

Em.
658.8
Rat
P
198.

PENGARUH HARGA, KEMASAN, DAN RASA TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN MEMBELI PASTA GIGI

(Studi Kasus Kelurahan Miroto Semarang)

SKRIPSI

Disusun guna melengkapi syarat untuk menempuh ujian akhir program S1 Ekonomi Jurusan Manajemen



Oleh

LEONY RATNAWATI, S

No. Reg.

057 1e / c1

Th. Angg.

COM/98

PARAF

TGL. 8-8-96

NIM : 92.30.1426
NIRM : 92.6.111.02016.50218

FAKULTAS EKONOMI
UNIKA SOEGIJAPRANATA
SEMARANG
1996

TGL. TERIMA	9-8-96
No. INV.	205/e/96
PARAF	

**PENGARUH HARGA, KEMASAN, DAN
RASA TERHADAP PENGAMBILAN
KEPUTUSAN MEMBELI PASTA GIGI**

(Studi Kasus Kelurahan Miroto Semarang)

SKRIPSI

Disusun guna melengkapi syarat untuk
menempuh ujian akhir program S1 Ekonomi
Jurusan Manajemen



Oleh :

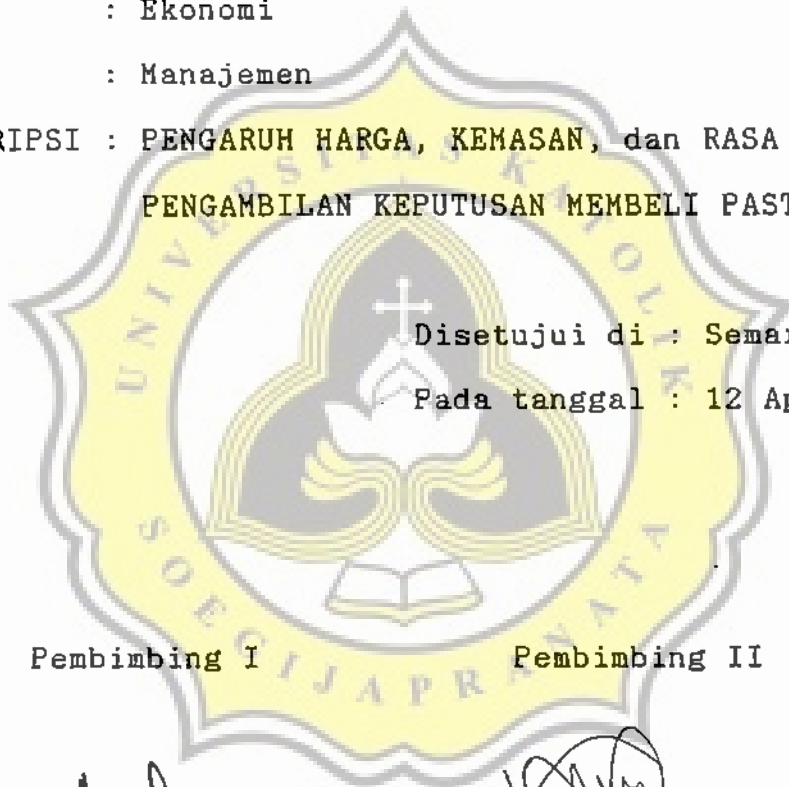
Leony Ratnawati.S

NIM : 92.30.1426

**FAKULTAS EKONOMI
UNIKA SOEGIJAPRANATA
SEMARANG
1996**

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : Leony Ratnawati
NIM : 92.30.1426
NIRM : 92.6.111.02016.50218
FAKULTAS : Ekonomi
JURUSAN : Manajemen
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH HARGA, KEMASAN, dan RASA TERHADAP
PENGAMBILAN KEPUTUSAN MEMBELI PASTA GIGI



Disetujui di : Semarang

Pada tanggal : 12 April 1996

Pembimbing I

Pembimbing II

(Drs. Heru Sutantio)

(Thomas Indrajaya, SE)

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

JUDUL SKRIPSI : PENGARUH HARGA, KEMASAN, dan RASA TERHADAP
PENGAMBILAN KEPUTUSAN MEMBELI PASTA GIGI

Telah diuji dan dipertahankan di hadapan para penguji pada
: Semarang 20 April 1996

Penguji I

Penguji II

Penguji III

(Dra. Lucya HP, MSi)

(Thomas Indrajaya, SE)

(Drs. Theodorus S, MS)

Mengetahui :

Dekan Fakultas Ekonomi



(Drs. Alex Emyll, MSP)

HALAMAN PERSEMBAHAN



Skripsi ini saya Persembahkan
untuk, Papi dan Mami tercinta
Kakak dan tino tersayang

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas selesainya penulisan skripsi ini yang menjadi salah satu syarat untuk menempuh ujian akhir program S1.

Dalam penyusunan skripsi ini, kami menyadari bahwa skripsi ini tidak akan terselesaikan tanpa bantuan dari berbagai pihak, baik bersifat langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu dengan rendah hati perkenankan kami menyampaikan terima kasih yang sebesar - besarnya kepada yang terhormat :

1. Bapak Drs. Alex Emyll, Dekan Fakultas Ekonomi
2. Bapak Drs. Heru Sutantio sebagai Dosen pembimbing I
3. Bapak Drs. Thomas Indrajaya sebagai Dosen pembimbing II
4. Mami, kakak, dan teman-teman yang telah banyak membantu penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini, baik bentuk maupun isi masih terdapat kekurangan - kekurangan karena terbatasnya kemampuan yang ada pada kami, meskipun sudah diusahakan sedemikian rupa oleh penulis sendiri untuk mencapai kesempurnaan. Untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran dari segenap pembaca.

Semarang, 9 September 1995

Penyusun

ABSTRAKSI

Pada kondisi sekarang ini, dunia banyak sekali diwarnai perubahan-perubahan baik dibidang ekonomi, ilmu pengetahuan dan teknologi, sosial budaya dan lain-lain menambah ketatnya persaingan didalam dunia usaha. Setiap perusahaan selalu dituntut untuk melakukan strategi pemasaran yang sesuai untuk mempertahankan kelangsungan hidup usahanya serta untuk memperoleh laba.

Setiap perusahaan yang ingin bertahan dan berkembang harus pandai dalam mengantisipasi setiap perubahan yang terjadi. Baik itu perubahan kebutuhan maupun selera konsumen untuk tercapainya kepuasan yang maksimal. Memaksimalkan kepuasan konsumen itu perlu karena setiap konsumen selalu berusaha dengan anggaran yang terbatas dapat mencapai kepuasan yang maksimal. Oleh karena itu dalam melakukan pembelian produk atau jasa mereka selalu melakukan pemilihan dan pertimbangan.

Sama halnya dengan pembelian pasta gigi setiap konsumen selalu mempertimbangkan berbagai hal yang termasuk dalam atribut produk seperti harga, kemasan, rasa, aroma, dan lain-lain serta hal-hal yang berada diluar atribut produk seperti tingkat pendapatan, pendidikan, dan lain-lain, meskipun pertimbangan ini tidak sepanjang apabila konsumen ingin membeli barang-barang mewah seperti mobil, komputer, televisi dan sebagainya. Pertimbangan ini dilakukan guna tercapainya kepuasan yang maksimal. Oleh karena itu penulis mencoba untuk meneliti pengaruh dari harga, kemasan, dan rasa terhadap pengambilan keputusan membeli pasta gigi, maka dalam penelitian ini penulis merumuskan permasalahan yang ada sebagai berikut :

1. Seberapa besar pengaruh harga terhadap pengambilan keputusan membeli pasta gigi.
2. Seberapa besar pengaruh kemasan terhadap pengambilan keputusan membeli pasta gigi.
3. Seberapa besar pengaruh rasa terhadap pengambilan keputusan membeli pasta gigi.
4. Seberapa besar pengaruh harga, kemasan, dan rasa terhadap pengambilan keputusan membeli pasta gigi.
5. Dari ketiga faktor diatas faktor mana yang paling besar pengaruhnya ?

tujuan dari penelitian yang penulis lakukan adalah

1. Untuk mengetahui besarnya pengaruh harga terhadap pengambilan keputusan membeli pasta gigi.
2. Untuk mengetahui besarnya pengaruh harga terhadap pengambilan keputusan membeli pasta gigi.
3. Untuk mengetahui besarnya pengaruh harga terhadap pengambilan keputusan membeli pasta gigi.
4. Untuk mengetahui besarnya pengaruh harga terhadap

pengambilan keputusan membeli pasta gigi.

5. Dari ketiga faktor diatas faktor mana yang paling besar pengaruhnya.

Dalam penelitian ini dilakukan analisis deskriptif yang memberikan gambaran secermat mungkin mengenai suatu individu, gejala, keadaan atas kelompok tersebut. Selain itu penulis juga menggunakan skala likert untuk memberikan score terhadap jawaban responden atas pertanyaan yang penulis berikan melalui kuesioner. Sedangkan untuk mengetahui pengaruh masing-masing faktor penulis menggunakan analisis regresi linear/ sederhana. Untuk mengetahui pengaruh ketiga faktor secara sekaligus penulis menggunakan analisis regresi berganda.

Hipotesis yang peneliti ajukan dalam penelitian ini adalah :

1. Ada pengaruh antara harga terhadap pengambilan keputusan membeli pasta gigi.
2. Ada pengaruh antara kemasan terhadap pengambilan keputusan membeli pasta gigi.
3. Ada pengaruh antara rasa terhadap pengambilan keputusan membeli pasta gigi.
4. Ada pengaruh antara harga, kemasan, dan rasa terhadap pengambilan keputusan membeli pasta gigi.
5. Rasa merupakan faktor yang paling besar pengaruhnya dalam pengambilan keputusan membeli pasta gigi

Adapun populasi yang diambil dari jumlah kepala keluarga yang ada di Kelurahan Miroto. dan sample diambil secara random. Untuk teknik pengumpulan datanya adalah dengan wawancara langsung dan membagikan daftar pertanyaan .

Kesimpulan yang dapat diambil dalam penelitian ini adalah :

1. Ada pengaruh antara harga dengan pengambilan keputusan membeli pasta gigi.
2. Ada pengaruh antara kemasan dengan pengambilan keputusan membeli pasta gigi.
3. Ada pengaruh antara rasa dengan pengambilan keputusan membeli pasta gigi.
4. Ada pengaruh antara harga, kemasan, rasa dengan pengambilan keputusan membeli pasta gigi.
5. Rasa merupakan faktor yang paling besar pengaruhnya dalam pengambilan keputusan membeli pasta gigi.

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul	i
Halaman Persetujuan	ii
Halaman Pengesahan	iii
Kata Pengantar	iv
Abstraksi	v
Daftar Isi	vii
Daftar Tabel	ix
Daftar Gambar	x
Daftar Lampiran	xi
BAB I : PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Perumusan Masalah	4
1.3. Batasan Masalah	5
1.4. Tujuan penelitian	5
1.5. Kegunaan Penelitian	5
1.6. Sistematika Penulisan	6
BAB II : TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Tinjauan Pustaka	9
2.1.1. Konsep Pemasaran	9
2.1.2. Konsep Harga	11

2.1.3. Konsep Kemasan	12
2.1.4. Konsep Rasa	14
2.1.5. Teori Perilaku Konsumen	16
2.1.6. Model Perilaku Konsumen	18
2.1.7. Faktor Ekstern dalam Perilaku Konsumen	21
2.1.8. Faktor Intern dalam Perilaku Konsumen	22
2.1.9. Proses Pengambilan Keputusan Membeli Pasta gigi	24
2.1.10. Struktur Keputusan Membeli	25
2.2. Kerangka Pikir	27
2.3. Hipotesis	27
2.4. Definisi Operasional	29
BAB III : METODELOGI PENELITIAN	
3.1. Lokasi Penelitian	30
3.2. Teknik sampling	30
3.2.1. Populasi dan sampel	30
3.3. Data Yang Dipergunakan	32
3.4. Cara Pengumpulan Data	33
3.5. Teknik Analisis Data	34
3.5.1. Skala Likert	34
3.5.2. Analisis Regresi Sederhana	35
3.5.3. Analisis Regresi Berganda	36

3.5.4. Uji Hipotesis	38
BAB IV : HASIL dan PEMBAHASAN	
4.1. Gambaran Umum Kelurahan Miroto ...	41
4.1.1. Kondisi geografis	41
4.1.2. Keadaan Penduduk	42
4.1.3. Umur	43
4.1.4. mata Pencaharian	46
4.1.5. Agama	48
4.2. Gambaran Umum Responden	49
4.2.1. Identitas Responden Membeli Pasta gigi	51
4.2.2. Kebiasaan Membeli Pasta gigi	52
4.3. Hasil dan Pembahasan	54
4.3.1. Analisis Regresi Linear	54
4.3.2. Pengujian Hipotesis Regrasi Linear	55
4.3.3. Analisis Regresi Berganda	58
4.3.4. Pengujian Hipotesis Regresi Berganda	60
BAB V : Penutup	
5.1. Kesimpulan	63
5.2. Saran	65
DAFTAR PUSTAKA	66
LAMPIRAN	67

Daftar Tabel

Tabel	halaman
4.01. Pembagian Luas Wilayah kelurahan Miroto	42
4.02. Jumlah Penduduk Menurut Usia Pendidikan	43
4.03. Jumlah Penduduk Menurut Usia kerja	44
4.04. Jumlah Penduduk Menurut Usia	45
4.05. Jumlah Penduduk Menurut Pencaharian	46
4.06. Penduduk Menurut Tingkat Pendidikan	47
4.07. Penduduk Menurut agama	48
4.08. Umur dan Jenis Kelamin Responden	49
4.09. Pendidikan dan Pekerjaan Responden	50
4.10. Penghasilan dan Pengeluaran Responden	51
4.11. Kebiasaan membeli Merk Pasta gigi	52
4.12. Tempat Membeli Pasta gigi	53
4.13. Frekuensi Pembelian Pasta gigi	53

Daftar Gambar

Gambar	halaman
01. Test Signifikan Koefisien Regresi Linear Harga dan Keputusan Membeli Pasta gigi	57
02. Test Signifikan Koefisien Regresi Linear Kemasan dan Keputusan Membeli Pasta gigi	58
03. Test Signifikan koefisien regresi Linear Rasa dan Keputusan Membeli Pasta gigi	59
04. Test sgnifikan koefisien Regresi linear Harga, Kemasan, rasa dan keputusan Membeli Pasta gigi	62



Daftar Lampiran

Lampiran	Halaman
01. Daftar Total Score Jawaban Responden Perihal Harga, kemasan dan rasa	66
02. Hasil Perhitungan dengan Komputer dengan Harga sebagai variabel Independent	67
03. Hasil Perhitungan dengan Komputer dengan kemasan sebagai variabel Independen	67
04. Hasil Perhitungan dengan Komputer dengan Rasa sebagai variabel Independent	68
05. Hasil Perhitungan dengan Komputer dengan Harga, kemasan dan rasa sebagai variabel Independent	68
06. Daftar Pertanyaan	69
07. Tabel Uji t	77
08. Tabel Uji F	78