

ABSTRACT

This thesis explored what reasons people bought and consumed supplement drink? What's the top reason? What attributes that made people to buy and consume? What's the dominant attribute? What's attitude that people responded to the top 4 supplements drink? Object of this thesis were employees of distribution company in Jakarta. The method using a questionnaire to get the information about reasons, attribute, and name of supplement drinks that respondent bought and consumed (primary data). The questionnaires were spread two times, first for exploratory research and the last when entering the research. The samples which were used are the employees of PT. Kara Santan Pertama (KSP) on Jalan Baruna I, Pelabuhan Sunda Kelapa Jakarta-Indonesia. The first questionnaire in exploratory research using 20 respondents and the second questionnaire in attitude research using 30 respondents. Sampling technique that was used is cluster random sampling. And to know the attitude's peoples to supplement drink were used a Multi Attribute Fishbein and Preference. From that the results got the top reasons such as; to healing the stamina, to losing sleepy, to gain power, as medicine strength, and for pleasure. From those 5 reasons there were 2 top reasons which many respondent mention such as; to losing the sleepy and to healing the stamina, which the last one was in the first rank. The attributes that people considered important were packing, price, promotion, advertising, taste, benefit, security, readiness, halal, product knowledge, quality, display, free sample, present, and no chemistry. Where the dominant attribute was quality and the fifteenth attribute was present. By using analysis factor the fifteen attributes could be minimized into 6 attributes, which were present, product knowledge, price, taste, display, and packing. People's attitude to 4 top products supplement drink (Krating Daeng, Extra Joss, M150 and Hemaviton) by using Multi Attribute Fishbein were that Extra Joss stand in the first rank which means Extra Joss was the most preferred supplement drink by people in Jakarta.

ABSTRAK

Pada penulisan tesis ini akan diteliti mengenai: alasan-alasan mana sajakah yang mendasari konsumen untuk membeli dan mengkonsumsi minuman tambahan yang banyak beredar dipasaran sekarang ini?, Alasan apa yang paling banyak dikemukakan oleh pegawai jika membeli dan mengkonsumsi minuman tambahan?, Atribut-atribut apa sajakah yang mendasari seorang pegawai untuk membeli dan mengkonsumsi minuman tambahan?, Atribut manakah yang lebih dominan yang dipakai oleh pegawai dalam pemilihan suatu produk minuman tambahan?, Bagaimana sikap pegawai terhadap empat (4) merek produk minuman yang paling banyak diminum? Objek penelitian tesis ini adalah para pegawai perusahaan distribusi di Jakarta. Metode penelitian menggunakan data primer yaitu berupa kuesioner dimana akan dilakukan dua kali penyebaran kuesioner. Sampel yang akan digunakan adalah para karyawan PT. Kara Santan Pertama (KSP) yang terletak di Jalan Baruna I, Pelabuhan Sunda Kelapa Jakarta-Indonesia dimana penyebaran kuesioner yang pertama untuk 20 orang setelah itu 30 orang untuk kuesioner yang kedua. Exploratory research digunakan untuk mendapatkan informasi mengenai: alasan-alasan mana sajakah yang ada dibenak pegawai untuk membeli minuman tambahan, atribut-atribut apa saja yang mendasari mereka untuk membeli dan mengkonsumsi, dan produk minuman apa sajakah yang mereka beli dan konsumsi. Teknik pengambilan sampel menggunakan simple random sampling. Untuk mengetahui sikap pegawai terhadap minuman tambahan digunakan metode analisis sikap Multi atribut Fishbein dan Preferensi. Dari hasil penelitian tersebut didapat 5 alasan utama pegawai membeli dan mengkonsumsi minuman tambahan yaitu untuk memulihkan stamina, menghilangkan kantuk, untuk menambah tenaga atau energi, obat kuat dan untuk kenikmatan. Dari kelima alasan tersebut 2 alasan utama yang paling banyak disebut oleh responden adalah untuk memulihkan stamina dan menghilangkan kantuk, dimana memulihkan stamina memiliki jumlah terbanyak. Atribut-atribut yang menjadi dasar seorang konsumen untuk membeli minuman tambahan adalah kemasan, harga, promosi, iklan, rasa, manfaat, keamanan, praktis, halal, pengenalan jenis produk, mutu, display, bahan alami, sampel dan hadiah. Dimana atribut dominan menurut analisis sikap. Multi atribut Fishbein ada pada atribut mutu dan yang atribut yang terendah ada pada hadiah. Dengan menggunakan faktor analisis kelimabelas atribut tersebut dapat dipersempit menjadi 6 atribut yang dapat mewakilinya yaitu: hadiah, pengenalan produk, harga, rasa, display, dan kemasan. Adapun sikap konsumen terhadap 4 merek produk minuman tambahan yang paling banyak dikonsumsi oleh pegawai adalah bahwa Extra Joss menduduki urutan pertama yang artinya Extra Joss paling disukai oleh para pegawai di Jakarta.