

## DAFTAR ISI

**HALAMAN JUDUL**

**LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING**

<b>ABSTRAK</b> .....	i
<b>ABSTRACT</b> .....	ii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiv
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xvii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xix
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Kegunaan Penelitian.....	9
1.5 Lokasi dan Waktu Pelaksanaan.....	10
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS</b> .....	11
2.1 Tinjauan Pustaka.....	11
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	11
2.1.2 Bauran Pemasaran.....	12

2.1.3 Produk.....	14
2.1.3.1 Tingkat Produk.....	14
2.1.3.2 Klasifikasi Produk.....	15
2.1.3.3 Strategi Produk.....	16
2.1.4 Harga.....	19
2.1.4.1 Peran Harga.....	20
2.1.4.2 Tujuan Penetapan Harga.....	21
2.1.4.3 Strategi Harga.....	21
2.1.4.4 Indikator Harga.....	23
2.1.5 Perilaku Konsumen.....	24
2.1.6 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian.....	24
2.1.7 Perilaku Pascapembelian.....	25
2.1.8 Kepuasan Konsumen.....	26
2.1.9 Hubungan Strategi Produk dengan Kepuasan Konsumen	29
2.1.10 Hubungan Strategi Harga dengan Kepuasan Konsumen	30
2.1.11 Hubungan Strategi Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen.....	31
2.2 Penelitian Terdahulu.....	32
2.3 Kerangka Pemikiran.....	34
2.4 Paradigma Penelitian.....	37
2.5 Hipotesis Penelitian.....	38

<b>BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN.....</b>	<b>39</b>
3.1 Objek Penelitian.....	39
3.1.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	39
3.1.1.1 Sejarah Singkat PT. Ultrajaya Milk Industry & Trading Company Tbk.....	39
3.1.1.2 Visi & Misi Perusahaan.....	41
3.1.1.3 Produk-Produk yang Dihasilkan.....	42
3.1.1.4 Struktur Organisasi.....	43
3.2 Metode Penelitian.....	44
3.2.1 Metode yang Digunakan.....	44
3.2.2 Definisi Variabel dan Operasionalisasi Variabel Penelitian.....	45
3.2.2.1 Definisi Variabel.....	45
3.2.2.2 Operasionalisasi Penelitian.....	46
3.2.3 Populasi dan Teknik Penentuan Sampel.....	48
3.2.3.1 Populasi.....	48
3.2.3.2 Sampel.....	48
3.2.3.3 Teknik Penarikan Sampel.....	50
3.2.4 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	51
3.2.4.1 Sumber Data.....	51
3.2.4.2 Teknik Pengumpulan Data.....	51
3.2.5 Rancangan Pengujian Hipotesis.....	52
3.2.5.1 Instrumen Penelitian.....	52

3.2.5.2 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	53
3.2.5.3 <i>Method Successive Interval</i> (MSI).....	56
3.2.5.4 Analisis Jalur Path ( <i>Path Analysis</i> ).....	57
3.2.5.5 Uji Normalitas Data.....	60
3.2.5.6 Hipotesis Penelitian.....	61
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>63</b>
4.1 Hasil Penelitian.....	63
4.1.1 Hasil Uji Validitas.....	63
4.1.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	65
4.2 Karakteristik Responden.....	66
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Tempat Tinggal..	66
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Konsumsi Susu Cair Perminggu.....	68
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasrkan Tingkat Pengeluaran Rata-Rata.....	69
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Sumber Informasi Mengenai Produk Susu Cair Ultra Milk.....	71
4.3 Pembahasan Strategi Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Susu Cair Ultra Milk.....	73
4.3.1 Pembahasan Strategi Produk Susu Cair Ultra Milk.....	73
4.3.1.1 Tanggapan Responden Terhadap Bentuk Kemasan Produk Susu Cair Ultra Milk.....	73

4.3.1.2	Tanggapan Responden Terhadap Label pada Kemasan Produk Susu Cair Ultra Milk.....	74
4.3.1.3	Tanggapan Responden Terhadap Warna Kemasan Pada Produk Susu Cair Ultra Milk.....	75
4.3.1.4	Tanggapan Responden Terhadap Gambar pada Kemasan Produk Susu Cair Ultra Milk.....	76
4.3.1.5	Akumulasi Tanggapan Responden Terhadap Strategi Produk Susu Cair Ultra Milk.....	77
4.3.2	Pembahasan Strategi Harga Poduk Susu Cair Ultra Milk	80
4.3.2.1	Tanggapan Responden Terhadap Keterjangkauan Harga Produk Susu Cair Ultra Milk.....	80
4.3.2.2	Tanggapan Responden Terhadap Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk Susu Cair Ultra Milk.....	81
4.3.2.3	Tanggapan Responden Terhadap Daya Saing Harga Produk Susu Cair Ultra Milk.....	83
4.3.2.4	Tanggapan Responden Terhadap Harga Sesuai Dengan Manfaat yang diberikan Produk Susu Cair Ultra Milk.....	84
4.3.2.5	Akumulasi Tanggapan Responden Terhadap Strategi Harga Susu Cair Ultra Milk.....	85
4.3.3	Pembahasan Kepuasan Konsumen Produk Susu Cair Ultra Milk.....	88

4.3.3.1	Tanggapan Responden Terhadap Pembelian Ulang Produk Susu Cair Ultra Milk.....	88
4.3.3.2	Tanggapan Responden Terhadap Merekomendasikan Produk Susu Cair Ultra Milk Kepada Orang Lain	89
4.3.3.3	Tanggapan Responden Terhadap Kurang Memperhatikan Produk Kompetitor.....	91
4.3.3.4	Tanggapan Responden Terhadap Membeli Produk Lain yang Dihasilkan PT. Ultrajaya Milk Industry & Trading Company.....	92
4.3.3.5	Akumulasi Tanggapan Responden Terhadap Kepuasan Produk Susu Cair Ultra Milk.....	93
4.4	Analisis Data dan Pengujian Hipotesis.....	96
4.4.1	Analisis Koefisien Korelasi.....	96
4.4.2	Pengaruh Strategi Produk (X1) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y).....	98
4.4.3	Pengaruh Strategi Harga (X1) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y).....	99
4.4.4	Pengaruh Strategi Produk (X1) dan Strategi Harga (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y).....	101
4.4.5	Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung Strategi Produk (X1) dan Strategi Harga (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen.....	102
4.5	Uji Normalitas.....	106

<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>108</b>
5.1 Kesimpulan.....	108
5.2 Saran.....	109
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>112</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b>	



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Rincian Penjualan Bersih PT. Ultrajaya Milk Industry & Trading Company.....	3
Tabel 1.2 Harga Eceran dan Perkarton Susu Cair per 31 Agustus 2014.....	4
Tabel 1.3 Hasil Pra Survey dari Segi Harga.....	6
Tabel 1.4 Hasil Pra Survey dari Segi Kepuasan Konsumen.....	6
Tabel 1.3 Hasil Pra Survey dari Segi Ketidakpuasan Konsumen.....	7
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	32
Tabel 3.1 Jenis-Jenis Produk yang Dihasilkan.....	42
Tabel 3.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian.....	46
Tabel 3.3 Skala Nilai Alternatif Jawaban.....	53
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Strategi Produk.....	64
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Strategi Harga.....	64
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Kepuasan Konsumen.....	65
Tabel 4.4 Hasil Uji Reilabilitas.....	66
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Tempat Tinggal.....	66
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Konsumsi Susu Cair Perminggu.....	68
Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pengeluaran Rata- Rata.....	69
Tabel 4.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Sumber Informasi Mengenai Produk Susu Cair Ultra Milk.....	71



Tabel 4.9 Tanggapan Konsumen Terhadap Bentuk Kemasan Produk Susu Cair Ultra Milk.....	73
Tabel 4.10 Tanggapan Konsumen Terhadap Label pada Kemasan Produk Susu Cair Ultra Milk.....	74
Tabel 4.11 Tanggapan Konsumen Terhadap Warna Kemasan Produk Susu Cair Ultra Milk.....	75
Tabel 4.12 Tanggapan Konsumen Terhadap Gambar Kemasan pada Produk Susu Cair Ultra Milk.....	76
Tabel 4.13 Akumulasi Tanggapan Responden Terhadap Strategi Produk Susu Cair Ultra Milk.....	77
Tabel 4.14 Kategori Garis Kontinum mengenai Strategi Produk Susu Cair Ultra Milk.....	80
Tabel 4.15 Tanggapan Responden Terhadap Keterjangkauan Harga Produk Susu Cair Ultra Milk.....	80
Tabel 4.16 Tanggapan Responden Terhadap Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk Susu Cair Ultra Milk.....	81
Tabel 4.17 Tanggapan Responden Terhadap Daya Saing Harga yang Tinggi Terhadap Kompetitor pada Produk Susu Cair Ultra Milk.....	83
Tabel 4.18 Tanggapan Responden Terhadap Harga Sesuai Dengan Manfaat Yang Diberikan pada Produk Susu Cair Ultra Milk.....	84
Tabel 4.19 Akumulasi Tanggapan Responden Terhadap Strategi Harga Produk Susu Cair Ultra Milk.....	85

Tabel 4.20 Kategori Garis Kontinum mengenai Strategi Harga Produk Susu Cair Ultra Milk.....	88
Tabel 4.21 Tanggapan Responden Terhadap Pembelian Ulang Produk Susu Cair Ultra Milk.....	88
Tabel 4.22 Tanggapan Respoden Terhadap Merekomendasikan Produk Susu Cair Ultra Milk Kepada Orang Lain.....	90
Tabel 4.23 Tanggapan Responden Terhadap Kurang Memperhatikan Produk Kompetitor.....	91
Tabel 4.24 Tanggapan Responden Terhadap Membeli Produk Lain yang Dihasilkan PT. Ultrajaya Milk Industry & Trading Company.....	92
Tabel 4.25 Akumulasi Tanggapan Responden Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Susu Cair Ultra Milk.....	93
Tabel 4.26 Kategori Garis Kontinum Mengenai Kepuasan Konsumen Produk Susu Cair Ultra Milk.....	96
Tabel 4.27 Matriks Korelasi Antar Variabel.....	96
Tabel 4.28 Pedoman Interpretasi Tingkat Pengaruh.....	97
Tabel 4.29 Pengujian Parsial 1.....	98
Tabel 4.30 Pengujian Parsial 2.....	100
Tabel 4.31 Pengujian Secara Simultan X1 dan X2 Terhadap Y.....	101
Tabel 4.32 <i>Mpdel Summary</i> .....	102
Tabel 4.33 Koefisien.....	105
Tabel 4.34 <i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</i> .....	106

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Tiga Tingkat Produk.....	14
Gambar 2.2 Model Umum Penyelesaian Masalah Konsumen.....	24
Gambar 2.3 Konsep Kepuasan Pelanggan.....	26
Gambar 2.4 Kerangka Pemikiran Strategi Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen.....	33
Gambar 2.5 Paradigma Penelitian Strategi Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen.....	34
Gambar 3.1 Struktur Organisasi PT. Ultrajaya Milk Industry & Trading Company.....	40
Gambar 3.2 Model Analisis Jalur.....	57
Gambar 3.3 Kurva Hipotesis.....	59
Gambar 4.1 Diagram Tempat Tinggal.....	67
Gambar 4.2 Diagram Tingkat Konsumsi Susu Cair Perminggu.....	68
Gambar 4.3 Diagram Tingkat Pengeluaran Rata-Rata Perbulan.....	70
Gambar 4.4 Diagram Sumber Informasi Mengenai Produk Susu Cair Ultra Milk.....	72
Gambar 4.5 Garis Kontinum Mengenai Startegi Produk Ultra Milk.....	79
Gambar 4.6 Garis Kontinum Mengenai Strategi Harga Produk Susu Cair Ultra Milk.....	87
Gambar 4.7 Garis Kontinum Mengenai Kepuasan Konsumen Produk Susu Susu Cair Ultra Milk.....	95

Gambar 4.8 Kurva Hipotesis..... 99

Gambar 4.9 Kurva Hipotesis..... 100

Gambar 4.10 Diagram Jalur Strategi Produk dan Harga Terhadap Kepuasan  
Konsumen..... 105



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 SK Bimbingan Skripsi

Lampiran 2 Pra Survey, Kuesioner dan Hasil Kuesioner

Lampiran 3 Hasil Pengolahan Data (*Output SPSS 20*)

Lampiran 4 Fotocopy Kartu Bimbingan Skripsi

Lampiran 5 Riwayat Hidup

