

**ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP PRODUK POND'S
WHITE BEAUTY LIGHTENING CREAM PADA MAHASISWA
UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA
DI YOGYAKARTA**

SKRIPSI



Disusun Oleh:

**Julita Brenda Jitmau
No. Mhs: 11064535**

**FAKULTAS BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA
YOGYAKARTA**

2011

**ANALISIS TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP PRODUK
POND'S WHITE BEAUTY LIGHTENING CREAM PADA MAHASISWA
UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA
DI YOGYAKARTA**

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Bisnis Program
Studi Manajemen Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

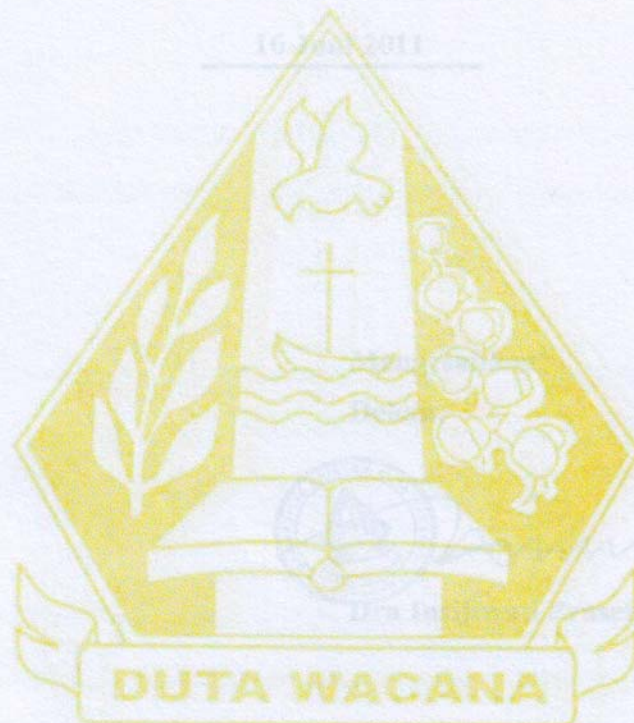
Oleh:

**Julita Brenda Jitmau
No. Mhs: 11064535**

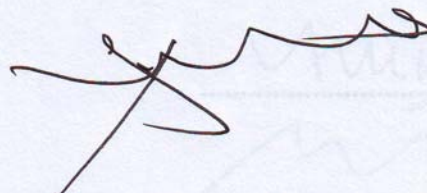
**FAKULTAS BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA
YOGYAKARTA**

2011

HALAMAN PERSETUJUAN
Fakultas Ekonomi
Jurusan Studi Manajemen Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta
Dan Diterima Untuk Memenuhi Sebagian
Syarat-syarat Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi
Pada Tanggal



**Disetujui,
Dosen Pembimbing Skripsi**



(Drs Andreas Ari Sukoco, MM, MMin)

Dipertahankan Di Depan Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi
Program Studi Manajemen Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta
Dan Diterima Untuk Memenuhi Sebagian
Syarat-syarat Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi
Pada Tanggal

16 Juni 2011

Mengesahkan

Dekan,



Dra Insijiwati Prasetyaningsih, M.M

Dewan Penguji:

1. Drs Andreas Ari Sukoco, M.M, M.Min

2. Dra. Purwani Retno A, M.M

3. Dra. Ety Istriani, M.M

HALAMAN MOTTO

*“Takut akan Tuhan adalah permulaan pengetahuan, tetapi orang bodoh
menghina hikmat dan didikan”
(Amsal 1:7)*

*"Segala sesuatu yang kamu lakukan dengan perkataan atau perbuatan,
lakukanlah semua itu dalam nama Tuhan Yesus"
(Kolose 3:17)*

*Percayalah kepada Tuhan dengan segenap hatimu dan janganlah
bersandar kepada pengertianmu sendiri
(Amsal 3 : 5)*

*Ingatlah bahwa kesanggupan kita adalah pekerjaan Tuhan
Tidak ada kesuksesan tanpa campur tangan Tuhan*

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini Ku persembahkan untuk:

- Tuhan Yesus Kristus
- Papa n' Mama
- Seluruh keluarga
- Teman-teman
- Almamaterku Duta Wacana

KATA PENGANTAR

Puji syukur dipenjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas anugrah-Nya, saya bisa menyelesaikan skripsi dengan judul Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Pond's White Beauty Lightening Cream Pada Mahasiswa Universitas Kristen Duta Wacana Di Yogyakarta dengan baik.

Skripsi yang disusun guna memenuhi syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Kristen Duta Wacana di Yogyakarta. penulisan ini tidak terlepas dari bimbingan, dukungan, serta saran-saran dari berbagi pihak. Saya yakin tanpa semua itu laporan penelitian ini tidak akan terselesaikan dengan baik. Maka dengan tidak mengurangi kerendahan hati, pada kesempatan ini saya menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus atas lindungan serta penyertaannya selama ini, sehingga saya tetap sehat dan dapat menyelesaikan laporan penelitian ini dengan baik. Thanks God, I Love U forever.
2. Bapak Drs Andreas Ari Sukoco MM, MMin, selaku dosen pembimbing yang selalu membimbing saya dalam penulisan skripsi ini. Terima kasih pa, Tuhan Memberkati bapak dan keluarga.
3. Segenap dosen pengajar dan administrasi Fakultas Bisnis di Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta yang telah memberikan pengetahuan serta bimbingan selama saya menempuh pendidikan di Universitas ini.
4. Mama dan papa yang selalu memberikan dukungan. T'rimakasi buat doa dan s'mua yang sudah papa dengan mama berikan ita sayang papa & mama.

5. Semua saudara-saudaraku yaitu k'nona sekeluarga, lion, nani, ila.. z sayang kam smua..
6. My lovely kk'qu tersayang, thanks ya say buat smuanya.., t'rimakasi karena sudah setia mendampingi n' membantu saya slalu.. Love u honey..^_^..,
7. Buat s'mua teman-teman manajemen 2006 dan 2007 yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu.., senang bisa kenal dan berjuang bersama kalian semua.

Skripsi ini tidak luput dari segala kekurangan dan keterbatasan, untuk itu segala bentuk saran, kritik, dan masukan yang membantu sangat diharapkan untuk perbaikan dan penyempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan dipergunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 11 Mei 2011

Penulis,

Julita Brenda Jitmau

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Batasan Masalah	4
1.4. Tujuan Penelitian	5
1.5. Manfaat Penelitian	5
1.6. Hipotesis	6
BAB II LANDASAN TEORI	7
2.1. Pengertian Pemasaran	7

2.2. Manajemen Pemasaran	9
2.3. Konsep Pemasaran.....	10
2.4. Bauran Promosi	112
2.5. Perilaku Konsumen.....	14
2.5.1. Teori-Teori Perilaku Konsumen	14
2.5.2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	18
2.6. Proses Pembelian Konsumen	24
2.7. Kepuasan Konsumen	26
2.8. Konsep Kepuasan Konsumen	27
2.9. Teori Kepuasan Konsumen.....	28
2.10. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen	30
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	34
3.1. Data	34
3.1.1 Sumber Data	34
3.2. Metode Pengumpulan Data.....	34
3.2.1. Kuesioner.....	34
3.2.2. Wawancara	35
3.3. Populasi dan Metode Pengambilan Sampel	35
3.3.1. Populasi	35
3.2.2. Sampel	35
3.4. Variabel Penelitian dan Pengukuran Variabel.....	36
3.4.1. Variabel Penelitian.....	36
3.5. Metode Analisis Data.....	38
3.5.1. Uji Validitas.....	38

3.5.2. Uji Reliabilitas	39
3.5.3. Analisis Prosentase	41
3.5.4. Indeks Kepuasan Konsumen	41
3.5.5. Analisis Chi-Square	42
BAB IV ANALISIS DATA.....	45
4.1. Uji Validitas dan Reliabilitas	45
4.1.1. Uji Validitas.....	45
4.1.1. Uji Reliabilitas	46
4.2. Analisis Prosentase	47
4.2.1. Analisis Prosentase Berdasarkan Jenis Kelamin	48
4.2.2. Analisis Prosentase Berdasarkan Usia.....	48
4.2.3. Analisis Prosentase Berdasarkan Pendapatan.....	49
4.3. Analisis Indeks Kepuasan Konsumen	49
4.3.1. Hasil Uji Indeks Kepuasan Konsumen.....	50
4.4. Analisis Chi-Square	56
4.4.1. Analisis Chi-Square Berdasarkan Jenis Kelamiin	57
4.4.2. Analisis Chi-Square Berdasarkan Usia.....	58
4.4.3. Analisis Chi-Square Berdasarkan Pendaparan	58
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	60
5.1. Kesimpulan.....	60
5.3. Saran.....	61
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Uji Validitas dan Reliabilitas	41
Tabel 4.2	Prosentase Berdasarkan Jenis Kelamin	42
Tabel 4.3	Prosentase Berdasarkan Usia	42
Tabel 4.4	Prosentase Berdasarkan Pendidikan.....	43

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Konsep-Konsep Inti Pemasaran	7
Gambar 2.2 Konsep Kepuasan Konsumen.....	24

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN I	: Surat Ijin Penelitian
LAMPIRAN II	: Kuesioner Penelitian
LAMPIRAN III	: Frequencies (Profil Responden)
LAMPIRAN IV	: Uji Validitas dan Reliabilitas
LAMPIRAN V	: Analisis Chi-Square dan IKK
LAMPIRAN VI	: Tabel r

ANALISIS TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP PRODUK PEMUTIH WAJAH POND'S WHITE BEAUTY LIGHTENING CREAM

INTISARI

Saat ini kebutuhan manusia terus meningkat dan semakin beragam, mulai dari kebutuhan utama sampai kebutuhan untuk mempercantik diri, begitu pula dengan makin maraknya perusahaan yang berlomba-lomba untuk dapat berperan menyediakan kebutuhan-kebutuhan tersebut dan memperoleh laba bagi perusahaan. Oleh karenanya penulis merasa perlu untuk membuat penelitian tentang tingkat kepuasan konsumen terhadap produk Pond's White Beauty Lightening Cream, sehingga dapat mengusulkan kepada perusahaan untuk dapat memproduksi atau menghasilkan barang sesuai dengan kebutuhan dan tingkat harapan konsumen yang akhirnya dapat berdampak pada tingkat penjualan perusahaan.

Penelitian ini dilakukan untuk menguji pengaruh kepuasan konsumen terhadap produk pemutih wajah Pond's White Beauty Lightening Cream dengan menggunakan analisa regresi berganda. Kepuasan konsumen melibatkan tiga variabel yaitu atribut yang berhubungan dengan produk, atribut yang berhubungan dengan layanan, atribut yang berhubungan dengan tingkat pembelian. Sampel yang diteliti sebanyak 100 responden dengan subjek penelitian mahasiswa UMY, sedangkan objek penelitian adalah tentang produk pemutih wajah Pond's White Beauty Lightening Cream. Pengambilan sampel menggunakan metoda *puspositive* sampling yang memenuhi kriteria pernah atau sedang menggunakan Pond's White Beauty Lightening Cream. Hasil analisa menunjukkan bahwa atribut yang berhubungan dengan produk, atribut yang berhubungan dengan layanan, atribut yang berhubungan dengan tingkat pembelian terhadap kesetiaan merek.

Kata Kunci : Atribut yang berhubungan dengan produk, Atribut yang berhubungan dengan layanan, Atribut yang berhubungan dengan tingkat pembelian, kesetiaan merek

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Saat ini kebutuhan manusia terus meningkat dan semakin beragam, mulai dari kebutuhan utama sampai kebutuhan untuk mempercantik diri. Sejak dulu alat-alat kecantikan mempunyai peranan penting bagi kaum wanita khususnya dan manusia pada umumnya. begitu pula dengan makin maraknya perusahaan yang berlomba-lomba untuk dapat berperan menyediakan kebutuhan-kebutuhan tersebut dan memperoleh laba bagi perusahaan. Oleh karenanya penulis merasa perlu untuk membuat penelitian tentang tingkat kepuasan konsumen terhadap produk Pond's White Beauty Lightening Cream, sehingga dapat mengusulkan kepada perusahaan untuk dapat memproduksi atau menghasilkan barang sesuai dengan kebutuhan dan tingkat harapan konsumen yang akhirnya dapat berdampak pada tingkat penjualan perusahaan.

Pond's White Beauty Lightening Cream yang diproduksi oleh PT. Unilever Indonesia adalah salah satu produk kecantikan pemutih wajah yang menutrisi kulit dari dalam, dan membuat kulit wajah tampak lebih putih merona dan bersinar dan Produk Pond's White Beauty Lightening Cream merupakan merk yang sudah lama dikenal oleh konsumen. Produk ini juga telah membuktikan dirinya sebagai salah satu produk yang mempunyai mutu yang baik, yang mampu bersaing dengan produk kecantikan lainnya.

Era globalisasi saat ini, yang memacu perkembangan teknologi dan komunikasi global, sangat besar manfaatnya bagi masyarakat. Dengan adanya kemajuan teknologi komunikasi, pengetahuan konsumen akan barang dan jasa yang dapat memuaskan konsumen akan mudah diketahui dan diperoleh. Salah satu masalah yang sangat mendasar dan sangat dirasakan oleh setiap perusahaan adalah bagaimana usaha manajemen untuk meningkatkan volume penjualan pada tiap periode. Permasalahan tersebut dapat diatasi dengan strategi pemasaran yang tepat.

Perusahaan juga harus menyadari bahwa titik tolak permasalahan terletak pada kebutuhan dan keinginan manusia, sehingga sasaran yang penting bagi perusahaan adalah memenuhi kepuasan konsumen. Bagian pemasaran juga harus merancang tingkat harga distribusi dan rencana promosi untuk melempar produk ke pasar. Selanjutnya pemasaran menerapkan rencana untuk memaksimalkan hasil dan bila hasilnya tidak mencapai apa yang diharapkan, maka dilaksanakanlah berbagai tindakan perbaikan. Maka dari itu pemasaran memegang peranan penting dalam membangkitkan era kegiatan ekonomi dan berusaha mencari jalan keluar untuk meningkatkan kepuasan pembeli. Kepuasan adalah perasaan senang seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. (Philip Kotler, 1997:36). Bila kinerja produk lebih rendah dari harapan seseorang maka seseorang akan merasa tidak puas. Bila kinerja sesuai atau melebihi harapan, maka seseorang akan merasa puas dan akan membeli ulang, dan mereka akan memberitahu orang lain mengenai pengalaman baik tentang produk itu. Oleh karena itu kunci keberhasilan perusahaan adalah memenuhi harapan pelanggan atau konsumen dengan prestasi perusahaan.

Perusahaan yang sudah memulai mengenal bahwa pemasaran merupakan kunci penting untuk mencapai sukses usahanya, akan mengetahui adanya cara dan falsafah yang baru terlibat didalamnya. Cara tersebut adalah konsep pemasaran (*marketing concept*). Sebagai falsafah bisnis konsep pemasaran bertujuan untuk memberikan kepuasan terhadap keinginan dan kebutuhan konsumen atau berorientasi pada konsumen.

Yogyakarta sebagai kota pelajar mempunyai populasi mahasiswa yang besar. Jumlah mahasiswa yang besar ini tentunya merupakan pasar potensial bagi berbagai jenis produk misalnya: peralatan tulis, buku-buku panduan kuliah, pakaian, serta termasuk disini adalah produk kecantikan. Karena produk kecantikan merupakan salah satu kebutuhan dalam hal menjaga penampilan mahasiswa.

Penelitian mengenai kepuasan konsumen akan sangat berguna bagi perusahaan dalam menentukan arah kebijakan strategi pemasarannya, dan juga digunakan sebagai pedoman meningkatkan pelayanannya kepada konsumen. Kepuasan konsumen terhadap produk perlu diketahui oleh pihak produsen, karena kepuasan konsumen akan mempengaruhi perilaku konsumen dalam menanggapi produk dalam hal baik atau kurang baik. Kepuasan konsumen juga berguna untuk mengidentifikasikan sikap positif dari pembeli dan member petunjuk kepada perusahaan dalam hal mengembangkan produknya.

Dengan pertimbangan diatas. Penulis tertarik untuk melakukan suatu penelitian mengenai kepuasan konsumen dalam menggunakan sebuah produk. Dengan judul “ANALISIS TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP PRODUK POND’S WHITE BEAUTY LIGHTENING CREAM PADA MAHASISWA UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA DI YOGYAKARTA.”

1.2 Rumusan Masalah

Dalam memperoleh kepuasan diri untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya, seseorang memiliki alasan tertentu. Dari uraian diatas, dapat disimpulkan yang menjadi pokok permasalahannya adalah :

1. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap produk Pond's White Beauty Lightening Cream?
2. Apakah ada perbedaan kepuasan konsumen produk Pond's White Beauty Lightening Cream dilihat berdasarkan profil konsumen ?

1.3 Batasan Masalah

Agar suatu masalah tidak terlalu luas dalam penelitian dan untuk memudahkan penganalisaan, penulis membatasi permasalahan yang akan diteliti sebagai berikut :

1. Objek penelitian

Yang menjadi objek penelitian adalah konsumen Produk Pond's White Beauty Lightening Cream pada mahasiswa Universitas Kristen Duta Wacana di Yogyakarta.

2. Produk yang diteliti

Produk yang akan diteliti adalah Produk Pond's White Beauty Lightening Cream yang diproduksi oleh PT. Unilever Indonesia.

3. Variable penelitian

Variabel yang diteliti dibatasi pada atribut produk yang meliputi kualitas, tempat, promosi dan harga dari produk Pond's White Beauty Lightening Cream.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah:

Untuk mengetahui bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap produk Pond's White Beauty Lightening Cream pada mahasiswa Universitas Kristen Duta Wacana di Yogyakarta.

1.5 Manfaat Penelitian

Dengan penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Bagi penulis

Penelitian ini dilakukan demi memenuhi syarat untuk memperoleh gelar sarjana ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Duta Wacana dan penelitian ini merupakan kesempatan yang baik untuk menambah pengetahuan dan pengalaman dalam menerapkan teori yang diperoleh dibangku kuliah, khususnya dibidang pemasaran.

2. Bagi pembaca atau pihak lain yang berkepentingan, diharapkan dapat memberikan informasi yang sekiranya diperlukan.

1.6 Hipotesis

Hipotesis adalah anggapan atau jawaban sementara atas masalah yang sekaligus berfungsi sebagai pedoman untuk mempermudah jalannya penelitian.

Adapun hipotesis yang digunakan oleh penulis adalah :

- a) Konsumen puas terhadap atribut-atribut Pond's White Beauty Lightening Cream
- b) Tidak ada perbedaan kepuasan konsumen terhadap Pond's White Beauty Lightening Cream berdasarkan profil atau karakteristik konsumen.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data dari 100 responden yang sedang menggunakan produk Pond's White Beauty Lightening Cream pada mahasiswa Universitas Kristen Duta Wacana di Yogyakarta, maka ada beberapa hal yang dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Tanggapan responden terhadap produk Pond's White Beauty Lightening Cream pada mahasiswa Universitas Kristen Duta Wacana di Yogyakarta adalah memuaskan. Hal ini dapat dilihat dari perhitungan dengan menggunakan Indeks Kepuasan konsumen (IKK), dimana hasilnya adalah 177,772. Dalam skala Indeks Kepuasan Konsumen, angka 177,772 tersebut terdapat diantara angka 161,6 dan 200. Artinya, responden mempunyai penilaian bahwa produk Pond's White Beauty Lightening Cream sudah sangat memuaskan. Hipotesis tidak terbukti
2. Analisis Chi Square digunakan untuk menguji ada atau tidaknya hubungan kepuasan konsumen terhadap karakteristik responden (jenis kelamin, usia, dan pendapatan). Berdasarkan analisis Chi Square yang digunakan penulis, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :
 - a. Berdasarkan jenis kelamin, tidak ada perbedaan kepuasan konsumen dalam menanggapi berbagai atribut produk Pond's White Beauty Lightening Cream.
 - b. Berdasarkan usia, ada perbedaan kepuasan konsumen dalam menanggapi berbagai atribut produk Pond's White Beauty Lightening Cream.

- c. Berdasarkan pendapatan, ada perbedaan kepuasan konsumen dalam menanggapi berbagai atribut produk Pond's White Beauty Lightening Cream.

Dari analisis jawaban diatas dapat disimpulkan bahwa hipotesis tidak semua terbukti.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan diatas dan hasil penelitian yang dilakukan, maka penulis mencoba memberikan saran. Yang mungkin dapat dipergunakan sebagai masukan bagi perusahaan Unilever dalam meningkatkan mutu dan kualitas produk Pond's White Beauty Lightening Cream.

Saran yang disumbangkan adalah melihat sikap konsumen secara keseluruhan terhadap atribut merk,kualitas, harga, kualitas produk sebanding dengan harga yang ditetapkan, kemudahan memperoleh, lokasi tempat penjualan, iklan di TV, serta diskon dan hadiah langsung yang diberikan. Maka perusahaan diharapkan mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk Pond's White Beauty Lightening Cream. Agar *image* kepercayaan konsumen terjaga dan kemungkinan bertambah.

DAFTAR PUSTAKA

- Basu Swastha DH dan Irawan 1997 *Manajemen Pemasaran Modern*. Edisi Kedua, Cetakan Kelima, Yogyakarta; Litbang
- Basu Swastaha DH dan T. Hani Handoko 1987 *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta ; Litbang
- Kotler, P & Armstrong, G.1997. *Dasar-dasar Pemasaran*, Jilid 1 Edisi Bahasa Indonesia, PT Prenhallindo, Jakarta.
- Kotler, P & Armstrong, G.1998. *Dasar-dasar Pemasaran*, Jilid 2 Edisi Bahasa Indonesia, PT Prenhallindo, Jakarta.
- Kotler, P.2002. *Manajemen pemasaran*. Alih Bahasa oleh Hendra Teguh, Edisi Milenium 1, PT Prenhallindo, Jakarta.
- Thomas C Kinnear dan James R. Taylor 1988 *Riset Pemasaran* Edisi Ketiga, Jilid I, Yogyakarta ; Erlangga
- Singarimbun, M & Effendi, S. 1989. *Metode Penelitian Survey*, Edisi Satu, Yogyakarta.
- Sutrisno, H. 1991. *Analisis Butir Untuk Instrumen*, Penerbit Andi Offset, Yogyakarta.
- Tjiaptono, F . 1997. *Strategi Pemasaran*. Penerbit Andi Offset, Yogyakarta.