



SIKAP PEGAWAI TERHADAP MINUMAN TAMBAHAN

TESIS

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Program Pascasarjana
Program Magister Manajemen**

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

Oleh

KRISNADI

1310311-059

**UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
2006**

PENGESAHAN TESIS

Judul : Sikap Pegawai Terhadap Minuman Tambahan
Nama : Krisnadi
NIM : 1310311-059
Program : Pascasarjana Program Magister Manajemen
Tanggal : 19 Juli 2006



Direktur Program Magister Manajemen

MERCU BUANA

Ir. Dana Santoso, M.Eng.Sc.,Ph.D.

Pembimbing Utama

Dr. Ir. Mustika Sufiati Purwanegara Msc.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Abba, Ya Bapa di Sorga atas segala berkat, hikmat dan kebijaksanaan yang telah diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini. Tesis dengan judul **"Sikap Pegawai Terhadap Minuman Tambahan"** ini disusun sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan jenjang pendidikan Program Pascasarjana/ S2 program Magister Manajemen pada Universitas Mercu Buana, Jakarta.

Dalam menyelesaikan tesis ini, penulis tidak terlepas dari bantuan, arahan, dan bimbingan dari berbagai pihak. Untuk itu izinkanlah pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ayah, Ibu, kakak-kakak tercinta dan keponakan, atas kasih, doa, bantuan baik moral maupun material, dan dorongan semangatnya selama ini.
2. Ibu Dr. Ir. Mustika Sufiati Purwanegara Msc., secara pribadi selaku pembimbing yang banyak membantu, membimbing, dan mengarahkan dalam menyelesaikan tesis ini.
3. Bapak Dr. Arief Adnan atas saran-sarannya selaku penelaah pada seminar proposal dan penguji pada sidang tesis.
4. Rekan-rekan mahasiswa Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana, Jakarta khususnya angkatan II Kampus Menteng: Adri, Agus, Ali Akbar, Anita, Didik, Elvano, Iqbal, Lusi, Saiful, Sunardi, dan Zahra.
5. Bapak Ir. Dana Santoso, M.Eng.Sc., Ph.D. selaku Direktur Program Magister Manajemen dan ketua sidang tesis, Bapak dan Ibu Dosen, serta semua staf karyawan PKSM UMB, kampus Menteng.

6. Karyawan dan karyawan PT. Kara Santan Pertama atas bantuannya dalam memberikan pendapatnya dalam mengisi kuesioner.
7. Semua pihak yang telah membantu sehingga sampai terselesaikannya tesis ini.

Akhir kata penulis berharap Tesis ini dapat bermanfaat bagi semua pihak khususnya Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana, Jakarta dalam perkembangannya. Penulis juga dengan senang hati menerima segala kritik dan saran yang membangun dari pembaca.



Jakarta, 19 Juli 2006

Penulis

Krisnadi, ST
NIM: 1310311-059

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRACT	i
ABSTRAK	ii
PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR GRAFIK	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
 BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Perumusan Masalah	2
1.3. Pembatasan Masalah	2
1.4. Maksud Penelitian	3
1.5. Tujuan Penelitian	3
1.6. Manfaat dan Kegunaan Penelitian	3
1.7. Nomenklatur	4
1.8. Definisi Variabel	4
 BAB II KERANGKA TEORI	6
2.1. Studi Pustaka	6

2.1.1.	Minuman Tambahan	6
2.1.1.1.	Kategori Minuman tambahan	6
2.1.2.2.	Komposisi	6
2.1.1.3.	Manfaat dan Kontradiksi	7
2.1.1.4.	Merek-Merek Minuman Tambahan yang Beredar Saat ini	8
2.1.1.5.	Persaingan Minuman Tambahan	12
2.1.2.	Definisi Konsumen	13
2.1.3.	Definisi Perilaku Konsumen	14
2.1.4.	Kepentingan Mempelajari Perilaku Konsumen	17
2.1.4.1.	Pemasaran	17
2.1.4.2.	Pendidikan dan Perlindungan Konsumen	19
2.1.4.3.	Kebijakan Masyarakat dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen	21
2.1.5.	Sejarah Disiplin Perilaku Konsumen	22
2.1.6.	Model Keputusan Konsumen	24
2.1.7.	Sikap Konsumen	25
2.1.7.1.	Kepercayaan, Sikap dan Perilaku	25
2.1.7.2.	Karakteristik Sikap	28
2.1.7.2.1.	Sikap Memiliki Objek	28
2.1.7.2.2.	Konsistensi Sikap.....	29
2.1.7.2.3.	Sikap positif, Negatif, dan Netral	29

2.1.7.2.4.	Intensitas Sikap	29
2.1.7.2.5.	Resistensi Sikap	30
2.1.7.2.6.	Persistensi Sikap	30
2.1.7.2.7.	Keyakinan Sikap	30
2.1.7.2.8.	Sikap dan Situasi	31
2.1.7.3.	Peran Penaksiran Sikap dalam Pembuatan Strategi Pemasaran	31
2.1.7.4.	Model Sikap	34
2.1.7.4.1.	Model 3 Komponen (Tri Component Model)	34
2.1.7.4.2.	Komponen Kognitif	36
2.1.7.4.3.	Komponen Afektif	37
2.1.7.4.4.	Komponen Konatif	38
2.1.7.4.5.	Model Sikap Multi Atribut Fishbein	39
2.1.7.4.5.1.	Atribut (Salient Belief)	41
2.1.7.4.5.2.	Kepercayaan (Belief)	41
2.1.7.4.5.3.	Evaluasi Atribut	42
2.2.	Kerangka Pemikiran	44
2.3.	Hipotesis	46
BAB III	OBJEK DAN METODE PENELITIAN	47
3.1.	Objek Penelitian	47
3.2.	Metode Penelitian	47

3.2.1.	Pengambilan Data	47
3.2.2.	Variabel Penelitian	48
3.2.2.1.	Atribut-atribut	48
3.2.2.2.	Evaluasi Kualitas Atribut (ei), Kepercayaan Atas Tingkat Kepentingan (bi), Sikap (Ao)	49
3.2.2.3.	Kelompok Pekerjaan dan Frekuensi	50
3.2.3.	Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data	51
3.2.4.	Metode Analisis	51
3.2.4.1.	Multi Atribut Fishbein	51
3.2.4.2.	Metode Preferensi	52
3.2.4.3.	Faktor Analisis	52
3.2.4.4.	Uji Anova	53
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	54
4.1.	Gambaran Umum Perusahaan	54
4.1.1.	Visualisasi Produk	54
4.1.2.	Struktur Organisasi	56
4.1.3.	Uraian Tugas Pekerjaan Pegawai PT. Kara Santan Pertama	57
4.2.	Hasil Penelitian	60
4.2.1.	Alasan Membeli dan Mengonsumsi Minuman Tambahan	61
4.2.2.	Atribut-Atribut yang Menjadi Daya Tarik dari Minuman Tambahan	62
4.2.2.1.	Tingkat Kepentingan Atribut dalam Pemilihan	

Minuman Tambahan	63
4.2.2.2. Evaluasi Responden Terhadap Kualitas Atribut- Atribut-Atribut Minuman Tambahan	64
4.2.2.3. Atribut-Atribut Ekstrak	66
4.2.3. Sikap Pegawai Terhadap 4 Merek Produk Minuman Tambahan .	66
4.2.4. Sikap Pegawai dari Berbagai Jenis Pekerjaan Terhadap Minuman Tambahan	68
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	71
5.1. Kesimpulan	71
5.2. Saran-saran	73
DAFTAR PUSTAKA	xv
LAMPIRAN	xvii

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

Tabel 1	Komposisi Umum Minuman Tambahan	7
Tabel 2	Kepercayaan Terhadap Suatu Produk, Merek, dan Model Sedan	37
Tabel 3	Contoh Instrumen Untuk Mengukur Sikap Konsumen Terhadap TV	38
Tabel 4	Contoh Instrumen Pengukuran Konatif	38
Tabel 5	Instrumen Pengukuran Model Sikap Multiatribut Fishbein	43
Tabel 6	Atribut-Atribut yang Mendasari Pegawai Membeli Minuman Tambahan ...	49
Tabel 7	Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data	51
Tabel 8	Tabel Perhitungan Metode Preferensi	52
Tabel 9	Alasan Pegawai Membeli dan Mengonsumsi Minuman Tambahan	61
Tabel 10	Hasil Rata-Rata Tingkat Kepentingan (bi) Atribut Minuman Tambahan (n=35)	63
Tabel 11	Hasil Perhitungan Analisis Faktor	66
Tabel 12	Hasil Analisis Sikap Multiatribut Fishbein dan Preferensi	67
Tabel 13	Hasil Test of Homogeneity of Variances	68
Tabel 14	Tabel Anova	68
Tabel 15	Atribut-Atribut yang Menjadi Daya Tarik Minuman Tambahan	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	Model Keputusan Konsumen Engel, Kollat and Blackwell	25
Gambar 2	Kerangka Pemikiran	44
Gambar 3	Consumer Product PT. Kara Santan Pertama	55
Gambar 4	Industrial Product PT. Kara Santan Pertama	56
Gambar 5	Struktur Organisasi PT. Kara Santan Pertama	57
Gambar 6	Snake Diagram 4 Minuman Tambahan	65



DAFTAR GRAFIK

Grafik 1	Atribut-Atribut yang Mendasari Pegawai Dalam Membeli minuman Tambahan	49
Grafik 2	Persentase Alasan Pegawai Mengonsumsi Minuman Tambahan	61
Grafik 3	Atribut-Atribut yang Dicari oleh Pegawai dalam Membeli Minuman Tambahan	62
Grafik 4	Hasil Rata-Rata Tingkat Kepentingan (bi) Atribut Minuman Tambahan (n=35)	63

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Pra Kuesioner
- Lampiran 2 Hasil Pra Kuesioner
- Lampiran 3 Kuesioner
- Lampiran 4 Hasil Kuesioner
- Lampiran 5 Data Responden Pegawai PT. Kara Santan Pertama
- Lampiran 6 Alasan Preferensi Pegawai Terhadap 4 Produk Minuman Tambahan
(Krating Daeng, Extra Joss, M150 dan Hemaviton)
- Lampiran 7 Tabel Data Hasil Kuesioner Evaluasi Kualitas Atribut (ei) &
Kepentingan (bi)
- Lampiran 8 Faktor Analisis
- Lampiran 9 Metode Perhitungan Rata-rata
- Lampiran 10 Metode Perhitungan Total
- Lampiran 11 Metode Perhitungan Preferensi
- Lampiran 12 Hipotesis