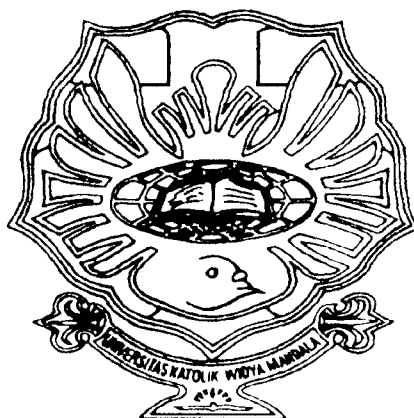


**ANALISIS PENGARUH KARAKTERISTIK KONSUMEN
TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN MEMILIH PRODUK
SUSU SAPI
(STUDI KASUS PERUSAHAAN SUSU SAPI NGLAMES MADIUN)**



Skripsi

**Diajukan Untuk Melengkapi Sebagian Tugas dan Memenuhi Syarat-syarat
Untuk Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Pada
Fakultas Ekonomi Universitas Widya Mandala Madiun**

Disusun Oleh:

RONY SUSANTO

NIM: 51498039

NIRM: 98.7.115.13021.12985

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS WIDYA MANDALA**

MADIUN

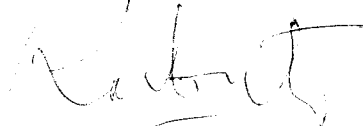
2002

Telah disetujui dan diterima baik oleh Pembimbing Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Widya Mandala Madiun, guna melengkapi sebagian tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen.

Madiun, Oktober 2002

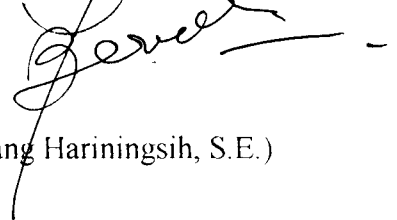
Disetujui dan diterima baik oleh:

Pembimbing I



(Drs. Tri Rubianto, M.M., M.Si.)

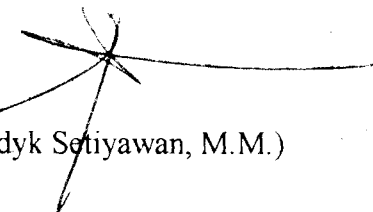
Pembimbing II



(Endang Hariningsih, S.E.)

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Katolik Widya Mandala
Madiun



(Drs. A. Doedyk Setiyawan, M.M.)

Ketua Jurusan Manajemen
Fakultas Ekonomi
Madiun



(Veronika Agustini, S.M., S.E.)

Skripsi berjudul

**ANALISIS PENGARUH KARAKTERISTIK KONSUMEN TERHADAP
PENGAMBILAN KEPUTUSAN MEMILIH PRODUK SUSU SAPI,
STUDI KASUS PERUSAHAAN SUSU SAPI NGLAMES
MADIUN**

Telah disetujui dan diterima baik oleh team penguji skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Widya Mandala Madiun, guna melengkapi sebagian tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen.

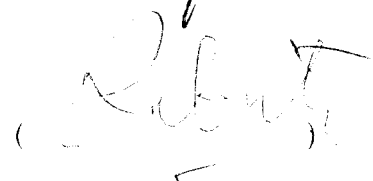
Madiun, November 2002

Team Penguji Skripsi

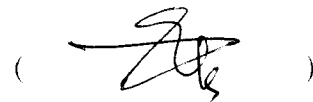
1. Drs. Doedyk Setiyawan, M.M.
Ketua



2. Drs. Tri Rubianto, MM. M.Si.
Anggota



3. Dra. Dyah Kurniawati
Anggota



MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto:

“Just do it and never surrender”

Skripsi ini kupersembahkan kepada:

- Mami tercinta
- Cece tersayang

ABSTRAKSI

Konsumen mempunyai peranan yang sangat penting bagi perusahaan. Dengan pengetahuan tentang perilaku konsumen yang baik akan memberikan masukan bagi perusahaan untuk kegiatan usahanya baik untuk kegiatan yang sedang dijalankan maupun yang akan direncanakan agar dapat mengidentifikasi peluang-peluang yang pada akhirnya dapat dimanfaatkan secara maksimal oleh perusahaan. Seperti halnya dengan produk susu sapi di mana dengan perkembangan perusahaan susu sapi di Madiun menyebabkan tingkat persaingan yang semakin ketat. Dengan tingkat persaingan yang semakin ketat maka perusahaan harus menyadari bahwa strategi-strategi pemasaran yang disusun belum mencukupi apabila tidak disertai dengan pengetahuan tentang perilaku konsumen.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus pada Perusahaan Susu Sapi Nglames Madiun yang sumber datanya berasal dari data primer (data yang berasal dari sumber aslinya dan data sekunder (data yang diperoleh dari objek penelitian setelah melalui proses pengolahan), sedang prosedur pengumpulan data dengan wawancara, kuesioner, serta metode analisis menggunakan metode analisis Chi Square untuk mengetahui apakah ada ketergantungan antara karakteristik konsumen dengan bauran pemasaran (marketing mix) dari Perusahaan Susu Sapi Nglames Madiun.

Berdasarkan pengujian hipotesis dengan bantuan program komputer (program mikrostatis) dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Sebagian besar konsumen produk susu sapi dari Perusahaan Susu Sapi Nglames Madiun yaitu responden dengan jenis kelamin wanita, dengan usia 25-49 tahun, pendidikan SLTA, pekerjaan wiraswasta dengan penghasilan Rp 300.000,- sampai Rp 699.999,- per bulan, dengan ukuran pembelian 330 cc, dan pilihan rasa putih biasa.
2. Faktor bauran pemasaran yang banyak berpengaruh terhadap keputusan memilih adalah rasa/aroma.

Dari hasil pengujian tersebut diharapkan agar perusahaan lebih memperhatikan faktor rasa/aroma dari produk yang dihasilkan. Di samping itu faktor-faktor lain seperti pemberian *discount* untuk pembelian dalam jumlah tertentu, harga yang relatif murah, dan promosi, karena faktor-faktor tersebut dari hasil pengujian terbukti juga berpengaruh.

Madiun, Oktober 2002
Penulis

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, akhirnya penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan baik.

Penyusunan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen di Fakultas Ekonomi Universitas Widya Mandala Madiun.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Hal ini disebabkan karena keterbatasan kemampuan yang penulis miliki. Untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari pembaca demi kesempurnaan dalam penulisan ini.

Penyelesaian skripsi ini tidak lepas dari bantuan serta petunjuk dari banyak pihak. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Drs. A. Doedyk Setiyawan, M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Widya Mandala Madiun.
2. Ibu Veronika Agustini, S.M., S.E., selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Widya Mandala Madiun.
3. Bapak Drs. Tri Rubianto, M.M., M.Si., selaku Dosen Pembimbing I dan Ibu Endang Hariningsih, S.E., selaku Dosen Pembimbing II, yang telah banyak memberikan petunjuk dan bimbingan dalam penyelesaian skripsi ini.

4. Dosen dan karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Widya Mandala Madiun, terutama Pak Wandu.
5. Bapak Ibrahim Singgih dan Bapak Dr. Nathan S. Singgih, selaku Pimpinan Perusahaan Susu Sapi Nglames Madiun, beserta karyawan yang telah memberikan kerja samanya dalam memberikan izin, keterangan, informasi, serta data kepada penulis selama penyusunan skripsi ini.
6. Untuk semua teman-teman senasib seperjuangan yang telah banyak memberikan bantuan: Simon, Hartanto, Yulianing, Lina, Enik, Valent, Anik, Mita, Ratna, Yuli. Senur, Cahyo, Totok, Mbak Elly, Mbak Arni, Mbak Rohma, Paman Heru, Bobby. Dudung, Iwan, atas semua bantuannya.
7. Mbak Warih dan crow yang telah banyak membantu terutama dalam penelitian skripsi ini.
8. Untuk semuanya yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, penulis ucapkan terima kasih.

Akhir kata, dengan penuh harapan dan doa semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan kita semuanya, Amin.

Madiun, 2002

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
ABSTRAKSI	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah	3
C. Batasan Masalah.....	3
D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	6
1. Tujuan Penelitian	6
2. Kegunaan Penelitian	6
E. Kerangka Pemikiran	7
F. Hipotesis	8
G. Metodologi Penelitian	8
1. Ruang Lingkup Penelitian	8
2. Jenis Data	9
3. Metode Analisa Data	9
H. Sistematika Penulisan Laporan Penelitian (Skripsi)	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	15
A. Pengertian Pemasaran dan Manajemen Pemasaran	15
B. Pengertian Perilaku Konsumen	16
C. Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	17

1. Faktor Budaya	17
2. Faktor Sosial.....	18
3. Faktor Pribadi	20
4. Faktor Psikologis	21
D. Bauran Pemasaran (Marketing Mix)	22
1. Produk (<i>Product</i>).....	23
2. Harga (<i>Price</i>).....	23
3. Tempat (<i>Place</i>).....	24
4. Promosi (<i>Promotion</i>)	24
BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	25
A. Sejarah Singkat Perusahaan	25
B. Lokasi Perusahaan	26
C. Pemilik Perusahaan	28
D. Struktur Organisasi Perusahaan	28
E. Aspek Produksi	31
F. Aspek Personalia Perusahaan	35
G. Aspek Pemasaran	37
1. Daerah Penjualan	37
2. Target Penjualan	37
3. Harga Jual	39
4. Cara Penjualan	39
5. Cara Pembayaran	39
6. Saluran Distribusi	39
7. Promosi Penjualan	39
BAB IV PEMBAHASAN	41
A. Analisis Data	41
1. Uji Validitas dan Reliabilitas	41
2. Analisis Deskriptif	41
B. Analisis Ketergantungan	50
1. Hipotesa	50
2. Tingkat Signifikansi	51
3. Pengujian Hipotesis	52
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	67
A. Kesimpulan.....	67
B. Saran.....	74

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel III.1 : Daftar Jumlah Karyawan Perusahaan Susu Sapi Nglames	
Madiun	35
Tabel III.2 : Tingkat Pendidikan Karyawan Perusahaan Susu Sapi Nglames	
Madiun	36
Tabel VI.1 : Deskriptif Faktor Karakteristik Konsumen	43
Tabel VI.2 : Deskriptif Faktor Pertimbangan Dalam Memilih Produk Untuk	
Bauran Pemasaran Produk (<i>Product</i>)	46
Tabel VI.3 : Deskriptif Faktor Pertimbangan Dalam Memilih Produk Untuk	
Bauran Pemasaran Harga (<i>Price</i>)	47
Tabel VI.4 : Deskriptif Faktor Pertimbangan Dalam Memilih Produk Untuk	
Bauran Pemasaran Tempat (<i>Place</i>)	48
Tabel VI.5 : Deskriptif Faktor Pertimbangan Dalam Memilih Produk Untuk	
Bauran Pemasaran Promosi (<i>Promotion</i>)	49
Tabel VI.6 : Ketergantungan Jenis Kelamin dan Faktor Pertimbangan Dalam	
Memutuskan Memilih Produk Susu Sapi	53
Tabel VI.7 : Ketergantungan Usia dan Faktor Pertimbangan Dalam	
Memutuskan Memilih Produk Susu Sapi	55
Tabel VI.8 : Ketergantungan Pendidikan dan Faktor Pertimbangan Dalam	
Memutuskan Memilih Produk Susu Sapi	57

Tabel VI.9 : Ketergantungan Pekerjaan dan Faktor Pertimbangan Dalam	
Memutuskan Memilih Produk Susu Sapi	59
Tabel VI.10: Ketergantungan Penghasilan dan Faktor Pertimbangan Dalam	
Memutuskan Memilih Produk Susu Sapi	59
Tabel VI.11: Ketergantungan Ukuran dan Faktor Pertimbangan Dalam	
Memutuskan Memilih Produk Susu Sapi	63
Tabel VI.12: Ketergantungan Pilihan Rasa dan Faktor Pertimbangan Dalam	
Memutuskan Memilih Produk Susu Sapi	65

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 : Kerangka pemikiran	7
Gambar 2.1 : Bauran Pemasaran	23
Gambar 3.1 : Struktur Organisasi Perusahaan Susu Sapi Nglames Madiun ..	29
Gambar 3.2 : Proses Produksi Perusahaan Susu Sapi Nglames Madiun	33
Gambar 3.3 : Saluran Distribusi	39