

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis mengenai persepsi konsumen terhadap minuman teh siap saji merek Teh Botol Sosro dan Frestea yang didapat dari hasil kuesioner, maka penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Informasi Produk

Dari hasil penelitian mengenai informasi tentang produk tersebut, konsumen lebih sering mengetahui/ melihat produk Teh Botol Sosro dan Frestea melalui media Televisi/ Radio atau media elektronik. Hal ini dapat dilihat dari peringkat pertama yang ditempati oleh media tersebut dengan Frekuensi 152 untuk Teh Botol Sosro dan Frekuensi 138 untuk Frestea.

2. Kuantitas Konsumsi

Untuk kuantitas atau seberapa sering mereka mengonsumsi minuman teh siap saji, sebagian besar responden (53%) menjawab kadang-kadang antara 1 sampai 3 kali dalam seminggu.

3. Tempat Memperoleh Produk

Hasil penelitian menunjukkan bahwa responden sering mendapatkan/ memperoleh kedua produk ini di warung atau toko. Hal ini dapat dilihat dari 81% responden untuk Teh Botol Sosro dan 59 % responden untuk Frestea.

4. Loyalitas Produk

Dalam penelitian ini diteliti tentang loyalitas responden akan kedua produk tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kebanyakan responden (56%) lebih memilih minuman jenis lain apabila suatu saat mereka tidak menemukan merek produk tersebut.

5. Analisis Keyakinan

Dalam penelitian ini dapat ditarik kesimpulan bahwa atribut rasa adalah atribut yang paling menonjol diantara ketujuh atribut yang menyertai minuman teh siap saji. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa atribut rasa menempati peringkat pertama dengan skala tertinggi yaitu 1,62. Hal ini juga berarti di mata konsumen meyakini bahwa atribut rasa merupakan atribut yang sangat penting pada produk minuman teh siap saji.

6. Analisis Evaluasi

Berdasarkan hasil analisis evaluasi terhadap produk minuman teh siap saji merek Teh Botol Sosro dan Frestea, diperoleh hasil bahwa merek Teh Botol Sosro unggul dalam atribut rasa, manfaat, harga, iklan, dan kemudahan mencari. Sedangkan Frestea unggul pada atribut kemasan dan isi/ volume. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa rasa Teh Botol Sosro lebih baik ketimbang Frestea. Teh Botol Sosro lebih bermanfaat dibandingkan Frestea. Harga Teh Botol Sosro lebih murah dibandingkan Frestea. Iklan Teh Botol Sosro lebih menarik dibandingkan Frestea, dan Teh Botol Sosro lebih mudah dicari dibandingkan Frestea. Sedangkan untuk isi/

volume, Frestea lebih banyak dibandingkan Teh Botol Sosro dan kemasan Frestea lebih menarik dibandingkan Teh Botol Sosro.

7. Analisis Sikap

Sikap konsumen terhadap kedua Produk dalam kategori baik. Artinya konsumen dapat menerima kedua produk tersebut dan mempunyai penilaian yang positif terhadap atribut-atribut yang menyertai Teh Botol Sosro (+ 5,1089) dan Frestea (+ 3,5098).

B. Saran

Berdasarkan temuan pada penelitian terhadap minuman teh siap saji, penulis memberikan saran-saran kepada perusahaan yang bergerak dalam bisnis ini antara lain

1. Dalam menginformasikan atau mempromosikan produknya lebih efektif jika perusahaan minuman teh siap saji menggunakan media elektronik seperti televisi dan radio. Sedangkan untuk distribusi produk yang tepat dan efektif adalah dengan menyalurkan produk minuman teh siap saji ke warung atau toko. Hal ini karena konsumen sering membeli atau mendapatkan produk di tempat tersebut.
2. Perusahaan yang memproduksi Teh Botol Sosro agar tetap mempertahankan posisinya di pasar dengan mempertahankan atau bahkan meningkatkan atribut-atribut yang menyebabkan mereknya lebih unggul di bandingkan Frestea. Sedangkan bagi perusahaan yang memproduksi Frestea jika ingin tetap bersaing dalam merebut pasar minuman teh siap saji, harus memperbaiki atribut-atribut pada produknya yang menyebabkan produknya kalah unggul dengan merek Teh Botol Sosro.

DAFTAR PUSTAKA

- Duriato, Darmadi, Sugiarto dan Tony Sitinjak. 2001. Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek. Edisi Pertama. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- J. Paul Peter dan Jerry C. Olson. Consumer Behavior: Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran. Edisi keempat. Jakarta: PT. Prehalindo.
- Kotler, Philip. 1997. Dasar-dasar Manajemen Pemasaran. Jilid 1. Jakarta: PT. Prehalindo.
- _____. 1996. Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian. Edisi Keenam. Jilid 2. Jakarta: PT. Prehalindo.
- _____. 1997. Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol. Edisi Kesembilan. Jilid 1. Jakarta: PT. Prehalindo.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 1998. Dasar-dasar Pemasaran. Jilid 2. Jakarta: PT. Prehalindo.
- Simamora, Bilson. 2002. Panduan Riset Perilaku Konsumen. Edisi Pertama. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. 2005. Metode Penelitian Bisnis. Cetakan ke-8. Bandung: CV. Alfabeta
- Swastha, Basu. 1998. Pengantar Bisnis Modern. Yogyakarta. Liberty.
- Umar, Husein. 2002. Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen. Cetakan ke-2. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.




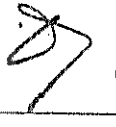

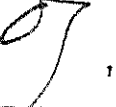
RIWAYAT HIDUP PENULIS

1. Nama : Sopwan Hadi
2. Tempat, Tanggal Lahir : Bekasi, 21 April 1983
3. Jenis Kelamin : Laki-Laki
4. Kewarganegaraan : Indonesia
5. Agama : Islam
6. Alamat Rumah : Jl. Bintara 4 Rt. 01/01 No. 1 Kelurahan Bintara
Bekasi Barat. 17134
7. Pendidikan : - SDN 04 Pondok Kopi, Jakarta Timur. Lulus Tahun 1995
- SLTPN 199 Pondok Kopi, Jakarta Timur. Lulus Tahun 1998
- SMUN 44 Klender, Jakarta Timur. Lulus Tahun 2001
- Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen
Universitas Darma Persada. Pondok Kelapa. Jakarta Timur
Lulus Tahun 2006.
8. Pengalaman Organisasi : - Sekjend BEM Universitas Darma Persada. Tahun 2004
- Ketua Umum Studi Kerohanian Mahasiswa Islam
Universitas Darma Persada (SKMI UNSADA)
Periode 2005-2006
9. Pengalaman Kerja : - Asuransi Takaful Indonesia : Marketing Freelance
- Lembaga Kursus Bahasa Inggris IEC : Marketing Freelance

Bekasi, 28 Pebruari 2006

LEMBAR KEGIATAN PENYUSUNAN SKIRPSI

NAMA MAHASISWA : Sopwan Hadi
 NIM : 01410024
 DOSEN PEMBIMBING : Drs. Saeroso

KONSULTASI KE	TANGGAL KONSULTASI	MATERI YANG DIBAHAS	PARAF PEMBIMBING
I	22/3/2005	Penentuan Judul Bab I; II	
II	29/3/2005	Evaluasi Bab I; II dan III	
III	20/5/2005	Bab I, II selesai diperbaiki	
IV	5/6/2005	Bab I, II perlu ditambahkan data Bab III diperbaiki	
V	7/9/2005	Bab I, II, III sudah baik Bab IV, V dievaluasi	
VI	15/1/2006	Selesai Bab I s/d V	

Tanggal mulai bimbingan : 22 Maret 2005
 Tanggal selesai bimbingan : 15 Januari 2006

CATATAN :
 Tanggal mulai bimbingan dicantumkan sejak diketarkannya surat ini.

Lampiran 1

Kuesioner Analisis Persepsi Konsumen Terhadap Minuman Teh Siap Saji Merek
"Teh Botol Sosro dan Frestea"

Nama Lengkap	:				
Fakultas	:	1. Sastra	2. Ekonomi	3. Teknik	4. Teknologi Kelautan
Jurusan	:	1. Jepang	4. Manajemen	6. Elektro	11. Sistem Perkapalan
		2. Inggris	5. Akuntansi	7. Industri	12. Teknik Perkapalan
		3. Cina		8. Mesin	
				9. Teknik Informatika	
				10. Sistem Informasi	
Angkatan	:				
Semester	:	1. I	2. III	3. V	4. VII
				5. IX	6. XI
Program Studi	:	1. S1	2. D3		
Usia	:	1. 17-19	2. 20-22	3. >23	
Jenis Kelamin	:	1. Pria	2. Wanita		

1. Apakah anda pernah membeli/ mengkonsumsi kedua produk minuman teh siap saji/ teh dalam botol merek "Teh Botol Sosro" dan "Fretea" Ya Tidak

Jika kedua jawaban anda Ya, boleh meneruskan ke pertanyaan no. 2

2. Dari mana anda sering mengetahui/ melihat kedua produk tersebut?

*) Buatlah peringkat/ ranking dari 1 sampai 5 pada pilihan di bawah ini:

Teh Botol Sosro

- Televisi/ Radio
 Surat Kabar/ Majalah
 Teman/ Saudara/ Tetangga
 Kantin/ Warung/ Toko/ Supermarket
 Papan Reklame/ Billboard

Fretea

- Televisi/ Radio
 Surat Kabar/ Majalah
 Teman/ Saudara/ Tetangga
 Kantin/ Warung/ Toko/ Supermarket
 Papan Reklame/ Billboard

*)Pilih salah satu jawaban di bawah ini dengan tanda ceklist (√) pada pertanyaan ini:

3. Seberapa sering anda mengkonsumsi produk tersebut (minuman teh siap saji)

- Sering (Setiap Hari)
 Kadang-kadang (Seminggu: 1 s/d 3 kali)
 Jarang (sebulan s/d dua bulan sekali)

4. Bagaimana menurut anda tentang 7 buah unsur di bawah ini untuk suatu produk minuman teh siap saji

Unsur	Belief/ Keyakinan				
	Sangat Penting	Penting	Netral	Tidak Penting	Sangat Tidak Penting
Rasa	Sangat Penting <input type="checkbox"/> 2	Penting <input type="checkbox"/> 1	Netral <input type="checkbox"/> 0	Tidak Penting <input type="checkbox"/> -1	Sangat Tidak Penting <input type="checkbox"/> -2
Manfaat	Sangat Penting <input type="checkbox"/> 2	Penting <input type="checkbox"/> 1	Netral <input type="checkbox"/> 0	Tidak Penting <input type="checkbox"/> -1	Sangat Tidak Penting <input type="checkbox"/> -2
Kemasan	Sangat Penting <input type="checkbox"/> 2	Penting <input type="checkbox"/> 1	Netral <input type="checkbox"/> 0	Tidak Penting <input type="checkbox"/> -1	Sangat Tidak Penting <input type="checkbox"/> -2
Harga	Sangat Penting <input type="checkbox"/> 2	Penting <input type="checkbox"/> 1	Netral <input type="checkbox"/> 0	Tidak Penting <input type="checkbox"/> -1	Sangat Tidak Penting <input type="checkbox"/> -2
Kemudahan Mencari	Sangat Penting <input type="checkbox"/> 2	Penting <input type="checkbox"/> 1	Netral <input type="checkbox"/> 0	Tidak Penting <input type="checkbox"/> -1	Sangat Tidak Penting <input type="checkbox"/> -2
Iklan	Sangat Penting <input type="checkbox"/> 2	Penting <input type="checkbox"/> 1	Netral <input type="checkbox"/> 0	Tidak Penting <input type="checkbox"/> -1	Sangat Tidak Penting <input type="checkbox"/> -2
Isi/ Volume	Sangat Penting <input type="checkbox"/> 2	Penting <input type="checkbox"/> 1	Netral <input type="checkbox"/> 0	Tidak Penting <input type="checkbox"/> -1	Sangat Tidak Penting <input type="checkbox"/> -2

5. Bagaimana pendapat anda tentang minuman teh dalam botol merek "Teh Botol Sosro"

Unsur	Evaluasi				
	Sangat Sesuai Selera <input type="checkbox"/> 2	Sesuai Selera <input type="checkbox"/> 1	Biasa <input type="checkbox"/> 0	Tidak Sesuai Selera <input type="checkbox"/> -1	Sangat Tidak Sesuai Selera <input type="checkbox"/> -2
Rasa	Sangat Bermanfaat <input type="checkbox"/> 2	Bermanfaat <input type="checkbox"/> 1	Biasa <input type="checkbox"/> 0	Tidak Bermanfaat <input type="checkbox"/> -1	Sangat Tidak Bermanfaat <input type="checkbox"/> -2
Manfaat	Sangat Menarik <input type="checkbox"/> 2	Menarik <input type="checkbox"/> 1	Biasa <input type="checkbox"/> 0	Tidak Menarik <input type="checkbox"/> -1	Sangat Tidak Menarik <input type="checkbox"/> -2
Kemasan	Sangat Murah <input type="checkbox"/> 2	Murah <input type="checkbox"/> 1	Wajar <input type="checkbox"/> 0	Mahal <input type="checkbox"/> -1	Sangat Mahal <input type="checkbox"/> -2
Harga	Sangat Mudah <input type="checkbox"/> 2	Mudah <input type="checkbox"/> 1	Biasa <input type="checkbox"/> 0	Sulit <input type="checkbox"/> -1	Sangat Sulit <input type="checkbox"/> -2
Kemudahan Mencari	Sangat Menarik <input type="checkbox"/> 2	Menarik <input type="checkbox"/> 1	Biasa <input type="checkbox"/> 0	Tidak Menarik <input type="checkbox"/> -1	Sangat Tidak Menarik <input type="checkbox"/> -2
Iklan	Sangat banyak <input type="checkbox"/> 2	Banyak <input type="checkbox"/> 1	Biasa <input type="checkbox"/> 0	Sedikit <input type="checkbox"/> -1	Sangat Sedikit <input type="checkbox"/> -2
Isi/ Volume					

6. Bagaimana pendapat anda tentang minuman teh dalam botol merek "Frestea"

Unsur	Evaluasi				
	Sangat Sesuai Selera <input type="checkbox"/> 2	Sesuai Selera <input type="checkbox"/> 1	Biasa <input type="checkbox"/> 0	Tidak Sesuai Selera <input type="checkbox"/> -1	Sangat Tidak Sesuai Selera <input type="checkbox"/> -2
Rasa	Sangat Bermanfaat <input type="checkbox"/> 2	Bermanfaat <input type="checkbox"/> 1	Biasa <input type="checkbox"/> 0	Tidak Bermanfaat <input type="checkbox"/> -1	Sangat Tidak Bermanfaat <input type="checkbox"/> -2
Manfaat	Sangat Menarik <input type="checkbox"/> 2	Menarik <input type="checkbox"/> 1	Biasa <input type="checkbox"/> 0	Tidak Menarik <input type="checkbox"/> -1	Sangat Tidak Menarik <input type="checkbox"/> -2
Kemasan	Sangat Murah <input type="checkbox"/> 2	Murah <input type="checkbox"/> 1	Wajar <input type="checkbox"/> 0	Mahal <input type="checkbox"/> -1	Sangat Mahal <input type="checkbox"/> -2
Harga	Sangat Mudah <input type="checkbox"/> 2	Mudah <input type="checkbox"/> 1	Biasa <input type="checkbox"/> 0	Sulit <input type="checkbox"/> -1	Sangat Sulit <input type="checkbox"/> -2
Kemudahan Mencari	Sangat Menarik <input type="checkbox"/> 2	Menarik <input type="checkbox"/> 1	Biasa <input type="checkbox"/> 0	Tidak Menarik <input type="checkbox"/> -1	Sangat Tidak Menarik <input type="checkbox"/> -2
Iklan	Sangat banyak <input type="checkbox"/> 2	Banyak <input type="checkbox"/> 1	Biasa <input type="checkbox"/> 0	Sedikit <input type="checkbox"/> -1	Sangat Sedikit <input type="checkbox"/> -2
Isi/ Volume					

7. Dimana anda Sering membeli/ Mengkonsumsi/ Mendapatkan produk tersebut? (Pilih salah satu)

Teh Botol Sosro

- Kantin/ Warteg
 Restoran/ Rumah makan
 Warung/ Toko
 Lainnya (sebutkan).....

Frestea

- Kantin/ Warteg
 Restoran/ Rumah makan
 Warung/ Toko
 Lainnya (sebutkan).....

8. Suatu saat, apabila anda tidak menemukan produk minuman teh siap saji/ teh dalam botol yang anda sukai, apakah yang akan anda lakukan? (pilih salah satu)

- Tetap mencari minuman dengan merek tersebut di tempat lain
 Pindah ke merek lain/ merek yang ada
 Memilih minuman jenis lain
 Tidak jadi membeli

Lampiran 2
Tabel Biodata Responden

No.	Biodata Responden							
	Nama	Fakultas	Jurusan	Angkatan	Semester	Pgrm Studi	Usia	Jns Kelamin
1	Ahmad Faisal Anwar	1	1	2005	1	1	1	1
2	Utomo Suryo H.	1	1	2004	1	1	1	1
3	Anggara Iman S.	1	2	2004	2	1	1	1
4	Fuad Yahya	1	1	2004	2	1	1	1
5	Ranti	1	1	2004	2	1	1	2
6	Muchlis Suleman	1	1	2004	2	1	1	1
7	Vicentia Anna Christina	1	1	2004	2	1	2	2
8	Anastasia Prihanti W.	1	1	2004	2	1	1	2
9	Umayya Ramadiana	1	1	2004	2	1	2	2
10	Haryati E. Wailan	1	1	2004	2	1	2	2
11	Dessy Natalia	1	1	2004	2	1	1	2
12	Andraruni	1	1	2004	2	1	1	2
13	Aron Noverman	1	1	2004	2	2	2	1
14	Muhammad Adnan M.	1	1	2004	2	1	1	1
15	Fahmi Fadhillah	1	1	2004	2	1	1	1
16	Robin Pradhana	1	1	2003	1	1	1	1
17	Liasari	1	1	2004	2	1	1	2
18	Herlina Kusuma Wardani	1	1	2004	2	1	1	2
19	Emmy	1	1	2004	2	1	2	2
20	Mega Medita	1	1	2004	2	1	2	2
21	Esty Fitria	1	1	2004	2	1	1	2
22	Wulan Puspitasari	1	1	2004	2	1	2	2
23	Uun Kurniasari	1	1	2004	2	1	2	2
24	R.a. Afiani Putri Utami	1	1	2004	2	1	1	2
25	Nuuri Maulana	1	1	2004	2	1	2	1
26	M. Ikhwan	1	1	2004	2	1	2	1
27	Hutomo Dwinugrahanto	1	1	2004	2	1	1	1
28	Bagus Ardian	1	1	2003	3	1	2	1
29	Nurhasanah	1	1	2003	3	2	2	2
30	Dwi Aryani	1	1	2003	3	1	2	2
31	Jamilah	1	1	2003	3	2	1	2
32	Lissa	1	1	2003	3	1	2	2
33	Meta Sari	1	1	2003	3	1	1	2
34	Rian A.S	1	2	2003	3	1	2	1
35	Julkifli	1	2	2003	3	1	2	1
36	M. Royhan	1	1	2003	3	2	2	1
37	Imam Muharam	1	1	2003	3	1	2	1

Tabel Biodata Responden
(Lanjutan)

38	Retno A.	1	1	2005	3	1	2	2
39	Amanda Rizkia Utami	1	1	2003	3	2	2	2
40	Coryna Aguilera	1	1	2003	3	1	1	2
41	Ardi	1	1	2003	3	2	2	1
42	Alan. S	1	1	2002	4	1	3	1
43	Maya Rahayu P.S.	1	1	2002	4	1	3	2
44	Aji Sofyan	1	1	2001	5	1	3	1
45	Anang I.M.	1	1	2001	5	1	3	1
46	Ade Pratama	1	2	2004	2	1	2	1
47	Muhammad Rizal	1	2	2002	4	1	2	2
48	Siti Ma'rifah	1	2	2002	4	1	2	2
49	Indra Syarif Sir	1	2	2002	4	1	3	1
50	Seto Tri W.	1	2	2002	4	1	2	1
51	Puji Wijayanti	1	2	2002	4	1	2	2
52	Kristine Dwie Jayanti	2	5	2005	1	1	1	2
53	Dasini	2	4	2004	2	1	2	2
54	Tommy	2	4	2004	2	1	1	1
55	Munzir Tawaw	2	4	2004	2	1	2	1
56	Rifka A.	2	4	2004	2	1	1	2
57	Estik Apriati	2	4	2004	2	1	1	2
58	Mia	2	4	2004	2	1	2	2
59	Reny Pratiwi	2	4	2004	2	1	1	2
60	Wahyu Setyandana	2	4	2004	2	1	2	1
61	Dwi A.	2	4	2004	2	1	1	2
62	Rahmi Raihan	2	4	2004	2	1	1	2
63	Endah Fajar Wati	2	4	2004	2	1	1	2
64	Dwi Ery R	2	4	2003	3	1	2	2
65	Ferri	2	4	2003	3	1	2	1
66	Nabawiyah	2	4	2003	3	1	2	2
67	Haris	2	4	2002	4	1	2	1
68	Andreas Almareza	2	4	2002	4	1	2	1
69	Jaka	2	4	2002	4	1	2	1
70	Yanuar Purwananda	2	4	2001	5	1	2	1
71	Arif	2	4	2001	5	1	3	1
72	Bayu Triadhika	2	4	2001	5	1	2	1
73	Dede Alamsyah	2	4	2001	5	1	2	1
74	Andri Farhan	2	4	2002	5	1	3	1
75	Rahman	2	4	2002	6	1	2	1
76	Bony Sondang C. S.	2	5	2000	6	1	3	1

Tabel Biodata Responden
(Lanjutan)

77	Azis	3	6	2004	2	1	1	1
78	A. Gani	3	6	2004	2	1	2	1
79	Merry Chrismanto	3	6	2003	3	1	3	1
80	Rizai Muchtar	3	6	2003	3	1	1	1
81	Astriyanto	3	6	2002	4	1	2	1
82	Surya	3	6	2002	4	1	1	1
83	Rahmat Muryanto	3	6	2002	4	1	3	1
84	Andry Z	3	6	2003	4	1	3	1
85	Edy Siswanto	3	6	2002	4	1	2	1
86	R. Yudi Supriyadi	3	6	2001	5	1	3	1
87	Novita	3	6	2001	5	1	2	2
88	Raden Hardianto	3	6	2001	5	1	2	1
89	Abdul Hamid	3	6	2001	5	1	2	1
90	Ryandeska G.K.	3	6	2001	5	1	2	1
91	Akas Dacroully	3	6	1998	6	1	3	1
92	Widi Pamungkas	3	6	1998	6	1	3	1
93	Sandy Kurnia	3	7	2002	4	1	2	1
94	Rizki Ramadona	3	7	2001	5	1	2	1
95	Joko Samudro	3	7	2001	5	1	3	1
96	Agustina Diah Lestari	3	7	2001	5	1	2	2
97	Iwan Setiawan	3	8	2004	2	1	2	1
98	Fajar W.	3	10	2003	3	1	2	1
99	Ahmad F.	4	12	2003	3	1	2	1
100	Deddy Ari Mustika	4	11	2001	5	1	3	1

Lampiran 6
Analisis Keyakinan (Belief)/ Pertanyaan No. 4

No.	Belief/ Keyakinan						
	Rasa	Manfaat	Kemasan	Harga	Mudah	Iklan	Isi/ Volume
1	2	2	1	1	2	1	2
2	2	2	1	0	1	1	2
3	2	1	2	2	-1	1	2
4	2	1	2	1	1	2	2
5	2	1	1	2	0	0	2
6	1	2	2	1	1	0	0
7	2	0	0	2	1	0	2
8	1	2	2	2	2	0	2
9	1	2	2	1	2	2	2
10	1	0	2	2	1	2	1
11	2	2	1	0	1	0	2
12	2	2	1	1	1	0	2
13	1	2	1	2	0	0	1
14	0	1	0	1	2	1	-2
15	0	1	-1	2	0	0	-1
16	0	2	2	1	0	0	2
17	1	2	2	2	2	2	1
18	1	2	1	2	2	1	2
19	1	2	0	2	0	2	0
20	2	1	1	2	-1	1	-2
21	1	2	1	1	0	1	1
22	2	2	2	2	2	2	2
23	1	2	2	2	1	1	2
24	2	1	2	1	1	2	2
25	1	1	0	0	-1	1	1
26	2	1	1	2	0	1	0
27	1	2	0	1	1	0	1
28	-1	1	1	2	2	1	2
29	2	2	2	2	2	2	2
30	2	1	1	2	2	2	1
31	2	1	1	1	0	0	2
32	1	2	2	2	2	2	1
33	2	1	2	2	2	1	2
34	2	1	1	1	2	2	2
35	2	2	2	2	2	2	2
36	1	-1	1	1	0	0	1
37	1	1	0	2	1	0	2

Lampiran 6
Analisis Keyakinan (Belief)
(Lanjutan)

38	2	1	2	2	2	2	2
39	2	2	1	0	1	0	1
40	2	2	0	1	2	0	2
41	2	2	0	1	2	-1	1
42	2	1	0	2	2	2	1
43	2	1	1	2	1	1	1
44	2	2	1	2	2	1	2
45	2	2	1	2	2	1	2
46	2	2	2	2	2	2	2
47	2	1	1	2	2	2	2
48	2	2	0	2	2	2	-1
49	2	-1	1	2	1	0	1
50	2	0	0	0	0	0	0
51	1	2	2	1	1	1	1
52	2	1	0	1	1	0	1
53	2	2	2	2	1	2	2
54	2	1	1	2	1	1	2
55	1	1	1	0	2	1	2
55	2	0	0	0	0	2	1
57	2	2	2	2	1	2	2
58	2	2	2	2	1	1	2
59	1	2	2	2	0	1	2
60	1	0	0	1	2	1	2
61	2	1	2	2	2	2	2
62	2	2	0	1	2	1	0
63	2	2	2	1	0	1	0
64	2	1	1	1	1	2	2
65	1	-1	2	2	2	1	0
66	2	2	0	0	1	2	1
67	2	1	0	2	1	-1	1
68	2	0	1	2	1	0	1
69	1	0	2	-1	2	1	1
70	2	1	0	1	0	1	2
71	2	2	1	2	2	1	1
72	2	1	1	-1	2	2	2
73	1	0	0	0	0	0	0
74	2	1	0	2	1	1	1
75	2	1	0	2	2	2	2
76	2	2	2	2	2	2	2

Lampiran 6
Analisis Keyakinan (Belief)
(Lanjutan)

77	2	2	2	0	2	1	2
78	2	1	-2	2	0	0	2
79	2	1	0	0	1	2	2
80	2	2	2	2	0	1	2
81	1	1	1	1	1	2	1
82	2	2	2	2	2	2	2
83	2	2	1	1	1	1	2
84	2	2	1	2	1	0	2
85	2	0	0	2	1	2	2
86	1	1	1	0	1	1	-1
87	2	1	1	1	1	1	1
88	2	1	0	2	1	2	2
89	1	2	1	2	1	0	1
90	1	1	0	0	0	0	1
91	2	0	-1	2	2	1	2
92	2	2	2	0	2	1	2
93	1	1	1	2	1	2	2
94	0	2	1	2	2	2	2
95	2	2	0	1	2	2	2
96	2	1	0	2	2	0	0
97	2	1	0	0	-1	1	1
98	2	2	1	2	2	1	2
99	2	1	2	0	0	1	2
100	2	1	1	2	1	0	1
Total	162	130	97	136	114	104	136
Rata-rata	1.62	1.3	0.97	1.36	1.14	1.04	1.36

Lampiran 7
Analisis Evaluasi Teh Botol Sosro
Pertanyaan no. 5

No	Evaluasi (Teh Botol Sosro)						
	Rasa	Manfaat	Kemasan	Harga	Mudah	Iklan	Isi/ Volume
1	0	0	0	0	2	1	0
2	2	1	0	0	2	0	1
3	0	0	1	0	1	1	0
4	2	1	0	0	1	1	0
5	0	0	0	-1	1	0	0
6	2	0	-1	0	2	-1	0
7	2	0	1	-1	1	0	-1
8	1	-1	1	0	2	1	0
9	1	0	1	0	2	1	-1
10	1	1	1	0	2	1	2
11	0	0	0	0	2	2	0
12	0	2	0	0	1	1	0
13	2	2	1	0	2	1	0
14	1	0	1	0	1	2	0
15	1	0	-2	0	2	-2	-1
16	1	0	0	-2	2	1	-2
17	1	0	0	0	2	1	-1
18	2	1	0	0	2	1	0
19	1	0	0	0	2	0	0
20	1	1	0	0	1	0	0
21	1	2	1	0	1	0	0
22	2	1	1	1	1	1	1
23	1	0	0	0	1	1	0
24	2	1	1	1	1	2	1
25	0	0	0	1	2	2	-1
26	1	1	0	0	1	1	0
27	1	0	0	-1	2	0	0
28	0	1	-1	0	2	0	-1
29	1	0	0	0	2	2	0
30	1	0	0	0	1	1	0
31	0	0	0	-1	0	-1	-1
32	0	1	0	1	1	1	-1
33	1	0	0	0	1	0	0
34	2	1	1	2	2	2	2
35	0	0	0	0	0	0	0
36	0	0	1	1	0	0	1
37	1	2	1	-1	2	0	0
38	1	0	2	0	2	0	0

Lampiran 7
Analisis Evaluasi Teh Botol Sosro
(Lanjutan)

39	1	1	1	1	1	1	1
40	1	1	0	0	2	0	-1
41	0	0	-1	0	1	-1	-1
42	1	0	1	0	1	1	0
43	1	0	0	0	2	1	0
44	1	2	1	0	2	1	1
45	1	1	0	0	2	1	0
46	0	1	0	0	2	0	0
47	0	1	0	1	1	1	1
48	1	0	0	0	2	1	0
49	0	0	-1	-1	0	0	-1
50	1	0	0	0	0	0	0
51	2	1	1	0	1	1	0
52	1	0	0	0	2	1	0
53	2	2	1	1	2	2	2
54	1	1	-1	0	2	0	-1
55	1	1	0	0	2	1	0
55	1	0	0	0	1	0	0
57	2	2	1	0	2	2	0
58	2	0	2	0	0	1	0
59	1	0	0	0	2	1	0
60	0	1	0	-1	2	0	-1
61	0	0	0	0	0	0	0
62	1	0	0	0	2	1	0
63	1	0	0	0	0	1	-1
64	1	1	2	1	2	1	2
65	2	0	0	0	2	2	0
66	0	1	1	0	1	1	0
67	1	1	-1	-1	2	2	0
68	1	0	0	0	2	1	-1
69	2	0	1	0	2	-1	1
70	1	0	0	0	1	1	0
71	2	2	1	1	2	1	0
72	2	1	2	1	2	1	0
73	1	0	0	0	1	1	0
74	2	1	0	0	0	0	0
75	2	0	0	1	1	1	0
76	2	2	2	2	2	2	2

Lampiran 7
Analisis Evaluasi Teh Botol Sosro
(Lanjutan)

77	1	1	0	0	2	1	1
78	0	0	1	0	2	0	-1
79	1	1	0	0	2	1	0
80	-1	0	0	0	1	0	-1
81	1	1	0	0	1	1	1
82	0	1	0	0	2	1	-2
83	1	1	1	0	2	1	0
84	1	1	0	0	1	1	0
85	1	2	1	1	1	2	2
86	2	0	0	0	2	1	0
87	2	1	0	0	0	0	0
88	0	0	0	1	1	1	1
89	-1	0	0	0	1	0	0
90	0	0	0	0	0	0	0
91	2	0	1	0	2	1	0
92	1	1	0	1	2	0	0
93	0	0	0	0	1	1	0
94	1	0	0	0	2	2	0
95	0	1	0	0	1	1	0
96	1	0	1	0	1	2	0
97	1	0	0	1	1	1	0
98	1	1	0	0	2	1	0
99	1	0	0	1	2	2	2
100	0	0	0	0	1	0	0
Total	94	54	29	11	142	75	4
Rata-rata	0.94	0.54	0.29	0.11	1.42	0.75	0.04

Lampiran 8
Analisis Evaluasi Frestea
Pertanyaan No. 6

Nomor	Evaluasi (Frestea)						
	Responden	Rasa	Manfaat	Kemasan	Harga	Mudah	Iklan
1	2	2	1	0	1	1	2
2	1	1	1	0	1	1	1
3	0	0	1	0	1	1	0
4	0	1	1	0	1	1	0
5	1	0	1	-1	1	0	-1
6	-1	0	1	0	0	2	0
7	-1	0	1	-1	1	0	-1
8	2	0	0	0	1	0	1
9	-2	-1	0	0	1	0	0
10	2	1	0	0	2	1	0
11	1	0	0	0	1	0	1
12	1	1	0	0	1	1	0
13	1	1	1	0	2	2	0
14	1	0	0	0	1	0	0
15	0	-1	-1	-1	-2	-2	-2
16	1	0	0	-1	2	0	-1
17	2	0	0	0	1	1	-1
18	1	2	1	1	1	0	0
19	-1	0	0	0	0	0	0
20	-1	0	0	0	1	2	0
21	1	2	0	0	0	0	0
22	1	1	1	1	1	1	1
23	0	0	1	1	2	2	2
24	1	1	2	1	1	2	1
25	-1	0	0	-1	0	1	-1
26	0	1	0	0	1	1	0
27	0	0	1	0	1	0	0
28	0	1	-1	0	-1	1	1
29	0	0	0	0	1	1	0
30	-1	-1	0	0	1	0	0
31	-1	0	0	-1	0	0	-1
32	-1	0	1	0	0	1	0
33	1	0	0	0	1	0	0
34	0	0	0	0	1	1	2
35	0	0	0	0	0	0	0
36	1	1	0	0	1	0	1
37	2	1	1	-1	1	1	-1
38	1	0	2	0	2	0	0

Lampiran 8
 Analisis Evaluasi Frestea
 (Lanjutan)

38	1	0	2	0	2	0	0
39	1	2	1	1	1	1	1
40	2	1	0	0	2	0	-1
41	1	-1	-1	-1	0	0	0
42	1	1	0	0	1	0	0
43	1	0	1	-1	1	1	0
44	1	0	0	0	0	0	1
45	1	1	1	0	0	1	1
46	1	1	1	0	0	0	0
47	0	1	1	1	1	1	1
48	0	0	0	0	2	1	0
49	1	0	0	0	-1	0	0
50	0	0	0	0	0	0	0
51	-1	0	0	0	0	0	0
52	1	0	0	0	-1	1	0
53	1	1	1	1	2	2	2
54	1	1	1	0	0	0	-1
55	0	0	0	0	1	1	1
56	1	0	0	0	2	0	1
57	2	2	1	0	2	1	0
58	2	0	2	0	0	1	0
59	1	0	0	0	1	2	1
60	0	1	0	-1	1	1	-1
61	0	0	0	0	0	0	0
62	0	0	1	0	0	1	0
63	1	-1	1	0	1	-1	-1
64	2	1	1	1	1	1	2
65	0	0	1	0	2	1	0
66	0	0	1	0	1	1	0
67	0	0	1	0	1	1	0
68	-1	0	0	0	1	2	0
69	2	0	-1	-1	1	0	1
70	0	-1	0	0	0	1	0
71	2	2	1	1	1	1	0
72	1	1	2	1	2	1	0
73	1	1	0	0	1	0	0
74	-1	0	0	0	1	2	0
75	0	0	0	1	1	1	0
76	2	2	2	2	2	2	2

Lampiran 8
Analisis Evaluasi Frestea
(Lanjutan)

77	1	1	0	0	2	1	0
78	-1	0	0	0	2	0	-1
79	2	1	1	0	1	1	1
80	-2	-2	-2	-2	-2	-2	-2
81	1	1	0	0	1	1	1
82	1	1	0	0	2	1	-1
83	1	0	1	0	0	1	0
84	1	1	0	0	1	1	0
85	0	1	1	0	1	1	0
86	1	1	2	0	1	2	-1
87	0	0	0	0	1	0	0
88	0	0	0	1	1	1	0
89	0	0	0	0	0	0	0
90	-1	0	0	0	0	0	0
91	0	0	1	0	1	2	0
92	0	0	0	0	0	-1	0
93	1	0	1	0	0	1	0
94	1	1	0	0	1	0	0
95	0	0	0	-1	0	0	0
96	-1	0	0	0	0	0	0
97	1	0	1	1	1	1	0
98	1	1	1	0	0	1	0
99	1	0	1	1	1	1	1
100	1	0	1	-1	1	1	0
Total	50	37	44	3	80	65	12
Rata-rata	0.5	0.37	0.44	0.03	0.8	0.65	0.12

Lampiran 9
Informasi Produk/ Pertanyaan no. 2

No.	Informasi Produk/ Teh Botol Sosro					Informasi Produk/ Frestea				
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
1	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2
2	1	3	5	2	4	1	3	5	2	4
3	1	4	5	3	2	1	4	5	3	2
4	1	5	4	2	3	1	5	4	2	3
5	3	4	5	1	2	3	4	5	2	1
6	1	4	5	3	2	4	5	1	2	3
7	3	5	2	1	4	2	5	3	1	4
8	1	4	5	2	3	1	4	5	2	3
9	1	3	4	5	2	1	3	4	5	2
10	1	5	4	2	3	1	5	4	2	3
11	1	5	4	2	3	1	5	4	2	3
12	1	5	4	2	3	1	5	4	2	3
13	2	5	4	1	3	2	5	4	1	3
14	1	5	4	2	3	1	5	4	2	3
15	3	2	5	1	4	1	5	4	2	3
16	2	4	5	1	3	2	4	5	1	3
17	2	4	3	1	5	2	4	3	1	5
18	2	4	5	1	3	2	4	5	1	3
19	1	5	4	2	3	1	5	4	2	3
20	1	2	5	4	3	1	2	5	4	3
21	1	2	4	3	5	1	2	4	3	5
22	1	2	3	5	3	1	2	5	4	3
23	1	4	3	2	5	1	3	4	2	5
24	1	4	2	3	5	1	4	2	3	5
25	1	2	5	7	4	1	2	5	4	3
26	1	2	5	4	3	1	3	5	4	2
27	1	3	4	2	5	1	2	4	3	5
28	4	3	2	1	5	3	5	1	2	4
29	4	5	3	2	4	1	5	3	2	4
30	5	3	4	2	1	5	4	3	2	1
31	1	4	5	2	3	1	4	5	2	3
32	1	5	3	2	4	1	3	5	4	2
33	2	5	3	1	4	2	5	3	1	4
34	1	5	4	2	3	1	5	4	2	3
35	1	3	2	5	4	1	3	5	2	4
36	1	3	5	2	4	1	5	4	2	3
37	1	5	4	2	3	1	5	4	3	2

Lampiran 9
Informasi Produk/ Pertanyaan no. 2 (Lanjutan)

38	1	3	4	2	5	1	3	4	2	5
39	1	4	3	2	5	1	4	3	2	5
40	1	2	4	3	5	1	2	4	3	5
41	3	4	2	1	5	3	4	2	1	5
42	1	2	4	3	5	1	2	3	5	4
43	1	3	2	4	5	1	3	2	4	5
44	2	5	3	1	4	1	5	3	2	4
45	2	3	5	1	4	1	2	5	3	4
46	2	4	5	1	3	1	3	5	2	4
47	1	2	4	3	5	1	2	4	3	5
48	1	2	4	3	5	1	2	4	3	5
49	1	3	5	4	2	1	3	5	4	2
50	1	4	5	2	3	1	4	5	2	3
51	1	3	4	2	5	1	3	4	2	5
52	1	3	2	4	5	1	3	2	4	5
53	2	3	4	1	5	2	3	4	1	5
54	2	5	3	1	4	2	5	3	1	4
55	2	5	3	1	4	2	5	3	1	4
56	1	4	5	2	3	1	4	5	2	3
57	1	4	5	2	3	1	4	5	2	3
58	1	5	4	2	3	1	5	4	2	3
59	2	3	4	1	5	1	3	4	2	5
60	1	4	5	2	3	1	5	4	3	2
61	2	5	3	1	4	2	5	3	1	4
62	1	3	5	2	4	1	3	5	2	4
63	2	5	3	1	4	2	5	3	1	4
64	1	3	5	4	2	1	3	5	4	2
65	2	3	5	1	4	2	3	5	1	4
66	2	3	1	4	5	1	4	2	3	5
67	1	3	4	2	5	1	3	4	2	5
68	1	4	5	2	3	1	4	5	2	3
69	1	3	4	2	5	3	2	5	1	4
70	2	5	3	1	4	2	5	3	1	4
71	5	2	1	4	3	5	2	1	4	3
72	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
73	1	2	4	5	3	1	2	4	5	3
74	2	1	4	3	5	1	2	4	3	5
75	2	3	5	1	4	2	3	5	1	5
76	2	5	4	1	3	2	5	4	1	3

Lampiran 9
Informasi Produk/ Pertanyaan no. 2 (Lanjutan)

77	2	3	4	1	5	2	3	4	1	5
78	1	2	5	3	4	1	2	5	3	4
79	1	5	2	3	4	1	5	3	2	4
80	1	2	5	3	4	1	2	5	3	4
81	1	3	5	2	4	1	3	5	2	4
82	1	2	4	3	5	1	2	4	3	5
83	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
84	3	5	1	2	4	1	5	2	3	4
85	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
86	1	4	3	2	5	1	4	3	2	5
87	1	4	3	2	5	1	3	4	5	2
88	2	3	5	1	4	2	4	5	1	3
89	1	4	5	3	2	1	4	5	2	3
90	1	4	5	2	3	1	4	5	2	3
91	1	4	5	2	3	1	4	5	3	2
92	2	4	5	1	3	2	4	5	1	3
93	1	4	5	2	3	1	4	5	2	3
94	1	3	5	4	2	1	3	4	2	5
95	1	3	5	2	4	1	3	2	4	5
96	1	5	3	2	4	1	4	2	3	5
97	2	3	4	1	5	1	3	4	2	5
98	2	3	5	1	4	1	2	5	3	4
99	1	2	5	3	4	1	2	5	3	4
100	3	5	4	2	1	1	5	4	2	3
	152	358	397	233	381	138	362	396	245	375
Rangking	1	3	5	2	4	1	3	5	2	4

Keterangan Angka: 1 : Televisi/ Radio
 2 : Surat Kabar/ Majalah
 3 : Teman/ Saudara/ Tetangga
 4 : Kantin/ Warung/ Toko/ Supermarket
 5 : Papan Reklame/ Billboard

Lampiran 10
 Kuantitas (pertanyaan no. 3)
 Tempat Mendapatkan Produk (pertanyaan No 7)
 Loyalitas (pertanyaan no. 8)

No	Kuantitas			Tempat Mendapatkan Produk								Loyalitas			
				Teh Botol Sosro				Frestea							
	1	2	3	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1		1				1				1		1			
2		1		1				1						1	
3			1			1				1				1	
4		1				1				1					
5		1				1				1		1			1
6			1		1			1							
7	1					1				1					1
8		1				1				1		1			
9		1				1				1				1	
10		1		1				1				1			
11		1				1		1						1	
12		1				1				1				1	
13	1					1				1				1	
14		1				1				1		1			
15		1				1				1				1	
16			1	1				1				1			
17		1				1				1				1	
18	1					1				1				1	
19		1		1						1				1	
20			1			1				1				1	
21			1			1				1				1	
22		1				1				1				1	
23		1				1				1				1	
24			1			1				1		1			
25			1		1					1				1	
26		1				1				1				1	
27		1			1					1		1			
28			1	1					1					1	
29			1			1				1				1	
30		1		1				1						1	
31		1		1				1				1			
32			1	1						1				1	
33		1				1				1				1	
34			1	1				1				1			
35			1			1				1		1			

