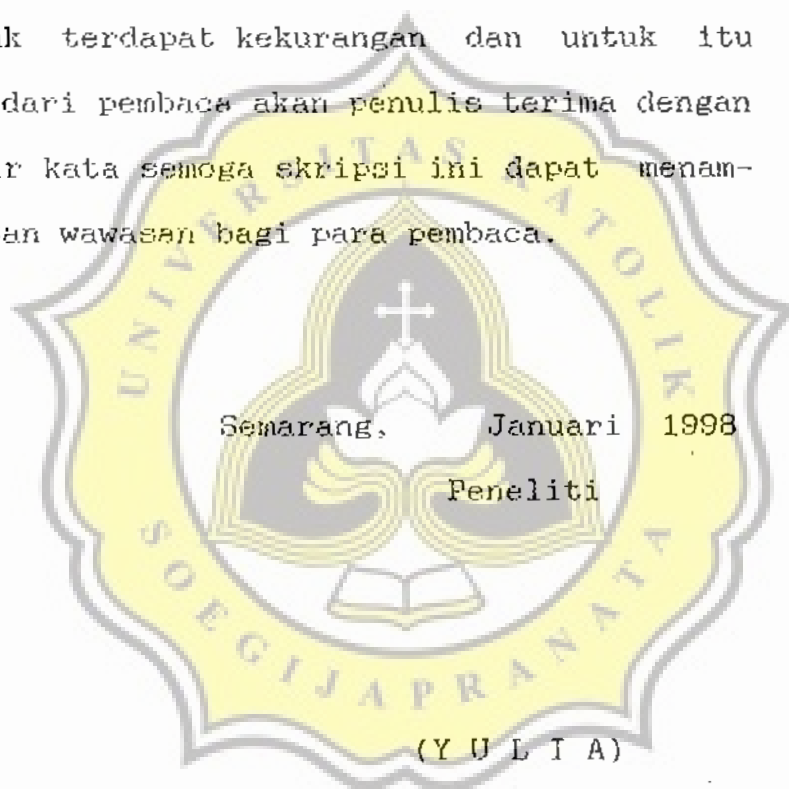
Skripsi yang berjudul "ANALISIS PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP FAKTOR-FAKTOR YANG BERHUBUNGAN DENGAN KEPUTUSAN PEMBELIAN MINUMAN KESEHATAN SAKA GINSENG (Studi Kasus di Komplek Perumahan Puri Anjasmoro Semarang)" ini berhasil disusun sebagai kewajiban penulis dalam rangka menyelesaikan program Sarjana (S1), oleh karena itu pertama-tama penulis panjatkan puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya.

Penulis sangat menyadari adanya keterbatasan dalam penyusunan skripsi ini, sehingga memerlukan bantuan dari berbagai pihak, untuk itu sudah sepantasnya penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Dra. Retno Yustini, Msi, selaku dosen pembimbing pertama dan Bapak Benedictus Karno BP, SE, MM, selaku dosen pembimbing kedua yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan kepada penulis.
2. Bapak Susanto selaku Manager Pemasaran PT. Saka Farma yang telah bersedia memberikan ijin penelitian dan data yang penulis perlukan.
3. Bapak/Ibu di Kawasan perumahan Puri Anjasmoro yang telah bersedia meluangkan waktu mengisi kuesioner, sehingga penulis mendapatkan data penelitian.

4. Bapak/Ibu Staf Pengajar Fakultas Ekonomi Universitas Soegijapranata Semarang yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan sehingga penulis mampu menyusun skripsi ini.
5. Rekan-rekan mahasiswa senasib sepenanggungan, serta beberapa pihak lainnya yang telah banyak memberikan sumbangan pemikiran serta dorongan semangat bagi terselesainya skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan dan untuk itu kritik dan saran dari pembaca akan penulis terima dengan senang hati. Akhir kata semoga skripsi ini dapat menambah pengetahuan dan wawasan bagi para pembaca.





## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN MOTTO .....	ii
HALAMAN TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI .....	iv
ABSTRAK .....	v
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang Pemilihan Judul .....	1
1.2. Perumusan Masalah .....	5
1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	6
1.4. Sistematika Penulisan .....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	9
2.1. Landasan Teori .....	9
2.1.1. Pemasaran .....	9
2.1.2. Strategi Pemasaran .....	12
2.1.3. Produk .....	16
2.1.4. Harga .....	18
2.1.5. Promosi .....	22
2.1.6. Saluran Distribusi .....	28

2.1.7. Keputusan Pembelian Konsu-	
men .....	31
2.2. Hipotesis .....	38
2.3. Kerangka Pikir .....	39
2.4. Definisi Operasional .....	41
BAB III METODE PENELITIAN .....	43
3.1. Objek dan Lokasi Penelitian .....	43
3.2. Jenis dan Cara Pengumpulan Data .....	44
3.3. Populasi dan Sampel .....	45
3.4. Uji Validitas dan Reliabilitas .....	46
3.5. Metode dan Analisis Data .....	47
3.6. Hasil Uji Validitas .....	50
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	51
4.1. Hasil Penelitian .....	51
4.1.1. Gambaran Umum Perusahaan .....	51
4.1.2. Struktur Organisasi .....	53
4.1.3. Pemasaran dan Hasil Pro-	
duksi .....	57
4.2. Identitas Responden .....	60
4.3. Hasil Uji Validitas .....	63
4.4. Penyajian Data Tanggapan Responden ..	69
4.4.1. Tanggapan Responden Terhadap	
Produk .....	70
4.4.2. Tanggapan Responden Terhadap	
Harga .....	74

4.4.3. Tanggapan Responden Terhadap Promosi .....	75
4.4.4. Tanggapan Responden Terhadap Saluran Distribusi .....	80
4.4.5. Keputusan Pembelian Konsumen .....	84
4.5. Analisis Hubungan Bauran Pemasaran dengan Keputusan Pembelian Minuman Kesehatan Saka Gingseng .....	85
4.5.1. Hubungan antara Produk dengan Keputusan Pembelian Konsumen .	86
4.5.2. Hubungan antara Harga dengan Keputusan Pembelian Konsumen .	88
4.5.3. Hubungan antara Promosi dengan Keputusan Pembelian Konsumen .	90
4.5.4. Hubungan antara Saluran Distribusi dengan Keputusan Pembelian Konsumen .....	92
BAB V PENUTUP .....	94
5.1. Kesimpulan .....	94
5.2. Saran-Saran .....	96

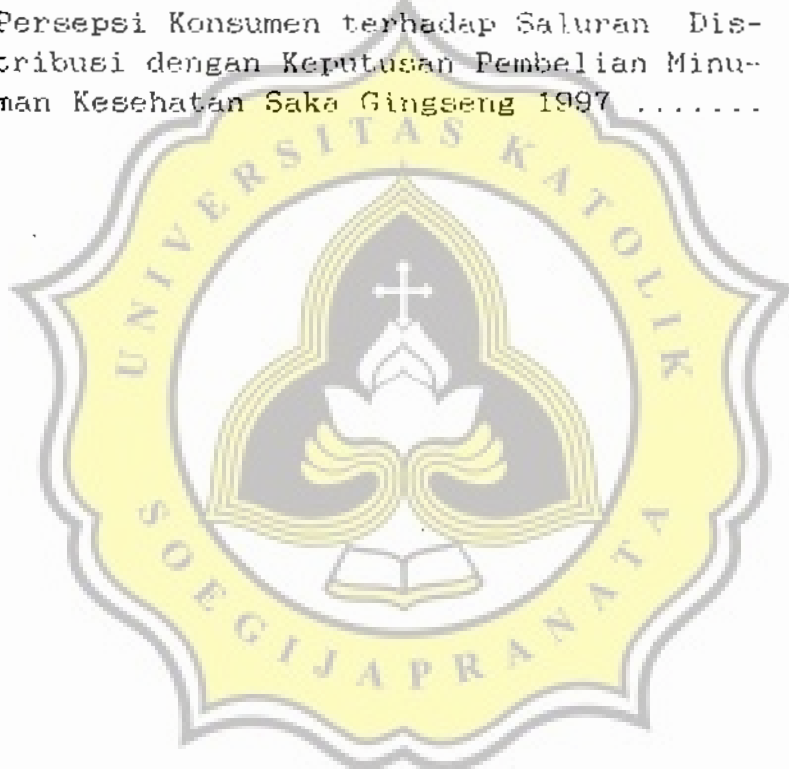
DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 3.1 Komposisi Penjualan Saka Gingseng di wilayah Kodia Semarang Tahun 1997 (dalam botol) .....	43
Tabel 3.2 Tabel Silang Tanggapan Responden .....	48
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden .....	50
Tabel 4.2 Umur dan Pendidikan Responden .....	51
Tabel 4.3 Pekerjaan dan Pendapatan Responden ...	60
Tabel 4.4 Validitas Indikator Masing - masing Variabel .....	65
Tabel 4.5 Reliabilitas Indikator Masing - masing Variabel .....	65
Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden terhadap Produk .....	70
Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden terhadap Harga .....	74
Tabel 4.8 Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden terhadap Promosi .....	77
Tabel 4.9 Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden terhadap Saluran Distribusi .....	81
Tabel 4.10 Distribusi Keputusan Tanggapan Responden terhadap Keputusan Pembelian .....	85
Tabel 4.11 Tabel Silang Distribusi Frekuensi antara Persepsi Konsumen terhadap Produk dengan	

	Keputusan Pembelian Minuman Kesehatan Saka Gingseng .....	88
Tabel 4.12	Tabel Silang Distribusi Frekuensi antara Persepsi Konsumen terhadap Harga dengan Keputusan Pembelian Minuman Kesehatan Saka Gingseng .....	88
Tabel 4.13	Tabel Silang Distribusi Frekuensi antara Persepsi Konsumen terhadap Promosi dengan Keputusan Pembelian Minuman Kesehatan Saka Gingseng .....	90
Tabel 4.14	Tabel Silang Distribusi Frekuensi antara Persepsi Konsumen terhadap Saluran Distribusi dengan Keputusan Pembelian Minuman Kesehatan Saka Gingseng 1997 .....	92



## DAFTAR LAMPIRAN

### Lampiran

- Lampiran 1 : Daftar Pertanyaan
- Lampiran 2 : Listing Data dan Uji Validitas Microstat
- Lampiran 3 : Perhitungan Validitas dan Reliabilitas
- Lampiran 4 : Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden terhadap Produk
- Lampiran 5 : Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden terhadap Harga
- Lampiran 6 : Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden terhadap Promosi
- Lampiran 7 : Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden terhadap Saluran Distribusi
- Lampiran 8 : Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden terhadap Pembelian Konsumen
- Lampiran 9 : Perhitungan Kai Kuadrat dan Koefisien Kontingensi: Produk
- Lampiran 10 : Perhitungan Kai Kuadrat dan Koefisien Kontingensi: Harga
- Lampiran 11 : Perhitungan Kai Kuadrat dan Koefisien Kontingensi: Promosi
- Lampiran 12 : Perhitungan Kai Kuadrat dan Koefisien Kontingensi: Saluran Distribusi