

FAKTOR - FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN KONSUMEN DALAM MEMBELI PRODUK SIRUP ABC PADA HIPERMART ROYAL PLAZA DI SURABAYA

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagai persyaratan memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Administrasi Bisnis pada Fisip UPN "Veteran"
"Jawa Timur"



Diajukan oleh :
SRI MARYATI
0442010091

**JURUSAN ILMU ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR
2010**

**JUDUL PENELITIAN : FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KEPUASAN KONSUMEM DALAM MEMBELI
PRODUK SIRUP ABC PADA HIPERMART
ROYAL PLAZA DI SURSBAYA**

**Nama : Sri Maryati
NPM : 0442010091
Jurusan : Ilmu Administrasi Bisnis
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**

Telah Diuji Diseminarkan pada tanggal : 11 Maret 2010

PEMBIMBING UTAMA

TIM PENGUJI

1.

**Drs. Sadjudi, SE, MSi
NIP. 030 134 635**

**Drs. Nurhadi, MSi
NIP. 030 227 930**

2

PENDAMPING

**R.Y. Rusdianto, S.Sos, MSi
NPT. 957 200 046**

3.

**Dra. Siti Ning Farida, MSi
NIP. 030 207 136**

**Dr. Jojok. D.S. S.Sos, MSi
NPT. 3 70011 95 0022**

**Mengetahui
Ketua Jurusan**

**Drs. Sadjudi, SE, MSi
NIP 030 134 635**

**JUDUL PENELITIAN : FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MEMBELI
PRODUK SIRUP ABC PADA HIPERMART
ROYAL PLAZA DI SURABAYA**

NAMA : SRI MARYATI

NPM : 0442010091

JURUSAN : ILMU ADMINISTRASI BISNIS

FAKULTAS : FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Telah disetujui untuk mengikuti Seminar Proposal

Menyetujui

Pembimbing utama

pendamping

Drs. Sadjudi, SE, MSi
NIP. 030 134 635

Dra. Siti Ning Farida, MSi
NIP. 030 207 136

Mengetahui,
Ketua Jurusan

Drs. Sadjudi, SE, MSi
NIP. 030 134 635

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat ALLAH SWT, yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal ini dengan tepat waktu. Dengan penulisan proposal ini, penulis mengambil judul **“Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Dalam Membeli Produk Sirup ABC”**

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih atas bimbingan dan dukungan dalam penyusunan proposal ini. Terutama sekali penulis ucapkan kepada Bapak Drs. Sadjudi, S.E.M.Si. selaku Dosen Pembimbing dan Dosen Pendamping Ibu Siti Ning Farida Dra, M.Si. yang membimbing dan mengarahkan penulis sehingga proposal ini dapat terselesaikan. Selain itu penulis juga menyampaikan terima kasih atas segala bantuannya kepada :

1. Ibu Dra. Ec Hj. Suparwati, MSi selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Drs. Sadjudi, SE, MSi selaku Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak Drs. Nurhadi, MSi. selaku Sekretariat Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Bapak / Ibu Dosen Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis yang telah memberikan ilmu pengetahuan dalam materi perkuliahan.

5. Terima kasih kepada konsumen sirup ABC atas bantuan dan kerja sama yang pernah diberikan kepada penulis selama melakukan pelaksanaan penelitian.
6. Kedua orang tua dan kakak tercinta atas segala doa, dorongan, semangat dan juga kasih sayang serta kesabaran yang tiada henti dalam mendukung penyelesaian proposal ini.
7. Saudara dan teman-teman yang sudah memberikan dukungan dan semangat.

Dalam penyusunan proposal ini, penulis menyadari masih ada kekurangan baik dalam segi teknis maupun segi materi penyusunannya, untuk itu penulis senantiasa bersedia dan terbuka menerima saran maupun kritik yang tentunya bersifat membangun dalam penyempurnaan proposal ini.

Akhirnya penulis mengucapkan terima kasih, serta besar harapan dari penulis semoga proposal penelitian ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Surabaya, April 2010

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAKSI.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Penelitian Terdahulu.....	10
2.2. Landasan Teori	11
2.2.1. Pemasaran.....	11
2.2.1.1. Arti Pentingnya Pemasaran	11
2.2.1.2. Pengertian Pemasaran	12

2.2.1.3. Konsep Pemasaran	13
2.2.1.4. Marketing Mix (Bauran Pemasaran)	14
2.2.2. Produk	15
2.2.2.1. Pengertian produk.....	15
2.2.2.2. Ringkasan produk.....	16
2.2.2.3. Klasifikasi Produk	17
2.2.2.4. Unsur-Unsur Bauran Produk	19
2.2.3. Harga	23
2.2.3.1. Pengertian Harga	24
2.2.3.2. Pentingnya Harga	24
2.2.3.3. Tujuan Penetapan Harga	25
2.2.3.4. Metode Penetapan Harga	26
2.2.3.5. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Harga.....	27
2.2.4. Periklanan.....	29
2.2.5. Kualitas Layanan	31
2.2.5.1. Pengertian Kualitas Layanan	31
2.2.5.2. Dimensi Kualitas Layanan.....	33
2.2.5.3. Faktor yang Menentukan Kualitas Layanan	37
2.2.5.4. Hubungan Masyarakat.....	39
2.2.6. Perilaku Konsumen	40
2.2.6.1. Pengertian Perilaku Konsumen	40
2.2.6.2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	40

2.2.7. Kepuasan Konsumen	43
2.2.7.1. Pengertian Kepuasan Konsumen	43
2.2.7.2. Faktor Harga, Produk dan pelayanan yang mempengaruhi kepuasan konsumen	40
2.3. Kerangka Berfikir	45
2.4. Hipotesis	47
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Definisi Operasi dan Pengukuran Variabel	48
3.2 Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel	50
3.2.1 Populasi	50
3.2.2 Sampel	50
3.2.3 Teknik Penarikan Sampel	51
3.3 Teknik Pengumpulan Data	51
3.3.1 Jenis Data	51
3.3.2 Sumber Data	52
3.3.3 Pengumpulan Data	52
3.4 Teknik Analisis dan Uji Hipotesis	52
3.4.1 Uji Validitas dan Reliabilitas	52
3.5 Uji Asumsi Klasik	54
3.6 Teknik Analisa Data	56
3.7 Pengujian Hipotesis	57
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1. Gambaran Umum Perusahaan	60

4.2. Deskripsi Hasil Penelitian	63
4.2.1. Diskriptif Identitas Responden	64
4.2.2. Analisis Deskriptif Jawaban Responden	64
4.3. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	70
4.3.1. Uji Validitas.....	70
4.3.2. Uji Reliabilitas.....	71
4.4. Hasil uji asumsi klasik.....	72
4.4.1. Uji Normalitas	72
4.4.2. Multikolinieritas	73
4.4.3. Heterokedastisitas.....	74
4.4.4. Uji Autokorelasi	75
4.5. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	75
4.5.1. Analisis Koefisien Korelasi Koefisien Determinasi.....	77
4.5.2. Pengujian Hipotesis	78
4.5.2.1. Uji F (Uji Simultan)	78
4.5.2.2. Uji t (Uji Parsial).....	80
4.5.3. Koefisien Korelasi Parsial.....	84
4.6. Pembahasan	85
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan.....	87
5.2 Saran	88

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1. Kapasitas Total Produksi 3 Pabrik ABC – CFI Per – Tahun.....	61
Tabel 4.2 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Produk (X_1).....	64
Tabel 4.3 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Harga (X_2).....	66
Tabel 4.4 Hasil Tanggapan Responden Terhadap variabel Pelayanan (X_3).	67
Tabel 4.5 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepuasan konsumen (Y)	69
Tabel 4.6 Uji Validitas	70
Tabel 4.7 Uji Reliabilitas	71
Tabel 4.8 Hasil Uji Normalitas Model	72
Tabel 4.9 Nilai Variance Inflation Variabel Bebas.....	73
Tabel 4.10 Tabel Uji Heterokedastisitas	74
Tabel 4.11 Nilai Durbin Watson	75
Tabel 4.12 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	76
Tabel 4.13 Koefisien Korelasi Dan Koefisien Determinasi.....	77
Tabel 4.14 Hasil Perhitungan Uji F	78
Tabel 4.15 Hasil Perhitungan Uji t	80
Tabel 4.16 Nilai Koefisien Korelasi Parsial	84

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	46
Gambar 3.1 Kurva Distribusi F	58
Gambar 3.2 Kurva Distribusi T	59
Gambar 4.1 Daerah Penerimaan dan Penolakan H_0 Uji F	79
Gambar 4.2 Kriteria Daerah Penerimaan Atau Penolakan Variabel X_1	81
Gambar 4.3 Kriteria Daerah Penerimaan Atau Penolakan Variabel X_2	82
Gambar 4.4 Kriteria Daerah Penerimaan Atau Penolakan Variabel X_3	83

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	1	Kusioner
Lampiran	2	Rekapitulasi Jawaban Responden
Lampiran	3	Deskripsi Jawaban Responden
Lampiran	4	Uji Validitas
Lampiran	5	Uji Reliabilitas
Lampiran	6	Asumsi Klasik
Lampiran	7	Regresi Linear Berganda

**FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN
KONSUMEN DALAM MEMBELI PRODUK SIRUP ABC PADA
HIPERMART ROYAL PLAZA DI SURABAYA**

Oleh :

SRI MARYATI

ABSTRAKSI

Dalam perkembangan bisnis yang semakin pesat, telah banyak produk Sirup yang ditawarkan oleh perusahaan, sehingga perusahaan dituntut untuk dapat menghasilkan produk yang terbaik dan berkualitas. Meskipun produk yang dihasilkan telah sesuai dengan standar perusahaan akan tetapi belum tentu dapat diterima dan dikonsumsi oleh konsumen. Maka perusahaan dalam mengeluarkan produk harus dapat menyesuaikan dengan harapan sesuai dengan keinginan konsumen dan trend yang terus berganti di setiap tahun. Dalam penelitian ini peneliti membatasi produk, harga dan kualitas layanan yang mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan uraian di atas maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah : Apakah terdapat pengaruh secara parsial antara produk (X_1), harga (X_2), dan kualitas layanan (X_3) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) dalam mengkonsumsi sirup ABC pada Hipermarket Plaza di Surabaya.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang telah membeli produk sirup ABC pada Hipermarket Royal Plaza di Surabaya. Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen yang telah membeli produk sirup ABC pada Hipermarket Royal Plaza di Surabaya dengan jumlah sebanyak 97 orang. Teknik penarikan sampel yang digunakan adalah purposive sampling.

Berdasarkan hasil variabel-variabel bebas yang terdiri dari variabel produk, harga dan kualitas layanan mempunyai pengaruh yang signifikan secara simultan dan parsial terhadap variabel terikat yaitu tingkat Kinerja karyawan.

Kata Kunci : Produk, Harga dan Kualitas layanan terhadap Kepuasan Konsumen

ABSTRAKSI

FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN KONSUMEN DALAM MEMBELI PRODUK SIRUP ABC PADA HYPERMART ROYAL PLAZA DI SURABAYA

Oleh :
SRI MARYATI

ABSTRAK

Dalam perkembangan bisnis yang semakin pesat, telah banyak produk sirup yang di tawarkan oleh perusahaan, sehingga perusahaan dituntut untuk dapat menghasilkan produk yang terbaik dan berkualitas. Meskipun produk yang dihasilkan telah sesuai dengan standar perusahaan akan tetapi belum tentu dapat diterima dan dikonsumsi oleh konsumen. Maka perusahaan dalam mengeluarkan produk harus menyesuaikan dengan harapan sesuai dengan keinginan konsumen dan trend yang terus berganti disetiap tahun. Dalam penelitian ini peneliti membatasi produk, harga, dan kualitas layanan yang mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan uraian di atas maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah : Apakah terdapat pengaruh secara silmultan antara produk (X1), (X2), dan kualitas layanan (X3) terhadap kepuasan kosumen (Y) dalam mengkonsumsi sirup ABC pada Hypermart Plaza di Surabaya, Apakah terdapat pengaruh secara parsial antara produk (X1), harga (X2), dan kualitas layanan (X3) terhadap kepuasan konsumen (Y) dalam mengkonsumsi sirup ABC pada Hypermart Plaza di Surabaya.

Populasi yang di gunakan dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang telah membeli produk sirup ABC pada Hypermart Royal Plaza di Surabaya dengan jumlah sebanyak 97 orang. Tehnik penarikan sampel yang di gunakan adalah tehnik sampling kemudahan, populasi tidak di ketahui secara pasti.

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat diambil kesimpulan untuk variabel-variabel bebas yang terdri dari variabel produk, harga, dan kualitas layanan secara silmultan dan parsial terhadap variabel terikat yaitu tingkat kinerja karyawan.

Kata Kunci : Produk, Harga, dan kualitas layanan terhadap Kepuasan Konsumen

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam perkembangan bisnis yang semakin pesat, telah banyak produk Sirup yang ditawarkan oleh perusahaan, sehingga perusahaan dituntut untuk dapat menghasilkan produk yang terbaik dan berkualitas. Meskipun produk yang dihasilkan telah sesuai dengan standar perusahaan akan tetapi belum tentu dapat diterima dan dikonsumsi oleh konsumen. Maka perusahaan dalam mengeluarkan produk harus dapat menyesuaikan dengan harapan sesuai dengan keinginan konsumen dan trend yang terus berganti di setiap tahun.

Kesuksesan dalam pemasaran akan mendapatkan keuntungan bagi perusahaan untuk meningkatkan volume penjualan, maka perusahaan perlu memperluas daerah pemasarannya sehingga usaha perusahaan semakin menguntungkan dan perusahaan tersebut semakin besar. Perkembangan ini mengakibatkan tumbuhnya perusahaan-perusahaan lain dengan produk sejenis seperti Marjan, Indofood, Kawista. Sehingga akan meningkatkan persaingan dalam merebutkan pasar. Untuk itu perusahaan perlu suatu cara atau strategi yang tepat, agar dapat tercapai suatu penjualan. Oleh karena itu perusahaan harus mampu merebut konsumen terhadap produk yang akan dijual dan terus menerus menyiasati bagaimana produk ini laku dipasaran. Perusahaan melakukan komunikasi pemasaran melalui periklanan pemasaran langsung penjualan pribadi, publilitas.

Pemenuhan kepuasan konsumen tersebut diwujudkan dalam produk dan produk tersebut merupakan bentuk perwujudan dari kebutuhan dan keinginan konsumen. Sehingga perusahaan perlu memperhatikan apa yang dibutuhkan dan diinginkan oleh konsumen. Bentuk perwujudan dari sebuah produk yang ditawarkan kepada konsumen dapat memberikan kepuasan terhadap konsumen sendiri, sehingga perusahaan perlu memperhatikan faktor-faktor yang dipertimbangkan terhadap kepuasan konsumen dalam mengkonsumsi sebuah produk.

Pemenuhan kepuasan konsumen mengakibatkan perusahaan dapat menarik konsumen yang baru serta dapat pula mempertahankan konsumen yang lama (pelanggan), sehingga perusahaan selalu mendapatkan keuntungan dari adanya konsumen tersebut dan dapat tercapai tujuan perusahaan yaitu mendapatkan laba. Oleh sebab itu perusahaan perlu memperhatikan faktor-faktor yang menjadi pertimbangan kepuasan konsumen dalam mengkonsumsi produk, dalam hal ini perusahaan dapat memperthankan konsumennya melalui kepuasan terhadap produk yang dikonsumsi oleh konsumen. Dengan demikian perusahaan akan selalu memperoleh keuntungan dari konsumen, dikarenakan konsumen tidak meninggalkan produk perusahaan atau loyal terhadap produk perusahaan dan dikarenakan pula konsumen merasa puas terhadap produk perusahaan.

Kunci utama untuk memenangkan persaingan adalah menentukan kemampuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen serta memberikan kepuasan serta lebih efektif daripada yang diberikan pesaing. Sehingga peranan adanya konsumen bagi perusahaan adalah sangat penting sekali.

Karena tanpa adanya konsumen maka keberadaan dari perusahaan dalam mendapatkan laba tidak akan tercapai.

Perusahaan-perusahaan yang jenis produknya sama saling mengungguli dan saling mengembangkan hasil produknya dengan harapan kunci dalam meraih tujuan perusahaan adalah menentukan kebutuhan dan keinginan konsumen serta memberi kepuasan secara lebih dari pada yang diberikan oleh pesaingnya. Konsep ini sering disebut konsep pemasaran yang menitik beratkan pada kebutuhan konsumen dengan sebaik-baiknya sehingga produk atau jasa yang dihasilkan sesuai dengan apa yang diinginkan, dengan cara perusahaan menambah kepuasan konsumen serta memperoleh keuntungan. Mengikat begitu pentingnya pemahaman kebutuhan dan keinginan konsumen serta tujuan perusahaan dapat tercapai sebelum rencana pemasaran dikembangkan perlu diadakan pemahaman pasar terlebih dahulu terhadap pasar konsumen mengenai perilaku konsumen. Dengan memahami perilaku konsumen pada dasar sarannya, maka kelangsungan hidup perusahaan tersebut sebagai lembaga yang berusaha memenuhi kebutuhan dan keinginan sangat tergantung pada perilaku konsumennya sehingga dapat menimbulkan suatu kepuasan, dimana dapat mendorong konsumen selalu menggunakan atau menggunakan atau melakukan pembelian. Selain itu dapat juga menambah langganan baru sehingga dapat meningkatkan pembelian terhadap produk yang ditawarkan.

Proses pembelian dimulai saat pembeli atau calon pembeli mengenali produk yang ditawarkan. Kebutuhan yang timbul sebagai hasil dan keinginan atau kebutuhan yang belum terpuaskan, sehingga konsumen mulai mencari informasi yang lebih banyak lagi. Setelah informasi diperoleh maka konsumen siap untuk

memutuskan melakukan pembelian terhadap produk yang di sukai. Tahap akhir dari proses pembelian adalah perilaku setelah siap untuk memutuskan melakukan pembelian terhadap produk yang disukai. Tahap akhir dari proses pembelian adalah perilaku setelah membeli produk yang ditawarkan. Konsumen yang mengalami tingkat kepuasan, kemungkinan besar akan membeli produk tersebut pada waktu berikutnya atau yang disebut dengan loyalitas konsumen dan akan menyampaikan hal-hal baik mengenai suatu produk yang di pakainya kepada orang lain.

Disisi lain dengan meningkatnya aktifitas pola kehidupan yang dinamis dan penuh dengan kegiatan yang dilakukan didalam maupun luar, serta menuntut setiap orang untuk senantiasa aktif mengikuti segala perubahan yang terjadi. Maka keinginan untuk selalu menjaga kesegaran tubuh agar badan tidak merasa lemah dan lesu, tidak kehilangan cairan tubuh yang selalu dibutuhkan oleh kita. Karena manusia adalah salah satu mahluk hidup yang paling banyak membutuhkan air untuk tubuh. Salah satunya adalah panas yang disebabkan oleh suhu atau kegiatan fisik, alasan lain adalah ketika kita merasa kelelahan karena aktifitas yang dilakukan maka kita membutuhkan minuman untuk melepaskan dahaga disaat cuaca panas atau dingin, kita bisa menikmati berbagai minuman yang terbuat dari sirup yang bisa membuat kita lebih segar kembali.

Untuk itu PT HEINZ ABC Indonesia, yang merupakan perusahaan internasional yang bergerak dalam bidang kebutuhan rumah tangga. Perusahaan ini hadir di Indonesia sejak tahun 1980 dengan dominasi produk-produk PT HEINZ Indonesia, di pasar Consumer goods yang kian sulit digoyahkan oleh para kompetitornya. Bahwa cengkraman bisnis produk ABC justru makin lebih

kuat. Produk ABC sudah menghasilkan beberapa macam produk dan hampir semuanya produk-produk pimpinan pasar. PT HEINZ Indonesia, berkantor pusat di graha ABC, Jl Rungkut Industri III No.39 Surabaya, yang memproduksi berbagai sirup ABC. Sirup ABC merupakan produk minuman termuka dipasar Indonesia, merek ABC diciptakan pertama kalinya pada abad yang lalu tepatnya pada tahun 1975, pada perusahaan dirintis oleh CHU SOK SAM (almarhum).sejak saat itu teknologi sirup yang ditawarkan oleh ABC mengalami banyak kemajuan.

Teknologi terbaru ABC menggunakan mesin yang sangat canggih langsung dibuat dari pabriknya tanpa campur tangan orang lain sehingga lebih bersih dan higienis sehingga sangat terjamin mutu dan kualitasnya. Sirup ABC merupakan minuman yang paling banyak digemari oleh banyak kalangan dari orang tua, remaja dan anak-anak. Karena sirup ABC merupakan sirup yang mengandung 100% gula asli tanpa pemanis buatan sehingga lebih kental, selain itu aromanya lebih harum dan lebih ekonomis sehingga lebih banyak minuman yang dihasilkan. Selain dibuat minuman sirup ABC juga dapat digunakan sebagai pemanis makanan spesial dan sebagai topping pesajian spesial dengan perbandingan 1: 6.

Beberapa inovasi yang dilakukan oleh ABC untuk menjelang lebaran memberikan informasi dan membagikan sampling sachet untuk rasa baru anggur blackcurrent, dan mengeluarkan produk promo description spesial pack untuk menjelang hari istimewa disaat lebaran yaitu:

1. *Spesil pack-free mocktail glass*

Keuntungan konsumen :

- *Limited edition* – jumlah terbatas
- Berhadiah gelas mocktail- harga sama dengan leguler
- Dapat di packing special - bisa di gunakan sebagai hadiah

2. *Fetive pack – 3 in 1*

Keuntungan kosumen

- *Limited edition* - jumlah terbatas
- Harga lebih murah Rp 5000
- Dapat packing spesial – bisa digunakan sebagai hadiah

Untuk meramaikan pasar dan agar tidak kalah oleh pesaing pada jenis produk yang sama maka Sirup ABC meluncurkan beberapa produk baru yaitu rasa apel cranberry yang merupakan perpaduan buah apel dan cranberry, rasa anggur blackcurrent yaitu perpaduan buah anggur dan cranberry, spesial krim yang mengandung susu dengan rasa krim orange dan krim rose, dengan masa kadaluarsa 12 bulan. Dalam hal kemasan misalnya masing-masing produsen menyediakan kemasan botol isi bersih 620 ml.

Dari beberapa produk baru yang ada sirup ABC juga menyajikan beberapa rasa lain ABC spesial grade-farian yaitu: rasa koko padan, melon, strawberry, framboos, moka, rose, dan menyajikan beberapa rasa lain squire diligate dengan beberapa macam rasa yaitu: rasa jeruk, leci, mangga, nanas, sirsak, anggur. Secara dermatologi sirup ABC telah disetujui oleh badan penelitian dan departemen kesehatan.

Dewasa ini para konsumen semakin pandai dalam memilih produk – produk yang mereka gunakan, oleh karena itu ABC berusaha untuk semakin meningkatkan kualitas produk maupun kualitas layanannya agar produk ABC

dapat terus bersaing dengan produk lainnya. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan melihat data penjualan produk ABC yang mengalami fluktuasi dari tahun ke tahun. Data penjualan menunjukkan pada tahun 2007 penjualan sebesar Rp 904.800.000.000. kemudian pada tahun 2008 penjualannya mengalami kenaikan sebesar 5,17% sehingga menjadi Rp 961.600.000.000 dan kemudian pada tahun 2009 penjualannya mengalami kenaikan lagi sebesar 6,917% sehingga angka penjualannya dapat mencapai Rp 1.018.000.000.000.

Fluktuasi volume penjualan pada ABC , hal ini dikarenakan harga yang dapat bersaing dan kualitas produk serta kualitas layanannya yang semakin baik sehingga dalam hal ini konsumen merasa puas dalam menggunakan produk ABC.

Salah satu syarat yang harus di penuhi oleh perusahaan agar dapat sukses dalam persaingan adalah perusaha mencapai tujuan untuk menciptakan dan mempertahankan pelanggan atau konsumen. Agar tutuan tersebut tercapai maka setiap perusahaan harus berupaya menghasilkan dan menyampaikan barang yang diinginkan konsumen dengan harga yang pantas. Dengan demikian setiap perusahaan harus mampu memahami, serta memahami perilaku konsumennya.

Dengan begitu perusahaan untuk meningkatkan penjualannya dan dapat terus laku dipasaran maka perusahaan yang khususnya PT ABC HEINZ Indonesia, perlu memahami perilaku konsumen dalam menciptakan produknya agar dapat menimbulkan kepuasan pada diri konsumen akan loyal terhadap produk tersebut, maka peneliti membahas harga, produk, kualitas layanan dan kepuasan konsumen pengguna sirup ABC yang bertujuan unuk memahami faktor-faktor apakah yang mempengaruhi kepuasan konsumen dalam menggunakan produk sirup ABC.

1.2 Perumusan masalah

- a) Apakah terdapat pengaruh secara simultan antara produk, harga dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen dalam mengkonsumsi sirup ABC pada Hipermart Plaza di Surabaya ?
- b) Apakah terdapat pengaruh secara parsial antara produk, harga dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen dalam mengkonsumsi sirup ABC pada Hypermart Plaza di Surabaya ?

1.3 Tujuan Penelitian

- a) Untuk mengetahui pengaruh secara simultan antara harga, produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen dalam mengkonsumsi sirup ABC pada Hypermart Plaza di Surabaya ?
- b) Untuk mengetahui pengaruh secara parsial antara harga, produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen dalam mengkonsumsi sirup ABC pada Hypermart Plaza di Surabaya ?

1.4 Manfaat Penelitian

- a) Diharapkan dapat digunakan untuk kepentingan ilmiah. Perbendaharaan dan referensi kepustakaan Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jatim, khususnya dibidang pemasaran yang berkaitan denagan kepusan konsumen dan dapat digunakan seabagai referensi penelitian selanjutannya.
- b) Hasil penelitian diharapkan dapat digunakan untuk meninjau kembali apa yang harus dilakukan dalam mengambil kebijakan dalm pemecahan masalah yang berkaitan dengan kepuasan konsumen khususnya dalam menggunakan produk sirup ABC.

- c) Peneliti dapat mengetahui masalah-masalah yang dihadapi oleh perusahaan terutama mengenai produk sirup Abc sehingga dapat digunakan sebagai bahan perbandingan teori yang telah diperoleh dengan keadaan yang sebenarnya terjadi dilapangan selain itu untuk bekal bagi mahasiswa dalam dunia kerja.