



**ANALISIS  
TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN ATAS  
PRODUK MINUMAN RINGAN FRESTEA BOTOL**

**SKRIPSI**

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



**Diusun Oleh :**

**Name : LENNY AGUSTIN  
NIM : 99.30.3999**

<b>PERPUSTAKAAN</b>	<b>NO. INV.</b> 1895 / 5 / EM / C-1
	<b>TH. ARS.</b>
	<b>PARAF.</b> <i>[Signature]</i> 15-1-04

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA  
SEMARANG  
2003**

## HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA PENYUSUN : LENNY AGUSTIN

NIM : 99.30.3999

FAKULTAS : EKONOMI

JURUSAN : MANAJEMEN

JUDUL SKRIPSI : ANALISIS TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN ATAS  
PRODUK MINUMAN RINGAN FRESTEA BOTOL



Disetujui di Semarang, 10 September 2003

Dosen Pembimbing

( M.G. Westri kekalih, SE.,MSi. )

## HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

### SKRIPSI DENGAN JUDUL : ANALISIS TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN ATAS PRODUK MINUMAN RINGAN FRESTEA BOTOL

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : LENNY AGUSTIN

NIM : 99.30.3999

Telah dipertahankan di depan Penguji pada tanggal : 27 September 2003  
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu persyaratan  
untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen

Pembimbing,

Koordinator Penguji,



( M.G. Westri Kekalih, SE., MSi. )

( Drs. R. Bowo Harcahyo, MBA )

Dekan Fakultas Ekonomi,



( Vincent Didiek Wiet Aryanto, Ph.D )

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : LENNY AGUSTIN  
NIM : 99.30.3999  
Fakultas : Ekonomi  
Jurusan : Manajemen  
Judul : ANALISIS TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN ATAS  
PRODUK MINUMAN RINGAN FRESTEA BOTOL

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil karya sendiri, apabila di kemudian hari ditemui adanya bukti plagiasi, manipulasi, dan atau pemalsuan data maupun bentuk-bentuk kecurangan yang lain saya bersedia untuk menerima sanksi dari Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.

Semarang, 1 Oktober 2003



( LENNY AGUSTIN )

## MOTTO

- Sukses adalah suatu perjalanan, bukan suatu tujuan (*Ben Sweetland*)
- Andilku dalam karya dunia mungkin terbatas, tetapi fakta bahwa itu merupakan karyaku membuatnya sangat berharga (*Hellen Keller*)



## ABSTRAK

Nama besar nampaknya belum jaminan menuai sukses, terbukti PT Coca Cola Indonesia (CCI) pernah gagal memasarkan Teh Hi-C, minuman siap saji bercita rasa teh yang dikemas dalam botol. Mensikapi hal tersebut, dengan menggandeng Nestle awal bulan Juni 2002, CCI kembali meluncurkan produk serupa dengan merek Frestea.

Salah satu cara untuk mengetahui pandangan konsumen terhadap minuman Frestea Botol adalah dengan melakukan analisis terhadap atribut produk minuman itu sendiri menurut persepsi mereka. Pengetahuan dan pandangan konsumen ini akan banyak berguna untuk menyusun strategi pemasaran. Sejalan dengan maraknya bisnis rumah makan di Semarang di mana di rumah makan tersebut juga menjual minuman Frestea Botol sebagai pendamping dari produk-produk yang dijual di rumah makan tersebut, maka hal ini menarik untuk diamati sebagai salah satu informasi bagi penyusunan strategi pemasaran tersebut, untuk ini dilakukan penelitian pada rumah makan Semarang.

Hasil riset AC Nielsen yang dikeluarkan pada bulan Januari 2003 menunjukkan bahwa berdasarkan hasil penelitian periode bulan Nopember dan Desember 2002 pada seluruh produk minuman ringan teh dan soda menginformasikan bahwa Frestea Botol sebagai produk minuman ringan menduduki peringkat ke 6 dari sisi market share di bawah Teh Botol Sosro, Fanta, Coca Cola, Sprite, dan Tekita, dan peringkat ke 5 dari sisi distribusi di bawah sprite, Fanta, Coca Cola, dan Teh Botol Sosro

Untuk tidak mengulang kembali kegagalan menjadi pasar atas produk Hi-C, peluncuran produk minuman ringan Frestea harus mampu memberikan kepuasan kepada konsumen, sehingga pihak perusahaan harus memperhatikan apa dan bagaimana keinginan konsumen, sehingga dari sudut pandang konsumen itu perusahaan dapat menyusun strategi pemasarannya dengan tepat.

Permasalahan dirumuskan mengenai "Bagaimanakah tingkat kepuasan konsumen atas produk minuman ringan Frestea Botol dilihat dari sisi produk, harga, dan promosi?". Sedangkan, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen atas produk minuman ringan Frestea Botol dilihat dari sisi produk, harga, dan promosi.

Penelitian ini dilakukan di Lokasi makan dan warung makan yang menyediakan minuman khusus produk CocaCola dengan hanya menyediakan minuman teh dalam botol Frestea. Lokasi makan yang dipilih adalah RM Mie Hot Plate yang terletak di Alfa Gudang Rabat, suatu pusat perbelanjaan grosir di kota Semarang, pemilihan lokasi tersebut didasarkan anggapan peneliti bahwa lokasi tersebut cukup representatif digunakan sebagai lokasi penelitian.

Populasi penelitian ini adalah konsumen yang pernah mengkonsumsi produk minuman ringan Frestea Botol. Sedangkan, jumlah populasi ini tidak diketahui secara pasti. Jumlah sampel dalam penelitian ini ditentukan secara "quota", mengingat jumlah populasi tidak diketahui. Adapun sampel penelitian ditetapkan sebanyak 100 orang responden.

Penentuan responden dengan metode purposive yaitu dengan kriteria mereka yang pernah mengonsumsi Frestea Botol lebih dari satu kali. Sedangkan teknik pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan *accidental sampling*, dimana konsumen yang ditemui pada lokasi makan selepas melakukan pembelian produk minuman ringan Frestea Botol adalah layak diberlakukan sebagai sampel penelitian.

Data yang diperlukan dalam penelitian ini meliputi data primer dan data sekunder. Pengumpulan data tersebut di atas dicari melalui metode kuesioner dan dokumentasi. Analisis data dilakukan dengan metode kualitatif dan kuantitatif. Analisis kualitatif dilakukan untuk menginterpretasikan tanggapan responden atas pertanyaan dari masing-masing variabel. Penilaian terhadap masing-masing indikator maupun variabel didasarkan pada distribusi frekuensi tanggapan serta jumlah/ total skor yang diperoleh yang diukur berdasarkan suatu kategori rata-rata skor.

Setiap instrumen indikator dari masing-masing variabel adalah valid (sahih) dan reliabel (dapat dipercaya) karena *Alpha* lebih besar dari 0,50 sehingga dapat digunakan dan dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data. Pembuatan instrumen indikator dari masing-masing variabel terbukti valid dan reliabel untuk digunakan sebagai alat pengumpul data, selanjutnya data yang diperoleh dapat dianalisis lebih lanjut.

Analisis data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah analisis Indeks Kepuasan Pelanggan (IKP) untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen. Analisis ini memerlukan pengujian secara matematis dan statistik berdasarkan pendapat responden dan kerangka pemikiran kemudian diambil kesimpulan.

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan kepuasan konsumen atas produk minuman ringan Frestea Botol, yang meliputi produk, harga, dan promosi adalah sebagai berikut :

- Indeks kepuasan pelanggan pada Variabel produk atas Produk Minuman Ringan Frestea Botol secara keseluruhan (rata-rata) adalah tidak puas (skor IKP= 0,81)
- Indeks kepuasan pelanggan pada Variabel Harga atas Produk Minuman Ringan Frestea Botol secara keseluruhan (rata-rata) adalah tidak puas (skor IKP= 0,71)
- Indeks kepuasan pelanggan pada Variabel Promosi atas Produk Minuman Ringan Frestea Botol secara keseluruhan (rata-rata) adalah tidak puas (skor IKP= 0,88).

Berdasarkan kesimpulan dari penelitian ini, maka dapat diajukan saran-saran bahwa :

1. Pihak manajemen perlu meluruskan bahwa yang diciptakan selama ini adalah aroma, tetapi bahan yang terkandung di dalam produk Frestea Botol tidak mengandung zat pewarna. Hal tersebut bisa disampaikan melalui iklan, selebaran, atau ditulis pada produk tutup botol Frestea Botol itu sendiri ;
2. Diperlukan kebijakan, misalnya minum gratis tiap pengumpulan tutup botol sebanyak tertentu dengan ditujukan untuk konsumen. Sehingga kesan mahal sedikit banyak bisa tertutupi ;
3. Diperlukan keragaman lain untuk promosi misalnya melalui cicip rasa di berbagai pusat konsentrasi massa (misalnya mall, supermarket, pasar), adanya hadiah langsung surprise setiap adanya tutup botol yang bertanda tertentu, atau promosi minum gratis, etc.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan bimbingan-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik. Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih banyak kekurangannya, oleh karena itu penulis mohon maaf apabila terdapat kekurangan dalam pembuatan skripsi ini.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menghadapi berbagai rintangan dan tantangan. Namun, berkat bimbingan, petunjuk, dukungan, dan doa dari berbagai pihak, maka semuanya dapat teratasi.

Melalui kesempatan ini dengan segala kerendahan hati dan tulus ikhlas, penulis mengucapkan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada :

1. Bapak Vincent Didiek WA, MBM, PhD, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Soegijapranata Semarang ;
2. Ibu Westri selaku pembimbing yang telah membimbing dan mengarahkan penulis selama pembuatan skripsi ini ;
3. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Soegijapranata Semarang yang telah membimbing penulis selama kuliah ;
4. Papa dan mamaku tercinta yang selalu mendoakan serta memberikan dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan studi ;
5. Adikku tersayang yang memberikan dukungan dan semangat bagi penulis ;

6. Teman-teman seperjuangan dalam penulisan skripsi ini, dan teman-teman lain yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu penyelesaian skripsi ini ;
7. Yang selalu memberikan semangat, dukungan, dan doa dalam rangka penyelesaian skripsi ini ;
8. Semua pihak yang secara langsung maupun tidak langsung turut mendukung penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari juga bahwa penulisan ini masih jauh dari kesempurnaan karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman penulis, sehingga masih terdapat kekurangan-kekurangan baik mengenai mutu penulisan maupun cara penulisannya. Oleh karena itu kritik maupun saran yang bersifat membangun sangatlah penulis harapkan.

Akhir kata, penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Semarang, Oktober 2003

Penulis



( Lenny Agustin )

## DAFTAR ISI

JUDUL .....	i
MOTTO.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
ABSTRAKSI.....	v
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	8
1.3. Pembatasan Masalah.....	8
1.4. Tujuan Penelitian.....	9
1.4.1. Tujuan Penelitian.....	9
1.4.2. Kegunaan Penelitian.....	9
BAB II. LANDASAN TEORI.....	10
2.1. Pengertian Pemasaran.....	10
2.2. Produk.....	11
2.3. Harga.....	14
2.4. Promosi.....	17
2.5. Perilaku Pembelian.....	21
2.6. Kepuasan Konsumen.....	23

2.7. Kerangka Pikir.....	28
2.8. Definisi Operasional.....	28
<b>BAB III. METODE PENELITIAN.....</b>	<b>31</b>
3.1. Lokasi Penelitian .....	31
3.2. Populasi dan Sampel.....	31
3.2.1. Populasi .....	31
3.2.2. Sampel.....	31
3.3. Jenis Data .....	32
3.4. Metode Pengumpulan Data .....	33
3.5. Skala Pengukuran.....	33
3.6. Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel .....	36
3.7. Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas .....	38
3.8. Metode Analisis Data .....	41
<b>BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>43</b>
4.1. Identitas Responden.....	43
4.1.1. Umur dan Pendidikan Responden.....	43
4.1.2. Pekerjaan Pokok dan Pendapatan Kotor Responden.....	44
4.2. Penyajian Data Tanggapan Responden .....	46
4.2.1. Tanggapan Responden atas Produk .....	46
4.2.2. Tanggapan Responden atas Harga.....	49
4.2.3. Tanggapan Responden atas Promosi .....	52
4.3. Indeks Kepuasan Konsumen atas Produk Minuman Ringan	
Frestea Botol.....	55
4.3.1. Indeks Kepuasan Pelanggan atas Variabel Produk.....	57
4.3.2. Indeks Kepuasan Pelanggan atas Variabel Harga .....	57
4.3.3. Indeks Kepuasan Pelanggan atas Variabel Promosi.....	58

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN.....	59
5.1. Kesimpulan.....	59
5.2. Saran-Saran.....	59

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1.	Validitas Instrumen Item Pertanyaan tentang Harapan Konsumen Terhadap Produk Minuman Ringan Frestea Botol.....	38
Tabel 3.2.	Validitas Instrumen Item Pertanyaan tentang Kenyataan Konsumen Terhadap Produk Minuman Ringan Frestea Botol.....	39
Tabel 3.3.	Reliabilitas Indikator Harapan dan Kenyataan Konsumen terhadap Produk Minuman Ringan Frestea Botol.....	40
Tabel 4.1.	Tabulasi Silang antara Umur dengan Pendidikan Responden .....	43
Tabel 4.2.	Tabulasi Silang antara Pekerjaan dengan Penghasilan Kotor Responden .....	45
Tabel 4.3.	Tanggapan Responden terhadap Kenyataan dan Harapan atas Variabel Produk Minuman Ringan Frestea Botol .....	46
Tabel 4.4.	Tanggapan Responden terhadap Kenyataan dan Harapan atas Variabel Harga Minuman Ringan Frestea Botol .....	50
Tabel 4.5.	Tanggapan Responden terhadap Kenyataan dan Harapan atas Variabel Promosi Minuman Ringan Frestea Botol .....	53
Tabel 4.6.	Indeks Kepuasan Pelanggan (IKP) atas Produk Minuman Ringan Frestea Botol .....	56

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Market Share dan Distribusi Hasil Retail Audit AC Nielsen Nopember – Desember 2002 .....	7
Gambar 2.1. Tahap-tahap dalam Proses Kegiatan Pembelian.....	23
Gambar 2.2. Kerangka Pikir .....	28

