



**ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP PRODUK SABUN
CREAM (STUDI KASUS PADA MASYARAKAT KECAMATAN WRINGIN
KABUPATEN BONDOWOSO)**

SKRIPSI

Oleh
Evi Yudianto
070810291130

UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS EKONOMI
2012



**ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP PRODUK SABUN
CREAM (STUDI KASUS PADA MASYARAKAT KECAMATAN WRINGIN
KABUPATEN BONDOWOSO)**

SKRIPSI

diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Studi Manajemen (S1) dan mencapai gelar Sarjana Ekonomi

**Oleh
Evi Yudianto
070810291130**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER
2012**

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Evi Yudianto

NIM : 070810291130

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya tulis ilmiah yang berjudul: “ Analisis Konfirmatory Faktor Psikologis Konsumen Terhadap Keputusan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Jember Dalam Membeli Pasta Gigi Pepsodent” adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali jika disebutkan sumbernya dan belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata dikemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 20 januari 2012

Yang menyatakan,



EVI YUDIANTO

JUDUL SKRIPSI
ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP PRODUK
SABUN CREAM (STUDI KASUS PADA MASYARAKAT KECAMATAN
WRINGIN KABUPATEN BONDOWOSO)

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Nama Mahasiswa : Evi Yudianto
NIM : 070810291130
Jurusan : Manajemen

telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal :

1 Februari 2012

dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan memperoleh gelar sarjana dalam Ilmu Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Susunan Tim Penguji

Ketua : Dr. Sumani, M.Si
NIP. 1969011200501 1 002

Sekretaris : Drs. Hadi Wahyono, MM
NIP. 19540109 198203 1 003

Anggota : Dr. Deasy Wulandari SE, M.Si
NIP. 19730908 200003 3 001



Mengetahui,
Fakultas Ekonomi
Universitas Jember
Dekan,

Prof. Dr. H. Mohammad Saleh, M.Sc.
NIP. 19560831 198403 1 002

TANDA PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Produk Sabun
Cream (Studi Kasus Pada Masyarakat Kecamatan Wringin Kabupaten Bondowoso)

Nama : Evi Yudianto
NIM : 070810291130
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Deasy Wulandari SE, M.Si

NIP. 19730908 200003 2 001

H.N Ari Subagiyo, SE,M,Si

NIP. 19731109 200003 1 002

Ketua Jurusan
Program Studi Manajemen

Prof. Dr. Hj. Isti Fadah, M.Si

NIP. 19661020 199002 2 001

PERSEMBAHAN

Skripsi ini dipersembahkan kepada :

1. *Kedua orang tuaku tercinta yaitu bapak dan ibu yang telah memberi dukungan, mendoakan, mendidik dan memberi kasih sayang serta pengorbanan selama ini.*
2. *Istriku Yang Membantu Dan menemamniku*
3. *Kakakku Winarsih dan keponakanku Debi dan Devi*
4. *Kedua adikku Ifan Yudistira Afandi dan Faizal Rivaldi*
5. *Temen-teman angkatan 2007*

MOTTO

Membantu orang lain itu berkah

Menolong orang lain itu barokah

Maka beramalah dan membantu orang lain

PENULIS

Evi Yudianto

Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Jember

ABSTRAKSI

Tujuan penelitian ini antara lain untuk mengetahui hubungan faktor kualitas, merek, harga, dan kemasan sabun *cream* dengan preferensi konsumen dan untuk mengetahui seberapa besar hubungan antara faktor kualitas, merek, harga, dan kemasan sabun *cream* dengan preferensi konsumen. Populasi penelitian dalam penelitian ini adalah masyarakat Kecamatan Wringin Kabupaten Bondowoso. Sampel terpilih sebanyak 100 responden. Metode analisis data dengan menggunakan *Chi Square* dan koefisien kontingensi. Hasil analisis data menunjukkan bahwa ada hubungan faktor kualitas, merek, harga, dan kemasan sabun *cream* dengan preferensi konsumen yang diukur dengan jenis sabun yang dipilih dan frekuensi pembelian dan hubungan antara faktor kualitas, merek, harga, dan kemasan terhadap preferensi konsumen tergolong kuat dan cukup kuat sehingga ada keterkaitan antara variabel dengan preferensi konsumen sabun *cream*.

Kata kunci : kualitas, merek, harga, dan kemasan sabun *cream* dengan preferensi konsumen.

Evi Yudianto
The Management Departement, the Faculty of Economic, Jember University

ABSTRACT

Purpose of this research are to know the relation of quality, brand, price and packaging factor on cream soap with consumer preferention and know how big is the relation between quality, brand, price, and packaging factor on cream soap with consumer preferention. Population of this research is exacly in Wringin area in Bondowoso regency. Chosen sample are 100 respondents.the anayltical methode are chi-squareand coefficient contigensi. Result of data analysis indicatethat there are the relation of quality, brand, price and packaging factor on cream soap with consumer preferention measured with soap type selected and purchasing frequency and relation between quality, brand, the price and packaging factor to consumer preferention pertained is stromg and strong enaugh so that there are intrrelationship between variables with preferention soap consumer cream.

Key word: quality, brand, price, and peckaging cream with consumer preferention.

PRAKATA

Dengan mengucapkan syukur atas kehadiran Allah SWT serta hidayahNya, yang telah dilimpahkan kepada penulis sehingga dapat terselesaikannya penulisan skripsi ini. Penyusunan skripsi ini dimaksudkan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program Studi S-1 (Manajemen) Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Penulis menyadari dalam penulisan ini masih banyak kekurangan yang disebabkan oleh keterbatasan kemampuan penulis. Tetapi berkat pertolongan Allah SWT serta dorongan dan bimbingan semua pihak, akhirnya penulisan skripsi ini dapat terselesaikan.

Selain itu, dalam penulisan skripsi ini banyak pihak yang telah membantu secara langsung atau tidak langsung. Sebagai ungkapan bahagia, maka pada kesempatan ini penulis mengungkapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Dr. Deasy Wulandari, SE, M.Si selaku dosen pembimbing I yang telah banyak memberikan bimbingan, pengarahan dan saran sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan.
2. H.N Ari Subagiyo, SE, M.Si selaku pembimbing II yang telah banyak memberikan bimbingan, pengarahan dan saran sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan.
3. Teman-temanku angkatan 2007.
4. Seluruh pihak yang membantu semangat dan dorongan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Dengan segala kemampuan dan pengetahuan serta pengalaman yang penulis miliki, maka disadari sepenuhnya skripsi ini masih terdapat kekurangan. Oleh karena itu, saran dan kritik sangat diharapkan.

Akhirnya, semoga skripsi ini memberikan manfaat dan guna bagi pembaca pada umumnya dan mahasiswa Fakultas Ekonomi pada khususnya.

Jember, 25 Januari 2012

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
HALAMAN MOTTO	vi
ABSTRAKSI	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.3.1 Tujuan Penelitian	4
1.3.2 Manfaat Penelitian	4
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Tinjauan Penelitian Sebelumnya.....	6
2.2 Landasan Teori	8
2.2.1 Preferensi Konsumen.....	8
2.2.2 langkah-langkah dalam pembentukan preferensi	9
2.2.3 Perilaku konsumen	9
2.2.4 Faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam pembelian	10
2.2.5 Keputusan pembelian	11
2.2.6 Kualitas produk	13
2.2.7 Merek produk	13
2.2.8 Mamfaat merek produk	14

2.2.9 Harga produk.....	14
2.2.10 Penetapan harga.....	15
2.2.11 Kemasan produk.....	15
2.3 Kerangka Konseptual	17
2.4 Hipotesis.....	18
BAB 3. METODE PENELITIAN	19
3.1 Rancangan Penelitian	19
3.2 Populasi dan Sampel.....	19
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	20
3.4 Metode Pengumpulan Data	21
3.5 Identifikasi variabel	21
3.6 Definisi Operasional Variabel dan Skala Pengukuran	22
3.6.1 Definisi Operasional Variabel	22
3.6.2 Skala Pengukuran	23
3.7 Uji Instrumen Penelitian	23
3.7.1 Uji Validitas	24
3.7.2 Uji Reliabilitas	24
3.8 Teknis Analisis Data	24
3.9 Kerangka Pemecahan Masalah	28
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN	36
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	36
4.1.1 Kondisi Geografis Kecamatan Wringin	30
4.1.2 Kependudukan	31
4.1.3 Potensi Ekonomi dan Sosial Budaya	32
4.1.4 Sejarah Singkat PT. Wing Surya	33
4.1.5 Visi dan Misi	34
4.1.6 Produk PT. Wing Surya.....	35
4.2 Deskripsi Responden	36
4.2.1 Karakteristik Responden Penelitian	36
4.2.2 Distribusi Responden Terhadap Variabel Penelitian.....	40
4.3 Uji Instrumen Data.....	42
4.3.1 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	42
4.4 Hasil Analisis Data	43
4.4.1 <i>Chi-Square</i>	43

4.5.2 Nilai Koefesien Kontingensi	57
4.5 Pembahasan	69
4.5.1 Hubungan Antara Variabel Kualitas, Merek, Harga dan Kemasan Terhadap Preferensi Konsumen diukur Jenis Sabun <i>cream</i> Yang Dipilih Konsumen	69
4.5.2 Hubungan Antara Variabel Kualitas, Merek, Harga Dan Kemasan Terhadap Preferensi Konsumen diukur Frekuensi Pembelian Sabun <i>Cream</i>	61
BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN.....	64
5.1 Kesimpulan	64
5.2 Saran	64
DAFTAR PUSTAKA	64
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
2.1 Perbandingan Penelitian Sebelumnya Dengan Penelitian Sekarang	8
2.1 Tingkatan Posisi Suatu Produk	15
4.1 Komposisi Jumlah Penduduk Menurut Jenis Kelamin Tahun 2011	
4.2 Rincian Penduduk Kecamatan Wringin.....	31
4.3 Komposisi Jumlah Penduduk Menurut Jenis Kelamin	32
4.4 Komposisi Penduduk Di Lima Desa Menurut Tingkat Pendidikan Tahun 2011	33
4.5 Komposisi Penduduk Menurut Pekerjaan Tahun 2011.....	33
4.6 Distribusi Usia Responden Konsumen Sabun <i>Cream</i> di Kecamatan Wringin	37
4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Konsumen di Kecamatan Wringin	37
4.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan	38
4.9 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Sabun Yang Dipakai.....	39
4.10 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan	39
4.11 Deskripsi Penilaian Responden terhadap Variabel Penelitian	40
4.12 Hasil Uji Validitas Data	42
4.13 Reliabilitas Instrumen Penelitian	43
4.14 Tabulasi Data <i>Chi-Square</i> antara Jenis Sabun <i>Cream</i> dan Kualitas Produk	44
4.15 Tabulasi Data <i>Chi-Square</i> antara Jenis Sabun <i>Cream</i> dan Kualitas Produk	45
4.16 Tabulasi Data <i>Chi-Square</i> antara Jenis Sabun <i>Cream</i> dan Merek Produk	46
4.17 Tabulasi Data <i>Chi-Square</i> antara Jenis Sabun <i>Cream</i> dan Merek Produk	47
4.18 Tabulasi Data <i>Chi-Square</i> antara Jenis Sabun <i>Cream</i> dan Harga Produk	48
4.19 Tabulasi Data <i>Chi-Square</i> antara Jenis Sabun <i>Cream</i> dan Harga Produk	48
4.20 Tabulasi Data <i>Chi-Square</i> antara Jenis Sabun <i>Cream</i> dan Kemasan Produk	49
4.21 Tabulasi Data <i>Chi-Square</i> antara Jenis Sabun <i>Cream</i> dan Kemasan Produk	50
4.22 Tabulasi Data <i>Chi-Square</i> antara Frekuensi pembelian <i>Cream</i> dan Kualitas Produk	51

4.23 Tabulasi Data <i>Chi-Square</i> antara Frekuensi pembelian <i>Cream</i> dan Kualitas Produk.....	51
4.24 Tabulasi Data <i>Chi-Square</i> antara Frekuensi pembelian <i>Cream</i> dan Merek Produk.....	52
4.25 Tabulasi Data <i>Chi-Square</i> antara Frekuensi pembelian <i>Cream</i> dan Merek Produk.....	53
4.26 Tabulasi Data <i>Chi-Square</i> antara Frekuensi pembelian sabun <i>Cream</i> dan Harga Produk	54
4.27 Tabulasi Data <i>Chi-Square</i> antara Frekuensi pembelian sabun <i>Cream</i> dan Harga Produk	56
4.28 Tabulasi Data <i>Chi-Square</i> antara Frekuensi Pembelian sabun <i>Cream</i> dan Kemasan Produk	56
4.29 Tabulasi Data <i>Chi-Square</i> antara Frekuensi Pembelian Sabun <i>Cream</i> dan Kemasan Produk	56
4.30 Hasil Koefisien Kontingensi Hubungan Faktor Kualitas, Merek, Harga dan Kemasan terhadap Jenis Sabun <i>Cream</i>	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1 Pengambilan Keputusan Pembelian	12
2.2 Kerangka Konseptual Preferensi Konsumen terhadap Produk Sabun <i>Cream</i>	17
3.1 Grafik distribusi <i>Chi-Square</i>	25
3.1 Kerangka Pemecahan Masalah	28

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner	67
Lampiran 2 Tabulasi Data Responden	72
Lampiran 3 Hasil Karakteristik Responden	76
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Data	78
Lampiran 5 Hasil Uji Validitas Data.....	81
Lampiran 6 Hasil Uji Reabilitas Data	85
Lampiran 7 Hasil Uji <i>Chi Square</i>	87