

**ANALISIS PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP KUALITAS  
PRODUK MUSTIKA PUTRI PADA PT. MUSTIKA RATU Tbk**

**SKRIPSI**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**NAMA : TETI KUSUMAWATI  
NIM : 03101 – 248**



**UNIVERSITAS  
MERCU BUANA**

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA  
2006**

**ANALISIS PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP KUALITAS  
PRODUK MUSTIKA PUTRI PADA PT. MUSTIKA RATU Tbk**

**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat  
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi  
Program Studi Manajemen**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**NAMA : TETI KUSUMAWATI**

**NIM : 03101 – 248**



**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA  
2006**

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Teti Kusumawati  
NIM : 03101248  
NIRM : 03101248  
Program Studi : Manajemen S1  
Judul Skripsi : Analisis Persepsi Konsumen Terhadap Kualitas Produk  
Mustika Putri Pada PT. Mustika Ratu, Tbk.

Tanggal Ujian Skripsi : 11 Oktober 2006

Disahkan Oleh :  
Pembimbing

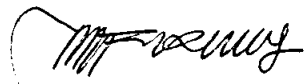
UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

  
Tafiprios, SE, MM  
Tanggal : 6/11-06

Dekan,

Ketua Jurusan Manajemen S1

  
Drs. Hadi Mulya, MSi  
Tanggal :

  
Tafiprios, SE, MM  
Tanggal : 6/11-06

## KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan Hidayah-Nya kepada penulis, hingga selesainya skripsi dengan judul **“ANALISIS PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP KUALITAS PRODUK MUSTIKA PUTRI PADA PT. MUSTIKA RATU Tbk”**. Guna mendapatkan gelar kesarjanaan pada Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis telah banyak menerima dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, melalui kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu yaitu terutama kepada yang terhormat :

1. Bapak H. Probosutedjo, selaku Ketua Yayasan Menara Bhakti Universitas Mercu Buana.
2. Bapak Dr. Ir. Suharyadi Msi, selaku Rektor Universitas Mercu Buana, Jakarta.
3. Bapak Hadri Mulya SE, Msi., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana, Jakarta.
4. Bapak Tafiprios SE, Msi., selaku Ketua Jurusan Manajemen S1 Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana, Jakarta.
5. Bapak Tafiprios SE, Msi., selaku Dosen Pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan kepada penulis.
6. Seluruh dosen pengajar dan staf Tata Usaha UMB, yang tidak dapat disebutkan satu persatu namanya.

7. Ayah dan ibu tercinta yang membantu penulisan baik secara moril maupun materil, terima kasihku tak terlukiskan untuk kalian.
8. Kakak dan adik-adikku terima kasih atas doanya dan membantuku selama menyusun skripsi ini.
9. Teman-teman ku yang selaku memberikan dukungan dan kenangan indah selama bersamaku.
10. Terima kasih kepada teman-temanku umi, ika, ella, merry, aropah, adi, jamal yang memberikan dukungan kepadaku.

Penulisan Menyadari sepenuhnya dan kekurangannya. Oleh sebab itu penulis mengharapkan saran dan kritikan yang membangun demi sempurnanya dalam penulisan skripsi ini. Akhir kata penulis mengharapkan semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan pihak-pihak lain yang membutuhkan.



Jakarta, Agustus 2006

penulis

## DAFTAR ISI

|                                                  | Halaman     |
|--------------------------------------------------|-------------|
| <b>LEMBAR JUDUL .....</b>                        | <b>i</b>    |
| <b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....</b>           | <b>ii</b>   |
| <b>KATA PENGANTAR .....</b>                      | <b>iii</b>  |
| <b>DAFTAR ISI .....</b>                          | <b>v</b>    |
| <b>DAFTAR TABEL .....</b>                        | <b>viii</b> |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>                     | <b>ix</b>   |
| <br><b>BAB I : PENDAHULUAN</b>                   |             |
| <b>A. Latar Belakang Penelitian .....</b>        | <b>1</b>    |
| <b>B. Perumusan Masalah .....</b>                | <b>3</b>    |
| <b>C. Tujuan Dan Kegunaan Penelitian .....</b>   | <b>4</b>    |
| <br><b>BAB II : LANDASAN TEORI</b>               |             |
| <b>A. Pengertian Pemasaran .....</b>             | <b>5</b>    |
| <b>B. Pengertian Konsep Inti Pemasaran .....</b> | <b>6</b>    |
| <b>C. Pengertian Buaran Pemasaran .....</b>      | <b>7</b>    |
| <b>D. Pengertian Produk .....</b>                | <b>12</b>   |
| <b>1. Artibut Produk .....</b>                   | <b>12</b>   |
| <b>2.Hirarki Produk .....</b>                    | <b>15</b>   |
| <b>3. Klasifikasi Produk .....</b>               | <b>16</b>   |
| <b>E. Pengertian Kualitas Produk .....</b>       | <b>18</b>   |

|                                                           |           |
|-----------------------------------------------------------|-----------|
| <b>F. Pengertian Persepsi Konsumen .....</b>              | <b>21</b> |
| <b>G. Tanggapan Konsumen Terhadap Produk / Jasa .....</b> | <b>24</b> |

### **BAB III : METODOLOGI PENELITIAN**

|                                                   |           |
|---------------------------------------------------|-----------|
| <b>A. Gambaran Umum Perusahaan .....</b>          | <b>25</b> |
| <b>1. Lokasi Penelitian .....</b>                 | <b>25</b> |
| <b>2. Sejarah Singkat Perusahaan .....</b>        | <b>25</b> |
| <b>B. Metode Penelitian .....</b>                 | <b>35</b> |
| <b>C. Populasi dan Sampel .....</b>               | <b>35</b> |
| <b>D. Variabel Pengukuran dan Indikator .....</b> | <b>36</b> |
| <b>E. Definisi Operasional Variabel .....</b>     | <b>37</b> |
| <b>F. Metode Pengumpulan Data .....</b>           | <b>38</b> |
| <b>G. Metode Analisis Data .....</b>              | <b>39</b> |

### **BAB IV : ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

|                                                                                                                                                         |           |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>A. Analisis Karakteristik Responden .....</b>                                                                                                        | <b>40</b> |
| <b>B. Analisis Deskriptif Tentang Analisis Persepsi<br/>    Konsumen Terhadap Kualitas Produk Mustika Putri Pada<br/>    PT. Mustika Ratu Tbk .....</b> | <b>41</b> |
| <b>C. Analisis Regresi .....</b>                                                                                                                        | <b>46</b> |

## **BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN**

|                            |           |
|----------------------------|-----------|
| <b>A. Kesimpulan .....</b> | <b>51</b> |
| <b>B. Saran .....</b>      | <b>52</b> |

## **DAFTAR KUISIONER**

## **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

## **LAMPIRAN**

## **DAFTAR PUSTAKA**





## DAFTAR TABEL

|                                                                                 |    |
|---------------------------------------------------------------------------------|----|
| 1. Tabel 4.1. Karakteristik Responden .....                                     | 40 |
| 2. Tabel 4.2. Persepsi Konsumen Terhadap Kualitas<br>Produk Mustika Putri ..... | 42 |
| 3. Tabel 4.3. Persepsi Konsumen Terhadap Kualitas<br>Produk Mustika Putri ..... | 44 |



## **DAFTAR LAMPIRAN**

### **LAMPIRAN**

#### **I STRUKTUR ORGANISASI**

#### **II KUISIONER**

#### **III TABEL HASIL JAWABAN RESPONDEN**

#### **IV TABEL HASIL JAWABAN PERHITUNAGN RESPONDEN**

#### **V SURAT KETERANGAN RISET**

#### **VI DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

